



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ECONOMÍA

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
ECONOMISTA**

TEMA:

ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD EN LA EXPORTACIÓN DE LA PIÑA
DEL ECUADOR HACIA ESPAÑA Y SU INCIDENCIA EN LA APERTURA DE
MERCADOS, PERIODO 2007-2014

AUTOR:

MARTÍN EDUARDO DUNN CORNEJO

TUTOR:

ECON. MARLENE MARILUZ MENDOZA MACÍAS, MGS.

GUAYAQUIL, ECUADOR

2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ECONOMÍA

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Martin Eduardo Dunn Cornejo** como requerimiento parcial para la obtención del título de **ECONOMISTA**.

TUTOR

OPONENTE

Econ. Marlene Mariluz Mendoza Macías, Mgs.

DIRECTOR DE CARRERA

**COORDINADOR(A) DE ÁREA
/DOCENTE DE LA CARRERA**

Econ. Segundo Lautaro Guerra Gallegos

Guayaquil, a los 04 del mes de septiembre del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ECONOMÍA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Martin Eduardo Dunn Cornejo**

DECLARO QUE:

El trabajo de titulación *“ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD EN LA EXPORTACIÓN DE LA PIÑA DEL ECUADOR HACIA ESPAÑA Y SU INCIDENCIA EN LA APERTURA DE MERCADOS, PERIODO 2007-2014”*, 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, a los 04 del mes de septiembre del año 2015

EL AUTOR

Martin Eduardo Dunn Cornejo



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ECONOMÍA

AUTORIZACIÓN

Yo, **Martin Eduardo Dunn Cornejo**

Autorizo a la universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: *“ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD EN LA EXPORTACIÓN DE LA PIÑA DEL ECUADOR HACIA ESPAÑA Y SU INCIDENCIA EN LA APERTURA DE MERCADOS, PERIODO 2007-2014”*, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, a los 04 del mes de septiembre del año 2015

EL AUTOR

Martín Eduardo Dunn Cornejo



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ECONOMÍA

Informe de Revisión URKUND

List of sources

- Marlene Mariluz Mendoza Macías (marlene.mendoza)
- Logout

Document [TESIS FINAL MARTIN DUNN 04092015.docx](#) (D15164539)

Submitted 2015-09-04 15:55 (-05:00)

Submitted by MARLENE MENDOZA (edmaryluz@gmail.com)

Receiver marlene.mendoza.ucsg@analysis.arkund.com

Message [123456] [Show full message](#)

4%

of this approx. 38 pages long document consists of text present in 10 sources.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por estar siempre conmigo, por darme la oportunidad de alcanzar mis metas, proyectos y por bendecirme siempre. A mis padres por todo el amor, apoyo y comprensión de manera incondicional durante toda mi vida y a mi enamorada Cristina Romero quien ha estado a mi lado apoyándome en todo momento.

Agradezco a mi familia por todo el cariño brindado.

Agradezco a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, a todos mis maestros por toda la ayuda y en especial a la Magíster Marlene Mendoza por su guía para llevar a cabo este trabajo.

MARTIN DUNN CORNEJO

DEDICATORIA

Esta tesis va dedicada de manera muy especial a Dios, quien es mi guía, mi fortaleza, mi amigo, y a mis queridos padres, quienes han sido mi fortaleza y el centro de mi vida, por enseñarme el valor de la responsabilidad, honestidad, honradez y poder contar en todo momento con su amor y creer siempre en mí.

MARTIN DUNN CORNEJO

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Econ. Marlene Mariluz Mendoza Macías, Mgs.

TUTOR

Econ. Segundo Lautaro Guerra Gallegos

DIRECTOR DE CARRERA

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA: ECONOMÍA

CALIFICACIÓN

Econ. Marlene Mariluz Mendoza Macías, Mgs.

TUTOR

Econ. Segundo Lautaro Guerra Gallegos

DIRECTOR DE CARRERA

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

OPONENTE

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL	VII
ÍNDICE DE TABLAS	IX
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	X
RESUMEN.....	XI
ABSTRACT	XII
CAPÍTULO I.....	1
1 INTRODUCCIÓN	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.2 OBJETIVOS	5
1.2.1 <i>Objetivo General</i>	5
1.2.2 <i>Objetivos específicos</i>	5
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	6
CAPÍTULO II.....	7
2 MARCO TEÓRICO	7
2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	7
2.1.1 <i>Competitividad</i>	7
2.1.1.1 <i>Competitividad en el pensamiento clásico</i>	11
2.1.2 <i>Entorno macroeconómico</i>	12
2.1.3 <i>Competitividad: enfoque de comercio internacional</i>	12
2.1.4 <i>Competitividad en el sector agrícola</i>	13
2.1.5 <i>Crecimiento económico</i>	14
2.1.6 <i>Balanza de pagos</i>	16
2.1.6.1 <i>Cuenta Corriente</i>	16
2.1.6.2 <i>Cuenta de Capital</i>	18
2.1.6.3 <i>Cuenta Financiera</i>	19
2.1.7 <i>Factores determinantes de la competitividad</i>	19
2.1.8 <i>Cooperación entre empresas</i>	24
2.1.9 <i>Formas de medición de la competitividad</i>	24
2.1.10 <i>Estrategias de internacionalización de las empresas</i>	25
2.1.11 <i>La competitividad en la sociedad global</i>	26
2.1.12 <i>La competitividad en América Latina</i>	27
2.1.13 <i>Competencia internacional</i>	28
2.1.14 <i>Modelo de competitividad de Michael Porter</i>	29
2.1.15 <i>Cadena de valor</i>	31

2.2	MARCO LEGAL.....	38
2.3	HIPÓTESIS	42
CAPÍTULO III.....		43
3	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	43
3.1	MÉTODO.....	43
3.2	VARIABLES	44
3.3	FUENTES DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN.....	44
3.4	HERRAMIENTAS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN.	45
3.5	POBLACIÓN Y MUESTRA	45
3.5.1	<i>Población</i>	46
3.5.2	<i>Muestra</i>	46
3.6	HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN.....	46
CAPÍTULO IV		47
4	ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD DE LA PIÑA ECUATORIANA...47	
4.1	DESCRIPCIÓN DE LA PIÑA	47
4.1.1	<i>Tipos o variedades de piña del Ecuador</i>	48
4.1.2	<i>Proceso de producción de la piña en Ecuador</i>	49
4.1.3	<i>Producción de piña en Ecuador</i>	50
4.1.4	<i>Producción por regiones</i>	51
4.1.5	<i>Hectáreas de producción</i>	53
4.2	EXPORTACIONES DE PIÑA ECUATORIANA HACIA EL MUNDO.	55
4.2.1	<i>Exportaciones de piña Ecuatoriana hacia el mercado Español.</i> 57	
4.3	INCIDENCIAS DE LAS EXPORTACIONES DE LA PIÑA EN LA APERTURA DE NUEVOS MERCADOS.	59
4.3.1	<i>Factores determinantes de la competitividad en la exportación de piña del ecuador al resto del mundo.</i>	64
CAPÍTULO V		67
5	PROPUESTAS Y CONCLUSIONES	67
5.1	CONCLUSIONES	67
5.2	PROPUESTAS.....	68
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Definiciones de Competitividad.....	10
Tabla N° 2. Componentes Nutricionales de la piña.....	47
Tabla N° 3. Producción por Provincias	51
Tabla N° 4. Exportación Ecuatoriana de Piña al Mundo	55
Tabla N° 5. Exportación Ecuatoriana de Piña a España.....	57
Tabla N° 6. Costos de producción de piña.....	66

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. 5 fuerzas de competitividad	31
Gráfico N° 2. Cadena de valor.	32
Gráfico N° 3. Producción de piña del Ecuador Periodo 2007-2013	50
Gráfico N° 4. Producción de piña por Provincias año 2001 y 2010	52
Gráfico N° 5. Hectáreas cosechadas de piña periodo 2007-2013	53
Gráfico N° 6. Hectáreas cosechadas de piña periodo 2000-2013	54
Gráfico N° 7. Exportaciones Ecuatorianas de Piña al Mundo 2007-2014	56
Gráfico N° 8. Exportaciones Ecuatorianas de Piña a España 2007-2014....	58
Gráfico N° 9. Exportaciones de Piña a España 2007-2014	59
Gráfico N° 10. Principales destinos de la piña Ecuatoriana	60
Gráfico N° 11. Principales destinos de la piña Ecuatoriana	61
Gráfico N° 12. Principales destinos de la piña Ecuatoriana	62
Gráfico N° 13. Principales destinos de la piña Ecuatoriana	63
Gráfico N° 14. Número de países importadores de piña Ecuatoriana – Costa Rica.....	64

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo describir la competitividad en la exportación de la Piña del Ecuador y el impacto en la apertura de mercados.

El método aplicado es el cualitativo y cuantitativo, la investigación es de tipo descriptiva.

Se desarrolla el marco teórico y se analiza la competitividad de la piña Ecuatoriana en función de la teoría de competitividad de Michael Porter.

Como principal conclusión, se determina que la piña Ecuatoriana muestra un bajo nivel de competitividad en el periodo 2007- 2014, debido a la baja inversión en tecnología, infraestructura y demás variables que se analizaron.

PALABRAS CLAVES: Competitividad, productividad, innovación tecnológica, organización y exportaciones agrícolas.

ABSTRACT

This research aims to describe the export competitiveness of Ecuadorian pineapple and the impact on the opening markets

The method used is the qualitative and quantitative, research is descriptive.

The theoretical framework is developed and the competitiveness of the Ecuadorian pineapple in terms of the theory of Michael Porter competitiveness is analyzed.

The main conclusion, it is determined that the Ecuadorian pineapple shows a low level of competitiveness in the period 2007- 2014, due to low investment in technology, infrastructure and other variables analyzed.

KEY WORDS: Competitiveness, Productivity, Technological Innovation and Agricultural Exports.

CAPÍTULO I

1 INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de investigación sobre el análisis de la competitividad en la exportación de la piña del Ecuador hacia España y su incidencia en la apertura de mercados, se plantea la siguiente interrogante ¿Cómo es la competitividad de la piña del Ecuador para la exportación hacia España y cómo incide en la apertura de mercados internacionales?

En el problema se detallan todas las deficiencias que tiene la piña ecuatoriana en los mercados internacionales.

El objetivo de la investigación es *“analizar la competitividad en la exportación de la Piña del Ecuador hacia España y el impacto en la apertura de mercados”*.

En el capítulo I, se plantea el problema y objetivos del proyecto de investigación, así como también la justificación del tema investigado.

Se desarrolla la investigación con teoría relacionada a la competitividad, como es la del Modelo de competitividad de Michael Porter la misma que es expuesta en detalle en el capítulo II. El enfoque de competitividad de Michael Porter es el utilizado para analizar el sector Piñas del Ecuador.

A partir del marco teórico se plantea la siguiente hipótesis: *“La deficiente inversión, falta de crédito, infraestructura y tecnología, son las principales causas de la baja competitividad de la piña Ecuatoriana. Por tal razón, su incidencia en la apertura de mercados internacionales es limitada”*.

En el capítulo III, se presenta la metodología de la investigación que se aplicó para el desarrollo del tema planteado. El método de investigación es cualitativo y cuantitativo, ya que se combina la teoría con datos de la

realidad. Se hace énfasis en el método ex post- facto, ya que para el análisis se revisan datos históricos.

A partir del marco teórico para el análisis y de la hipótesis se definen las variables como la competitividad, costos de producción, tecnología, inversión en infraestructura y organización de los productores locales. Se recopila información tanto fuentes primarias como secundarias. Para las primarias, se realizó entrevistas a profundidad in situ, sobre todo para conocer en detalle el proceso de producción.

En el capítulo IV, se muestra el resultado del diagnóstico de la situación competitiva de la piña Ecuatoriana.

En el capítulo V, se presenta una propuesta de mejora de competitividad para el sector en estudio.

Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada. La principal conclusión a la que se llegó es que, la piña Ecuatoriana muestra un bajo nivel de competitividad en el periodo 2007-2014, debido a la baja inversión, falta de infraestructura y tecnología.

1.1 Planteamiento del problema

A continuación se detallan varias causantes de la baja competitividad de la piña Ecuatoriana, las cuales serán analizadas posteriormente.

“La economía ecuatoriana, caracterizada por la producción de bienes agrícolas, ha generado una situación problemática que hoy se puede ver manifestada en los bajos niveles de competitividad del Ecuador” (Diario El Comercio , 2014, pág. 6).

De acuerdo al Foro Económico Mundial, el Ecuador se encuentra en el ranking 71 entre 148 economías, con un puntaje de 4.18 en el Índice de Competitividad Global (ICG, 2013), según datos del Reporte de Competitividad Global (RCG) publicado por el Foro Económico Mundial.

De igual manera, el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones señala que las exportaciones de piña en el periodo 2007 – 2012 dieron un acumulado de 525.866 Tm que se repartieron de la siguiente manera. En el año 2007 se exportaron 113.241 mil toneladas, en el 2009 fue de 99.714 mil toneladas y en el 2012 de Enero a Julio fue de 37.243 mil toneladas, lo cual indica un claro decrecimiento en la exportación de piña al mundo (PRO ECUADOR. Boletín: *Análisis sectorial de frutas no tradicionales, 2012, p. 5*).

Según el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PRO ECUADOR, 2014) las exportaciones de frutas no tradicionales en el periodo 2007-2014 de los meses Enero-Abril, han enfrentado una disminución del 14%. En el trimestre del 2007 se exportó 64 mil toneladas de piñas, en el 2010 fue 48 mil toneladas y al 2014 fueron 23 mil toneladas (Pro Ecuador, 2014).

En valor FOB, del año 2012 al año 2013 las exportaciones de piña presentan una caída del 29.57%. De igual manera, continúan decreciendo las exportaciones desde el año 2013 al año 2014 en un 1.89% (PRO ECUADOR. *Evolución de las Exportaciones Ecuatorianas, 2014, p 19*).

Al revisar datos de las exportaciones mundiales de la piña en los periodos 2007 - 2010 se obtiene que Costa Rica es el país más competitivo con el 40.68% de participación en las exportaciones totales; lo sigue Bélgica con el 12.47%, Países Bajos con 8.93%, y Estados Unidos con el 6.17% (PRO ECUADOR. *Perfil de la Piña Ecuatoriana, 2011, p. 5*). Cabe indicar que no se registran datos de Ecuador.

Hasta el año 2014 las exportaciones ecuatorianas de piña hacia el mundo tuvieron una participación del 1,54% quedando ubicado en el puesto número 9 del ranking mundial. Los principales países de destino fueron Chile, Argentina, Alemania, Reino Unido y Estados Unidos (PRO ECUADOR. *Evolución de las Exportaciones Ecuatorianas, 2014, p 19*).

Según el boletín perfil de la piña ecuatoriana emitido por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PRO ECUADOR, 2011, p. 1) la superficie cosechada de piña en el periodo 2007 – 2010 tuvo un incremento de 6.648 a 7.922 hectáreas, por lo que ello contribuyó también a un leve aumento en la producción pasando de 113.241 a 95.647 toneladas métricas en el mismo periodo. Sin embargo, el rendimiento ha sido negativo en este periodo dado que pasó de 17,44 a 15.96 toneladas métricas por hectárea.

Sin embargo, la tendencia evidencia una clara disminución de la producción de la fruta en cada año. En el periodo 2007 la producción de piña fue de 113.241, al 2010 fue 95.647 y al 2012 fue 37.243 toneladas.

(PRO ECUADOR. *Análisis sectorial de frutas no tradicionales, 2012, p. 5*)
(Ver anexo N.- 1).

Unas de las principales causas que desincentivan la producción de piña son: la creciente oferta internacional (sobre todo de Costa Rica quien es el principal proveedor del mercado Europeo); una disminución en los precios como consecuencia de la sobreoferta y los elevados costos de producción.

(INEC. *Boletín agropecuario mensual, 2011, p. 1*)

En el año 2013 a nivel mundial Filipinas, Tailandia e Indonesia son los países que mayor área dedican al cultivo de piña. Estos países producen el 29% de la producción mundial, seguido por Costa Rica y Brasil con el 21%. A distancia le siguen India, Nigeria, China, México, Colombia y otros países con el 50% (MAGAP; *Boletín Situacional, 2013, p. 1-2*). En este boletín no existen datos de Ecuador.

Existen variedades de piñas producidas en Ecuador tales como la Cayena Lisa, Queen, Abacaxi y MD2; pero las únicas que se exportan son la “Cayena Lisa” y la “MD2”. Cabe recalcar que ésta última es la más exportada en el país. (PRO ECUADOR; *Perfil de la piña ecuatoriana*, 2011, p 3)

Pregunta de investigación:

A partir de la problemática narrada se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo es la competitividad de la piña del Ecuador para la exportación hacia España y cómo incide en la apertura de mercados internacionales?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Analizar la competitividad en la exportación de la Piña del Ecuador hacia España y el impacto en la apertura de mercados.

1.2.2 Objetivos específicos

1. Indagar las diversas teorías de competitividad para el análisis del sector Piñas en Ecuador.
2. Analizar la estructura productiva del sector de la piña en la economía ecuatoriana.
3. Analizar las exportaciones de la piña de Ecuador entre 2007 – 2014, fundamentalmente hacia España.
4. Determinar la incidencia de las exportaciones de la piña en la apertura de mercados.
5. Elaborar una propuesta que impulse una mejora de competitividad en el sector productivo de Piñas.

1.3 Justificación

Tiene importancia ya que la presente investigación servirá para conocer el estado actual desde el punto de vista económico, el desarrollo que ha tenido las exportaciones de piñas en nuestro sistema y el desarrollo en mercados internacionales.

La relevancia social de este estudio permite dar a conocer que la piña por ser una fruta no tradicional del país, es apetecida en el mercado extranjero. En términos académicos, este estudio aporta para la formación académica y profesional del autor, como base para nuevas investigaciones.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Fundamentación Teórica

El presente capítulo a desarrollarse en la tesis es el marco teórico. En el cual se va ampliar la base conceptual, ya que la economía de la mayoría de los países busca alcanzar el mayor porcentaje competitividad, pero no todas las naciones son similares.

El sistema económico está estrechamente ligado al sistema mundial, siendo necesario conocer la situación del Ecuador. De acuerdo a la Constitución ecuatoriana vigente desde el año 2008, en el Ecuador se tiene un esquema económico que da pie a la inversión privada. Pero Troya (2010), afirma que el Estado tiene un gran desenvolvimiento económico, en Ecuador también rige un sistema económico que busca tener la presencia de nuevas empresas que realicen la producción y el intercambio de bienes y servicios.

2.1.1 Competitividad

Actualmente las industrias afrontan cambios a diario en su entorno por lo que es primordial diferenciarse con características inigualables de la competencia con la finalidad de poder así permanecer dentro del mercado. Éste mercado exige que dichas industrias se sometan a cambios radicales en su prestación de bienes y servicios dado a que hoy en día los clientes son cada vez más exigentes en la calidad de los productos. Además, gracias a la globalización cada día se presentan competidores que tienen acceso a nuevos mercados y esto hace que las industrias inyecten más capital en innovación generando así mayor productividad.

Para poder entender mejor la palabra “competitividad” a continuación se explicaran diferentes teorías económicas tales como la de Krugman, Rojas, Ivancevich, Haguenuer, Mota, Muller y Porter.

Para Krugman en (Bianco, 2007, p. 4) “competitividad es una palabra sin sentido cuando se aplica a la economía nacional. Y la obsesión por la competitividad es tan engañosa como peligrosa”

Según (Rojas y Sepúlveda, 1999, p. 18) define competitividad como:

“un concepto comparativo basado en la potencia o capacidad de las empresas en resolver sistemáticamente problemas producidos en una cadena agroalimentaria localizada espacialmente, para mantener, aumentar y renovar de manera permanente su participación en el mercado, tanto nacional como internacional, a través de la fabricación, comercialización y venta de bienes y servicios en el tiempo”.

Basados en estas teorías se puede definir a la competitividad como una base primordial para que las industrias sean más productivas ante las exigencias de los mercados actuales. Dichas exigencias podrán ser superadas implementando el uso de nuevas tecnologías y sobre todo capacitando al personal técnica y teóricamente para obtener así una máxima productividad.

El enfoque de Ferraz, Kupfer, y Haguenuer, en (Bianco, 2007, p. 16) sostiene que “la competitividad es un fenómeno dinámico en el cual la principal variable es la capacidad de las empresas o industrias en implementar un plan de acciones que desarrollen ventajas competitivas, que a su vez, está establecido por la trayectoria pasada y los procesos de aprendizaje”.

En (Corona, 2007, p. 57) “la competitividad es una variable multifactorial: formación empresarial, habilidades administrativas, laborales y productivas, la gestión, la innovación y el desarrollo tecnológico.”

Dado los enfoques de los autores antes mencionados se puede concluir que para que una industria o empresa sobresalga competitivamente, deberá gozar de capital para financiar así las operaciones de innovación y segmentación.

Por su parte Muller, en (Rojas y Sepúlveda, 1999, p. 10) expresa que existen palabras concretas, exactas y extensas que cumplen la función de formar conductas y perspectivas; dentro de éstas se encuentra “competitividad”.

Además Mathis y otros (1988) en (Ministerio de Economía de la Provincia de Buenos Aires, 2006, p. 11) afirma que “la competitividad es la capacidad para vender aquello que es producido logrando generar la mayor satisfacción en los compradores”.

Fundamentando las teorías anteriores se puede deducir que para que una empresa sea más competitiva debe tener un nicho de mercado definido especializándose por tipo de cliente y por tipo de producto a ofrecer. Además estas industrias o empresas podrían obtener ventajas competitivas logrando costos más bajos para así tener mayor aceptación en el mercado.

Para el Foro Económico Mundial (2013), en *The Global Competitiveness Report* (Schwab, 2013, p. 6) la competitividad es “el conjunto de elementos claves que sirven para establecer el grado de productividad de una nación o empresa”.

Motta, Zavaleta y Llinás. (2005) en (Morero, 2010, p. 192) considera que “la competitividad es un fenómeno sistémico, que surge de la influencia entre el

Estado, las industrias, las empresas intermediarias y la capacidad de la sociedad de hacer buen uso de los recursos”.

Por otro lado Ivancevich y Lorenzi (1997) en (Labarca, 2007, p. 160) definió competitividad como “la medida en que una nación, bajo entornos donde el precio de los bienes - servicios es pactado entre los compradores y los vendedores, puedan producir bienes que logren superar con éxito las pruebas de los mercados extranjeros para así aumentar con el tiempo el ingreso real de sus habitantes”.

Para justificar las teorías anteriormente mencionadas se puede indicar que en la economía mundial existen países que tienen ventajas competitivas con respecto a los demás. ¿Por qué sucede eso? La competitividad de cada país depende de la abundancia de los recursos económicos que éstos posean dado que ciertas naciones pueden implementar técnicas como el subsidio o incentivo hacia algún sector industrial determinado o también éstos pueden implementar políticas económicas como la protección o promoción de sus exportaciones. Adicional se hacen referencia a las siguientes definiciones:

Tabla N° 1.

Definiciones de Competitividad

DEFINICIONES DE COMPETITIVIDAD	
La competitividad es:	Autor/es
Una medida de las empresas de elaborar y comercializar bienes a precios más bajos que los de la competencia; logrando así que los productos sean más llamativos para los futuros consumidores.	European Management Forum (1980)
La capacidad de una industria de producir bienes solicitados por algunos consumidores, usando materiales en niveles iguales o inferiores a los que prevalecen en industrias muy parecidos en las otras naciones, durante un periodo.	Haguenauer (1989)

La competitividad son todos los factores utilizados para la producción de un bien determinado.	Buckley y otros (1988)
La capacidad de una nación de vender en el mercado internacional, sin descuidar su mercado interno respecto a un alza de las importaciones.	Chesnais (1981)
Es la destreza que tiene una nación de lograr de manera frecuente altas tasas de crecimiento (PIB).	World Economic Forum (WEF, 1996)
“La habilidad de las empresas, industrias, regiones y países de generar altas oportunidades de trabajo mientras están expuestas a la competencia internacional”.	OCDE (1996)
La destreza que tiene una nación de crear, producir y distribuir productos en el mercado internacional.	Scott y Lodge (1985)

Fuente: Ministerio de Economía de la Provincia de Buenos Aires. (2006). Competitividad: marco conceptual y análisis sectorial para la Provincia de Buenos Aires: *74 cuadernos de Economía*

Elaboración: Autor.

2.1.1.1 Competitividad en el pensamiento clásico

La teoría expuesta a continuación del pensamiento del filósofo Adam Smith explica la fuente de crecimiento y desarrollo de un país. Para esto toma en cuenta a dos factores primordiales como son la división de trabajo y la inversión; como un impulsor de la economía dentro del proceso del desarrollo económico.

Según Adam Smith (1723-1790) en (Gracia, 2008, p. 14) explica a la competitividad bajo los fundamentos división de trabajo e inversión. La primera estipula que es el principio del capital económico que da como resultado el alza del rendimiento laboral, “la división del trabajo y la inversión”. La División del Trabajo es la fuente de riqueza económica que

tiene como efecto: aumento de la productividad laboral y la oportunidad de generar la invención de nueva maquinaria. “La concentración y dedicación del trabajador hace que éste sea más eficaz, logrando así aumentar los niveles de competitividad”.

2.1.2 Entorno macroeconómico

Los escenarios macroeconómicos, políticos, legales y sociales generan oportunidades y amenazas para generar enriquecimiento por parte de las industrias.

Según Esser y otros (2008) indican que es principal un estado macroeconómico sin variables que permitan un crecimiento seguido de la competitividad.

En épocas de crisis es muy difícil poner las bases para un futuro exitoso en el contexto internacional. Los principales problemas de las variaciones macroeconómicas serían los déficits presupuestarios y déficits en la balanza de pagos.

Los primeros producen una inflación y desinterés en los inversionistas y los segundos contribuyen a elevar la deuda externa.

2.1.3 Competitividad: enfoque de comercio internacional

Es evidente que en un mundo actualmente globalizado los países busquen integrarse cada día más en entornos comerciales y financieros, sacando provecho de sus recursos naturales. Sin embargo, la clave para lograrlo es una adecuada gestión de dichos recursos por parte del estado; como fomento al comercio internacional.

Según la (UNAM, 2010, p. 3) indica que “sin mencionar un país en específico el comercio mundial es el flujo de todas las relaciones comerciales internacionales. En sí, es el conjunto de transacciones comerciales y financieras, como también las operaciones que se realicen entre países”.

Para (Labarca, 2007, p. 166) “la competitividad es lo que establece si las empresas lograrán beneficiarse de las oportunidades que brinda el mercado internacional”.

Analizado las teorías mencionadas se puede afirmar que dichas transacciones comerciales son realizadas en base a sus productos que tengan ventaja competitiva y en caso de no serlo, éstos deberán especializarse con la finalidad de fortalecer así sus economías.

La competitividad está relacionada con la capacidad de un país de fabricar, producir, distribuir, productos o servicios en el mercado extranjero, manteniendo utilidades, Harvard Bussiness School en (Rojas y Sepúlveda, 1999, p. 17).

2.1.4 Competitividad en el sector agrícola

En innumerables naciones el sector agrícola es un factor primordial en su economía y desarrollo social, por lo cual el Estado cumple un rol importante en el fomento e incentivo de la agricultura con la finalidad de lograr en un futuro ser competitivos tanto nacional como internacionalmente. Para esto también es elemental la implementación de leyes que protejan a los productores como la restricción de ciertas importaciones de productos agrícolas.

Dado esto los siguientes filósofos como Devereux y García explican lo siguiente:

La mejor estrategia implementada por un Estado para bajar la pobreza es la política compensatoria. Como resultado a esto se obtiene que la gente pobre han demostrado ser enormemente creativos en utilizar dicho dinero en inversiones productivas tales como: siembra de algún fruto y compra-venta de productos de consumo masivo, Devereux (2002) en (Kjöllerström, 2004, p. 8).

Por su lado García (1995) en (Rojas y Sepúlveda, 1999, p. 16) afirma que “la competitividad del sector agroalimentario es su capacidad para colocar los bienes que produce en los mercados, bajo condiciones leales de competencia, de tal manera que se traduzca en bienestar en la población”.

Como lo dicen las teorías antes mencionadas, el objetivo de la competitividad en el desarrollo agrícola tiene como base aumentar su producción adoptando incentivos económicos y tecnologías para así asegurar el trabajo y la generación de efectivo aminorando así la pobreza de un país. Cabe mencionar que ciertas naciones adoptan prácticas antidumping para proteger así su mercado nacional.

2.1.5 Crecimiento económico

Para una nación el crecimiento económico es en sí el ritmo al que se incrementa la renta (bienes y servicios) que se producen en una economía, a corto plazo o a largo plazo. Dicho esto, Labarca indica lo siguiente:

“En un país que goza de estabilidad macroeconómica la competitividad de las empresas que están ligadas al comercio internacional y a la inversión extranjera puede ofrecer una forma de asegurar al incremento de la producción de bienes y servicios de una economía”, (Labarca, 2007, p. 166)

Dicha teoría en sí explica que gracias a que las empresas son competitivas en el mercado, éstas favorecen al desarrollo socioeconómico de una región;

esto brinda estabilidad, confianza y atracción de capitales (inversión nacional o extranjera).

En cambio para Fernando Fajnzylber en (Gracia, 2008, p. 16) la competitividad es la destreza de una nación para mantenerse y expandirse en por el mundo y aumentar así el nivel de vida de la mayoría de la población. Cabe mencionar que para esto se requiere que se eleve la productividad en el cual se aumenta la cantidad producida sin variar la cantidad de elementos utilizados.

Afirmando la teoría anterior un país que es productivo influye de manera determinante en la rentabilidad de sus empresas e industrias. Un país competitivo es un país que genera riqueza, es por eso, que las empresas se ven en la necesidad de innovar frecuentemente sus productos para así no perder posicionamiento en el mercado.

En un trabajo publicado por Rostow (1961) y Taafe (1963) en (Rozas Y Sánchez, 2004, p. 18) Rostow, manifiesta que la fórmula del crecimiento económico es la siguiente:

Crecimiento económico = f (stock de infraestructura pública, tasa de crecimiento de la inversión, etc.)

Ante lo mencionado anteriormente se puede recalcar que los servicios de infraestructura eran unas de las políticas primordiales para el desarrollo, especialmente para ciertas naciones que han apostado su crecimiento hacia el mercado internacional.

Los elementos determinantes para el desarrollo económico están ligados explícitamente a ciertas características económicas y sociales de los países y se lo explica de la siguiente manera:

Crecimiento económico = f (producto del sector manufacturero relativo al rural, participación de la inversión en el producto interno bruto, introducción

de tecnología en el sector manufacturero, cooperación relativa de la mano de obra en sectores manufacturero y rural, y grado de urbanización de la economía), Fotel (1964) en (Rozas Y Sánchez, 2004, p. 18)

Dicho lo anterior se puede indicar que para que un país se desarrolle económicamente es necesaria la participación de diferentes áreas como la mano de obra, la innovación y la inversión nacional y extranjera.

2.1.6 Balanza de pagos

Actualmente gran parte de las naciones están vinculadas ya que mantienen relaciones económicas y financieras entre ellas, dichas transacciones se registran en la balanza de pagos. Para tener una idea más clara sobre este concepto el Fondo Monetario Internacional explica lo siguiente:

La balanza de pagos es el registro de todas las transacciones entre los residentes y no residentes en un lapso de tiempo establecido, (FMI, 2009, p. 7). Adicional están la cuenta corriente, la misma que detalla flujos de bienes, servicios, ingresos, cuenta de capital y cuenta financiera.

En sí, esta es el dinero que gana un país debido a las exportaciones con respecto a lo que gasta en sus importaciones, esto dará bien un resultado positivo o negativo.

2.1.6.1 Cuenta Corriente:

En este tipo de cuenta comprende los pagos que el país ha realizado a otros países por concepto de pago de bienes y servicios.

La cuenta corriente reúne principales cuentas dentro de la balanza de pagos, la cual nos indica los flujos de bienes, servicios e ingresos entre residentes y no residentes.

En conclusión, ésta cuenta corriente se enfoca en exportaciones importaciones y también los ingresos en un periodo de tiempo.

Cuenta de bienes y servicios

En esta cuenta se registrarán todas las transacciones originadas por la prestación de un bien o servicio.

Esta cuenta se refiere al instante en que se produce un intercambio de bienes y servicios entre residentes y no residentes. (FMI, 2009, p. 160) “en las cuentas nacionales se refiere a aquellos que satisfacen las necesidades de las personas, aquellos que al transformarlos quedan bienes de consumo final y para terminar a la utilización de bienes para la producción de otros bienes”.

Dicho esto, cabe mencionar que los precios de bienes y servicios son definidos por la oferta y demanda. A una mayor oferta menor será el precio estipulado en el mercado y a una mejor oferta mayor será el precio estipulado en el mercado.

El servicio es el resultado de una actividad productiva que varía el estado de las unidades consumidoras o agiliza el intercambio de productos o activos financieros.

Afirmando el párrafo anterior no está de más decir que los servicios ofrecidos buscan satisfacer las exigencias del mercado en que se encuentran.

Ingreso primario

Este tipo de cuenta detalla el retorno que le pertenece por contribuir al proceso productivo, proporcionar mano de obra y por la renta de los recursos naturales.

En esta cuenta hay varios componentes, tales como: inversión directa, inversión de cartera y activos de reserva.

Aparte de los componentes antes mencionados existen los siguientes: compensación de empleados, dividendos, intereses y renta.

Ingreso secundario

Este tipo de cuenta detalla transferencias realizadas por la provisión de un bien, un servicio y activos financieros.

Describe esta cuenta como transferencias corrientes entre residentes y no residentes, (FMI, 2009, p. 224) En esta cuenta se registran varios tipos de transferencias corrientes. Cabe mencionar que este tipo de ingreso conjuntamente con el ingreso primario influye en ingreso nacional disponible.

Para finalizar, no está de más decir que esta cuenta incluye las remesas de los trabajadores, loterías y juegos y otras transferencias corrientes (impuestos directos, contribución y beneficio social).

2.1.6.2 Cuenta de Capital

En este tipo de cuenta se registra las ayudas provenientes del extranjero y la compra de bienes no financieros.

La cuenta de capital detalla asientos de compras y ventas de activos por ejemplo acciones entre residentes y no residentes. Además muestra la compra y disposición de los activos no financieros (maquinaria, equipos, edificios, tierras) entre residentes y extranjeros, (FMI, 2009, p. 9)

El saldo de la cuenta de capital se obtiene del total de activos no financieros (contratos, licencias) menos los débitos de la transferencia de capital (condonación de deudas).

Para concluir, el gobierno de un país puede someter a esta cuenta a medidas de control y entre estas esta la prohibición de alguna transacción.

2.1.6.3 Cuenta Financiera

Este tipo de cuenta registra los préstamos que el país solicita a países o bancos extranjeros y las inversiones que los países extranjeros realizan en el país.

La cuenta financiera detalla la compra y disposición neta de activos y pasivos, FMI (2009, p. 10). Estas transacciones se las puede encontrar en la balanza de pagos, en sí, en las cuentas de activos y pasivos.

Concluyendo la teoría anterior cabe mencionar que en dichas adquisiciones incluye componentes tales como: bonos, acciones, préstamos y depósitos.

Para finalizar lo antes dicho es importante mencionar que esta cuenta está estructurada por más cuentas tales como: inversión directa, inversión de cartera, variación de reservas y otras inversiones.

2.1.7 Factores determinantes de la competitividad

En un entorno de mercados donde existe un sin números de competidores el fortalecimiento empresarial es muy importante ya que así la empresa podrá asegurar sus operaciones y crecimiento. Dicho esto la siguiente teoría explica:

Según (Molero y Valadez, 2005, p. 76) indican que los factores de competitividad son los siguientes:

Las condiciones de infraestructura,
Las estrategias de las empresas multinacionales,
El grado de apertura comercial,
El nivel educativo,
La política industrial,
La innovación tecnológica

Afirmando la teoría anterior se puede decir que dichos elementos son imprescindibles para ser competitivos en un mercado globalizado donde se encuentran empresas que son iguales o superiores al resto.

La competitividad es una cualidad de las industrias, no de los países. Ésta está determinada por cuatro atributos primordiales como: entornos de los factores, entorno de la demanda, industrias vinculadas y de apoyo. Dadas tales cualidades se entiende el por qué las industrias innovan y logran seguir manteniéndose competitivas en el mercado Porter, (1996) en (Rojas y Sepúlveda, 1999, p. 17).

Para finalizar es importante mencionar que para analizar el rendimiento económico de una empresa competitiva se deberá justificar si la utilidad obtenida es relativa ante la inversión hecha.

2.7.1 Condiciones de infraestructura

Las condiciones de infraestructura en los países es un tema de muchísima importancia dado que algunos tienen una ventaja competitiva insuperable con respecto al resto. Los gobiernos son las entidades en fomentar tener una infraestructura moderna que se preste y aseguren las operaciones de un sector.

Según el BID (2000) en (Rozas Y Sánchez, 2004, p. 9) define a la infraestructura como “el conjunto de estructuras de ingeniería e instalaciones, normalmente, de larga vida útil”. Ésta establece la base sobre la cual se produce la prestación de servicios que se consideran indispensables para el desarrollo de fines productivos, políticos, sociales y personales.

Para concluir, es importante impulsar y acelerar el progreso de las infraestructuras para el desarrollo económico de la nación. Existen varios sectores que se beneficiarían con esta inversión y entre estos está el sector logístico. Éste sector está interesado en reducir costos de transportación y sobre todo de minimizar los días de transito de un producto determinado.

2.7.2 Estrategia de las empresas multinacionales

Estas empresas cuenta con experiencia en otros mercados ya que ellos al poseer grandes ganancias reinvierten en nuevos países para poder expandirse en nuevos mercados, según (Claver, E y Quer, D, 2000, p.112), encuentra que varias empresas han logrado la internacionalización debido a que tienen como estrategia la creación de un equipo de representantes, presencia en ferias, elevados gastos de publicidad, alto grado de flexibilidad y acceso a nuevas formas de distribución (acuerdos contractuales, infraestructura de asociaciones sectoriales y alianzas).

Además, considera que el resto de PYMES afrontan dificultades debido a una inversión económica inalcanzable.

2.7.3 Grado de apertura comercial

Para que una nación sea competitiva la apertura comercial es un requisito imprescindible para poder desarrollarse. El gobierno y el empresario deben fijarse estrategias para poder competir con el resto y entre estos esta una reducción de sus costos y capacitaciones constantes al personal.

Según (Peres, W y Stumpo G, 2002, p. 109) la capacidad de adaptación de los mercados está directamente relacionada con sus estructuras empresariales, niveles de competitividad y sus tamaños relativos (micro, mediana y gran empresa): a mayor tamaño, mayor capacidad de reacción a la apertura comercial. Adicional se puede acotar que este puede ser un coeficiente de apertura económica o simplemente índice de apertura el cual mide el grado de apertura de la economía de un determinado país.

Sin embargo, ciertos países imponen tarifas como las denominadas barreras arancelarias con la finalidad de incentivar y proteger el sector productivo nacional. Se recalca que cuando la apertura comercial se realiza sin el acompañamiento de políticas que protejan la producción nacional, esto trae como consecuencia la destrucción de la producción nacional.

Por otro lado, tomando en cuenta el comercio exterior con relación a los demás países donde tiene relaciones comerciales, también sirve para medir la diferencia entre la actividad económica que se dedica al mercado interno y la orientada al sector externo.

2.7.4 Recursos humanos. Nivel educativo

La gestión de recursos humanos hace énfasis en sus principios básicos tales como: una perspectiva a largo plazo y una conexión con su eficiencia organizativa.

Para (Dave Ulrich, 2006, p.310), la táctica de competitividad en recursos humanos es “la creación de una estrategia, una organización y un plan de acción centrados en el objetivo de que el departamento o la función de RR.HH sea más efectiva”. El objetivo para la organización de recursos humanos es “crear, diseñar y mejorar una función de RRHH para producir servicios de RRHH”.

Éstos recursos tienen actividades como la de implementar nuevas técnicas, liderar nuevos cambios y construir alianza creando compromisos.

2.7.5 Política industrial

La política industrial es una base primordial para para el desarrollo económico de un país. . Está trae consigo inversiones provenientes desde el extranjero y generación de fuentes de empleo. Cabe mencionar que no todos los países aceptan políticas industriales impuestas por lo que el estado debe de cooperar para que intervengan con ciertos productores.

Lambsdorff, (1993) en (Rozas y Sánchez, 1994, p. 60) indica que “la prueba más radical de la política industrial han llevado a la práctica a escoger ganadores. Las posiciones contrarias a cualquier particularidad han visto en dicha práctica un intento por anular el funcionamiento del mercado”

Los procesos para la liberación y su acción para desregular financieramente han marcado la globalización de sus mercados, asignando nuevos escenarios en la determinación de los tipos de cambio y tasas de interés, (Drucker (1993) en (Rozas y Sánchez, 1994, p. 60)

Finalizando, una política industrial que sea capaz de apuntalar un cambio estructural significativo va de la mano con los incentivos, creación de fuentes de empleo y satisfacción de las necesidades.

2.7.6 Innovación tecnológica

En la actualidad, la innovación es un elemento determinante de competitividad de las empresas que buscan ser líder en un mercado. Éstos mercados cada día son más competitivos por lo que es imprescindible una renovación constante de todo su factor productivo

La actividad productiva aumenta cuando el capitalista introduce tecnología de punta a la fábrica, logrando así que la clase obrera pueda producir más de lo que se producía anteriormente, Carl Marx (1818-1873) en (Gracia, 2008, p. 15) Adicionalmente, indica que la productividad del trabajo se ve reflejada en la fuerza laboral utilizada por un individuo para producir un determinado bien.

Concluyendo con lo antes dicho, se recalca que la innovación es una introducción a nuevos mercados existentes que tiene como meta cumplir con las exigencias de los mercados a lo que se está segmentando.

2.1.8 Cooperación entre empresas

En un mundo de rápida globalización para que las empresas puedan trabajar mutuamente deben plantearse una cooperación con la finalidad de llegar a un beneficio común. Algunas empresas comparten recursos, capacidades o actividades con la finalidad de aprender mutuamente.

Porter indica que en ciertos mercados de bienes y servicios, las empresas con éxito competitivo a nivel internacional suelen provenir de un mismo lugar, (Buitelaar, R, 2000, p. 2)

Para culminar, en el mercado se puede encontrar un sin número de empresas pero solo unas cuantas lograrán sobresalir ante el resto. Como los principales motivos para la cooperación consta la expansión internacional, compra de tecnología, acceso a mercados y la mejora de la posición competitiva.

2.1.9 Formas de medición de la competitividad

Actualmente, un país competitivo permite su desarrollo tanto económico, como social. Hoy en día, existe un índice de competitividad basados en los

siguientes parámetros: infraestructura, eficiencia en el sector laboral, tamaño del mercado, salud y educación primaria, innovación, entre otras.

La competitividad se traduce en la habilidad que tienen las personas para lograr alcanzar así un mejor estilo de vida. A nivel nacional, la competitividad se calcula por el nivel de vida y su crecimiento, el nivel y crecimiento de su productividad y la habilidad de las industrias nacionales al aumentar sus ventas en los mercados internacionales por medio de las exportaciones.

Se puede concluir diciendo que la competitividad de cada país es muy importante debido a que esto concede a que sus empresas puedan inyectar más capital con el propósito de que sean más productivas.

2.1.10 Estrategias de internacionalización de las empresas

Gracias a la globalización y a los avances tecnológicos en materia de transporte las empresas hoy en día tienen la posibilidad de internacionalizarse bajo los criterios de exportación, inversión directa y compra de franquicias.

Según Depperu&Cerrato (2006) indica que todas las empresas están relacionadas con las fuentes de creación de la competitividad (competitividad ex - ante), rendimiento en el extranjero (competitividad ex – post).

Dicho lo anterior, las empresas deben hacer una evaluación profunda de a qué mercado desean internacionalizarse como también de los obstáculos que puedan presentarse.

Para Alic (1987) en (Rojas y Sepúlveda, 1999, p.16) indica que la competitividad es la habilidad que tiene una empresa en diseñar, desarrollar, producir y vender sus productos con respecto a la competencia.

Acorde a lo mencionado, es importante que la empresa tenga a la mano más estrategias (canal para exportar, diversificación, plan de acceso) para asegurar así su triunfo.

2.1.11 La competitividad en la sociedad global

A nivel mundial, el proceso de globalización de los mercados influye en que naciones se fortalezcan cada día. En un mundo actual para ser competitivos hay que generar una mayor producción aplicando costos bajos.

La globalización es un fenómeno de integración entre las diferentes regiones del mundo caracterizado el comercio. El desarrollo de nuevas tecnologías de la información y la comunicación son cada vez más imprescindibles para las industrias, las mismas que pueden interactuar de manera más fluida tanto dentro como afuera.

A lo mencionado se puede indicar que ante las exigencias de los mercados nacionales e internacionales las empresas y naciones deben implementar constantemente técnicas que ayuden al fortalecimiento de las mismas.

Porta (2005) indica que para cada país la economía mundial es una fuente de oportunidades y amenazas. La primera, debido a que existe la posibilidad a expandirse a nuevos mercados. La segunda, dado que continuamente aparecen nuevos competidores y las fluctuaciones cíclicas.

Si bien es cierto, existe una gran oportunidad en el mercado tanto para importar como para exportar. Los gobiernos de cada nación han apuntado a normas legalmente establecidas como barreras arancelarias y practicas antidumping con el objetivo de cuidar la producción nacional.

Rodríguez (2001) manifiesta que persisten desventajas para los países subdesarrollados, dado que éstos deben afrontar inconvenientes para

fortalecer una estrategia de negociación. Además indica que la fusión de varias actuaciones puede permitirles justificar la situación de cada país.

Los países sub desarrollados tienen una desventaja enorme con respecto a los desarrollados y esto se debe a la falta de innovación moderna, infraestructura adecuada y solvencia económica.

A todas las características antes indicadas cabe mencionarse que para que una empresa o nación pueda internacionalizarse ésta debe tener la capacidad de operar rentablemente para así poder competir o trabajar en los mercados.

2.1.12 La competitividad en América Latina

Como ya se ha mencionado antes, competitividad es la capacidad de llegar a satisfacer a un cliente con costos más bajos que el de la competencia. En un escenario internacional los países más competitivos pertenecientes a este bloque lograrán mantener su cuota de mercado a nivel internacional.

Los países pertenecientes a Latinoamérica se inclinan a la exportación de materias primas ligada a los avances tecnológicos y los altos estándares de calidad. En la producción agrícola la eficiencia puede verse incrementada por la implementación de nuevos procedimientos. La apertura al comercio, inversiones y cambio tecnológico han beneficiado la creación de cadenas de valor a nivel internacional.

Dicha la teoría anterior se recalca que para que una nación sea competitiva ésta debe de gozar de muchos factores para competir con el resto. Entre estos están: maquinaria de última tecnología y la inversión de capital.

Buitrago (2006) menciona que la implementación de un limitado valor agregado a los productos agrícolas y mineros representa una gran

desventaja. Los países asiáticos han conseguido incorporar paulatinamente tecnología en sus manufacturas y servicios, convirtiéndose así en importantes comerciantes de los mismos. Para adaptarse con éxito al entorno extranjero se requeriría una apropiada infraestructura, inversión al área de investigación y por último brindar acceso a la educación.

Acorde a lo expuesto, una nación para destacarse competitivamente ante las demás tiene que realizar inversiones altas en cuanto a la maquinaria y técnicas de capacitación.

América Latina debería sacar provecho de todos sus recursos naturales con la finalidad de crear ventajas ligadas con la innovación. Se puede lograr que ciertos sectores se introduzcan en el mercado internacional y consigan ser más competitivos; con respecto a los demás.

De acuerdo al párrafo anterior, los gobiernos de cada país deberían implementar incentivos en las diferentes áreas mencionadas con el objetivo que la nación sea más productiva y a su vez más competitiva.

En América Latina la infraestructura vial tiene muchas limitaciones, que desfavorece para su competitividad e impide su desarrollo.

A esto, es primordial que el estado invierta en infraestructura vial lo cual traería ventajas para diferentes sectores del país, como son: agrícola, textil y transportista.

2.1.13 Competencia internacional

Definir a la competitividad internacional es la habilidad de un país para alcanzar objetivos primordiales de la política económica, tales como la eficacia productiva (crecimiento económico y la creación de empleos), sin incidir en inconvenientes en la balanza de pagos.

Jones y Teece (1998) en (Rojas y Sepúlveda, 1999, p. 16) manifiesta que la competitividad es la razón por la cual un país produce bienes y servicios que logren satisfacer las expectativas de los compradores, y a la vez, aumente su producto interno bruto y su producto interno bruto per cápita.

2.1.14 Modelo de competitividad de Michael Porter

A nivel general Porter explica que “la competitividad se explica a partir de la productividad con que se empleen los recursos de una nación” (Claro, 2000, p 2)

Indica que la competitividad de una empresa o industria está establecida por un sin número de cualidades fundamentales de su base local, (Rojas, 1993, p 262), Además menciona que el progreso de un país depende de cuan competitivas y productivas sean sus empresas. En un mundo globalizado, hoy en día las características competitivas de una empresa son copiadas y mejoradas por los competidores; es por eso que, las empresas para seguir siendo competitivas deben innovar permanentemente todos sus productos.

Adicional a esto Porter señala lo siguiente

Indica que cuatro elementos que determina el nivel de competitividad de una industria. El primer elemento es el precio e indica que para determinar ese factor interceden varios elementos económicos, como los costos de producción, el margen de beneficio deseado y las economías de escala. Además argumenta que las industrias más exitosas compiten entre sí basándose en resaltar las características de calidad del producto y no en el precio.

El segundo elemento es el producto e indica que si éste goza de atributos en la calidad, imagen y exclusividad lo hace más atractivo para un posicionamiento dentro de los mercados. Las características deseadas del

producto dependen del mercado al que desee introducirse y para esto hay que asesorarse en elementos tales como el diseño, tamaño, etiquetas y empaquetado. Cabe mencionar que si el producto ha tenido gran aceptación a nivel nacional, tiene grandes posibilidades de tener éxito en el exterior.

El tercer elemento hace referencia a la promoción e indica que “a la hora de analizar los patrones de demanda para alimentos agroindustriales procesados, las características del producto y su diferenciación resultan muy importantes, al igual que los gastos en publicidad, la lealtad a determinada marca y las estrategias desarrolladas para los mercados meta de la empresa”. Además manifiesta que la publicidad es el medio por el cual las empresas dan a conocer un producto y también se utiliza para fortalecer el nombre de cierto producto con respecto a los de su competencia, (Rojas, 2002, p. 171).

Por último elemento menciona a la posición o localización geográfica y expresa que existen varios elementos que determinan la competitividad de las agroindustrias, pero no todos éstos pueden ser controlados por la empresa. Como ejemplo podemos mencionar las condiciones económicas, sociales y ambientales de un país determinado.

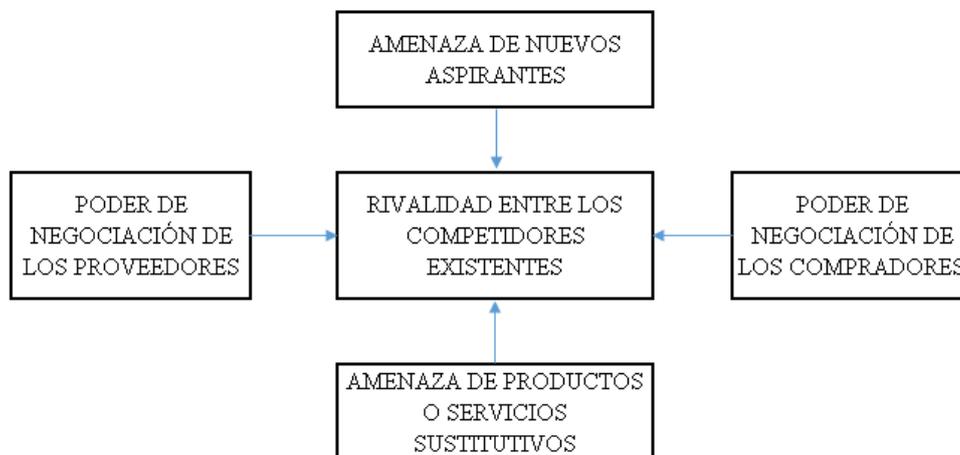
Cabe mencionar que además existen otros factores que intervienen para el posicionamiento o segmentación, tales como: geográfica (subdivisión de mercados), demográfica (edad, género), territoriales (distancias, facilidades de transporte), condiciones agroecológicas (práctica de agricultura ecológica) y elementos climáticos (temperatura, humedad),

Para Porter la competencia no se produce únicamente entre los competidores directos. La naturaleza de la competitividad y la rivalidad por ganar beneficios se produce entre las siguientes fuerzas competidoras: la rivalidad entre los competidores existentes (ventaja competitiva sobre las empresas rivales), los nuevos aspirantes (empresas nuevas en el mercado),

poder de negociación de los compradores (afecta la intensidad de la competencia), productos o servicios sustitutos (rivalidad con fabricantes de dichos productos) y el poder de negociación de los proveedores (afecta a la intensidad de la competencia). Entender las fuerzas antes mencionadas revela los principios de la rentabilidad actual pudiendo así influenciar la competencia en un futuro.

Gráfico N° 1.

5 fuerzas de competitividad



Fuente: (Porter, 2009)

Elaboración: El Autor

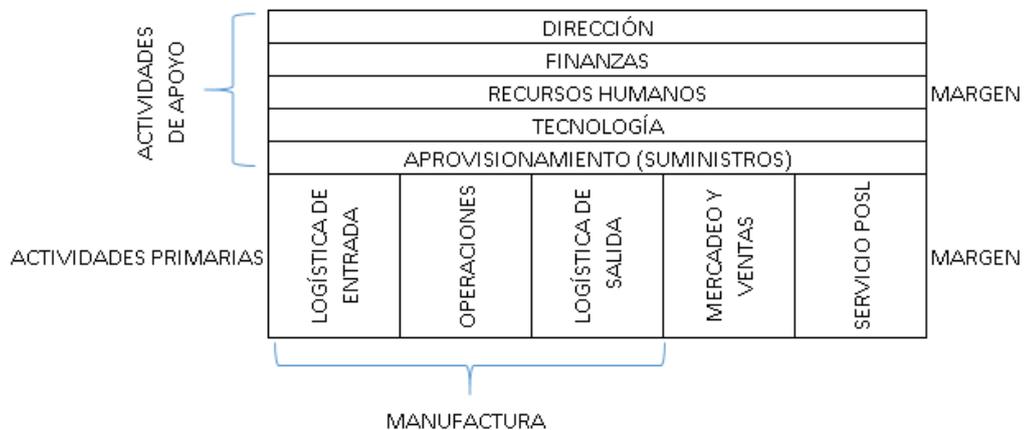
2.1.15 Cadena de valor

Para Porter la cadena de valor se divide en cinco etapas que se detallan a continuación: logística de entrada, operaciones, logística de salida, mercadeo-ventas y servicio postventa.

La primera etapa hace referencia a la recepción, almacenamiento, control y devoluciones de la materia prima (manejo de materiales). La segunda etapa

consiste en la transformación de los insumos, así como también en el ensamblaje, empaqueo de los productos (pruebas control de calidad, mantenimiento de la planta). (Francés, 2006, p. 147) la tercera fase se refiere a la distribución y almacenamiento de los productos (transporte de productos). La cuarta etapa consiste en facilitar la adquisición de los productos a los compradores (publicidad, estudio de mercado) y la quinta consiste en los servicios ofrecidos a los compradores finales (garantías, instalación, mantenimiento),

Gráfico N° 2.
Cadena de valor.



2.2 MARCO CONCEPTUAL

En el presente trabajo se contempla los siguientes conceptos, a partir de las aportaciones de Michael Porter. Es conocido que existe diversidad de definiciones para los temas de competitividad. Con el fin de realizar la lectura en este trabajo, en un mismo lenguaje, se aclara la utilización de los siguientes términos.

Competitividad

Uno de los aspectos más importantes dentro de la exportación a los diferentes mercados es la competitividad, debido a que permite introducir productos con ventajas diferenciadoras en relación a la competencia en nuevos mercados.

Porter (1985) en (Labarca, 2007, p. 160) toma en consideración la capacidad de las empresas para producir productos en mejores factores precios, calidad y oportunidades que sus oponentes.

La competitividad puede ser definida como uno de los factores de producción que no solo se refiere a la calidad del producto sino también a los precios, oportunidades, destrezas, habilidades y experiencias como tal; con respecto a las demás empresas.

Productividad

La productividad es un indicador que revela cómo se están usando los recursos de una economía en la producción, sean estos de bienes o servicios.

La productividad es una relación de factores utilizados y productos logrados y muestra la eficiencia con la cual los factores humanos, capital, conocimientos, etc., son utilizados para producir bienes y servicios en el mercado”, Levitan (1984) en (Martínez De Ita, 1998, p. 2).

Litré (1883) en (Martínez De Ita, 1998, p. 28) acota que la productividad es la “Facultad de producir”.

OCCE (1950) en (Martínez De Ita, 1998, p. 29) calcula la productividad de la siguiente manera: “Cociente que se obtiene al dividir la producción por uno de los factores de producción”.

Podemos culinar que la productividad es un indicador que mide la eficiencia de los recursos para tener como fin un bien o servicio.

Cadena de valor

Es una herramienta de estudio, análisis e investigación que ayuda a facilitar la comprensión de algo tan complejo como es la estrategia de una empresa. Al parecer cualquier actividad en la cadena de valor de una empresa impacta directamente a comunidades, lo cual puede terminar en consecuencias para la sociedad, Porter y Kramer (2006).

5 fuerzas competitividad

Es un modelo estratégico que establece un plan el cual debe de ser bien elaborado para poder maximizar los recursos y superar a las competencias, cualquiera que sea el rumbo de la empresa. Por el contrario no se puede vivir en el mundo de los negocios. Los cuales son: Amenaza de nuevos aspirantes, Poder de negociación de los proveedores, Amenaza de productos o servicios sustitutos, Poder de negociación de los compradores y Rivalidad entre los competidores existentes

Competidores

Los competidores son rivales que adoptan muchas formas en el mercado, entre las cuales están los precios, nuevas mejoras en el producto, etc. Siempre buscando llevar la mayor utilidad en la industria.

Competidores potenciales

Los futuros competidores son las industrias con la capacidad de ingresar al mercado a competir con las otras en un sector definido, Porter (1982) en (Baena, E y otros, 2003, p. 62).

Partiendo de lo indicado por Porter podemos acotar que son competidores que para ingresar a un sector determinado deben pasar las barreras de entradas que existen y además las represalias de las empresas pertenecientes al sector.

Lo cual indica que estos competidores potenciales sean una amenaza para los nuevos competidores que desee ingresar al sector.

Mercado

El mercado es un conjunto de compradores donde estos comparten una necesidad la cual se puede satisfacer con una relación de intercambio. Estos compradores tienen el poder de determinar la demanda de cierto bien o servicio.

(Stanton, Etzel y Walker, p. 162) autores del libro Fundamentos de Marketing, definen al mercado como "las personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo".

Basándonos en esta teoría podemos decir que el mercado es donde las personas se dirigen a consumir sus ingresos sin tener la necesidad de gastarlo.

(Patricio Bonta y Mario Farber, p. 19) autores del libro 199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad, el mercado es "donde confluyen la oferta y la demanda. En un sentido menos amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. Por ejemplo: El mercado de los autos está formado no solamente por aquellos que poseen un automóvil sino también por quienes estarían dispuestos a comprarlo y disponen de los medios para pagar su precio"

Mercado internacional

Se le conoce como mercado internacional al conjunto de actividades comerciales realizadas entre compañías de diferentes. Se trata de una rama del comercio el cual ha venido a cobrar mayor importancia hoy en día debido al fenómeno de la globalización.

Las actividades del mercado internacional pueden incluir desde mercancías, servicios e incluso bienes financieros, los cuales día a día son

intercambiados entre distintas entidades tanto públicas como privadas en un mercado que vale miles de millones de dólares.

Productos sustitutos

Los productos sustitutos son aquellos bienes o productos que sustituyen la utilización de otros productos, de acuerdo a las necesidades del consumidor. Estas necesidades pueden ser un aumento de los precios de otro bien, un aumento en el consumo o gustos de los consumidores, (Diccionario Económico Financiero, 2006, p. 63).

Los futuros consumidores se inclinarán por un producto sustituto siempre y cuando éstos sean de mejor calidad que el original.

Proveedores

En el Ecuador se considera al proveedor como la persona natural o jurídica nacional o extranjera, que se encuentra inscrita en el Registro Único de Proveedores (RUP), tal como lo establece la Ley de compras públicas, lo habilita para proveer bienes, ejecutar obras y prestar servicios, incluidos los de consultoría, requeridos por las Entidades Contratantes.

También al proveedor se lo conoce como una entidad de negocios que ofrece a las diferentes compañías bienes y servicios diversos que son necesarios y utilizados como procesos de producción para la compañía, Carneiro (2004).

Podemos decir que un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con artículos, los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta.

Consumidores

Es un conjunto de conceptos y relaciones que explican la forma en que se comporta el consumidor, es decir, la conducta que asume para tomar decisiones para satisfacer sus necesidades.

“Los consumidores siempre eligen la mejor cesta de bienes que pueden adquirir”.

La teoría neoclásica de la elección del consumidor se puede sintetizar en la frase anterior. Como vemos consta de dos proposiciones de las que se desprende todo el análisis de la elección de los consumidores: la mejor cesta y las posibilidades de adquirir.

Eficiencia

La eficiencia es la manera de trabajar con los recursos que se tienen y llegar al objetivo indicado sin derroche de estos

“Virtud y facultad para lograr un objeto determinado. Acción con que se logra este efecto”. (Diccionario norma, p, 164)

Eficacia

Eficacia es una forma muy ágil de obtener resultados positivos en muy cortos tiempos.

Una gestión eficaz es la habilidad que poseen las empresas o industrias para alcanzar de manera rápida excelentes resultados operativos con los cuales puedan asegurar el éxito tanto a corto plazo como a largo plazo. En cuanto a resultados operativos se refiere a mejores rendimientos que los anteriores periodos, (Merli, 1997, p. 1).

Adicional a esto podemos decir que la eficacia tiene varios parámetros tales como se detallan a continuación:

Existen varios parámetros que pueden determinar la eficacia, tales como: la elección de objetivos correctos, planificación de acciones correctas para alcanzarlos, capacidad para transformar los objetivos en resultados, capacidad de conseguir que las mejoras logradas sean consolidados e irreversible, (Merli, 1997, p. 8).

Calidad

La calidad se puede desarrollar como la forma de medir las diferentes maneras de un producto en función para lo que fue elaborado

The International Organization for Standardization (ISO) indica que la calidad es un conjunto de particularidades de un objeto que tiene como rol satisfacer las necesidades explícitas e implícitas, (Carbellido, 2005, p. 16).

Philip Crosby explica que la calidad es el cumplimiento de las expectativas planteadas por el cliente, (Carbellido, 2005, p. 16).

Innovación

Innovar es cambio, dejar algo por tener un objeto mejorado que el anterior. “Innovar significa mudar o alterar algo, introduciendo novedades. Es decir, innovar podría ser sinónimo de cambiar” (Pérez, C y otros, 2014, p. 16).

Cabe mencionar que cuando se planea innovar es porque hay de hecho de fondo un problema de valor y esto afirma si existe de por medio una crisis, si somos productivos ante la sociedad o si somos productivos económicamente, (García y Marín, 2010, p. 16).

2.2 Marco legal

El marco legal de la investigación tiene como punto de partida la Constitución Política del Ecuador (2008), a Ley Reformatoria a la Ley Constitutiva del Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, Plan Nacional del Buen Vivir y Código orgánico de la producción, comercio e inversiones.

En el Art. 3 de la Constitución Política del Ecuador (2008), se encuentran los deberes del Estado con el país; entre esos deberes se mencionan el de Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo

sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para poder acceder al buen vivir.

En el Art. 281 de la Constitución se encuentra un apartado que dice que es responsabilidad del Estado impulsar su producción, consolidar su diversificación y la inclusión de tecnologías (ecológicas-orgánicas) en la agricultura. Por otro lado, fomentar el acceso del pequeño agricultor a la tierra y el agua.

En el Art. 282 de la Constitución Política del Ecuador (2008), el Estado afirma que regulara el acceso y uso a la tierra, la cual tiene como objetivo el uso social y ambiental. Por otro lado, se impide la concentración del suelo y del agua y sus fuentes.

En el Art. 284 de la Constitución Política del Ecuador (2008) se hace referencia al objetivo número 2 que explica que es deber del estado Ecuatoriano fomentar su producción, desarrollo, competitividad, innovación ligada al área científica y tecnológica, la incorporación estratégica en el sistema económico internacional y en cada acción productiva que se genere dentro de la región. Lo cual ayudaría mucho al sector agro para poder contar con tecnología adecuada para ser más competitivo en los mercados extranjeros.

En el objetivo número 3 del Art. 304 de la Constitución Política del Ecuador (2008) en lo correspondiente a la política comercial indica lo siguiente: “Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales”. Lo cual debe existir por parte del estado grandes inversiones y capacitación al sector agrícola.

En el Art. 306 de la Constitución Política del Ecuador indica que una labor del Estado en el tema de exportaciones, el cual debe promoverla mediante preferencias y lo haría dependiendo de aquellas que generen empleo y

mayor valor agregado pero en especial a las exportaciones de los pequeños y medianos productores

De acuerdo al Art. 319 de la Constitución Política del Ecuador (2008) en un apartado el Estado afirma que “promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza” lo cual incentiva la producción para que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el ámbito internacional.

En el Art. 410 de la Constitución Política del Ecuador (2008), el estado asevera que brindará a los agricultores y a las comunidades rurales ayuda para la conservación y restauración de los suelos, además para el desarrollo de prácticas agrícolas que los protejan y promuevan la soberanía alimentaria.

En el Art. 409 la Constitución Política del Ecuador (2008), para el estado es prioridad la conservación del suelo, en exclusivo su capa fértil. Se creará un marco normativo para la protección y uso sustentable que prevenga su degradación, en especial la que es provocada por la contaminación, la desertificación y la erosión.

También en el Art. 263 afirma que los gobiernos Provinciales tienen ciertas competencias y una de estas es la de Fomentar la actividad agropecuaria.

En el art 4 del Código orgánico de la producción, comercio e inversiones (2010). En uno de sus apartados indica que un fin es el de impulsar el desarrollo productivo en lugares o sectores de bajo desarrollo económico, estableciendo los principios e instrumentos fundamentales de la articulación internacional de la política comercial de Ecuador, elevar la sustitución estratégica de importaciones y Fomentar y diversificar las exportaciones.

El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado (Art 5. del Código orgánico de la producción, comercio e inversiones. 2010).

En el Art. 37 del Código orgánico de la producción, comercio e inversiones (2010) El estado garantiza incentivos para personas naturales o jurídicas que reinviertan sus utilidades en el país tendrán una disminución de diez por ciento en la tarifa del impuesto a la renta pero siempre y cuando la reinversión de estas utilidades sean en equipos, maquinarias y todo insumo vegetal para producción agrícola, forestal, ganadera y de floricultura.

El Consejo Sectorial de la Producción establecerá políticas de fomento para la economía popular, solidaria y comunitaria, así como de acceso democrático a los factores de producción, y una de esas acciones es la de “Financiar proyectos productivos de las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, afro ecuatorianas y montubias que impulsen la producción agrícola” (Art 22. del Código orgánico de la producción, comercio e inversiones. 2010).

Como indica el Art anterior se busca financiar proyectos que beneficien al sector productivo de todas las sociedades que pertenezcan al Ecuador.

En el Art. 2 de la Ley Reformatoria a la Ley Constitutiva del Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (2015) indica que uno de sus fines fundamentales es “impulsar la investigación científica, la generación, innovación, validación, y difusión de tecnologías en el sector agropecuario y de producción forestal”.

La finalidad del Art es incentivar al sector agropecuario mediante la ciencia, innovación, tecnología, etc. Lo cual haría más competitivo este sector.

El art 3 literal F de la Ley Reformativa a la Ley Constitutiva del Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (2015) indica que para fomentar la producción agrícola se producirá y comercializara semilla, material vegetativo seleccionándolo y demás servicios que ayudarían al sector agrícola.

El objetivo siete del Plan Nacional para el Buen Vivir (2013 – 2017) ayuda al sector agrícola a garantizar los derechos de naturaleza y además promover la sostenibilidad territorial, el objetivo ocho establece un sistema económico sostenible y el objetivo nuevo impulsa la matriz productiva.

Se puede concluir indicando que las leyes que se hacen mención en el Marco Legal buscan beneficios e incentivos para el sector agrícola y desarrollo con la ayuda de tecnología adecuada para los productores.

2.3 Hipótesis

Ante la interrogante de investigación se plantea la siguiente hipótesis:

Es baja la competitividad de la piña para su exportación a España debido a la falta de organización de los productores, altos costos de producción, la falta de moderna tecnología y la insuficiente inversión en infraestructura productiva

Variable dependiente: Competitividad de la Piña

Variables independientes:

Organización de los productores locales

Costos de producción

Tecnología

Inversión en infraestructura productiva

Por lo anterior la incidencia en la apertura de nuevos mercados ha sido moderada, perdiendo oportunidades de expansión.

CAPÍTULO III

3 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

3.1 Método

Es descriptivo, ya que se busca mostrar cómo es la competitividad de la piña para ser exportada a otros países. Se busca describir cómo se produce, en qué condiciones se produce en relación a otros países. El Tipo de investigación es cualitativa y cuantitativa, se combina la teoría con los datos de la realidad.

La investigación es de tipo cuantitativo cuando el análisis al que se refiere es numérico y estadístico, es decir “La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede” (Pita y Pétergas, 2002).

Cualitativa, es la revisión de la bibliográfica para poder construir un marco teórico. Es decir “se refiere en su más amplio sentido a la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable” (Taylor, S.J. y R. Bogdan, 2000).

Dentro de esta investigación se analizan datos numéricos y estadísticos sobre las variables relevantes a la competitividad. Además se presentan gráficos que muestran datos de las variables escogidas para el análisis de la competitividad de la piña en la apertura de mercados en el periodo 2007 – 2014.

3.2 Variables

De acuerdo a la hipótesis de la investigación planteada, para el estudio de competitividad de la piña se tienen las siguientes variables: Organización de los productores, tecnología, costos de producción, inversión en infraestructura productiva y las exportaciones Ecuatorianas de piña como índice para determinar la competitividad de la fruta hacia España; con respecto a los demás países.

Para determinar la competitividad de la piña ecuatoriana se utilizó las exportaciones de la fruta como uno de los principales indicadores de competitividad.

Para analizar la Organización de los productores de piña, se recopiló el dato a través de encuestas a productores en la cual se preguntó si tenían organizaciones o sociedades establecidas.

Para el estudio tecnología se utilizan los datos de la encuesta realizada sobre la inversión a la tecnología a los productores, para la producción de piña. Ya que no se cuenta con información estadística.

En la variable costos de producción se utilizan datos proporcionados por el MAGAP donde se mostrará el detalle. La variable inversión en infraestructura productiva se empleó las entrevistas y encuestas debido a que no existe mucha información sobre la inversión en este sector.

3.3 Fuentes de recopilación de información

La recopilación de información es un proceso detallado y ordenado con la finalidad de obtener datos que proporcionen información necesaria y pertinente para llevar a cabo un proceso de investigación y validar o no la hipótesis planteada y poder realizar conclusiones de datos reales.

La información que se utiliza para la realización del trabajo de titulación es: Secundaria y primaria.

Se utilizó como fuentes de información primaria una encuesta aplicada a una muestra de productores y exportadores de piña.

En la recolección secundaria de datos se revisó y analizó de fuentes bibliográficas como artículos científicos, revistas, libros, diarios, informes de autores como: Buitelaar (2000), Rojas y Sepúlveda (1999), El Comercio (2014), Pro Ecuador(2014), Rozas y Sánchez (2004), Molero y Valadez (2005), Martínez (1995), García (2008), Kjollerstrom (2004), FMI (2009), Ministerio de Economía de la Provincia de Buenos Aires (2006), Morero (2010), Schwab (2013), Rodríguez (2001), Ramírez (2010), Sachs y Vial (2002), Labarca (2007), Corono (2007).

3.4 Herramientas de recopilación de información.

El Instrumento de investigación principal es la encuesta. La encuesta aplicada a agricultores y exportadores de piñas, se estructuró en 4 secciones. La primera se refiere a datos generales, la segunda hace énfasis a la producción, la tercera el desarrollo tecnológico e infraestructura y por último, a la competitividad (Véase anexo No.4).

Adicionalmente, se realizó entrevistas a dueños de fincas. La guía para el desarrollo de las mismas consistió en 14 preguntas tendientes a obtener información específica sobre el sector Piñero (Véase anexo No.2).

3.5 Población y muestra

Las unidades de investigación fueron los productores y exportadores de piñas en la costa ecuatoriana.

3.5.1 Población

Para la investigación la población escogida fue la de la Región Costa lo que implica (población de Guayas, Santo Domingo y Los Ríos), personas que producen y exportan piña Ecuatoriana.

3.5.2 Muestra

La muestra representativa es de 60 personas, que se distribuirán conforme sean productores, exportadores o ambas por provincia en la Región Costa. Se aplicó encuesta a 60 personas entre las cuales se determinó que: 27 son exportadores, 16 Productores y 17 son Exportadores - Productores. Además se realizó entrevistas a 3 dueños de fincas.

3.6 Herramientas de análisis de información

Los datos analizados en la investigación son secuenciales o de series de tiempo, y corresponden al período 2007-2014.

Las herramientas que se utilizaron en la investigación para el proceso de información y el análisis de los datos fueron las herramientas estadísticas básicas, como tablas de distribución, adicional se emplearon herramientas de Excel para la elaboración de gráficos, columnas cuando se hacía referencia a cantidades, y gráficos de dispersión cuando pertenecía a porcentajes.

La combinación de las herramientas estadísticas y de Excel, además de los gráficos ayudó al procesamiento de la información, para observar la evolución de las variables de estudio y sus respectivos indicadores. Cabe recalcar, que la tecnología y los recursos informáticos disponibles fueron de mucha importancia en la investigación de campo y en el procesamiento de datos, los cuales sirvieron para analizar de manera eficiente la información.

CAPÍTULO IV

4 ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD DE LA PIÑA ECUATORIANA

4.1 Descripción de la piña

Originaria de América del Sur, la piña se cultiva en regiones que clima cálido, sus flores crecen alrededor de unos 70 centímetros y se caracterizan por ser de color violáceas. A partir del centro sus hojas se tuerce hacia afuera con el propósito de que evitar la salida del agua. Además, su fruta es de forma abombada, alargada (incluida su corona de hojas verdes) y puede llegar a medir hasta 50 centímetros y pesar cerca de 4 kilos. Su pulpa es amarillenta y se caracteriza por ser refrescante dado que su sabor oscila entre dulce y agrio. (Pro Ecuador, 2012, p. 5). A continuación se describe los principales componentes nutricionales de esta fruta no tradicional:

Tabla N° 2.
Componentes Nutricionales de la piña.

Por cada 100 g

NUTRIENTES	PESO
CALCIO	12.0
ENERGIA	45.0
PROTEINAS	0.5
CARBOHIDRATOS	11.5
SODIO	3.0
FIBRA DIETETICA	1.2
VITAMINA A	13.0
VITAMINA C	20.0
ACIDO FOLICO	11.0
NIACINA	0.3
VITAMINA E	0.1
FOSFORO	11.0
POTASIO	250.0
MAGNESIO	14.0
HIERRO	0.5

Fuente: Sistema de Inteligencia de Mercados del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia. Perfil de producto Piña.

Elaboración: AUTOR

Además cabe recalcar que la piña posee minerales como potasio, magnesio, calcio, hierro y sodio, así como vitaminas A, C y ácido fólico.

4.1.1 Tipos o variedades de piña del Ecuador

A continuación se presentara las variedades de piña a nivel mundial y se concluirá con los tipos de piña que produce el Ecuador.

A nivel mundial existe un gran número de variedades de piña, las más comercializadas son las siguientes:

Grupo de la Cayena Lisa: Es cultivada en casi todos los países productores del mundo.

Grupo de la Queen: Que se cultiva principalmente en Australia y Sudáfrica.

Grupo Red Spanish o Roja Española: Se cultiva principalmente en Cuba y Puerto Rico.

Grupo de la Singapore Spanish: Se cultiva en el sur de Asia, específicamente en Malasia

Grupo de la Pérola: Se cultiva en Brasil

Grupo de la Perolera: Es importante en Colombia y Venezuela.

(Pro Ecuador, 2012, p. 6).

Mientras que en Ecuador las principales variedades de piña cultivada para la exportación son las siguientes:

La Cayena Lisa, más conocida como Champaca o Hawaiiana, utilizada mayormente en la agroindustria.

La Golden Sweet o también conocida como MD2, la cual se caracteriza por su sabor dulce, tamaño y aroma, esta variedad es la más exportada en Ecuador.

(Pro Ecuador, 2011, p. 3).

El Ecuador gracias al clima que posee puede cultivar piña en todo el año y así abastecer a los principales mercados de exportación

4.1.2 Proceso de producción de la piña en Ecuador

Ecuador cuenta con las condiciones idóneas para el cultivo de la fruta y esto se debe a su clima cálido, además, otro factor importante es la luminosidad que la fruta recibe. El proceso de producción de piña en el Ecuador debe seguir varios ciclos que se detallan a continuación:

Preparación del terreno

Se recomienda que el proceso de siembra se lo realice en épocas de lluvia, la tierra debe estar floja y tener al menos una profundidad de 25 a 40 cm. Sus hijuelos deben estar plantados en camas, las mimas que tienen líneas separadas de 40 a 50 cm y surcos de 70 a 100 cm. Ésta distancia depende de la consistencia con la que se desee sembrar la fruta, OIRSA (1999) en (UTEPI, 2006, p. 19).

Fertilización y control de malezas

Pasando los seis meses de siembra es primordial realizar una fertilización en forma de aspersión. Además, se debe realizar una inspección meticulosamente hacia la fruta, revisando si existen malezas y en el caso de haberlas se debe aplicar herbicidas.

Inducción floral

Este procedimiento lo realiza la fruta de manera natural haciendo en sí que los frutos comiencen a madurar. La piña se caracteriza porque su maduración empieza de abajo hacia arriba.

Cosecha

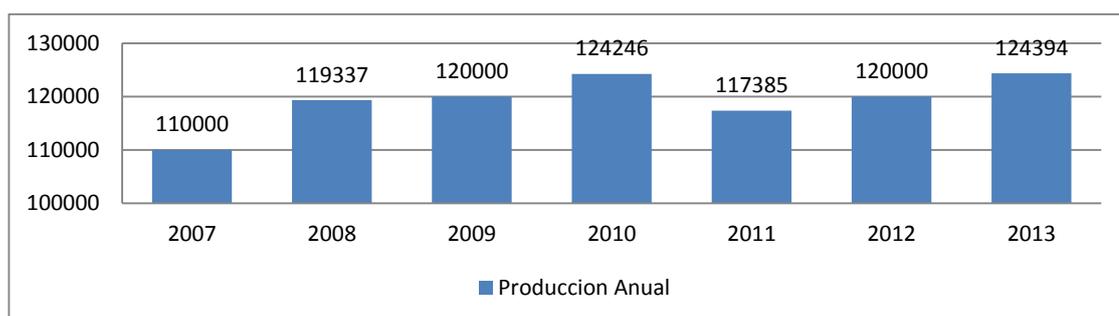
La primera cosecha es realizada entre los 14 y 18 meses desde que se sembró la planta. Se realiza un análisis de grados de maduración de la fruta,

los mismos que deben de ser de 2 a 5 grados. Se debe retirar lo hijuelos de la fruta a excepción de uno para así este crezca y se convierta en un segundo fruto. Éste segundo hijuelo se podrá cosechar a los 13 meses. La producción por planta es de 4 frutos pero es aconsejable cultivar dos dado que la planta pierde su rendimiento.

4.1.3 Producción de piña en Ecuador

Como se mencionó anteriormente la cosecha o producción de piña puede darse durante todo el año en el Ecuador lo cual indica que se pueda producir ésta fruta de manera escalonada, la producción de piña desde el año 2007 hasta 2013 ha presentado un aumento del 12% tal como muestra el gráfico a continuación.

Gráfico N° 3.
Producción de piña del Ecuador Periodo 2007-2013
(En toneladas)



Fuente: FAO

Elaboración: autor

El gráfico N.-3, está formado por la variable producción nacional de piña, dentro del periodo 2007 – 2013, cabe recalcar que aún no existen cifras de producción del año 2014; podemos visualizar las variaciones que ha tenido la producción de piña a lo largo del periodo y concluir que el mejor año en producción fue el 2013 con 124394 toneladas de piña y lo sigue el 2010 con 124246, pero por otra parte los 2 años más bajos de producción fueron 2007 y 2011.

Adicional podemos indicar que anualmente la piña Ecuatoriana ha sufrido variaciones en su producción, tal es el caso que en los años 2007 al 2008 se registró una tasa de crecimiento del 8%, al año siguiente fue del 1%, del 2009 al 2010 registro un porcentaje del 3%, en el siguiente año registro una disminución del 6% y en los periodos siguientes las tasas de crecimiento fueron del 2% y 4% respectivamente. Lo cual afirma que si ha existido variabilidad en la producción de piña Ecuatoriana.

4.1.4 Producción por regiones

En esta sección se analizara la producción de piña por Provincia, dando como resultado a la Región con mayor y menor Producción de piñas a nivel nacional. Como se puede observar en la tabla 2, a nivel nacional en el año 2010 las provincias más significativas en la producción de piña son: Guayas con el 66.24%, lo sigue Santo Domingo con 17.59% y Los Ríos con 8.34%.

Tabla N° 3.
Producción por Provincias
Periodo 2001-2010.
(En Toneladas)

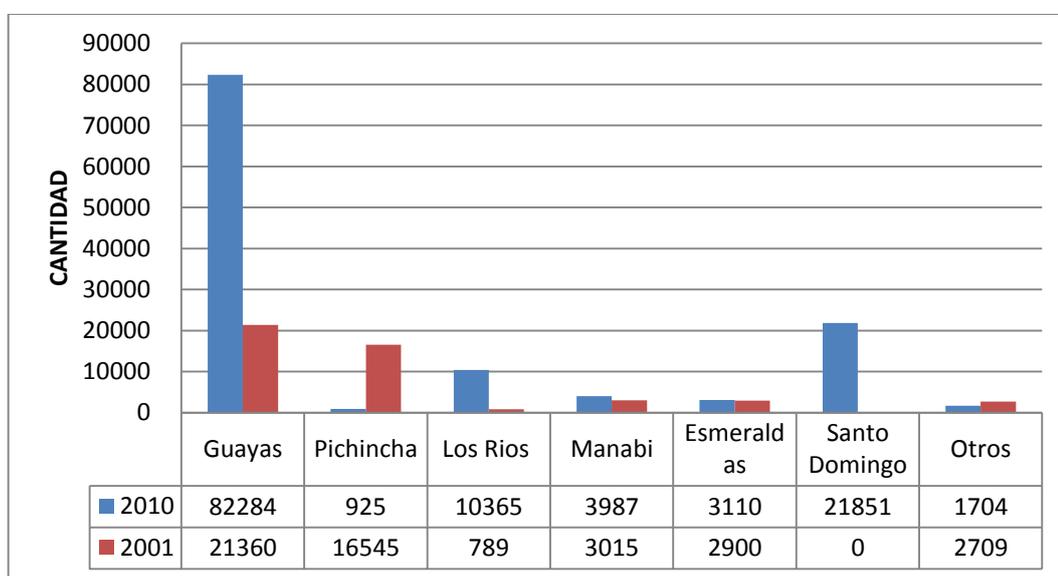
Provincia	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	Producción									
Total Nacional	47318	76616	67206	75206	103478	118663	110000	119337	120000	124226
Guayas	21360	43600	18444	27124	59363	78500	80600	80963	78963	82284
Pichincha	16545	11360	28200	16500	13600	13680	11410	17810	910	925
Los Ríos	789	1744	1850	12500	12680	8350	8100	9196	10199	10365
Manabí	3015	13125	8110	6560	7356	7673	6231	5031	3923	3987
Esmeraldas	2900	9200	6280	6876	2130	2040	2156	2069	3060	3110
Santo Domingo	0	-	-	-	-	-	-	-	21500	21851
Otros	2709	-2413	4322	5646	8349	8420	1503	4268	1445	1704

Fuente: Magap/FAO

Elaboración: Autor

Basándonos en los datos proporcionados, calcularemos la tasa de crecimiento promedio anual de cada Provincia. Guayas desde el año 2001 hasta el 2010 presenta una tasa de crecimiento promedio anual (TCPA) del 57% mientras que Pichincha muestra una tasa negativa de -62% debido a que Santo Domingo dejó de pertenecer a esta Provincia desde el 6 de noviembre del 2007 y la Provincia que registra una mejor TCPA es Los Ríos con 136%. Lo cual demuestra que a nivel por provincia sí ha existido variabilidad en la producción. Ver gráfico 4

Gráfico N° 4.
Producción de piña por Provincias año 2001 y 2010
(En toneladas)



Fuente: MAGAP

Elaboración: AUTOR

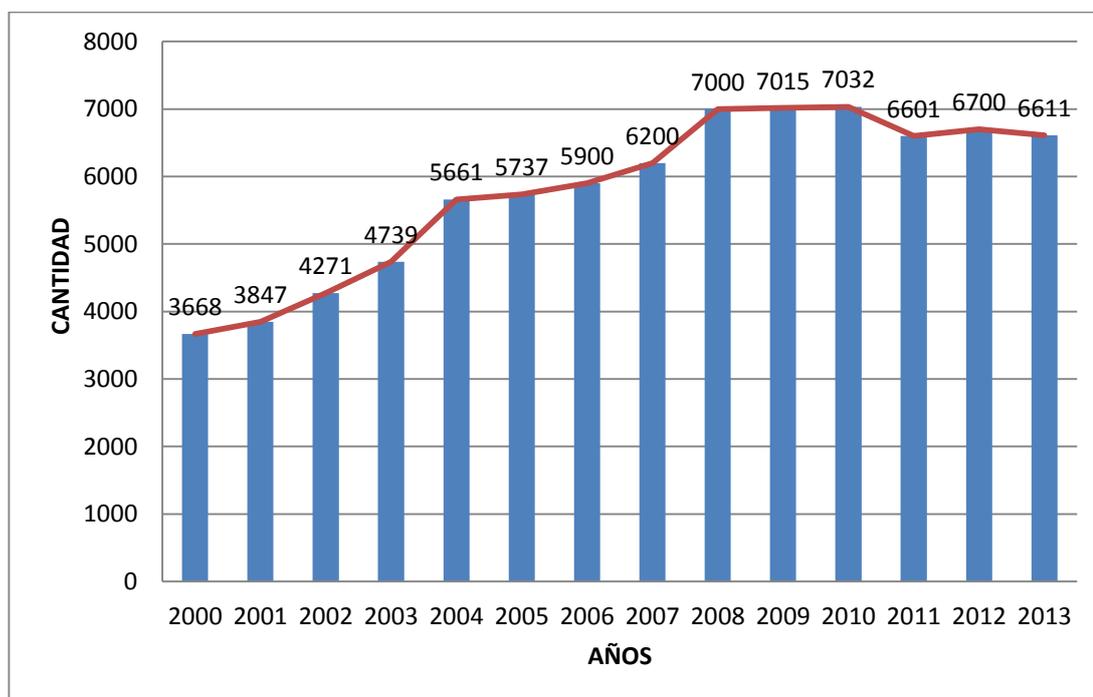
Se puede analizar que en el periodo 2001 – 2010 la Provincia que ha incrementado su producción es Guayas, dejando atrás a las demás que no tienen un incremento considerado en la producción de piña.

4.1.5 Hectáreas de producción

En las hectáreas de producción se analizara las áreas de cosecha de piña en territorio Ecuatoriano y verificaremos si ha existido o no un aumento en la superficie cosechada.

Tomando datos históricos desde el año 2000, la FAO indica que en el Ecuador si se produjo un aumento en las hectáreas cosechadas, ya que se inició en el año 2001 con un valor de 3668 hectáreas cosechadas y al año 2013 esta área se incrementó en 80,23%. Ver gráfico N.- 5

Gráfico N° 5.
Hectáreas cosechadas de piña periodo 2007-2013
(En hectáreas)

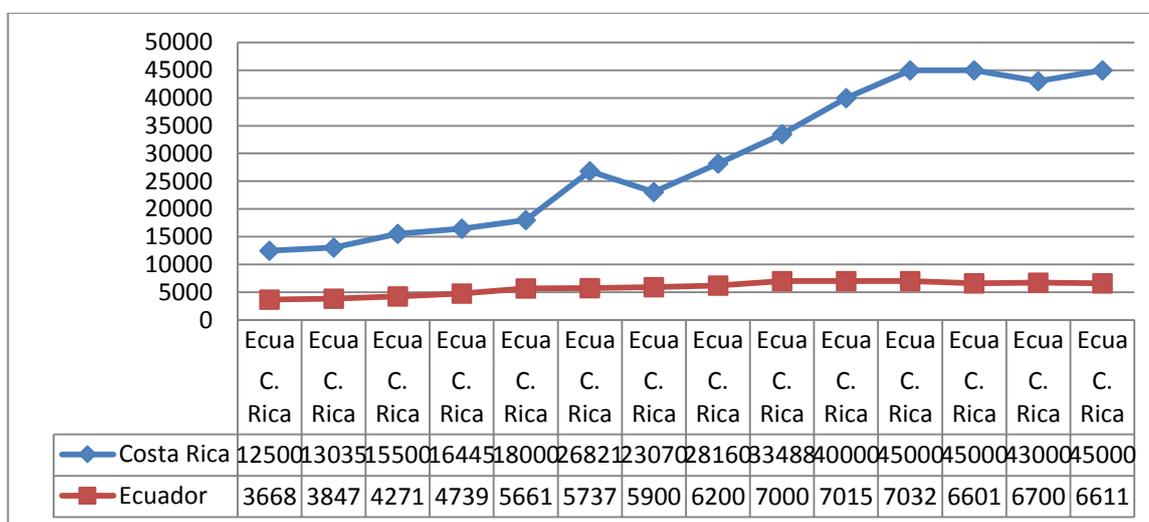


Fuente: FAO

Elaboración: autor

Es verdad que en el periodo 2000-2013 ha aumentado las hectáreas cosechadas pero no está de más mencionar que en estos últimos 4 años ha existido una variabilidad en el cultivo de la fruta. El año 2010 fue el mejor en cosecha ya que se utilizaron 7032 hectáreas a nivel nacional y como se mencionó en el punto anterior fue el segundo año de mejor producción nacional. En el año siguiente se registró una caída del 6.53% en hectáreas para cosechar, para el año 2012 se recuperó y registró una subida de 99 hectáreas cosechadas, pero nuevamente volvió a bajar la producción en el año 2013 cerrando con 6611 hectáreas.

Gráfico N° 6.
Hectáreas cosechadas de piña periodo 2000-2013
(Ecuador – Costa Rica)



Fuente: FAO

Elaboración: autor

En una comparación del Ecuador y Costa Rica se puede observar una gran brecha entre los 2 países, En el año 2001 la diferencia entre ambos países era de 8832 Hectáreas a favor de Costa Rica, pero en el año 2013 Costa Rica cosecho 6.8 veces más que Ecuador, lo cual da señales que Ecuador no está acto para competir con en mercados internacionales con Costa Rica en el producto piña.

4.2 Exportaciones de Piña Ecuatoriana hacia el mundo.

En esta sección se realizara un breve resumen de las exportaciones Ecuatorianas de piñas al mundo, se verificara la variabilidad en las toneladas exportadas indicando si ha aumentado o no las exportaciones de dicha fruta y que país es nuestro mayor comprador de piña Ecuatoriana en la actualidad. Las exportaciones ecuatorianas de piña al mundo han decrecido sustancialmente pasando de 99 mil toneladas a 57 mil toneladas, lo que representa una tasa de crecimiento promedio anual de -8%. Es importante mencionar que éste decrecimiento se produce por la falta de inversión e infraestructura en el sector Piñero tal como se verifico en la encuesta realizada, lo que trae como consecuencia la pérdida de competitividad con respecto al resto de países.

Tabla N° 4.
Exportación Ecuatoriana de Piña al Mundo
Periodo 2007-2014.
(En Miles de Dólares - Toneladas)

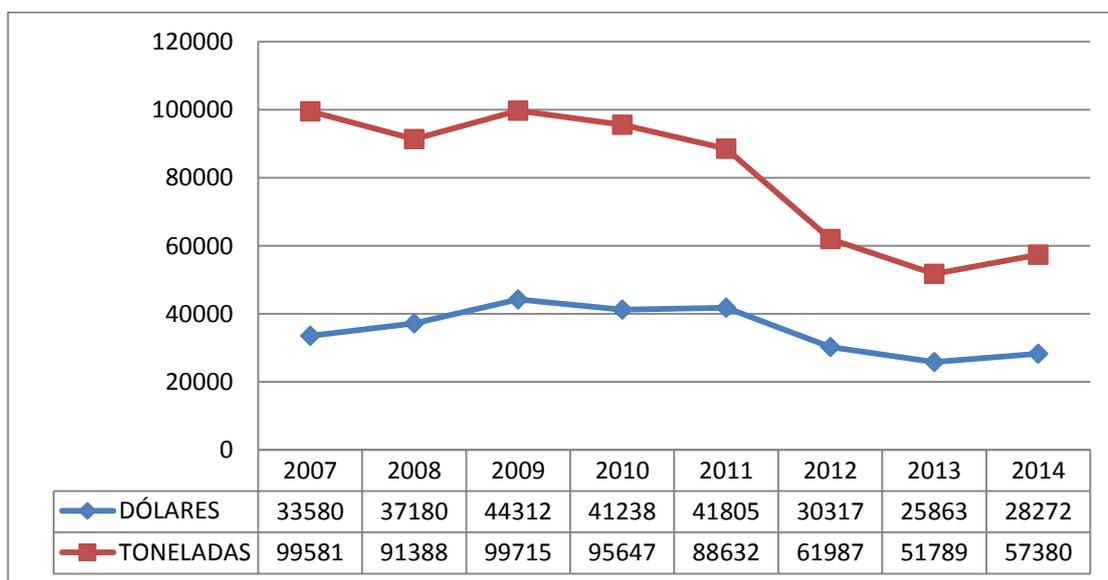
AÑOS	DÓLARES	TONELADAS
2007	33580	99581
2008	37180	91388
2009	44312	99715
2010	41238	95647
2011	41805	88632
2012	30317	61987
2013	25863	51789
2014	28272	57380

Fuente: TRADEMAP,
Elaboración: El Autor

Es evidente que ha existido una disminución tanto en las toneladas exportadas, como en su factor económico. Cabe mencionar que analizando

las estadísticas exportables el estado chileno es el primer destino de las exportaciones de la piña Ecuatoriana, lo sigue Argentina y Alemania.

Gráfico N° 7.
Exportaciones Ecuatorianas de Piña al Mundo 2007-2014
(Miles de dólares - toneladas)



Fuente: Trademap

Elaboración: El Autor

Se puede concluir que en el año 2014 al bajar las exportaciones de piñas automáticamente se produjo una baja en el ingreso de divisas en el país, por este decrecimiento, el cual hace que dejemos de percibir divisas en este mercado. Para este análisis se tomó en cuenta la cantidad exportada con el factor monetario debido a que ambos están directamente relacionados.

A nivel mundial en el año 2014 el líder en exportaciones de piña fue Costa Rica quien ocupaba el primer lugar del mercado con el 59.37% de las exportaciones totales de piña a nivel mundial, mientras que el Ecuador en ese mismo año solo aportó con el 1.60% en el mercado mundial de piña ubicándolo en el puesto número 7 entre 103 países exportadores de piña.

4.2.1 Exportaciones de piña Ecuatoriana hacia el mercado Español

En este tema se basará en un análisis de piña Ecuatoriana en el mercado español, además se verificara si ha existido un aumento o no de las exportaciones de piña Ecuatoriana hacia España y por último se analizara al principal competidor de Ecuador en el mercado Español

Las exportaciones ecuatorianas de piña hacia España han tenido una fuerte disminución pasando de 16 mil toneladas en el 2007 a 770 toneladas en el 2014, lo que representa una tasa de crecimiento promedio anual de -35%. Cabe mencionar que este decrecimiento se debió a la subida de los costos de producción locales y sobre todo a la alta producción de Costa Rica que dio como resultado un colapso en los precios internacionales.

Tabla N° 5.
Exportación Ecuatoriana de Piña a España
Periodo 2007-2014.
(En Miles de Dólares - Toneladas)

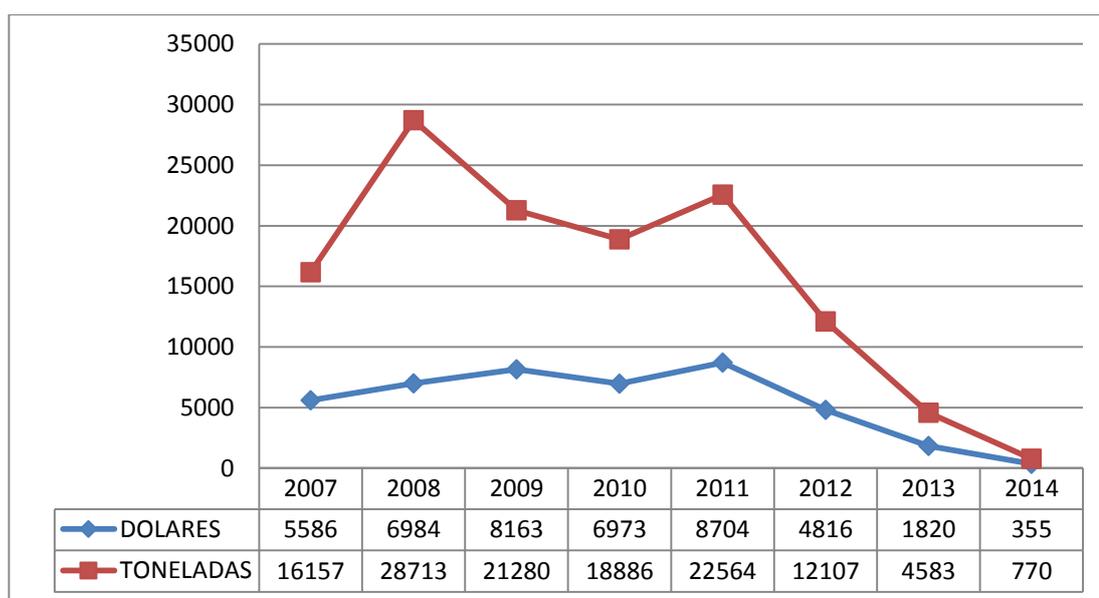
AÑOS	DOLARES	TONELADAS
2007	5586	16157
2008	6984	28713
2009	8163	21280
2010	6973	18886
2011	8704	22564
2012	4816	12107
2013	1820	4583
2014	355	770

Fuente: Trademap

Elaboración: El Autor

Con datos obtenidos del Trademap, Ecuador en el año 2014 del total de sus exportaciones destinó solo el 1.43% al mercado Español, mientras que Costa Rica del total de sus exportaciones destinó el 5.4% de su producción al mercado ibérico.

Gráfico N° 8.
Exportaciones Ecuatorianas de Piña a España 2007-2014
(Miles de dólares - toneladas)

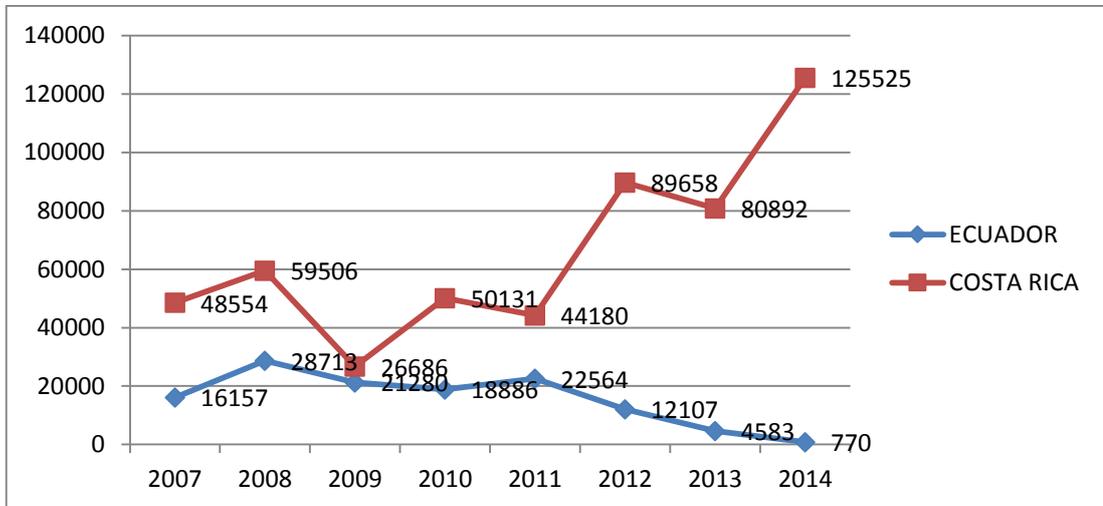


Fuente: Trademap

Elaboración: El Autor

El decrecimiento de las exportaciones de piñas al país ibérico han hecho que también bajen las recaudaciones que se recibía por enviar piña Ecuatoriana a España, así que desde el año 2012 el Ecuador ya presenta decrecimientos en los ingresos por parte de la venta e esta fruta en España, además en el año 2014 solo se recibió 355 mil dólares por parte de las ventas de piña en España. Las exportaciones empezaron una recesión desde el año 2011 – 2012 decreciendo en un 46%, 2012-2013 volvieron a disminuir en 62% y por último en el periodo 2013 – 2014 se produjo nuevamente un decrecimiento del 83% siendo este el más baja en todo el periodo de análisis.

Gráfico N° 9.
Exportaciones de Piña a España 2007-2014
(En toneladas Costa Rica - Ecuador)



Fuente: Trademap

Elaboración: El Autor

Por último, se puede afirmar que Costa Rica es el país que actualmente exporta más piñas al mercado Español, como podemos visualizar en el Gráfico 7 desde el año 2011 Costa Rica ha elevado sus exportaciones a España, mientras Ecuador bajó sus exportaciones hasta llegar a 770 Toneladas, lo cual es el 0.61% de lo que exportó Costa Rica a España en el año 2014.

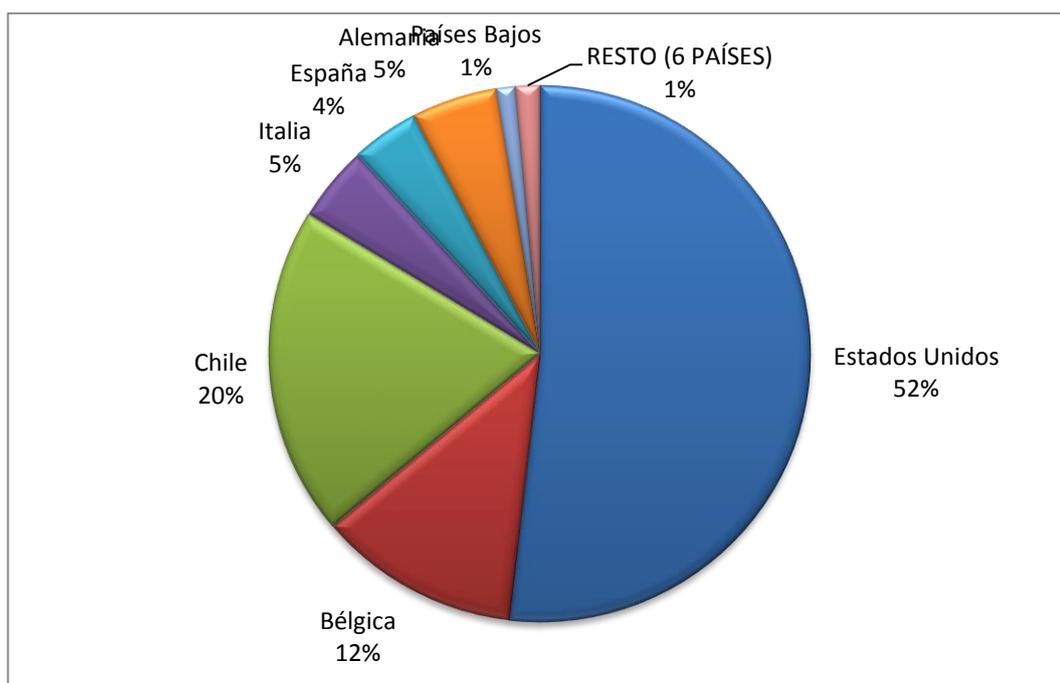
4.3 Incidencias de las exportaciones de la piña en la apertura de nuevos mercados.

En esta parte se analizan los años 2001, 2007, 2010 y 2014 para verificar si existe un aumento o no en la apertura de mercados.

Como se puede visualizar en el gráfico N.º 10 en el año 2001 el Ecuador exportaba piña a 13 mercados y entre los cuales Estados Unidos era su principal comprador con el 52% del total que se exportaba, en Europa

Bélgica era el principal comprador con el 12% y en Latinoamérica Chile era nuestro socio comercial con el 20% del total exportado.

Gráfico N° 10.
Principales destinos de la piña Ecuatoriana
Toneladas exportadas
(Periodo 2001)

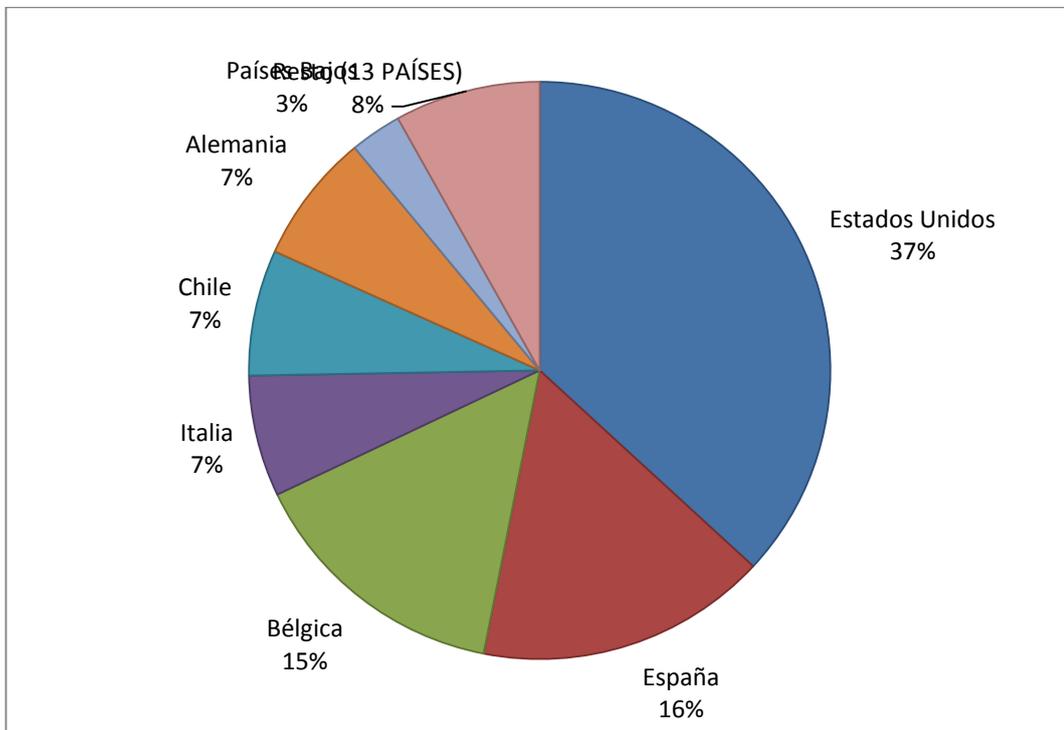


Fuente: Trademap

Elaboración: Autor.

Del año 2001 al 2007, Ecuador aumento su número de países compradores pasando de 13 a 20 países con lo cual dio una TCPA del 7% en los 7 años, analizando el 2007 verificamos que seguía apareciendo como el principal comprador de piña Estados Unidos pero con un menor porcentaje en relación al 2001, comprando solo el 37% del total exportado en piñas, en Europa el principal comprador era España con el 16%, seguido de Bélgica con el 15% y a nivel de Latinoamérica se situaba Chile con el 7%.

Gráfico N° 11.
Principales destinos de la piña Ecuatoriana
Toneladas exportadas
(Periodo 2007)

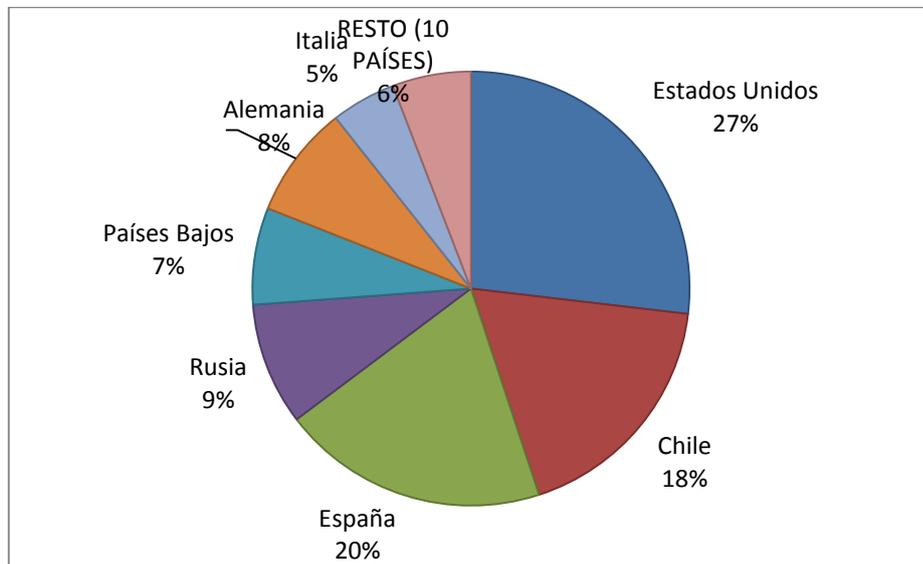


Fuente: Trademap

Elaboración: Autor.

Ahora partiendo del año 2007 al 2010, Ecuador presento una caída del 5% pasando de 20 países compradores a 19 lo cual significa una leve disminución en los mercados donde se exporta, en 4 años Ecuador ya estaba perdiendo compradores lo cual es preocupante porque indica que el producto ya no es competitivo en los mercados y prefieren adquirir el de otro país.

Gráfico N° 12.
Principales destinos de la piña Ecuatoriana
Toneladas Exportadas
(Periodo 2010)



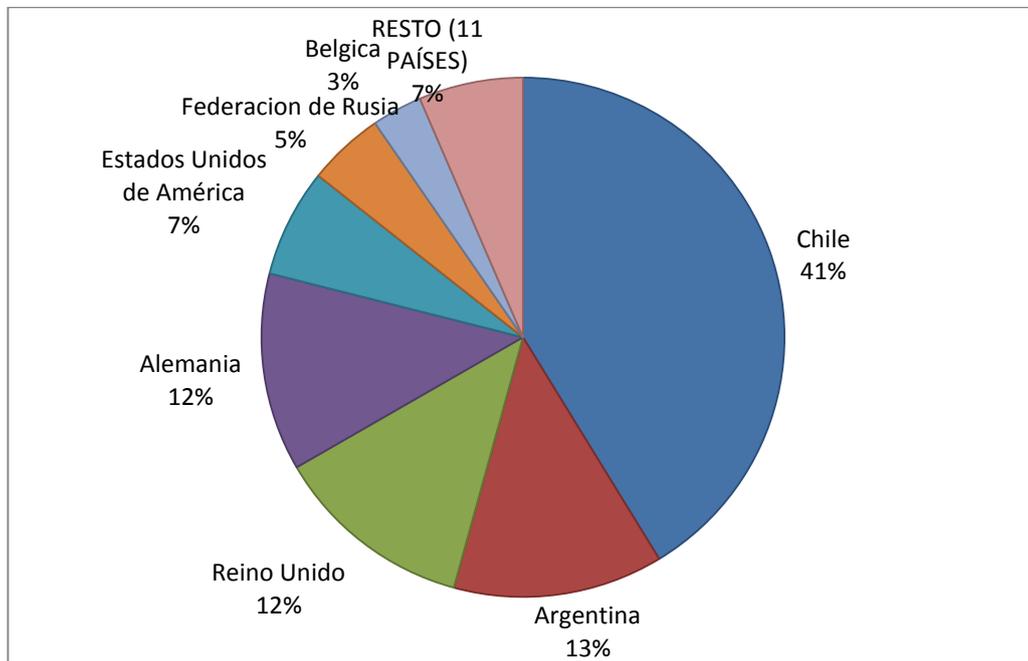
Fuente: Trademap

Elaboración: Autor.

Nuevamente Estados Unidos es nuestro principal comprador, seguido por Chile y posteriormente España.

Por ultimo revisaremos del año 2010 al 2014, donde se visualiza que existió nuevamente una leve recuperación con respecto al 2010 donde eran 19 países pasamos a 18 países en el 2014, nuevamente existió una disminución en el mercado, además sorpresivamente los principales compradores son 2 países de Latinoamérica, liderando se encuentra Chile con el 41% del total, seguido por Argentina con 13%, Estados Unidos ahora es nuestro quinto comprador de piña.

Gráfico N° 13.
Principales destinos de la piña Ecuatoriana
Toneladas Exportadas
(Periodo 2014)



Fuente: Trademap

Elaboración: Autor.

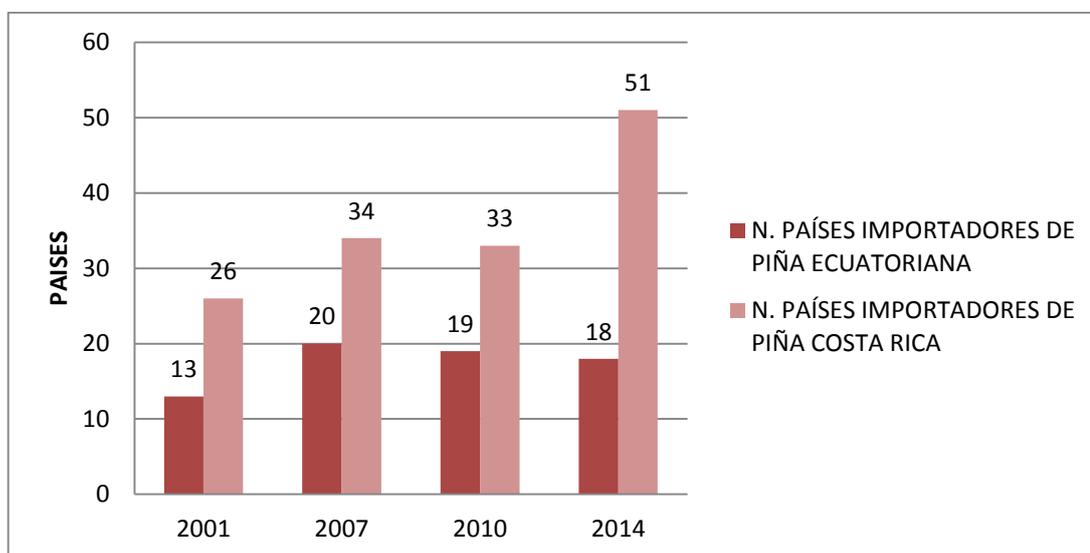
Desde el año 2007 hasta 2014 no ha existido variabilidad en los mercados internacionales, ya que no se ha tratado de introducir el producto en nuevos países, sino que además sigue disminuyendo los mercados a donde podamos exportar piña.

En conclusión podemos indicar que desde el año 2001 hasta el 2014 Ecuador solo ha ingresado a 5 mercados, además ha perdido a quien era su principal comprador Estados Unidos en el último año, comparando con costa rica en el año 2001 exportaba a 26 países, en el 2014 exporta a 51 países de todo el mundo lo cual indica que Costa Rica tuvo un crecimiento del 96% mucho más elevado en este periodo que Ecuador el cual solo creció un 28%.

Gráfico N° 14.

Número de países importadores de piña Ecuatoriana – Costa Rica

**Toneladas Exportadas
(Periodo 2001 - 2014)**



4.3.1 Factores determinantes de la competitividad en la exportación de piña del Ecuador al resto del mundo.

Se detalla cada uno de los factores que se consideran que son determinantes para la competitividad en la exportación de piña del Ecuador al resto del mundo. Los factores son: la tecnología, costo de producción, organización de los productores y la innovación en infraestructura.

Tecnología.

La tecnología juega un factor muy importante, ya que este decrecimiento que se ha producido es debido a que al sector Piñero no se lo ha ayudado con tecnología adecuada para el proceso de producción de piñas, lo cual hace que seamos menos competitivos a nivel mundial, cabe recalcar que no existen datos que indiquen si se ha aportado con tecnología a este sector por lo cual en la encuesta que se realizó a diferentes productores se obtuvo el siguiente resultado:

En la encuesta realizada a este sector, se reafirmó que el 77% de los encuestados no reciben incentivos por parte del estado, lo cual es preocupante ya que si queremos que este sector sea competitivo el gobierno debería incentivar mediante incentivos la producción de esta fruta, adicional se preguntó si contaban con tecnología adecuada para el proceso de producción y el resultado indico que el 72% de los encuestados no cuenta con la tecnología adecuada.

Es evidente que este sector agrícola no tiene las herramientas necesarias para ser productivo, lo cual dificulta la labor de los productores.

Costo de producción

En el año 2013 el costo total para poder producir una hectárea de piña de variedad MD2 fue de 18.285 dólares, basándose en el uso de un sistema tecnificado de riego, por hectárea se siembran hasta 60.000 plantas.

Desglosando los costos, se obtiene que el 44.98% es de la actividad de siembra, debido a la gran cantidad de hijuelos de piña y al alto uso del tractor que se utiliza para esta actividad. El 19.61% corresponde a gastos de riego. El 13.05% es destinado a la fertilización, ya que el cultivo necesita de una gran cantidad de nutrientes para crecer de forma saludable y también para poder producir una buena cosecha. El 22.37% restante se usa para la preparación del terreno, control de insectos - enfermedades y para la cosecha (MAGAP, *Boletín Situacional*, 2013, p. 3).

Tabla N° 6.
Costos de producción de piña
(Dólares)

ACTIVIDAD	COSTO
Preparación del terreno	1685
Siembra	8225
Fertilización	2385
labores culturales	776
Riego	3585
Control de plaga	218
Control de enfermedades	350
cosecha	1060
costo total	18284

Fuente: Magap

Elaboración: Autor

Al ser muy altos costos de producción, necesariamente el productor debería de tener ayuda de financiamiento mediante créditos o incentivos por parte del gobierno nacional o autoridades competentes.

Organización de los productores

Actualmente los Piñeros cuentan con una organización llamada ASOPIÑA pero al parecer no incide en los productores del sector, además no existe un número determinado de productores de piña debido que a este sector no se le ha realizado un censo respectivo, mediante encuesta y entrevistas ellos indican que no cuentan con un organismo de respaldo que los ayude a fomentar la producción de piña y que ellos deben de arreglarse con lo que tienen o a veces entre ciertos productores se ayudan.

Innovación en infraestructura

Mediante encuesta se buscó conocer la percepción de los encuestados sobre la infraestructura. El 61,67% de los encuestados dijeron que consideraban que la infraestructura de sus empresas era buena y contaba con todo lo necesario para su operación. El 1,67% menciona que su infraestructura es insuficiente, el 26,67% mencionó que su infraestructura es muy buena, mientras que el 10% menciona que su infraestructura es regular.

CAPÍTULO V

5 PROPUESTAS Y CONCLUSIONES

A continuación se detallan las conclusiones a las que llego la actual investigación, desde el análisis de la teoría económica y análisis de datos estadísticos. También se presentan propuestas.

5.1 Conclusiones

Dentro de las principales teorías de competitividad se destaca el autor Michael Porter, el más prestigioso gurú de la planificación estratégica, cuya teoría de la ventaja competitiva claramente explica que una nación se distingue de otra, en base a los diversos factores o recursos que posea como: abundante mano de obra, gran cantidad de recursos naturales, valor agregado, costes de producción más bajo, entre otros aspectos que saquen permitan la creación de una característica diferenciadora. Es importante considerar esta teoría pues, al analizar la competitividad de la exportación de la piña al Ecuador, involucra también los recursos que poseen otros países que hacen que su precio sea relativamente más bajo y su producto de una mejor calidad, para ganar participación en mercados, como el español.

Desafortunadamente para el Ecuador, la oferta de piña costarricense ha afectado seriamente a los niveles de exportación hacia el mercado español, puesto que después de los Estados Unidos, el segundo destino más importante de la piña ecuatoriana era España. Para el 2014, la situación cambió y los principales destino ahora son Chile con el 41%, Argentina con el 13%, y Alemania y Reino Unido con el 12% cada uno. Países como Estados Unidos ahora representan el 7% y España ya no aparece en el top de destino de esta fruta. Por ende ha habido apertura a nuevos 5 destinos. Esto como resultado de que por su ubicación geográfica, Costa Rica fue más competitiva que Ecuador para exportar piña a España, superando un

crecimiento del 96%, mientras que el país creció solo 28%. Esto, permite concluir que el coste de producción incidió mucho en el precio final de la fruta, debido a la falta de fuentes de financiamiento y la infraestructura adecuada.

Existe una baja competitividad en la exportación de piña hacia España, no hay información necesaria del sector Piñero, la mayoría de los productores no tiene n incentivos por parte del gobierno para la producción de esta fruta. Ecuador dejó de exportar grandes cantidades de piña hacia España, lo cual indica que ya no somos competitivos en ese mercado. Estados Unidos quien era nuestro principal socio dejó de adquirir la piña Ecuatoriana.

La baja competitividad de la piña se debe a la falta de atención del gobierno para este sector y a la mala organización por parte de los productores. También por la falta de tecnología y los altos costos de producción hacen que cada vez sea más difícil que los agricultores produzcan esta fruta y además tratar de competir en el extranjero con países que si cuentan con estos factores. Los productores no tienen fuentes de financiamiento y no cuentan con la infraestructura adecuada.

5.2 Propuestas

Ecuador posee una fruta de gran calidad, en donde se pueden destacar características como: buen aroma y delicioso sabor, el aumento de la competitividad dependerá que el gobierno ayude mediante incentivos y créditos a este sector agrícola.

Se debe mejorar la estructura en el sector Piñero tanto en tecnología e infraestructura para que el Ecuador pueda exportar más cantidades de piña e ingresar a nuevos mercados.

Es conveniente para ello, organizar a los productores de piña, mediante una asociación que impulse capacitaciones y actualizaciones de conocimientos a todos los productores de gremio y que ellos tengan un respaldo en momentos de crisis. Aquí se puede utilizar una herramienta muy importante como los emprendimientos basados en el modelo de economía popular y solidaria, para que los ingresos obtenidos por la exportación de la fruta, beneficien a las comunidades agrícolas y les permita alcanzar un mejoramiento en su calidad de vida.

Incentivar la inversión en el sector Piñero, gestionar créditos a los pequeños y medianos y grandes productores generando una relación positiva entre todos, hará que las exportaciones crezcan y el Ecuador pueda enviar más piña a mercados internacionales y a su vez pueda introducir su producto a mercados nuevos y competir y tratar de recuperar mercados donde antes Ecuador exportaba grandes cantidades, tal es el caso de España.

Cubrir las necesidades de los productores, darles una mejor infraestructura, mejores acuerdos comerciales, conversar con el sector, decretar leyes que ayuden al sector y tratar de hacerlo más competitivo

Finalmente, el presente proyecto de investigación recomienda brindar mayor información acerca de las variables de competitividad de la piña ecuatoriana, esto generando bases de información que en la actualidad son escasas, generar archivos electrónicos que guarden información que pueda ser presentada a la sociedad y crear datos históricos, mejorar el nivel de tecnología, infraestructura y dar incentivos a los productores de piña son los factores fundamentales para que la piña ecuatoriana sea competitiva en mercados internacionales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Constitución de la República del Ecuador. (2008). Asamblea Nacional Constituyente. Recuperado de:
<http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/Constitucion-2008.pdf>

Código orgánico de la producción, comercio e inversiones. (2010). Asamblea Nacional Constituyente. Recuperado de:
<http://www.proecuador.gob.ec/pubs/codigo-organico-de-la-produccion-comercio-e-inversiones/>

Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. Plan Nacional del Buen Vivir. Recuperado:
[http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Plan_Nacional_para_el_Buen_Vivir_\(version_resumida_en_espanol\).pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Plan_Nacional_para_el_Buen_Vivir_(version_resumida_en_espanol).pdf)

Ley Reformatoria a la Ley Constitutiva del Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) (2015) y Derogatoria de la Ley Especial del Sector Cafetalero. Febrero. 2015.

Recuperado:
<http://www.asambleanacional.gob.ec/es/leyes-aprobadas?leyes-aprobadas=All&title=&fecha=&page=6>

Rojas, P. y Sepulveda, S. (1999). Competitividad de la agricultura: cadenas agroalimentarias y el impacto del factor localización espacial. IICA Folleto No. 2.

Recuperado:
<http://www.sidalc.net/cgi-bin/wxis.exe/?IsisScript=CENIDA.xis&method=post&formato=2&cantidad=1&expresion=mfn=022560>

Gracia, M. (2008). Los determinantes de la competitividad nacional. Análisis y reflexiones. Ensayo. Vol. XII, N.- 36. Pp. 12-24. Septiembre-Diciembre.

Recuperado:http://www.utm.mx/edi_anteriores/temas036/ENSAYO2-36.pdf

Kjöllerström, M. (2004). Competitividad del sector agrícola y pobreza rural: el papel del gasto público en América Latina. CEPAL – SERIE Desarrollo productivo N.- 155 Santiago de Chile, mayo de 2004.

Recuperado:<http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4544/S045361.pdf?sequence=1>

Martínez, Patricio. Hacia una Política de Apoyo a la Competitividad Agropecuaria. Enero 1995. IICA. Quito- Ecuador. Pág. 64-68.

<https://books.google.com.ec/books?id=iBFtAAAAIAAJ&pg=PP1&lpg=PP1&dq=Hacia+una+Pol%C3%ADtica+de+Apoyo+a+la+Competitividad+Agropecuaria.+Enero+1995.+IICA&source=bl&ots=Q5optCXaco&sig=TVR5y5QTF06jyPsR9e4RsK9JKEk&hl=en&sa=X&ved=0CBwQ6AEwAGoVChMlxPaM46roxglVidYeCh19-Qtr#v=onepage&q&f=false>

Rozas, P Y Sánchez, R. (2004).Desarrollo de infraestructura y crecimiento económico: revisión conceptual. CEPAL – SERIE Recursos naturales e infraestructura N.- 75 Santiago de Chile, Octubre de 2004.

Recuperado:

<http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6441/S048642.pdf?sequence=1>

Molero, J y Valadez, P (2005). Factores determinantes de la competitividad de los servicios. Revista Competitividad e internacionalización de los servicios en los países europeos. N.- 824. Pp. 71-91. Julio-agosto 2005.

Recuperado:

http://www.revistasice.info/cache/pdf/ICE_824_71-91__503A869BB3CD6E1A194FBFCCE6C39563.pdf

Rozas, P. y Sánchez, R. (1994).Política industrial y fomento de la competitividad. Revista CEPAL. N.- 53 Santiago de Chile, Agosto de 1994.

Recuperado:

http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11950/053059079_es.pdf?sequence=1

Serrano, L. Competitividad internacional: un enfoque empresarial.

Recuperado:

http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma_negocios_working_papers/2013-v2-n2/01-competitividad.pdf

Diario El Comercio. (15 de Octubre de 2014). El 2015 será un año difícil por la baja en el precio del petróleo. El Comercio.

Wong, S. (2013). Foro Económico Mundial: “Reporte de Competitividad Global 2013-2014”. ESPAE. Septiembre.

PRO Ecuador (2014). Evolución de las exportaciones Ecuatorianas Enero-Abril 2012-2014. Junio.

Recuperado de:

<http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/07/ENE-ABR-2013-2014-pagina-web.pdf>

PRO Ecuador. (2011). Perfil de la piña Ecuatoriana. Pp. 1-23 Octubre.

Recuperado de:

<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/11/PROEC-P2011-PINA-ECUATORIANA.pdf>

PRO Ecuador (2014). Evolución de las Exportaciones Ecuatoriana., 2014.

Ministerio de Coordinación de la Política Económica (2011). Costo arancelario de la no renovación del ATPDEA para Ecuador. N.- 2. Pp. 1-28. Junio

Recuperado de:

http://issuu.com/poderesip/docs/impacto_arancelario_de_no_renovaci_n_de_atpdea-sgp

MAGAP (2013); Boletín Mensual Situacional Mensual. 2013.

Ministerio de Economía de la Provincia de Buenos Aires. (2006). Competitividad: marco conceptual y análisis sectorial para la provincia de Buenos Aires: 74 cuadernos de Economía. Pp. 01-91. La Plata, Junio de 2006.

Recuperado de:

<http://www.ec.gba.gov.ar/prensa/Archivos/Cuaderno74.pdf>

Pro Ecuador (2012). Dirección de inteligencia comercial e inversiones: estudio de la piña en España. Pp. 05-37.

http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU_PPM2012_PI%C3%91A_ESPA%C3%91A.pdf

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (1983). La Piña: Principales Cultivares de Piña. Nicaragua.

https://books.google.com.ec/books?id=lu8qAAAAYAAJ&pg=PA9&lpg=PA9&dq=Principales+Cultivares+de+Pi%C3%B1a.+Nicaragua.&source=bl&ots=M5kyOvmQof&sig=sI0ay0QD2ItMDTiWBfAU4g86EvY&hl=es&sa=X&ved=0CBwQ6AEwAGoVChMI0aKJ7e_AxwIVSVoeCh1BEg8a#v=onepage&q&f=false

Pita, S. & Pértegas, S. (2002). Metodología de la Investigación. Unidad de Epidemiología Clínica y Bioestadística. Complejo Hospitalario Universitario de A Coruña España. Recuperado de http://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti_cuali/cuanti_cuali.asp

Taylor, S.J. y R. Bogdan. (2000). Introducción a los métodos cualitativos de investigación, Paidós. España
http://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/t.3_taylors._j-bogdan_r.-metodologia-cualitativa._cap_1.pdf

Labarca, N. (2007) Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. Omnia 13 (2). Maracaibo: Universidad de Zulia.
Recuperado de:
<http://www.revistas.luz.edu.ve/index.php/omnia/article/viewFile/5330/5175>

Buitelaar, R. (2000) ¿Cómo crear competitividad colectiva? Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
Recuperado de
http://www.ceaamer.edu.mx/new/der1/competitividad_colectiva_mod_1.pdf

Sach, J. y Vial, J. (2002) Competitividad y crecimiento económico en los países andinos y en América Latina. Universidad de Harvard y Corporación Andina de Fomento.
Recuperado de:
http://www.cid.harvard.edu/archive/andes/documents/workingpapers/competitividadydesarrollo/competitividadycrecimientoeconomico_sachsvial.pdf

Martínez De Ita, María Eugenia (1998). El concepto de productividad en el análisis Económico. Red de Estudios de la Economía Mundial. México. Recuperado:
<http://www.critica-azcapotzalco.org/AECA/promotores/archivo%20laboral/eugenia1.pdf>

Porter, M y Kramer, M (2006). Estrategia y Sociedad. Harvard Business Review América Latina. Reimpresión r0612d-e
<http://www.fundacionseres.org/Lists/Informes/Attachments/12/Estrategia%20y%20Sociedad.pdf>

Porter, M (2009). Ser Competitivo. Harvard Business Review. Libro. (2009)
https://books.google.com.ec/books?id=ClgKoErmS_MC&printsec=frontcover&dq=ventaja+competitiva+michael+porter+libro&hl=es&sa=X&ved=0CB4QuwUwAGoVChMlipKI9I7SxwIVyxweCh3QcQsT#v=onepage&q=ventaja%20competitiva%20michael%20porter%20libro&f=false

Santos, D (1997) Ventaja competitiva. Guías de gestión de la pequeña empresa. libro. Pp. 233.

<https://books.google.com.ec/books?id=MQYxXLY00hUC&pg=PA139&dq=ventaja+competitiva+michael+porter&hl=es&sa=X&sqi=2&ved=0CBsQ6AEwAGoVChMI9tvk6Y3SxwIVyyceCh0rQQA#v=onepage&q=ventaja%20competitiva%20michael%20porter&f=false>

Baena, E y otros (2003) El entorno empresarial y la teoría de las cinco fuerzas competitivas. Scientia et Technica Año IX, No 23, Diciembre 2003.

<http://revistas.utp.edu.co/index.php/revistaciencia/article/viewFile/7385/4397>

Stanton, Etzel y Walker. Fundamentos de Marketing libro N.-13ª Edición

<http://e-uic.com/documentos/william166.pdf>

Patricio Bonta y Mario Farber. (2002). 199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad. Libro. Edición Armando Bernal. Pp. 168.

https://books.google.com.ec/books?id=sJikTspq7iUC&pg=PA37&hl=es&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q=mercado&f=false

Vargas, G. (2006) Introducción a la teoría económica un enfoque latinoamericano. Edición N.- 2. Pp.744.

<https://books.google.com.ec/books?id=u1DFsje4IMcC&pg=PA465&dq=productos+sustitutos+y+complementarios&hl=es-419&sa=X&ved=0CBwQ6AEwAGoVChMIz-Sj-oXTxwIVQR8eCh0kfQkR#v=onepage&q=productos%20sustitutos%20y%20complementarios&f=false>

Diccionario Económico Financiero. (2006). Universidad de Medellín.

https://books.google.com.ec/books?id=O2U5GgwjKsC&pg=PA64&dq=bienes+sustitutos&hl=es-419&sa=X&ved=0CDcQ6AEwBWoVChMlvuz3zYjTxwIVAh0eCh3g_ACY#v=onepage&q=bien%20sustituto&f=false

Carneiro, M. (2004) La responsabilidad social corporativa interna: la nueva frontera de los recursos humanos.libro. Pp. 9 - 174

https://books.google.com.ec/books?id=FpPDPz5_Q4gC&pg=PA121&dq=proveedor+definicion&hl=es-419&sa=X&ved=0CBwQ6AEwAGoVChMI-pT57afTxwIVyiseCh1rZwR8#v=onepage&q=proveedor%20definicion&f=false

Sole, M. (2003) Los consumidores del siglo XXI. Escuela superior de gestión comercial y marketing. Edición N.- 2. Pp. 225.

https://books.google.com.ec/books?id=jT7EhV8BEuIC&pg=PA12&dq=consumidores+definicion&hl=es-419&sa=X&ved=0CBwQ6AEwAGoVChMIzt6Wg8_TxwIVxdQeCh2_kAZo#v=onepage&q=consumidores%20definicion&f=false

Manual técnico (1999): buenas prácticas de cultivo de piña.
<http://www.oirsa.org/aplicaciones/subidoarchivos/BibliotecaVirtual/MANUALPINA.pdf>

Claro, J (2000) Algunas teorías e instrumentos para el análisis de la competitividad. Cuadernos técnicos/IICA. N.- 15. Pp 75. 2000
<https://books.google.com.ec/books?id=2yJjAAAAIAAJ&pg=RA1-PA19&dq=porter+competitividad&hl=es-419&sa=X&ved=0CDIQ6AEwBWoVChMikJWv7YHSxwIVBkAUCh0HDw99#v=onepage&q&f=false>

Rojas. P y Otros (1993) la competitividad en la agricultura: Cadenas agroalimentarias del factor localización espacial. IICA.
https://books.google.com.ec/books?id=Zi4qAAAAYAAJ&pg=RA1-PA61&dq=competitividad+porter&hl=es419&sa=X&ved=0CCoQ6AEwA2oVChMloYyp5_XRxwIVsi3bCh2rmwby#v=onepage&q=competitividad%20porter&f=false

Rojas, P y otros (2002) Competitividad. Cadenas agroalimentarias y territorios rurales- elementos conceptuales. IICA. Vol N.- 2. Pp. 380
https://books.google.com.ec/books?id=XBM5X64hYrMC&pg=PA197&dq=competitividad+de+porter&hl=es419&sa=X&ved=0CCUQ6AEwAmoVChMljKyXk8_RxwIVAn6SCh1K7wTp#v=onepage&q=porter&f=false

Francés, A (2006) estrategia y planes para la empresa con el cuadro de mando integral. Con el cuadro de mando integral. Primera Edición. Pp. 512
<https://books.google.com.ec/books?id=yAmLG-Vr8BkC&pg=PA146&dq=cadena+de+valor+porter&hl=es-419&sa=X&ved=0CBwQ6AEwAGoVChMIqcXn65PSxwIVJJ3bCh1onQCz#v=onepage&q=cadena%20de%20valor%20porter&f=false>

Merli, G (1997). La gestión eficaz. Ediciones Díaz de Santos, S.A. Pp.221.
<https://books.google.com.ec/books?id=fBVXAkHnZvkC&printsec=frontcover&dq=QUE+ES+LA+EFICACIA&hl=es-419&sa=X&ved=0CCUQ6AEwAGoVChMI1u-4ndvVxwIVwxMsCh29TwrA#v=onepage&q=QUE%20ES%20LA%20EFICACIA&f=false>

Carbellido, N (2005) Que es la calidad. Conceptos, gurus y modelos fundamentales. Libro. Primera Edición. Pp. 184.
https://books.google.com.ec/books?id=gdGs17C2KeoC&printsec=frontcover&dq=QUE+ES+LA+CALIDAD&hl=es-419&sa=X&ved=0CBwQ6AEwAGoVChMIjvaFr-jVxwIVYo_bCh1A9AJ2#v=onepage&q=CALIDAD&f=false

UTEPI (2006). Piña. Estudio Agroindustrial en el Ecuador: Competitividad de la cadena de valor y perspectivas de mercado. Pp. 101.

Perez, C y otros (2014) atrévete a innovar. Recetas para diseñar proyectos de innovación docente. Primera Edición. Pp. 149.

<https://books.google.com.ec/books?id=r3erBQAAQBAJ&pg=PA21&dq=QUE+ES+INNOVAR&hl=es-419&sa=X&ved=0CCEQ6AEwAWoVChMI157mivfVxwIV6yrbCh0hyAzS#v=onepage&q=INNOVAR&f=false>

Garcia, J y Marin, J (2010) La actitud innovadora. Libro. Primera edición. Pp. 81.

https://books.google.com.ec/books?id=WDqraTUsUOIC&printsec=frontcover&dq=QUE+ES+INNOVAR&hl=es-419&sa=X&ved=0CEsQ6AEwCGoVChMI5M_LyP3VxwIV4WnbCh3HoqYx#v=onepage&q=INNOVAR&f=false

Claver, E y Quer, D. (2000). Estrategias de internacionalización de la empresa. Editorial club universitario. Pp.05-125.

https://books.google.com.ec/books?id=gUW66-CI1aUC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Peres, W. y Stumpo G. (2002). Pequeñas y medianas empresas industriales en América latina y el Caribe. CEPAL. Pp. 01-382.

https://books.google.com.ec/books?id=csAveCYe70C&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Ulrich, D. (2006). Recursos humanos Champions: Cómo pueden los recursos humanos cobrar valor y producir resultados. Pp. 09-431. Buenos Aires – Argentina.

<https://books.google.com.ec/books?id=Cl6p045Zpr0C&pg=PA19&dq=recursos+humanos+competitividad&hl=es-419&sa=X&ved=0CCUQuwUwAWoVChMIks225pW1xwIVi6ceCh2cmARv#v=onepage&q=recursos%20humanos%20competitividad&f=false>