



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**TEMA:**

**Estudio de competitividad en el comercio de productos pecuarios  
entre Ecuador y China, periodo 2017-2022.**

**AUTORES:**

**Rodríguez Sánchez, María Cristina  
Tutivén Gálvez, Bryan Francisco**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**TUTORA:**

**Ing. Ulloa Armijos, Ana Del Rosario. MAE. PhD.**

**Guayaquil, Ecuador**

**A los 4 días del mes de septiembre del año 2023**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

### **CERTIFICACIÓN**

Nosotros, certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Rodríguez Sánchez, María Cristina** y **Tutivén Gálvez, Bryan Francisco** como requerimiento para la obtención del título de Licenciado en Comercio Exterior

#### **TUTORA**

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Ulloa Armijos, Ana Del Rosario. MAE. PhD.**

#### **DIRECTOR DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD**

**Guayaquil, a los 4 días del mes de septiembre del año 2023**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Rodríguez Sánchez, María Cristina**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Estudio de competitividad en el comercio de productos pecuarios entre Ecuador y China, periodo 2017-2022**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Comercio Exterior**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría. En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 4 días del mes de septiembre del año 2023**

**LA AUTORA**

f. \_\_\_\_\_

**Rodríguez Sánchez, María Cristina**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Tutivén Gálvez, Bryan Francisco**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Estudio de competitividad en el comercio de productos pecuarios entre Ecuador y China, periodo 2017-2022**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Comercio Exterior**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría. En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 4 días del mes de septiembre del año 2023**

**EL AUTOR**

f. \_\_\_\_\_

**Tutivén Gálvez, Bryan Francisco**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **Rodríguez Sánchez, María Cristina**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Estudio de competitividad en el comercio de productos pecuarios entre Ecuador y China, periodo 2017-2022**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 4 días del mes de septiembre del año 2023**

**LA AUTORA**

f. \_\_\_\_\_

**Rodríguez Sánchez, María Cristina**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Tutivén Gálvez, Bryan Francisco**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Estudio de competitividad en el comercio de productos pecuarios entre Ecuador y China, periodo 2017-2022**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 4 días del mes de septiembre del año 2023**

**EL AUTOR:**

f. 

**Tutivén Gálvez, Bryan Francisco**

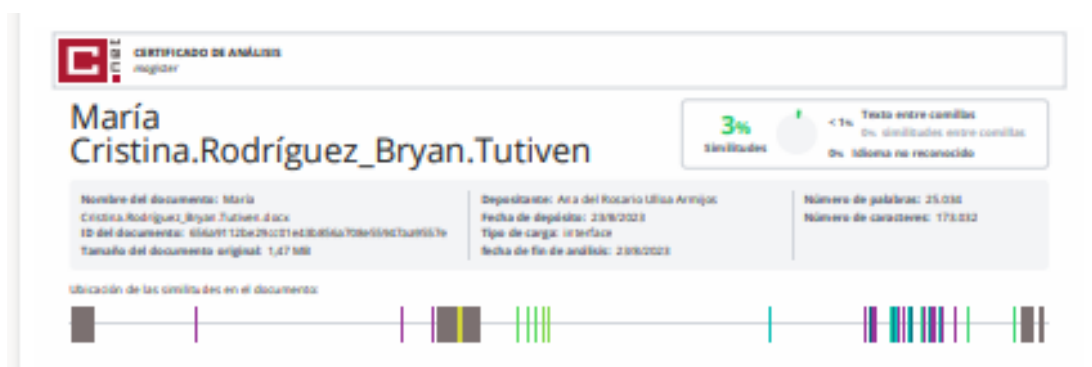


UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

### CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Estudio de competitividad en el comercio de productos pecuarios entre Ecuador y China, periodo 2017-2022**, presentado por el estudiante **María Cristina Rodríguez Sánchez y Bryan Francisco Tutivén Gálvez**, fue enviado al Sistema Antiplagio COMPILATIO, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 3% por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.



TUTORA

f. \_\_\_\_\_

Ing. Ulloa Armijos, Ana Del Rosario. MAE. PhD.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por permitirme culminar con éxito una etapa más de mi vida.

A mis papás Diego y Anita que han sido mi apoyo a lo largo de mi carrera, soy muy bendecida de tener unos padres como ellos.

A mis abuelitos que con su cariño y consejos hicieron mas llevadero malos ratos y percances.

A mis hermanos José David y Diego Andrés.

A mi tía Paty que es como mi segunda madre, gracias por todo el apoyo sin ti nada de esto sería posible.

A todas las personas que me acompañaron en este camino que hoy culmina, muchas gracias.

**Rodríguez Sánchez, María Cristina**

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a mis padres y familiares por su amor y apoyo inquebrantables.

A mis hermanos Andrés, Pedro, Galo, Vanessa, Christian y Peter por siempre haber tenido su apoyo incondicional.

A mis profesores, les debo mi gratitud por su orientación y sabiduría.

A mis amigos, gracias por estar siempre ahí.

Este logro no habría sido posible sin cada uno de ustedes. Su apoyo me ha inspirado y motivado a lo largo de esta travesía académica.

**Tutivén Gálvez, Bryan Francisco**



## **DEDICATORIA**

A mi querido hijo David.

A mi fuente inagotable de inspiración. Desde el momento en que llegaste a este mundo, mi vida se llenó de un propósito más profundo y de un amor incondicional que me ha impulsado a superar obstáculos y perseguir mis sueños con determinación. A lo largo de este arduo viaje académico, has sido mi mayor motivación. Cada noche de estudio, cada esfuerzo y sacrificio, han estado guiados por el deseo de brindarte un futuro mejor y demostrarte que con perseverancia y dedicación, podemos alcanzar nuestras metas. Tú has sido mi faro en las noches oscuras y mi sonrisa en los días difíciles.

**Rodríguez Sánchez María Cristina**

Esta tesis está dedicada con amor y profundo agradecimiento a mi querida madre, Judith. Tu incansable apoyo, sabiduría y amor incondicional han sido mi mayor fuente de inspiración a lo largo de esta travesía académica. Tus palabras de aliento en los momentos difíciles y tu fe inquebrantable en mi capacidad me han impulsado a superar obstáculos y perseguir mis sueños. Tú eres mi ejemplo de perseverancia y determinación, y esta tesis es un pequeño tributo a la fuerza que me has transmitido.

A ti, mamá, dedico este logro con todo mi corazón, en reconocimiento de tu inestimable influencia en mi vida y en agradecimiento eterno por ser la razón de mi éxito.

**Tutivén Gálvez, Bryan Francisco**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Ulloa Armijos, Ana Del Rosario MAE, PhD.**

TUTORA

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.**

DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Echeverría Bucheli, Mónica Patricia, Mgs.**

COORDINADOR DEL ÁREA

f. \_\_\_\_\_

**Ing Rodriguez Bustos, Andrea Johanna, Mgs.**

OPONENTE

## Contenido

Introducción .....	2
Capítulo I: Generalidades.....	3
Antecedentes.....	3
Justificación.....	5
Planteamiento del problema.....	6
Formulación del problema .....	9
Preguntas de investigación .....	10
Objetivo General .....	10
Objetivos Específicos .....	10
Delimitación.....	11
Limitantes.....	11
Capítulo II: Marco teórico, conceptual, metodológico y referencial.....	12
Marco teórico .....	12
Modelo Heckscher-Ohlin .....	12
Teoría económica.....	12
Teoría de comercio internacional.....	14
Teoría de ciclo de vida del producto.....	15
Teoría de ventaja comparativa .....	17
Marco conceptual.....	17
Sector pecuario.....	17
Competitividad.....	20
Tipos de competitividad .....	20
Especie pecuarias en Ecuador.....	23
Comercio internacional.....	24
Marco metodológico .....	25
Variable dependiente .....	26

Variables independientes.....	26
Preguntas de las encuestas online realizadas a las pymes .....	26
Enfoque metodológico .....	27
Diseño de investigación.....	28
Población.....	28
Muestra.....	28
Materiales.....	28
Métodos de investigación.....	29
Técnica de investigación .....	29
Marco referencial .....	29
El tema a nivel mundial.....	29
El tema a nivel Latinoamericano.....	31
El tema a nivel nacional.....	33
Capítulo III: Resultados.....	47
Capítulo IV: Propositivo .....	61
Objetivo General .....	61
Objetivos Específicos .....	61
Fase 1: Inicio .....	64
Fase 2: Planificación .....	65
Fase 3: Ejecución .....	66
Fase 4: Monitorización y control.....	66
Fase 5: Cierre .....	69
Conclusiones.....	70
Recomendaciones.....	73
Bibliografía.....	74
Apéndices .....	83
Apéndice A. Lista de empresas a entrevistar .....	83

Apéndice B. Cuadros informativos individuales de las empresas .....	85
Apéndice C. Exportadores de productos pecuarios.....	95
Apéndice D. Ecuador en regiones.....	96

## Índices de Tablas

Tabla 1 <i>Variable dependiente</i> .....	26
Tabla 2 <i>Número total de cabezas de ganado por especies, según región (2022)</i> . ....	36
Tabla 3 <i>Cantidad de aves criadas en campo (2022)</i> .....	37
<b>Tabla 4</b> <i>Existencia de aves criadas en planteles avícolas</i> .....	37
Tabla 5 <i>Análisis FODA</i> .....	41
Tabla 6 <i>Presupuesto de propuesta</i> .....	69
Tabla 7 <i>Empresas que conforman la población objetivo</i> .....	83
Tabla 8 <i>Asociación De Montubios San Jacinto De Chilla</i> .....	85
Tabla 9 <i>Asociación De Pequeños Agricultores Y Ganaderos San José Del Retiro</i> ...	86
Tabla 10 <i>Asociación De Producción Pecuaria Virgen Del Cisne II</i> .....	87
Tabla 11 <i>Asociación De Productores Casas Viejas</i> .....	88
Tabla 12 <i>Asociación De Producción Pecuaria San Francisco De Balsas</i> .....	89
Tabla 13 <i>Asociación De Ganaderos Sultana De El Oro</i> .....	90
Tabla 14 <i>Asociación De Producción Pecuaria De Porcicola Del Cantón Balsas</i> .....	91
Tabla 15 <i>Asociación De Producción De Porcicultores Pormagro</i> .....	92
Tabla 16 <i>Embutidos de carne de los andes EMBUANDES CIA.LTDA</i> .....	93
Tabla 17 <i>Asociación Artesanal de Producción Agrícola Pecuaria y Piscícola Primavera Oriental</i> .....	94

## Índices de Figuras

Figura 1 <i>Cortes de pollo</i> .....	38
Figura 2 <i>Cortes de cerdo</i> .....	39
Figura 3 <i>Cortes de carnes de res</i> .....	40
<i>Figura 4</i> Tipo de productos pecuarios.....	47
<i>Figura 5</i> Necesidad en China .....	48
<i>Figura 6</i> Desafíos para la exportación de productos pecuarios .....	49
<i>Figura 7</i> Medidas para mejorar la competitividad implementadas .....	50
<i>Figura 8</i> Factores que impulsan las exportaciones a China .....	51
<i>Figura 9</i> Calidad de productos frente a otros competidores .....	52
<i>Figura 10</i> Apoyo gubernamental o políticas públicas necesarias .....	53
<i>Figura 11</i> Participación en ferias comerciales internacionales.....	54
<i>Figura 12</i> Oportunidad para aumentar competitividad .....	55

## Índices de Apéndices

Apéndice A. Lista de empresas a entrevistar .....	83
Apéndice B. Cuadros informativos individuales de las empresas .....	85
Apéndice C. Exportadores de productos pecuarios .....	95
Apéndice D. Ecuador en regiones .....	96



## Resumen

La presente investigación se llevó a cabo con el objetivo de analizar los principales factores que afectan la competitividad de los productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino, a fin de proponer estrategias para superar las barreras que dificultan el ingreso y expansión en el país asiático.

La metodología empleada en este estudio tiene un enfoque mixto, el cual permitió obtener y analizar datos cuantitativos y cualitativos, desarrollando una investigación no experimental – transaccional, aplicada a diferentes empresas relacionadas al sector.

Además, se recopilaron datos a través de encuestas y revisión documental, y se aplicaron los métodos teórico, descriptivo y empírico para interpretar los datos recopilados. Los resultados obtenidos revelaron que China tiene una necesidad urgente por satisfacer sus demandas de alimentos básicos, particularmente carnes y proteínas.

Adicionalmente, se analizaron que los principales desafíos para las exportaciones, siendo estos, los impuestos, la documentación y los requisitos fitosanitarios. Estos resultados, contribuyen a la comprensión del comercio de productos pecuarios entre Ecuador y China al exponer los factores que afectan la competitividad del sector, como la demanda de dicho país por adquirir calidad de los productos pecuarios que son usados en la alimentación de su población. Otro punto importante tratado en la investigación es la firma reciente del Tratado de Libre Comercio entre los dos países.

**Palabras clave:** Comercio exterior, exportación, producción, ganadería, carnes, estrategias

## **Abstract**

The present investigation was carried out with the objective of analyzing the main factors that affect the competitiveness of Ecuadorian livestock products in the Chinese market, to propose strategies to overcome the barriers that hinder entry and expansion in the Asian country.

The methodology used in this study has a mixed approach, which allowed obtaining and analyzing quantitative and qualitative data, developing a non-experimental - transactional research, applied to different companies related to the sector.

In addition, data was collected through surveys and documentary review, and theoretical, descriptive, and empirical methods were applied to interpret the collected data. The results obtained revealed that China has an urgent need to satisfy its demands for basic foods, particularly meat and protein.

Additionally, the main challenges for exports were analyzed, these being taxes, documentation, and phytosanitary requirements. These results contribute to the understanding of the trade of livestock products between Ecuador and China by exposing the factors that affect the competitiveness of the sector, such as the demand of that country to acquire quality livestock products that are used to feed its population. Another important point dealt with in the investigation is the recent signing of the Free Trade Agreement between the two countries.

**Keywords:** Foreign trade, export, production, livestock, meat, strategies

## Introducción

“La globalización ha hecho que el comercio de productos agrícolas y pecuarios se haya vuelto cada vez más competitivo en el mundo” (Montiel, 2019, p. 561). No obstante, aún los productos pecuarios tienen los grandes desafíos al momento de su exportación debido a que son más susceptibles a los cambios en la temperatura, la humedad, o incluso, la manipulación de los mismos si estos no son adecuadamente embalados y transportados (Magaña. et al., 2020, p. 670). Para Ecuador, la reciente firma de un tratado de libre comercio con China es una oportunidad para impulsar un sector potencialmente rentable, en el que Ecuador ha crecido considerablemente en el último decenio (Pinda, 2022).

En este contexto, la investigación es útil para estudiar cómo la industria pecuaria ecuatoriana puede mejorar su competitividad en el mercado chino. Conjuntamente, el análisis brinda información para saber qué pasos se requieren para el logro de esta. Al mismo tiempo, el estudio servirá como argumento para el debate respecto al potencial de crecimiento de la industria en los próximos años, así como para la toma de decisiones por parte de los actores involucrados.

La estructura del documento se basa en tres capítulos, a través de los cuales se abordaron los factores que contribuyen a la competitividad de los productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino. En el primer capítulo expone el marco teórico, explicando los conceptos y fundamentos que sustentan el estudio. Además, se presenta la propuesta metodológica para la identificación y evaluación de dichos factores.

En el segundo capítulo se lleva a cabo una investigación a nivel internacional para identificar los principales factores de la productividad. Paralelamente, se presenta un estudio microambiental a nivel de la industria en Ecuador, con el objetivo de elaborar, en el último capítulo, una propuesta enfocada en lograr la competitividad. Finalmente, todos los resultados obtenidos se presentan en las conclusiones donde se analizan los beneficios y el impacto de la implementación en las empresas.

# Capítulo I: Generalidades

## Antecedentes

En el mundo de hoy, el comercio ha sido uno de los factores más importantes para el desarrollo económico y social de los países. La competitividad de los productos es uno de los principales problemas en el comercio internacional, y muchos países han buscado mejorar los procesos de producción y redefinir su estrategia de comercialización para poder competir con los productos de otros países.

El consumo de productos pecuarios por parte de la humanidad se remonta a tiempos ancestrales. Desde las primeras etapas de la civilización, la domesticación de animales y la elaboración de productos derivados de ellos han sido fundamentales para la subsistencia y el desarrollo de las sociedades, ya sea para obtener beneficios económicos o alimenticios.

En Mesopotamia, alrededor del 2070 a.C., se comenzó a domesticar ovejas y cabras, lo que permitió el suministro de carne, leche, cuero y lana. En el valle del Nilo, en Egipto, se criaban ganado bovino y ovino que se utilizaban en la agricultura y como fuente de alimento. En la India, la domesticación de vacas se convirtió en un aspecto fundamental de la cultura y la religión, con la producción de leche y productos lácteos desempeñando un papel importante en la dieta (Zavaro, 2022, p. 44).

La llegada de la era industrial en el siglo XVIII trajo consigo avances tecnológicos y transformaciones en la producción y la comercialización de productos pecuarios. El desarrollo de técnicas de conservación de alimentos, como la refrigeración y la pasteurización, permitió la exportación de productos lácteos y cárnicos a distancias cada vez mayores. Además, el surgimiento de la maquinaria y la mecanización en la producción pecuaria mejoró la eficiencia y aumentó la escala de la producción (Álvarez et al., 2021, p. 524).

En el contexto contemporáneo, el comercio internacional de productos pecuarios ha experimentado un crecimiento exponencial, impulsado por la demanda creciente de proteínas animales en diferentes partes del mundo. La globalización ha facilitado

la expansión de los mercados y ha promovido la interconexión de las cadenas de suministro, permitiendo que países como Ecuador y China se involucren en el comercio de productos pecuarios a gran escala (Rodríguez et al., 2020, p. 274).

Teniendo en cuenta estos antecedentes históricos y el papel fundamental que los productos pecuarios han desempeñado en la evolución de las sociedades humanas, resulta relevante comprender la dinámica actual de la competitividad en el comercio de estos productos entre Ecuador y China. El análisis de la historia y evolución de su uso proporciona un marco de referencia para comprender la importancia económica y cultural de este sector, así como los desafíos y oportunidades que se presentan en el contexto contemporáneo.

Particularmente en Ecuador, la ganadería ha sido uno de los principales motores del desarrollo económico a lo largo de su historia. En el último siglo, el comercio internacional también ha aumentado rápidamente, ya que muchos países se están abriendo al comercio. Esto, a su vez, ha provocado un incremento de la competencia internacional entre los países productores, particularmente en lo referente a los productos pecuarios.

En el caso de Ecuador, el sector pecuario ha experimentado un importante crecimiento en las últimas décadas. El país se ha destacado como uno de los principales productores de productos pecuarios en la región, especialmente en lo que respecta a la carne de bovino, porcino y avícola. Esta posición se ha fortalecido gracias a la disponibilidad de vastas extensiones de tierras aptas para la producción ganadera, así como a la implementación de políticas y programas que han incentivado la inversión y la modernización del sector (Bejarano et al., 2021, p. 275).

Por otro lado, China se ha posicionado como el mercado de consumo más grande del mundo, en donde la creciente urbanización y el aumento del nivel de vida de la población china han generado una mayor demanda de productos pecuarios, tanto para el consumo doméstico como para la industria alimentaria. Sin embargo, a pesar de ser uno de los mayores productores en el mercado de ganado y carnes a nivel mundial, China aún enfrenta desafíos en términos de satisfacer plenamente su demanda interna (Mora, 2022, p. 5).

En este contexto, Ecuador y China han establecido una relación comercial cada vez más estrecha, especialmente gracias a productos de la crianza de especies acuática, vegetales y animales. No obstante, este país asiático se ha convertido en uno de los más grandes importadores de productos pecuarios, por lo que países vecinos han experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, beneficiándose de acuerdos comerciales y la apertura de nuevos mercados.

Los productos pecuarios son aquellos que se obtienen a partir de la cría, reproducción y manejo de animales. Estos productos pueden provenir de animales de granja, como el ganado bovino, ovino, porcino y aves de corral, así como de animales acuáticos, como peces y mariscos. Algunos de los productos pecuarios más comunes son las carnes, leche producida principalmente por vacas, pero también por cabras, ovejas, miel, entre otros (Alvarado et al., 2019, p. 19).

Ambos países han suscrito recientemente un convenio que resulta favorable para diversas mercancías, tales como la carne y los cortes congelados de ganado vacuno, porcino y aves, así como los lácteos como el yogur, la mantequilla, el suero en polvo y una variedad de quesos, incluyendo el queso crema, el queso fresco y los quesos maduros (MPCEIP, 2023 p.9)

La suscripción del tratado de libre comercio con China representa para Ecuador la posibilidad de acceder de manera más favorable al mercado que engloba a 1.400 millones de consumidores, caracterizado por su fuerte capacidad económica. No obstante, se requiere que este acuerdo sea evaluado y validado por la Corte Constitucional y la Asamblea Nacional, de manera que una vez finalizados los procedimientos legales internos en ambas naciones, este Tratado Comercial comenzará a tener efecto.

### **Justificación**

La investigación reviste una importancia significativa a nivel económico, debido a que Ecuador es un país con una importante producción pecuaria como son carne de res, cerdo, pollo, leche, huevos, entre otros. Estos productos han sido fundamentales para la economía ecuatoriana ya que representan una parte significativa del consumo interno y generan empleo en las zonas rurales y en las

empresas. Por otra parte, China es uno de los países más poblados del mundo y también uno de los mayores importadores de productos pecuarios a nivel mundial y ha demostrado un interés creciente en adquirir productos de países latinoamericanos, a causa de la creciente demanda de proteína animal en China, así como las necesidades de diversificar sus fuentes de abastecimiento.

Es importante destacar que el comercio de productos pecuarios es altamente competitivo en el ámbito internacional. Los avances en la globalización han permitido que los productos pecuarios sean comercializados en diferentes partes del mundo, lo que ha incrementado la competencia entre los países productores. Por lo tanto, es fundamental que Ecuador comprenda los factores que contribuyen a la competitividad de sus productos en el mercado chino, a fin de potenciar su posición como proveedor confiable y rentable. Asimismo, permitirá fortalecer su posición en el mercado internacional, aumentar su participación en el comercio global y generar mayores ingresos.

Cabe mencionar que este estudio de competitividad en el comercio de productos pecuarios entre Ecuador y China permitirá identificar las fortalezas y debilidades del sector pecuario ecuatoriano en relación con otros países proveedores de productos similares a China, así también como determinar las oportunidades existentes y las barreras comerciales como impuestos, regulaciones sanitarias, restricciones marítimas o el valor de alquiler de contenedor que podrían afectar la exportación de productos pecuarios a China.

### **Planteamiento del problema**

El comercio de productos pecuarios entre Ecuador y China ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, especialmente con la firma de un tratado de libre comercio entre ambos países. Sin embargo, a pesar de las oportunidades que este acuerdo brinda, existen desafíos y obstáculos que afectan la competitividad de los productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino.

En Ecuador, el sector pecuario representa un nuevo rubro de exportación potencialmente rentable, donde se observa que el país ha crecido considerablemente en el último decenio (Pinda, 2022). Sin embargo, a pesar de este crecimiento, la competitividad de los productos ecuatorianos en el mercado

internacional es todavía limitada por varios factores, incluyendo el elevado costo de la materia prima y la falta de tecnologías modernas en los procesos de producción (Chuncho et al., 2021, p. 9)

Uno de los principales desafíos se relaciona con las barreras no arancelarias que limitan el acceso de los productos pecuarios ecuatorianos al mercado internacional. Estas barreras incluyen requisitos fitosanitarios y sanitarios exigentes, así como normativas técnicas y de calidad específicas. Estas barreras dificultan la penetración y el posicionamiento de los productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino, lo que afecta su competitividad frente a otros proveedores internacionales.

El comercio de productos pecuarios enfrenta numerosos desafíos no arancelarios que dificultan la entrada al mercado chino y limitan la competitividad de los productos ecuatorianos. A pesar de que Ecuador ha logrado exportar carne de bovinos congelada a Estados Unidos, aún no ha logrado establecer una presencia significativa en el mercado chino, el cual se considera difícil de penetrar. Esta situación plantea la necesidad de evaluar los problemas no arancelarios de exportación que afectan la competitividad y limitan la expansión de las exportaciones de productos pecuarios ecuatorianos hacia China (Aguirre, 2022, p. 5).

Uno de los principales problemas que dificultan la entrada al mercado chino es la exigente normativa y los requisitos sanitarios y fitosanitarios impuestos por las autoridades chinas. La sanidad agropecuaria es un factor clave que influye en la aceptación de los productos pecuarios en el mercado chino. A pesar de que Ecuador ha obtenido la reconfirmación como zona libre de fiebre aftosa con vacunación en 2020, aún es necesario cumplir con otros requisitos y certificaciones sanitarias específicas exigidas por China. La falta de cumplimiento de estos requisitos puede limitar la participación de Ecuador en el mercado y afectar su competitividad (Hernández et al., 2022, p. 932).

Otro aspecto relevante es la necesidad de mejorar la calidad y productividad en la cría y engorde de ganado. La calidad de los productos pecuarios ecuatorianos es un factor determinante para competir en el mercado chino, donde se demanda un alto estándar de calidad. Es fundamental invertir



en tecnologías y prácticas que mejoren la calidad de la carne y otros productos pecuarios, así como la productividad del sector ganadero. La falta de inversión en este aspecto puede afectar la competitividad y dificultar el acceso al mercado chino (Callejas y Rebollar, 2021, p. 865).

Además, la falta de una estrategia efectiva de comercialización internacional y marketing es un obstáculo para el ingreso al mercado chino. La competencia internacional es feroz y es necesario desarrollar estrategias de promoción y comercialización que destaquen las ventajas competitivas de los productos pecuarios ecuatorianos. La falta de una presencia y posicionamiento adecuados en el mercado chino dificulta la expansión de las exportaciones (Álvarez et al., 2019, p. 440).

Por otro lado, la competencia de otros países productores de productos pecuarios representa otro obstáculo para la competitividad de Ecuador en el mercado chino. Países como Australia, Brasil y Estados Unidos son reconocidos exportadores de productos pecuarios y cuentan con ventajas competitivas en términos de calidad, precio y acceso a este mercado. La capacidad de estos países para satisfacer la demanda del mercado chino y ofrecer productos competitivos representa un desafío para Ecuador, que debe buscar estrategias para diferenciarse y destacar en este mercado altamente competitivo (Ponce, 2019, p. 101).

La infraestructura y el control de transporte del ganado desde el campo hasta los frigoríficos también representan un problema. El transporte de animales vivos requiere condiciones adecuadas para preservar su bienestar y garantizar la calidad de la carne. La falta de una infraestructura adecuada y un control eficiente del transporte puede afectar la calidad de los productos y generar rechazo en el mercado chino.

Otro desafío importante es la infraestructura logística limitada y la falta de desarrollo en la cadena de suministro de productos pecuarios. La capacidad de transporte, almacenamiento y distribución de productos pecuarios en condiciones óptimas de calidad y fresca es fundamental para su competitividad en el mercado chino. La falta de infraestructura logística adecuada y eficiente puede afectar la entrega oportuna de los productos, lo que puede comprometer

su calidad y frescura, y disminuir su competitividad en comparación con otros proveedores internacionales.

La certificación y trazabilidad del ganado es otro desafío importante para el sector pecuario ecuatoriano. Los consumidores chinos están cada vez más preocupados por la seguridad alimentaria y exigen garantías sobre el origen y la calidad de los productos. La falta de sistemas eficientes de certificación y trazabilidad del ganado puede limitar la confianza de los consumidores chinos y afectar la competitividad de los productos ecuatorianos (López y García, 2021, p. 62).

La necesidad de mejorar la calidad y la trazabilidad de los productos pecuarios ecuatorianos es otro problema que afecta su competitividad en el mercado chino. Los consumidores chinos son cada vez más exigentes en términos de calidad, seguridad alimentaria y trazabilidad de los productos que consumen. La falta de estándares de calidad consistentes, sistemas de control y trazabilidad efectivos puede generar desconfianza en los consumidores chinos y limitar la demanda de los productos pecuarios ecuatorianos (Munilla et al., 2022, p. 178).

En síntesis, el problema principal radica en los problemas no arancelarios de exportación que afectan la competitividad de los productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino. Estos problemas incluyen la sanidad agropecuaria, la calidad y productividad en la cría y engorde de ganado, la certificación y trazabilidad del ganado, la infraestructura y control de transporte, así como la comercialización internacional y el marketing. La identificación y solución de estos problemas son fundamentales para que Ecuador pueda ingresar y competir de manera exitosa en el mercado chino, diversificar sus exportaciones pecuarias y aprovechar el potencial de crecimiento y rentabilidad que este mercado ofrece.

### **Formulación del problema**

¿Cuáles son los principales factores que afectan la competitividad de los productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino y cómo pueden ser superados para facilitar el ingreso y expansión en dicho mercado?

## **Preguntas de investigación**

Las siguientes preguntas de investigación servirán como guía para el estudio y análisis de factores y la evaluación de la competitividad en el comercio de productos pecuarios entre Ecuador y China. Estas son:

1. ¿Cuáles son las barreras sanitarias y fitosanitarias específicas que dificultan la exportación de productos pecuarios ecuatorianos al mercado chino?
2. ¿Cuáles son los requisitos de calidad y trazabilidad del ganado impuestos por China y cómo afectan la exportación de productos pecuarios desde Ecuador?
3. ¿Cuáles son las oportunidades y ventajas competitivas que Ecuador puede aprovechar para incrementar su participación en el mercado chino de productos pecuarios?
4. ¿Cuáles son las estrategias de comercialización y marketing más efectivas para promover los productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino?

## **Objetivo General**

Analizar los principales factores que afectan la competitividad de los productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino, a fin de proponer estrategias para superar las barreras que dificultan el ingreso y expansión al mercado chino.

## **Objetivos Específicos**

1. Identificar bibliográficamente información concerniente al comercio de productos pecuarios a nivel internacional.
2. Realizar encuestas online en las pymes de la provincia del El Oro, operativas en el sector de productos pecuarios
3. Analizar las oportunidades y ventajas competitivas que Ecuador puede aprovechar para aumentar su participación en el mercado chino de productos pecuarios.
4. Proponer estrategias de comercialización y marketing efectivas para promover los productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino.

## Delimitación

La investigación se delimita temporalmente en el año 2023, en tanto que su localización espacial comprende a las pymes en el Ecuador donde se abordó tres regiones:

- Costa
- Sierra
- Amazonía

A su vez con respecto al país de China, está enfocado en la provincia de Jiangsu que es la quinta provincia más poblada de China. En cuanto a las variables de la investigación, estas corresponden a la **competitividad** y el comercio de **productos pecuarios**, por lo que no toman en cuenta productos de otros sectores productivos.

## Limitantes

El estudio se basó en datos y fuentes disponibles hasta la fecha de corte de conocimiento en junio de 2023. Además, el acceso de las respuestas de encuestas online.

Este capítulo se enfocó en las generalidades de la investigación, donde se incluyeron los antecedentes históricos de la actividad pecuaria y se mencionaron los avances tecnológicos que han impactado en la producción y comercio pecuario. Además, se justificó este estudio de competitividad debido a la importancia del sector pecuario para el consumo interno y al potencial para la exportación. Finalmente, se expusieron los objetivos y preguntas de investigación que guían este trabajo.

## **Capítulo II:**

### **Marco teórico, conceptual, metodológico y referencial**

#### **Marco teórico**

##### **Modelo Heckscher-Ohlin**

El modelo Heckscher-Ohlin asevera que los países cuyos factores productivos son abundantes se ubicarán en una mayor ventaja en la producción de bienes cuyo proceso requiera una mayor cantidad de dichos factores. Esto significa que esos países tenderán a exportar aquellos bienes que sean más intensivos en los factores con los que cuentan (Rodríguez et al., 2018).

Al mismo tiempo el modelo comercial clásico H-O, todos los factores de la producción son considerados como factores inamovibles entre los países, es decir, se comercian con mercancías y no con factores. Lo que explica que los diferentes países cuentan con distintas cantidades de factores de producción, existen países con abundancia en capital y otros en trabajo. Al final un país tenderá a exportar los bienes que son intensivos en los factores con los que cuentan en mayores cantidades (Rodríguez et al., 2018).

Como se ha descrito, el modelo Heckscher-Ohlin destaca la importancia de las diferencias en la abundancia de factores de producción entre países para explicar las ventajas comparativas en el comercio. Al enfocarse en la especialización en bienes intensivos en los recursos disponibles, proporciona una visión sólida de cómo se configuran los patrones comerciales en el contexto internacional.

##### **Teoría económica**

Se consideró en la presente investigación, la teoría de David Ricardo (1817) cuyo enfoque dominante de la teoría neoclásica del mercado está centrado en las propiedades de las posiciones de equilibrio. El punto de partida es que, dadas las preferencias de los agentes individuales, la tecnología y las dotaciones de una economía, si se deja actuar libremente a las fuerzas competitivas del mercado, la economía alcanza una posición de equilibrio (Nadal, 2019).

Según Etxezarreta (2015) los pensadores económicos denominados marginalistas o neoclásicos iniciaron un cambio significativo en la forma de abordar el estudio de la Economía. El enfoque neoclásico de la Economía se centra en una descripción estadística y matemática precisa, con premisas como la del *homo economicus*: los individuos humanos están formados por unas características únicas, reconocen todas las consecuencias de sus decisiones, tienen toda la información disponible para tomar decisiones racionales basadas en el mejor interés propio, son dueños de su destino, ocupados en maximizar su felicidad y postulando que esta se podía obtener en un entorno de libre competencia a través de los mercados.

Es indudable que la teoría económica de David Ricardo y el enfoque neoclásico han sido fundamentales para el análisis económico moderno, con énfasis en el equilibrio del mercado y la racionalidad del individuo. Sin embargo, es importante reconocer que la simplificación excesiva de la realidad puede limitar la comprensión de la complejidad y las interacciones sociales en la economía.

Etxezarreta (2015) también explica que:

Las premisas fundamentales de la Economía neoclásica parten de una percepción de la humanidad compuesta de seres humanos como individuos libres e independientes<sup>1</sup> racionales, dueños de su destino, ocupados en maximizar su felicidad y postulando que esta se podía obtener en un entorno de libre competencia a través de los mercados. Los neoclásicos rechazan la explicación del valor de una mercancía de acuerdo con la cantidad de trabajo que ha sido invertido, optando en su lugar por un enfoque que relaciona el valor con la utilidad que ofrece un producto. (p.33)

Otro elemento importante en los neoclásicos es su definición de la disciplina de la Economía, puesto que ha llegado a generalizarse de tal modo que se ha convertido en la definición estándar de muchos de los manuales más conocidos en la enseñanza de la Economía, marcando así los parámetros en los que esta se desarrolla (Etxezarreta, 2015).

## Teoría de comercio internacional

La presente investigación hace referencia a la competitividad entre dos países así que analizaremos el mercantilismo, (Moreno et al., 2017) hacen referencia a otro autor en diferentes tiempos indicando que:

De acuerdo con Escartín (2004) el mercantilismo daba como principal motivación el enriquecimiento de las naciones a través de la expansión del comercio exterior. Esta corriente pensaba en la riqueza como resultado de un saldo positivo de exportaciones y proyectiva el fortalecimiento del proteccionismo. Esta visión promovió también un papel activo del Estado en la economía, promoviendo el desarrollo de unas estructuras productivas nacionales (p.6).

Según Chosgo (2022) el mercantilismo se caracteriza por tres principios básicos, que son:

1. Para una nación prosperar y aumentar su poder político, debe acumular recursos en forma de metales preciosos. Cuanto mayor sea esta acumulación de riqueza, más fuerza y estabilidad tendrá el país.
2. El papel del Estado en el mercantilismo es brindar protección y promover a la industria local con varias herramientas, como el control de precios, los subsidios y la restricción de productos extranjeros. El objetivo es alcanzar la acumulación de riqueza y fortalecer la economía de la nación.
3. Para aprovechar el comercio a nivel global y obtener mayores beneficios económicos, los Estados deberán implementar políticas que garanticen una balanza de pagos positiva, para que las exportaciones excedan a las importaciones.

El mercantilismo, si bien fue una teoría económica relevante en su tiempo, muestra limitaciones en la perspectiva actual del comercio internacional. Enfoques

más contemporáneos reconocen la importancia de la cooperación y el libre comercio para el crecimiento económico y el desarrollo sostenible de las naciones.

Para terminar, Chosgo (2022) resume cómo ha evolucionado el mercantilismo hasta nuestro tiempo actual:

Se concibe que el mercantilismo se basa en el proteccionismo, el estado protege la economía del país, fomenta el desarrollo de industrias nacionales, alentando la exportación, controlando la importación; su defecto es la excesiva regulación del Estado, que termina autorizando las exportaciones e importaciones a ciertas empresas a llegadas al poder del estado. En el contexto actual de la globalización económica, este método es poco utilizado, dando lugar a las teorías del “Neo-mercantilismo” cuyo propósito es operar con balanzas comerciales positivas, con el objetivo de lograr objetivos sociales y políticos. Ejemplo China, que maneja el tipo de cambio, da subsidios, etc (p. 57).

El mercantilismo, a pesar de su relevancia histórica, ha perdido vigencia debido a su excesiva regulación y proteccionismo estatal. En la actualidad, el enfoque del "neo-mercantilismo" prevalece en ciertas economías, como China, donde se busca operar con balanzas comerciales positivas para lograr objetivos sociales y políticos, pero también puede generar tensiones internacionales.

### **Teoría de ciclo de vida del producto**

Poveda (2021) sostiene que:

Las empresas pioneras de un artículo, creían que cuando se incursiona con un producto nuevo en el mercado de algún país, se debe sacar el mayor provecho en el precio. Cuando inicialmente hay demanda en los países exitosamente desarrollados en economía, realmente no le dan la suficiente importancia al país que originó o innovó el producto, pero es importante que este tenga en cuenta el tema de exportaciones, como objetivo principal. Ahora bien, con el transcurrir del tiempo, cuando la demanda del nuevo producto empieza a contemplar el auge en otros países desarrollados, los productores extranjeros encuentran un motivo para iniciar la producción de tales bienes, de esta forma, abastecer a los mercados nacionales.



Para generar el proceso de competitividad, debe destacarse un producto dentro de la escala de los costos (haciendo referencia al dinero, del valor de un producto a otro similar) por medio del cual se inserta en el mercado transnacional a mayores escalas en los países avanzados en economía, ejemplo de estos países son: Estados Unidos, Alemania, China y Noruega. Se destaca que el producto innovador de un país tal vez con menos posibilidades de evolucionar en los mercados internacionales tiene un mejor aprovechamiento por parte de los países desarrollados, esto hace que se genere competitividad al interior de un Estado y como resultado se genere las exportaciones. Es evidente que el mayor flujo de inversiones viaja entre los países con una alta capacidad desarrolladora de los bienes y servicios (p.10)

La teoría de ciclo de vida del producto resalta la importancia de la innovación y la competitividad en los mercados internacionales. Sin embargo, es crucial que los países con menor capacidad de desarrollo también encuentren formas de participar en el comercio global y aprovechar sus ventajas competitivas para lograr un crecimiento sostenible.

Según Orozco y Nuñez (2017) las ganancias del comercio internacional estarán determinadas fundamentalmente por las economías de escala y las diferencias de costes entre países. Considera que el comercio internacional es un proceso dinámico y en estrecha relación con el progreso tecnológico, que favorece la concentración de las innovaciones en las empresas más grandes, lo que genera condiciones de competencia imperfecta. Esta teoría plantea que los productos pasan en su evolución por tres fases a lo largo de su ciclo de vida (producto nuevo, producto maduro y producto estandarizado), lo que provoca diferentes ajustes de los factores de la producción y en la dinámica espacial de la industria. Por ello se considera que el ciclo de vida de un producto atraviesa básicamente por cuatro etapas, como son: 1) Introducción, 2) Crecimiento, 3) Madurez y 4) Declinación.

La teoría de ciclo de vida del producto destaca la relevancia del progreso tecnológico, las economías de escala y las diferencias de costes en el comercio internacional. Al analizar las distintas etapas de un producto, se comprende cómo influyen los factores de producción y la dinámica espacial de la industria en su evolución y competitividad global.

## **Teoría de ventaja comparativa**

Según la perspectiva de David Ricardo, el intercambio puede ser provechoso para todos los países, incluso cuando carezcan de una ventaja absoluta en ambos productos. Ricardo argumenta que lo crucial para la producción es especializarse en la ventaja comparativa, donde el éxito no depende de la cantidad producida, sino de los costos relativos en comparación con otros países. De acuerdo con esta teoría, un país siempre se beneficiará del comercio internacional, incluso si sus costos de producción son más altos, ya que lo fundamental es la eficiencia relativa en la producción de diferentes bienes (Chosgo, 2022).

Adam Smith y David Ricardo, a finales del Siglo XVIII y principios del XIX, a través de sus investigaciones, trataron de demostrar las ventajas del libre comercio internacional. Según Smith, el libre comercio servía para que cada país estuviera especializado en aquellos bienes que produjera de manera más eficiente en comparación con otros países y, por otro lado, para importar aquellos bienes en los que tuvieran una desventaja absoluta en cuanto a la producción se refiere. De esta manera, la especialización internacional llevaría a un aumento en la producción mundial, con lo cual los países que sí participaran en el comercio obtendrían beneficios en forma de aumento de la productividad (González, 2017).

De esta manera, la teoría de ventaja comparativa de David Ricardo y Adam Smith resalta la importancia del libre comercio y la especialización para el crecimiento económico global. Al permitir que cada país se enfoque en lo que produce eficientemente, se logra una mayor producción mundial y beneficios para todas las naciones involucradas.

## **Marco conceptual**

### **Sector pecuario**

Lopes et al. (2020, p. 5) señalaron que el sector pecuario se refiere a la parte de la actividad económica que se ocupa de la cría y producción de animales destinados a la obtención de productos como carne, leche, huevos y otros derivados. Incluye la ganadería bovina, porcina, ovina, avícola, entre otras, y abarca tanto la producción a gran escala como a pequeña escala. El

sector pecuario desempeña un papel importante en la alimentación y la economía de muchas regiones del mundo.

En otras palabras, los autores están señalando que el sector pecuario se dedica al cuidado, alimentación, cría y producción de los animales, con el objetivo de obtener productos lácteos, carne, huevos y otros derivados a partir de los mismos. Esto abarca granjas, tanto pequeñas como de gran escala, y desempeña un papel fundamental para el abastecimiento alimentario y de la economía de numerosas regiones del planeta.

Ortiz (2020, p. 21) señaló que, además de la producción de alimentos, el sector pecuario también puede generar ingresos a través de la comercialización de animales vivos, la venta de productos derivados como cueros y lanas, y la prestación de servicios relacionados, como el transporte y la reproducción asistida. Sin embargo, también se enfrenta a desafíos relacionados con la sostenibilidad ambiental, el bienestar animal y la salud pública, que requieren una gestión responsable y equilibrada (p.21)

El autor está tratando de señalar que, a pesar de que el sector pecuario puede generar ingresos significativos a través de la producción de alimentos, la venta de animales vivos, productos derivados y servicios relacionados también debe abordarse con responsabilidad la sostenibilidad ambiental, el bienestar animal y la salud pública para que sea rentable a largo plazo.

## **Producto**

Vera y Ornelas (2022) expusieron que un producto es un objeto tangible o un servicio intangible que se ofrece en el mercado para satisfacer una necesidad o un deseo de los consumidores. En términos generales, un producto es el resultado de un proceso de producción que transforma materias primas en algo útil y valioso para los clientes.

Es decir, el concepto de producto se refiere a todos los bienes y/o servicios que proveen una solución o satisfacción a los clientes. Estos productos deben tener

características que los hagan diferentes a los demás y los hagan competitivos en el mercado. Al respecto, Ordoñez et al. (2023) indicaron que:

Un producto exitoso debe cumplir con ciertas características, como calidad, funcionalidad, durabilidad, diseño atractivo, precio competitivo y satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores. Además, el marketing y la promoción son importantes para dar a conocer el producto, crear una marca y generar demanda en el mercado (p. 111).

En este sentido, un buen producto debe contar con beneficios que lo diferencien de los demás en el mercado, debe estar enfocado en satisfacer las necesidades del consumidor, debe tener un precio competitivo y un buen diseño para ganar la preferencia de los compradores. Además, debe tener una buena estrategia de distribución, promoción y publicidad para lograr un buen posicionamiento en el mercado y lograr una buena venta.

En el marco de la actividad pecuaria, se entiende como productos a los vacunos, equinos, porcinos y aves. Estos se encuentran presentes en el mercado nacional y diferentes subproductos derivados de éstos, como la carne, la leche, los huevos, entre otros. La satisfacción de los clientes con cada una de estas categorías está muy relacionada con sus características específicas: sabor, olor, textura, presencia de grasa, etc. Además, los precios y las estrategias de promoción y publicidad juegan un papel importante para conquistar a los consumidores (Amador, 2022, p. 187).

En definitiva, los productos son un elemento esencial para cualquier economía ya que satisfacen las necesidades o deseos del consumidor. Por lo tanto, los responsables de producción deben tener claro el concepto de producto y desarrollar estrategias para aumentar la calidad, diseño y precio de los mismos con el fin de posicionarse en el mercado.

## **Competitividad**

La competitividad se define como la aptitud de una empresa, sector económico o nación para preservar y mejorar su posición en el mercado, logrando una mayor eficacia, creatividad y productividad en contraste con sus contendientes. Implica la capacidad de producir bienes o servicios de alta calidad, a precios competitivos y de forma sostenible, al mismo tiempo que se adecua y aprovecha las ocasiones y retos del contexto económico. La competitividad está estrechamente relacionada con la productividad, la eficacia en la utilización de los recursos, la excelencia, la innovación, la capacidad de adaptación y la distinción en el mercado (Clavijo, 2022).

La interpretación de este concepto implica reconocer que la competitividad no se limita a la capacidad de una empresa o país para competir en precios bajos, sino que abarca un conjunto de factores que contribuyen a su éxito y desarrollo sostenible a largo plazo. Esto incluye la mejora continua de los procesos, la adopción de nuevas tecnologías, la inversión en investigación y desarrollo, la formación de capital humano, la promoción de la innovación, la colaboración entre diferentes actores y la capacidad de adaptarse a los cambios del entorno económico. La competitividad se construye a través de la combinación estratégica de estos elementos, permitiendo a las empresas y países diferenciarse y destacar en un mercado global cada vez más dinámico y exigente.

### **Tipos de competitividad**

#### ***Competitividad interna***

La competitividad interna hace alusión a la habilidad de una empresa para incrementar su eficacia, productividad y desempeño en su entorno organizacional interno. Su enfoque está puesto en áreas tales como la administración de recursos humanos, la excelencia en los procedimientos internos, la innovación, la cultura corporativa y la capacidad de ajustarse a cambios. El objetivo de la competitividad interna es optimizar el rendimiento de

la empresa mediante la mejora constante y la optimización de sus recursos y habilidades internas (Vázquez et al., 2019).

La competitividad interna se refleja en la aplicación de tácticas de administración que fomenten la eficacia y la productividad en todas las áreas de la organización. Esto abarca la incorporación de prácticas de gestión de calidad, la optimización de los procedimientos de producción, una gestión eficaz del talento humano, la promoción de la innovación y la creación de un entorno laboral propicio para el desarrollo y la motivación de los empleados. Además, involucra la habilidad de adaptarse ágilmente a los cambios del entorno y aprovechar las oportunidades que surjan (González et al., 2020).

En pocas palabras, la competitividad interna es fundamental para el éxito a largo plazo de una empresa. Al centrarse en la mejora continua y la eficiencia en sus procesos internos, la organización puede aumentar su productividad, reducir costos y ofrecer productos o servicios de mayor calidad. Además, una cultura empresarial orientada a la innovación y la adaptabilidad permite a la empresa mantenerse relevante y competitiva en un entorno empresarial dinámico y cambiante. La competitividad interna no solo implica la optimización de los recursos y capacidades existentes, sino también la capacidad de generar nuevas ideas, desarrollar nuevos productos o servicios y anticiparse a las necesidades y demandas del mercado.

### ***Competitividad externa***

La competitividad externa se refiere a la capacidad de una empresa o país para competir y destacarse en el mercado global. Se centra en aspectos como la calidad de los productos o servicios ofrecidos, la capacidad de diferenciación, la marca, la capacidad de penetración en mercados internacionales y la adaptación a las demandas de los consumidores. La competitividad externa busca posicionar a la empresa o al país de manera favorable en relación con sus competidores, generando una ventaja competitiva sostenible (Vasquez, 2021, pág. 141).

La competitividad externa se refiere a la habilidad de una empresa o un país para participar en una competencia basada en la calidad, costos, creatividad, atención al cliente y valor adicional. Esto implica la detección de segmentos de mercado específicos, la formulación de estrategias de mercadotecnia eficaces, la formación de alianzas estratégicas, la gestión de la cadena de suministro y la aptitud para adecuarse a las regulaciones y normas internacionales. Asimismo, la competitividad externa comprende la creación y el mantenimiento de una sólida reputación y un reconocimiento de marca en el mercado global (Caro y Salazar, 2019).

Particularmente, la competitividad externa es esencial para que una empresa o país pueda prosperar en un entorno globalizado y altamente competitivo. La capacidad de ofrecer productos o servicios de calidad, adaptados a las necesidades del mercado y con un valor agregado, permite a la empresa diferenciarse de sus competidores y generar una ventaja competitiva. Además, la competitividad externa implica la capacidad de establecer relaciones comerciales sólidas a nivel internacional, aprovechando las oportunidades de expansión en mercados extranjeros y generando una imagen positiva que atraiga a los clientes. La adaptabilidad y la capacidad de anticiparse a los cambios en el mercado son aspectos clave en la competitividad externa, ya que el entorno empresarial global está en constante evolución.

### ***Competitividad sistémica o competitividad del entorno***

La competitividad sistémica se refiere a la capacidad de un país, región o sistema económico en su conjunto para crear un entorno favorable que promueva la competitividad de las empresas y sectores que lo componen. Esta forma de competitividad va más allá de las capacidades individuales de una empresa y considera factores como el entorno empresarial, la infraestructura, el sistema educativo, la estabilidad política, la legislación y las políticas públicas (Mancheno y Albán, 2019, p. 563).

La competitividad sistémica implica la creación de un entorno favorable que estimule la inversión, la innovación, la productividad y la colaboración entre

diferentes actores económicos. Esto incluye el desarrollo de infraestructuras eficientes (como carreteras, puertos y telecomunicaciones), el acceso a financiamiento, la disponibilidad de mano de obra calificada, la promoción de la investigación y desarrollo, y la implementación de políticas económicas y comerciales adecuadas (Sánchez et al., 2019, p. 52).

En otras palabras, la competitividad sistémica es crucial para impulsar el desarrollo económico y social de un país o región. Un entorno sistémico competitivo fomenta la creación y el crecimiento de empresas, generando empleo, atrayendo inversiones y estimulando la innovación. Además, promueve la colaboración entre los diferentes actores económicos, como empresas, universidades, gobierno y sociedad civil, creando sinergias y potenciando el desarrollo económico en su conjunto. La competitividad sistémica requiere de un enfoque integral y de políticas públicas adecuadas que promuevan la competitividad de todos los sectores y fomenten un entorno propicio para la actividad empresarial y la inversión.

### **Especie pecuarias en Ecuador**

Las especies de animales criadas y utilizadas para la obtención de productos de origen animal, como carne, leche, huevos, lana, entre otros, son conocidas como especies pecuarias. En el contexto de Ecuador, se destacan diversas especies pecuarias que se distribuyen en distintas regiones del país, adaptándose a las condiciones climáticas y ecológicas particulares de cada zona. En concreto, el ganado bovino se encuentra principalmente en las regiones costeras y de la sierra, mientras que el ganado ovino y caprino se concentra en la sierra y el oriente. Por otro lado, el ganado porcino y las aves de corral se distribuyen a lo largo y ancho del territorio ecuatoriano. Además, el ganado equino y los camélidos son más comunes en las zonas de la sierra. Por último, el ganado cunícola se encuentra en las regiones de la sierra y el oriente del país (Márquez, 2021).

Dada la existencia de un sector tan variado, se puede interpretar que las especies pecuarias son un recurso importante para la economía y la alimentación de los ecuatorianos, ya que proveen de bienes y servicios que satisfacen las necesidades



humanas. Además, las especies pecuarias contribuyen a la conservación de la biodiversidad y el equilibrio ecológico del país.

Las buenas prácticas pecuarias se refieren a un conjunto de normas, técnicas y procedimientos recomendados para la producción, manejo y bienestar animal en el sector pecuario. Estas prácticas buscan garantizar la salud y el bienestar de los animales, promover la sostenibilidad ambiental, mejorar la calidad de los productos pecuarios y asegurar la seguridad alimentaria. Incluyen aspectos como la nutrición adecuada, el manejo responsable de los animales, la prevención y control de enfermedades, el uso responsable de medicamentos veterinarios, la gestión adecuada de los desechos, y el cumplimiento de normativas y regulaciones sanitarias. (Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario - AGROCALIDAD, 2020).

La interpretación de las buenas prácticas pecuarias implica reconocer la importancia de adoptar medidas responsables y éticas en la producción y manejo de los animales en el sector pecuario. Estas prácticas van más allá de la simple producción de alimentos y consideran aspectos como el bienestar animal, la sostenibilidad ambiental y la salud pública. Al implementar buenas prácticas pecuarias, se busca garantizar que los animales sean criados y manejados en condiciones óptimas, respetando sus necesidades básicas y minimizando el estrés. Además, se busca prevenir la propagación de enfermedades, promover la eficiencia en la producción, y asegurar que los productos pecuarios sean seguros, saludables y de calidad para el consumo humano. Las buenas prácticas pecuarias también tienen en cuenta el impacto ambiental de la producción pecuaria, promoviendo la gestión adecuada de los desechos y la reducción del uso de recursos naturales.

### **Comercio internacional**

El intercambio internacional de bienes, servicios y capital entre naciones es lo que se conoce como comercio internacional. Este sistema habilita a los países a especializarse en la manufactura de aquellos productos y servicios en los que sobresalen en comparación con otros y a comerciar con naciones extranjeras para adquirir artículos que no pueden producir de manera eficiente

por sí mismos. El comercio internacional está fundamentado en la teoría económica de la ventaja comparativa, que postula que los países pueden obtener ventajas al enfocarse en la producción de bienes y servicios en los que son relativamente más competentes y luego intercambiarlos en el mercado global (Raffo & Hernández, 2021).

El comercio internacional implica tanto la exportación como la importación de bienes y servicios. Los países exportan productos que tienen una demanda internacional y que son competitivos en términos de calidad, precio y otros factores. Al mismo tiempo, importan bienes y servicios que no pueden producir de manera eficiente o que tienen una demanda interna que supera su capacidad de producción (Encalada et al., 2021).

Esto quiere decir que el comercio internacional no solo involucra a las empresas y gobiernos de diferentes países, sino también a organizaciones internacionales y acuerdos comerciales bilaterales o multilaterales que establecen las reglas y condiciones para el intercambio. Estos acuerdos pueden incluir la reducción de barreras arancelarias, la promoción de la libre competencia, la protección de los derechos de propiedad intelectual y la facilitación del comercio.

### **Marco metodológico**

En el marco metodológico, se abordaron diversos elementos clave. En primer lugar, se procedió con la operacionalización de las variables, definiendo y midiendo con precisión el objeto de investigación. A continuación, se estableció el enfoque de la investigación y se diseñó el estudio. Posteriormente, se especificó la población objetivo y se seleccionó una muestra representativa. Además, se detallaron los materiales, instrumentos y métodos empleados, junto con las técnicas de recolección y análisis de datos utilizadas en el estudio.

## Variable dependiente

Productos pecuarios

## Variables independientes

Competitividad

## Tabla de variable dependiente

**Tabla 1**

*Variable dependiente*

Variable dependiente	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos	Escala valorativa
Productos pecuarios  Son aquellos que provienen de la cría y crianza de animales, principalmente con fines alimenticios o de utilidad para los seres humanos, obtenidos de la explotación ganadera, avícola, apícola, acuícola y otros sistemas de cría de animales. Amador I., (2022, p. 187)	Volumen	Cantidad de productos pecuarios importados/exportados	Registro Aduanas	de Numérica en toneladas, kilogramos
	Valor	Valor monetario de los productos pecuarios importados/exportados	Registro Aduanas	de Monetaria en dólares u otra moneda
	Participación en el mercado	Porcentaje de la cuota de mercado de los productos pecuarios exportados	Estudio mercado informes comerciales	de Porcentaje (0-100%)
	Tasa de crecimiento	Porcentaje de cambio en el volumen o valor de los productos pecuarios importados/exportados	Comparación entre periodos específicos	Porcentaje positivo o negativo
	Diversificación	Número de productos pecuarios importados/exportados	Registro aduanas análisis de oferta	de Número (0-10)
	Cumplimiento de normativas	Cumplimiento de requisitos fitosanitarios y regulaciones comerciales	Evaluación de agencias reguladoras y especificaciones	de Escala valorativa por ejemplo cumplimiento total o parcial

*Nota:* La tabla expone cómo se evalúa la variable productos pecuarios.

## Preguntas de las encuestas online realizadas a las pymes

1) ¿Qué tipo de productos pecuarios exporta su empresa? (Bovino, pollo o porcino)

2) ¿Cuál es la necesidad en China acerca de los productos pecuarios ecuatorianos?

3) ¿Cuáles considera usted que son los principales desafíos o barreras para la exportación de productos pecuarios de Ecuador hacia China?

4) ¿Qué medidas ha implementado su empresa para mejorar la competitividad de sus productos en el mercado chino?

5) ¿Cuál considera que es el principal factor o diferenciador que podría impulsar más las exportaciones a China de productos pecuarios?

6) ¿Cómo usted califica la calidad de sus productos a diferencia de los otros competidores en el mercado chino?

7) ¿Qué tipo de apoyo gubernamental o políticas públicas considera que son necesarias de parte del gobierno ecuatoriano para mejorar la competitividad de productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino?

8) ¿Ha participado su empresa en ferias comerciales a nivel internacional para promocionar sus productos en China?

9) ¿Considera usted que existen oportunidades para aumentar la competitividad de los productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino?

### **Enfoque metodológico**

El enfoque cuantitativo es un método de investigación que se basa en la recolección y análisis de datos numéricos para obtener conclusiones objetivas y medibles (Agustín, 2021). A partir de la aplicación de este enfoque se aplicaron encuestas para poder medir y probar la hipótesis. Los resultados de estas encuestas se representaron a través de números, gráficos y tablas.

Por otro lado, el enfoque cualitativo es un método de investigación que se centra en la recopilación y análisis de datos no numéricos para comprender en profundidad fenómenos sociales y humanos, explorando significados y contextos (Agustín, 2021). A partir de este enfoque se ejecutó una búsqueda de información exhaustiva en libros, revistas científicas y económicas que ayuden a comprender las diferentes perspectivas sobre el tema.

## **Diseño de investigación**

El diseño de investigación no experimental es un enfoque que busca analizar y comprender fenómenos sin manipular variables, a través de la observación o análisis de datos existentes (Leyva y Guerra, 2020). La investigación se ejecutó aplicando este diseño y no se realizó ningún tipo de experimento, al contrario, se centró en la recopilación de datos sin realizar ningún cambio significativo a estos.

## **Población**

Se utilizó el TRADE MAP donde se sesgó la información con empresas exportadores exportadoras de carne congelada. Ver apéndice C. En consecuencia, la población se compuso por un total de 50 compañías a nivel nacional

## **Muestra**

La muestra estuvo compuesta por 40 empresas, a las cuales se envió un cuestionario vía online; no obstante, se recibió respuestas de 10 instituciones. A continuación, se desglosan según las regiones del país donde están localizadas estas:

Costa: 8

Sierra: 1

Amazonía: 1

En relación con los productos de origen animal, en orden de importancia regional son:

Costa: carne de res, carne de pollo, carne de cerdo, huevos, leche.

Sierra: carne de res, carne de pollo, huevos, leche, carne de cerdo, carne caprina, lana, entre otros (cuyes, conejos y avestruces).

Amazonía: carne de res, carne de pollo, carne de cerdo, huevos, leche (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2023).

## **Materiales**

- Computadora
- Cámara

- Impresora

## **Métodos de investigación**

Los métodos de investigación se pueden dividir en tres categorías principales: en primer lugar, la investigación teórica se centra en la revisión exhaustiva de teorías y literatura existente para profundizar en la comprensión de un tema, sin realizar experimentos o recopilación de datos originales. Por otro lado, la investigación descriptiva tiene como objetivo principal describir características o fenómenos, sin intervenir en las variables estudiadas, y se basa en la recopilación y presentación de datos ya existentes (Gauchi, 2017). Finalmente, la investigación empírica implica la recopilación y análisis de datos reales y observaciones mediante la observación de la realidad o la realización de experimentos, con el propósito de verificar hipótesis o responder preguntas de investigación específicas (Rodríguez et al., 2018). Los métodos que se aplicó en esta investigación fueron: teórico, descriptivo y empírico.

## **Técnica de investigación**

La técnica de investigación se refiere a un método o procedimiento específico utilizado para recopilar, analizar o interpretar datos en un estudio de investigación. Estas técnicas pueden incluir encuestas, entrevistas, análisis de documentos, experimentos, observación, muestreo y otras herramientas y enfoques diseñados para obtener información relevante y confiable que contribuya al logro de los objetivos de investigación (Piza et al., 2019). Para este estudio se llevó a cabo la técnica de la encuesta con la finalidad de recuperar información de manera más rápida y eficiente, dicho procedimiento fue realizado a través de la plataforma tecnológica de Google Forms.

## **Marco referencial**

### **El tema a nivel mundial**

Se prevé que la población mundial llegue a casi 10.000 millones de personas en 2050. El crecimiento de su población contribuirá a numerosos desafíos sociales, como la inseguridad alimentaria, la pobreza, la escasez de recursos y el cambio climático. Para hacer frente a estos desafíos sociales, entre otros, se requerirán

esfuerzos colaborativos de todos los actores del mundo. El sector pecuario mundial tiene un papel importante que desempeñar como motor de la producción sustentable de alimentos, al mismo tiempo que prioriza la nutrición, la innovación, la seguridad, la calidad, la productividad y la eficiencia para satisfacer las necesidades y desafíos de la creciente población mundial (Moore et al., 2021, p. 4).

Según Moore et al. (2021), Las Naciones Unidas [ONU] definen un sistema alimentario como un conjunto de actividades relacionadas con la producción, procesamiento, transporte y consumo de alimentos, cuya salud incide en nuestros cuerpos, el medio ambiente, las economías y las culturas. La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación [FAO] describe un sistema alimentario sostenible como aquel que garantiza seguridad alimentaria y nutrición para todos sin comprometer las bases económicas, sociales y ambientales para las futuras generaciones, siendo económicamente viable, beneficiando a la sociedad y teniendo un impacto positivo o neutral en el medio ambiente, subrayando la importancia de la viabilidad económica como cimiento para la sustentabilidad en los aspectos sociales y ambientales (p.6).

El Banco Mundial dice que el sector agrícola y el sector pecuario es esencial para el crecimiento económico: representa el 4 % del producto interno bruto (PIB) y en algunos países menos desarrollados puede representar más del 25 % del PIB (Nugroho, 2023).

Sin embargo, el crecimiento económico impulsado por la agricultura, la reducción de la pobreza y la seguridad alimentaria se encuentran en riesgo: múltiples conmociones desde alteraciones relacionadas con la COVID-19 hasta fenómenos meteorológicos extremos, plagas y conflictos están afectando los sistemas alimentarios, y generan un aumento de los precios de los alimentos y del hambre. La invasión de Rusia a Ucrania ha acelerado una crisis alimentaria mundial que está empujando a millones de personas más a la pobreza extrema, y alrededor de 205 millones de personas en 45 países tienen tan pocos alimentos que sus vidas están en riesgo (Nugroho, 2023).

Los actuales sistemas alimentarios también amenazan la salud de las personas y del planeta y generan niveles insostenibles de contaminación y desechos. Un tercio de los alimentos producidos en el mundo se pierde o se desperdicia, y es imperioso

abordar este problema para mejorar la seguridad alimentaria y nutricional, así como para contribuir a alcanzar los objetivos relacionados con el clima y a reducir las presiones sobre el medio ambiente. Los riesgos asociados con las dietas deficitarias también son la principal causa de muerte en todo el mundo . Millones de personas no comen lo suficiente o consumen alimentos inadecuados, una doble carga de malnutrición que puede conducir a enfermedades y crisis sanitarias. La inseguridad alimentaria puede empeorar la calidad de la dieta y aumentar el riesgo de diversas formas de malnutrición, lo que podría generar desnutrición, así como sobrepeso y obesidad. Se estima que 3000 millones de personas en el mundo no pueden costear una dieta saludable (Nugroho, 2023).

Según el Organismo Internacional de Energía Atómica [OIEA] (Atomica, 2018) El desarrollo sostenible de la industria ganadera debe responder a las necesidades de una población mundial cada vez mayor que demanda un abastecimiento seguro de alimentos aptos para el consumo derivados de animales criados en unas condiciones cada vez más estrictas, sin dejar de proteger el medio ambiente. La industria ganadera ha de hacer frente al reto que plantea producir alimentos en cantidades suficientes para satisfacer la creciente demanda de consumo de una población cada vez mayor, sin dejar de reducir el volumen total de emisiones de gases de efecto invernadero para proteger el medio ambiente.

### **El tema a nivel Latinoamericano**

La ganadería tiene una importancia clave para América Latina y el Caribe, y es una fuente de alimentos básicos para la seguridad alimentaria de su población. Más de 1 billón de personas a nivel mundial dependen del sector ganadero, y el 70% de los 880 millones de pobres rurales que viven con menos de USD 1.00 por día dependen al menos parcialmente de la ganadería para su subsistencia. Los sistemas de producción pecuaria son considerados como la estrategia social, económica y cultural más apropiada para mantener el bienestar de las comunidades, debido a que es la única actividad que puede simultáneamente proveer seguridad en el sustento diario, conservar ecosistemas, promover la conservación de la vida silvestre y satisfacer los valores culturales y tradiciones. América Latina, con sus extensas áreas de pasturas, un régimen climático favorable y un uso racional de insumos, que incluye granos (cereales, soya) y fertilizantes, cuenta con todos los ingredientes



naturales para ser un importante productor pecuario, para satisfacer las demandas de alimentos y garantizar la seguridad alimentaria regional y mundial (FAO, 2023).

En América Latina, el sector pecuario ha experimentado un aumento anual del 3,7%, superando la tasa promedio de crecimiento global, que es del 2,1%. En un período reciente, la demanda total de carne ha registrado un aumento del 2,45%, siendo la demanda de carne de ave la que ha experimentado un mayor incremento del 4,1%, seguida por la carne de cerdo con un 2,67%, mientras que la demanda de carne vacuna ha experimentado una ligera disminución del -0,2%. Las exportaciones de carne han aumentado a una tasa del 3,2%, superando el crecimiento de la producción que se sitúa en el 2,75% (FAO, 2023).

En las últimas décadas, la ganadería ha tenido un enorme crecimiento, especialmente en el Cono Sur, debido a la expansión de la demanda mundial. Este acelerado crecimiento ha permitido que América Latina se convierta en la región que más exporta carne bovina y carne de ave a nivel mundial. Estas expectativas favorables a nivel regional, sin embargo, van acompañadas de las preocupaciones por los altos costos de alimentación animal (60-70% de los costos totales de producción), la limitada disponibilidad de forrajes de calidad y el uso ineficiente de los recursos alimenticios disponibles que afectan la productividad; el mayor riesgo de plagas y enfermedades animales transfronterizas, las amenazas asociadas a la degradación de los recursos naturales y, el impacto negativo del cambio climático sobre el sector pecuario (FAO, 2023).

Por otra parte, la volatilidad de los precios y su impacto sobre la producción de alimentos y la seguridad alimentaria de poblaciones vulnerables; altas tasas de desnutrición crónica infantil y malnutrición en algunos países; y las mayores exigencias de la sociedad por productos pecuarios de alta calidad sanos e inocuos, son elementos importantes por considerar en el desarrollo de políticas pecuarias. El hogar promedio en América Latina gasta el 19% de su presupuesto destinado a alimentos en carne y productos lácteos (FAO, 2023).

Entre otros aspectos, en Argentina, el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria [**SENASA**] de Argentina ha recibido una notificación oficial que marca la apertura del mercado de Barbados para la exportación de carne de res y material genético bovino a Costa Rica. Este anuncio representa una oportunidad significativa para fortalecer los lazos comerciales entre estos países y fomentar el intercambio de productos de calidad. Cabe mencionar que la apertura del mercado no solo se limita a la carne de res en su forma tradicional, sino que también incluye las variantes maduradas y deshuesadas, así como los subproductos derivados de Argentina. Esto demuestra la confianza depositada en la calidad y la reputación de la industria pecuaria argentina, y abre nuevas posibilidades para los productores y exportadores en la región (Portal Portuario, 2023).

La importancia de esta apertura radica en la creación de oportunidades económicas para ambos países. Argentina, reconocida por su excelencia en la producción de carne de res, ahora podrá expandir su alcance a Costa Rica, un mercado que ha mostrado interés en la calidad de los productos argentinos. Esta apertura representa un reconocimiento a los altos estándares de sanidad y calidad establecidos por el **SENASA** en Argentina, lo que fortalece aún más la posición del país como un proveedor confiable de productos pecuarios.

### **El tema a nivel nacional**

En Ecuador, el sector pecuario es de vital relevancia para el desarrollo económico y social, puesto que es una de las principales actividades económicas que prima en el país. En función de la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua [ESPAC], en el año 2022, se contabilizaron un total de 3.9 millones de vacas, 0.9 millones de cerdos, 552.0 miles de ovejas, 33.0 miles de burros, 155.0 miles de caballos, 62.0 miles de mulas y 24.0 miles de cabras en todo el territorio nacional (ESPAC, 2023).

Durante el año 2022, hubo una disminución del 5,1 % en el número de cabezas de ganado vacuno en comparación con el año 2021. Es interesante destacar que la región Sierra es la que cuenta con la mayor cantidad de ganado, representando el 53,0 % del total nacional. Le sigue la región Costa, que tiene el

38,5 % de las cabezas de ganado, y finalmente la Amazonía, que contribuye con el 8,5 % restante (IpiALES y Cuichán, 2023).

Según Corporación Financiera Nacional [CFN], en el año 2021, el sector de cría de ganado, otros animales, productos animales y actividades de apoyo generó un Valor Agregado Bruto [VAB] de \$522.54 millones, lo que equivale al 0.76 % del Producto Interno Bruto [PIB] total. En relación con el comercio exterior, durante el año 2021, el valor de las importaciones alcanzó los \$394 miles FOB, lo que representó una disminución del 19% en comparación con el año anterior. En el período de enero a julio de 2022, las importaciones ascendieron a \$336 miles FOB, lo que significó al 85% del total importado durante todo el año 2021. En cambio, en el año 2021, las ventas y exportaciones del sector experimentaron un aumento del 2% en comparación con el año anterior. Sin embargo, hasta julio de 2022, el sector logró ventas por un total de \$369 millones, lo que representa el 61% del total registrado en ese año (CFN, 2022).

Cabe mencionar que, según la Subgerencia de Análisis de Productos y Servicios (2021), con datos de la Superintendencia de Compañías, durante el año 2020, se contabilizaron 168 empresas dedicadas a la cría de ganado bovino, las cuales generaron un total de 1,664 puestos de trabajo. Es importante destacar que el 34% de estas organizaciones fueron clasificadas como pequeñas empresas. Por su parte, la actividad porcina aglomeró a 30 empresas, las cuales forjaron 347 plazas.

En cuanto al destino de derivados de las principales especies del sector pecuario, la producción de leche tuvo como destino la venta en líquido que alcanzó 4,214,095 de litros. Mientras tanto, la producción de huevos alcanzó un total de 56,750,681 unidades en el 2022.

La Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [ESPAC] también señaló que:

Las movilizaciones en las actividades agropecuarias han tenido un impacto significativo en los productores. Han experimentado pérdidas de

producción, dificultades para contratar mano de obra, daños en las instalaciones, problemas para comercializar debido a vías obstaculizadas, falta de transporte y ausencia de compradores, así como dificultades para adquirir insumos y trabajar en sus terrenos. Sin embargo, no todos los productores han sido afectados en la misma medida, ya que algunos han reportado no haber enfrentado estas dificultades (ESPAC, 2023).

Sin embargo, el sector pecuario enfrenta diversos desafíos para mejorar su competitividad, tales como la baja productividad, la escasa innovación tecnológica, la falta de infraestructura y servicios, los altos costos de producción, la informalidad, la inseguridad jurídica, la competencia de productos importados y las barreras sanitarias y fitosanitarias. Estos factores limitan el acceso a los mercados nacionales e internacionales, reducen la rentabilidad y la sostenibilidad de los productores y afectan la calidad y la seguridad alimentaria de los consumidores (Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, 2022).

En el caso de la exportación de productos pecuarios ecuatorianos al mercado chino, las barreras sanitarias y fitosanitarias específicas que dificultan la exportación son las siguientes: la falta de certificación sanitaria para la exportación de productos pecuarios; la falta de un sistema de trazabilidad que permita identificar el origen y la calidad de los productos pecuarios; y la falta de un sistema de inspección y control sanitario que garantice la calidad e inocuidad de los tales productos.

### **Análisis interno de producción pecuaria**

De acuerdo con datos de la última Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua ESPAC 2022, en el Ecuador existen siete especies de ganados que se producen en Ecuador, los cuales son: Vacuno, Porcino, Ovino, Asnal, Caballar, Mular, Caprino. En función de la existencia de ganado por cada región del país, la tabla 2 muestra que el ganado vacuno concentra la mayor cantidad de cabezas a nivel nacional.

**Tabla 2***Número total de cabezas de ganado por especies, según región (2022).*

<b>Región</b>	<b>Vacuno</b>	<b>Porcino</b>	<b>Ovino</b>	<b>Asnal</b>	<b>Caballar</b>	<b>Mular</b>	<b>Caprino</b>
<b>Nacional</b>	<b>3,860,493</b>	<b>943,249</b>	<b>551,960</b>	<b>33,167</b>	<b>155,407</b>	<b>61,914</b>	<b>23,789</b>
Sierra	2,044,972	601,650	517,346	25,540	76,913	15,105	21,204
Costa	1,488,274	307,964	33,500	7,093	64,684	44,032	1,885
Amazonía	327,247	33,635	1,114	534	13,811	2,778	700

*Nota:* Adaptado de *Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua – ESPAC 2022*, por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2023).

No obstante, de acuerdo con un reciente informe de la Asociación de Porcicultores del Ecuador, en 2022, el consumo promedio por persona fue de 11.44 kg, por tanto, se ubica en el segundo lugar como la proteína más consumida en el país, después del consumo de carne de pollo. Esto sucede tras haber superado los 8kg del consumo per cápita que mantiene la carne vacuna. Cabe destacar que, según la Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador (CONAVE, 2023), el consumo de carne de pollo es de 27.31kg. por persona al año, lo que la consolida como la principal proteína ingerida por la población ecuatoriana.

Respecto a las aves, en la tabla 3 se muestra que, a nivel nacional, se criaron un total de 6,367,614 aves en campo en el año 2022. De estas, la mayoría corresponden a gallos y gallinas, con un total de 3,295,129. Le siguen los pollitos, pollitas, pollos y pollas, con 2,654,428. En tanto que, los patos representan 376,746 aves criadas, mientras que los pavos alcanzan un total de 41,312. En general, la región de la Sierra y la región de la Costa son las que tienen la mayor cantidad de aves criadas en campo, mientras que la región de la Amazonía tiene una cifra más baja en comparación.

**Tabla 3***Cantidad de aves criadas en campo (2022)*

Región	Total	Gallos y gallinas	Pollitos, Pollitas	Patos	Pavos
<b>Nacional</b>	<b>6,367,614</b>	<b>3,295,129</b>	<b>2,654,428</b>	<b>376,746</b>	<b>41,312</b>
Sierra	2,700,724	1,497,379	1,082,890	103,515	16,940
Costa	2,721,157	1,323,535	1,154,038	222,750	20,834
Amazonía	945,733	474,215	417,500	50,481	3,538

*Nota:* Adaptado de *Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua – ESPAC 2022*, por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2023).

Por otro lado, los datos expresados en la tabla 4 indican que se registró un total de 35,373,655 aves criadas en planteles avícolas durante el 2022. Dentro de esta cifra, las gallinas ponedoras representaron la mayor parte, con un total de 10,844,664 aves. A continuación, se encuentran las gallinas reproductoras, cuya cantidad alcanzó 1,547,973. Asimismo, se observa una cantidad significativa de pollos de engorde, con un total de 22,241,458 aves. Los pavos también estuvieron presentes en los planteles, con una cantidad de 413,759 aves, mientras que las codornices sumaron 325,801. A nivel nacional, la región de la Sierra tuvo la mayor cantidad de aves en general, seguida de la región de la Costa. Las gallinas ponedoras y los pollos de engorde fueron los tipos de ave más abundantes en todas las regiones, aunque hubo variaciones en las cifras específicas según la región.

**Tabla 4***Existencia de aves criadas en planteles avícolas*

Región	Total	Gallinas Ponedoras	Gallinas Reproductoras	Pollos de Engorde	Pavos	Codornices
<b>Nacional</b>	<b>35,373,655</b>	<b>10,844,664</b>	<b>1,547,973</b>	<b>22,241,458</b>	<b>413,759</b>	<b>325,801</b>
Sierra	23,072,284	9,811,363	707,200	11,908,161	336,759	308,801
Costa	11,466,133	960,263	706,272	9,705,597	77,000	17,000
Amazonía	835,238	73,037	134,501	627,700		

*Nota:* Adaptado de *Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua – ESPAC 2022*, por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2023).

En cuanto a los cortes, el pollo es una de las carnes más consumidas en todo el mundo, y se comercializa en una variedad de cortes que ofrecen diferentes opciones culinarias. Entre los cortes más populares se encuentra la pechuga, conocida por ser una carne magra y tierna, ideal para platos saludables y sabrosos. El muslo, con su carne jugosa y sabor intenso, es apreciado en platos asados, guisados y a la parrilla. Las alas, con su combinación de carne y piel crujiente, son un aperitivo irresistible para disfrutar en reuniones y eventos informales. El pollo también se ofrece en cortes como la pierna, que es jugosa y versátil en la cocina, y las supremas, que son pechugas deshuesadas y sin piel, perfectas para platos más refinados y delicados. Otros cortes menos comunes incluyen el pollo entero, ideal para asar o cocinar al horno, y los muslos deshuesados, que son prácticos y fáciles de usar en diversas preparaciones. Estos cortes de pollo ofrecen una amplia gama de posibilidades culinarias, permitiendo disfrutar de la versatilidad y la deliciosa carne de pollo en diferentes platos y estilos de cocina (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, 2013).

**Figura 1**  
*Cortes de pollo*

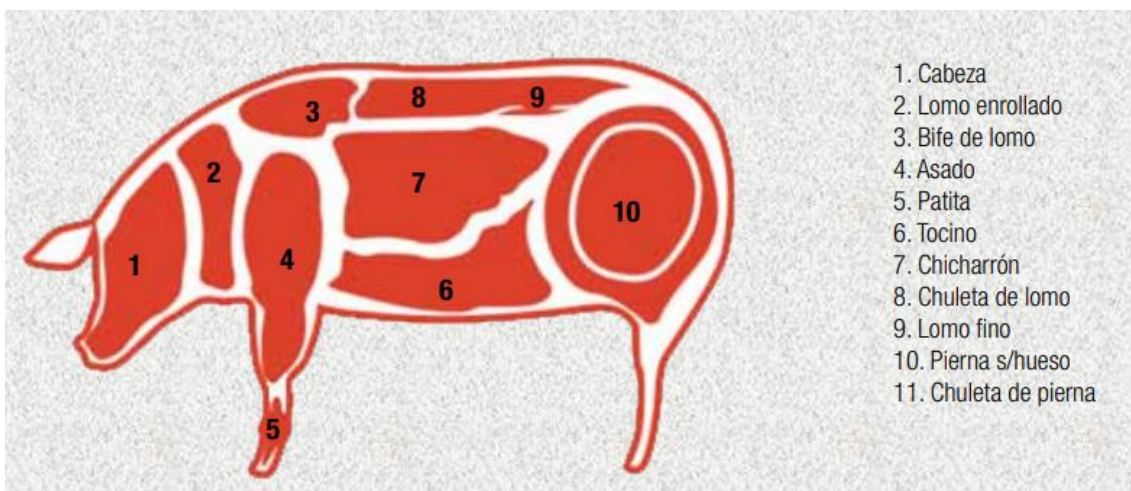


*Nota:* Tomado de *Estudios de cadenas pecuarias en Ecuador* (p. 65), por Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, 2013.

En Ecuador, la carne de cerdo se comercializa en una variedad de cortes que satisfacen los diferentes gustos y preferencias culinarias. Entre los cortes más populares se encuentran el lomo, un corte magro y tierno que se aprecia

por su suavidad al cocinarlo. La falda, también conocida como tocino, es un corte versátil que aporta un delicioso sabor y jugosidad a los platos. La chuleta de lomo, con su hueso característico, es ideal para parrillas y barbacoas, mientras que la paleta, o asado, es perfecta para preparar guisos y estofados con su carne jugosa. El costillar ofrece una experiencia de sabor intensa y succulenta, mientras que la pierna es apreciada por su textura y sabor únicos. Por último, el chicharrón es un aperitivo crujiente y sabroso que se elabora a partir de la piel del cerdo. Estos diversos cortes ofrecen una amplia gama de opciones culinarias para disfrutar de la carne de cerdo en todo su esplendor (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, 2013).

**Figura 2**  
*Cortes de cerdo*



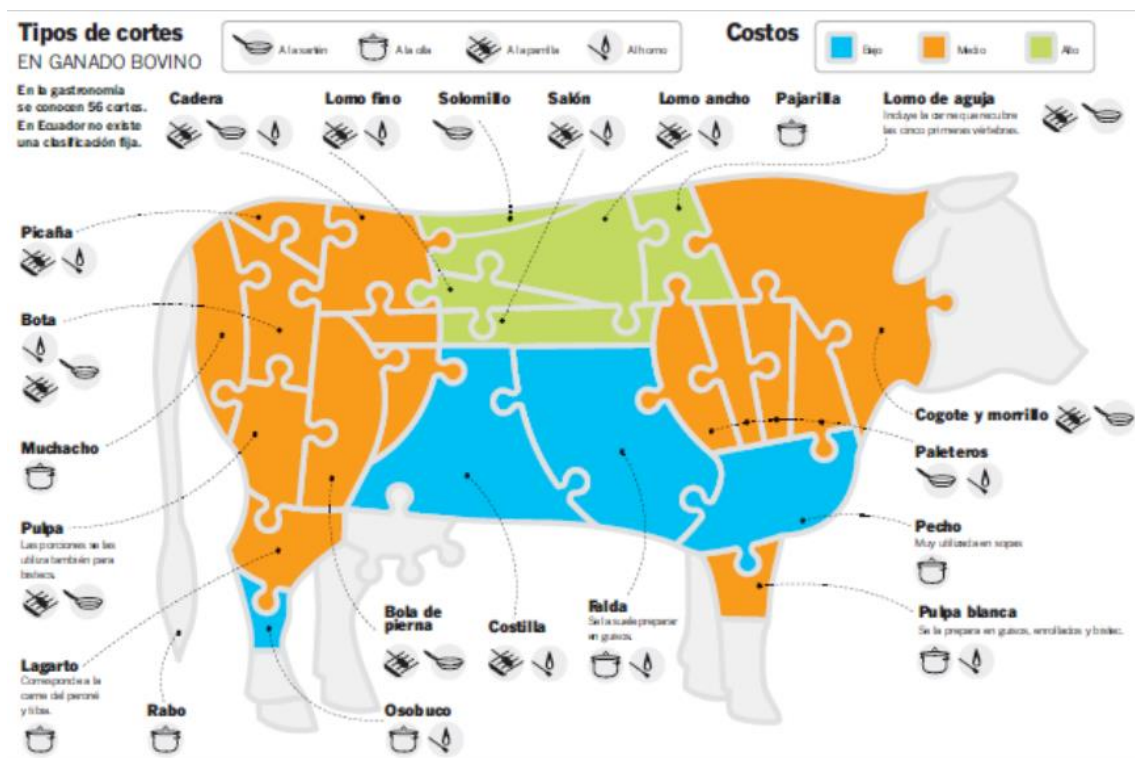
*Nota:* Tomado de *Estudios de cadenas pecuarias en Ecuador* (p. 45), por Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, 2013.

La carne de res es valorada por su sabor y versatilidad en la cocina, y se comercializa en una variedad de cortes que se adaptan a diferentes preparaciones y preferencias culinarias. Entre los cortes más populares se encuentra el lomo, también conocido como solomillo, apreciado por su ternura y jugosidad, y es ideal para filetes y platos gourmet. La chuleta de lomo, con su hueso característico, es una opción popular para asados y parrillas, ofreciendo un sabor intenso y jugoso. La falda, o tocino, es un corte sabroso y versátil que se utiliza en estofados, guisos y preparaciones ahumadas (Martínez A., 2023).



El costillar, con sus jugosos cortes de carne entre los huesos, es un favorito para los amantes de las parrilladas y barbacoas. La paleta, también conocida como asado, es un corte que se destaca por su sabor y textura, siendo ideal para guisos y estofados de larga cocción. La pierna de res, con su carne magra y fibrosa, es apreciada para asados al horno o a la parrilla. Otros cortes menos comunes incluyen la entraña, un corte sabroso y jugoso que se utiliza en platos de carne asada, y el osobuco, un corte con hueso de la parte inferior de la pierna que es ideal para guisos y preparaciones a fuego lento. Además, se encuentran los cortes de carne picada, utilizados para hamburguesas, albóndigas y preparaciones que requieren carne molida (Martínez A., 2023).

**Figura 3**  
Cortes de carnes de res



*Nota:* Tomado de *Estudios de cadenas pecuarias en Ecuador* (p. 37), por Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, 2013.

## Análisis FODA de producción pecuaria en Ecuador

**Tabla 5**  
*Análisis FODA*

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversidad de especies</li> <li>• Disponibilidad de recursos naturales como agua, pastos y forrajes</li> <li>• Tradición y cultura ganadera</li> <li>• Presencia de organizaciones de productores y cooperativas</li> <li>• Producción con certificaciones sanitarias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creciente demanda nacional e internacional</li> <li>• Apertura de nuevos mercados</li> <li>• Acuerdos comerciales con otros países</li> <li>• Políticas públicas e incentivos para el sector pecuario</li> <li>• Investigación, innovación y transferencia tecnológica en el sector pecuario</li> <li>• Ubicación geográfica y biodiversidad</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baja productividad y rentabilidad de la producción pecuaria</li> <li>• Fragmentación de la producción pecuaria</li> <li>• Débil articulación entre los actores de la cadena productiva pecuaria</li> <li>• Carencia de información actualizada sobre el sector pecuario</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de la competencia externa</li> <li>• Presencia de países con mayor capacidad productiva</li> <li>• Cambios en las preferencias y hábitos de consumo</li> <li>• Aumento de los costos de producción</li> <li>• Efectos del cambio climático</li> </ul>

*Nota:* En la tabla se presenta el resumen de los factores del análisis FODA

### **Fortaleza**

Una de las fortalezas de la producción pecuaria de Ecuador es la diversidad de especies y razas animales adaptadas a diferentes pisos climáticos y ecosistemas que la fortalecen para la exportación de productos como carnes de res y otros derivados. Asimismo, cuenta con la disponibilidad de recursos naturales como agua, pastos y forrajes. A esto se suma la tradición y cultura ganadera en algunas regiones del país, como la Sierra, y la presencia de organizaciones de productores y cooperativas que facilitan el acceso a créditos, asistencia técnica y mercados. Como fortaleza también se reconoce la producción de productos pecuarios de calidad, con valor agregado y certificaciones sanitarias.

### **Oportunidades**

En cuanto a las oportunidades de la producción pecuaria, la creciente demanda nacional e internacional de productos pecuarios, especialmente de carne bovina, porcina y lácteos, representa una oportunidad para mejorar la competitividad del país en el marco del comercio internacional. Cabe señalar que existe, además, la apertura de nuevos mercados y acuerdos comerciales con países como Estados Unidos, Unión Europea, China y otros en buen camino de negociación. Otra oportunidad la representa el desarrollo de políticas públicas e incentivos para el sector pecuario, como el Proyecto Nacional de Reconversión y Sostenibilidad Ganadera, el Programa de Reactivación Agropecuaria y el Proyecto de Innovación de Asistencia Técnica y Extensión Rural [PIATER].

El fortalecimiento de la investigación, innovación y transferencia tecnológica en el sector pecuario es otra oportunidad, especialmente con la participación de universidades, centros de investigación y organismos internacionales. Igualmente, el aprovechamiento de las ventajas comparativas y competitivas del país en la producción pecuaria, como la ubicación geográfica, la biodiversidad y la calidad de los productos.

## **Debilidades**

Se considera como debilidad la baja productividad y rentabilidad de la producción pecuaria, debido a factores como el manejo inadecuado del recurso genético, la alimentación deficiente, las enfermedades animales, la falta de infraestructura y equipamiento adecuados, y el escaso uso de tecnologías apropiadas. De igual forma, la fragmentación y dispersión de la producción pecuaria, con predominio de pequeños y medianos productores con limitado acceso a servicios financieros, técnicos y comerciales. Algo que atenúa la producción pecuaria es la débil articulación entre los actores de la cadena productiva pecuaria, desde los proveedores de insumos hasta los consumidores finales, lo que genera ineficiencias, pérdidas y baja competitividad.

## **Amenazas**

Un elemento o factor que puede afectar la producción pecuaria en Ecuador es el incremento de la competencia externa e interna por los mercados de productos pecuarios, con la presencia de países con mayor capacidad productiva, tecnológica y comercial, como Brasil, Argentina, Estados Unidos y entre otros. Además, los cambios en las preferencias y hábitos de consumo de los clientes nacionales e internacionales, que exigen productos pecuarios más saludables, seguros, trazables y ambientalmente responsables. Esta actividad económica también puede enfrentarse al aumento de los costos de producción y comercialización de los productos pecuarios, debido al alza de los precios de los combustibles, los fertilizantes, los medicamentos veterinarios y otros insumos. Es preciso señalar también la vulnerabilidad del sector pecuario ante los efectos del cambio climático, que pueden afectar la disponibilidad y calidad de los recursos naturales, así como la incidencia y propagación de plagas o la ocurrencia del fenómeno El Niño.

## **Análisis PEST de producción pecuaria en Ecuador**

Un análisis PEST es una herramienta que permite identificar los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que afectan a un sector o una actividad. En el caso de la producción pecuaria en Ecuador, estos factores son los siguientes:

## **Factores políticos**

La producción pecuaria está regulada por normas sanitarias, ambientales y comerciales que pueden influir en su competitividad. Por ejemplo, el cumplimiento de los requisitos de calidad e inocuidad de los mercados internacionales, la aplicación de medidas de protección animal y la gestión de los recursos hídricos y los residuos. Además, la estabilidad política y las relaciones diplomáticas con los países importadores y exportadores son clave para el acceso a los mercados y la negociación de acuerdos comerciales. Hoy en día, Ecuador está pasando por un proceso anticipado de elecciones de autoridad presidencial y asambleístas lo que genera incertidumbre debido a las medidas que adopte el nuevo gobierno con relación al impulso del sector pecuario y el comercio exterior; así como la aprobación del tratado de libre comercio suscrito con China por parte de la nueva Asamblea Nacional.

## **Factores económicos**

La producción pecuaria depende de la demanda interna y externa de productos pecuarios, así como de los precios y los costos de producción. Entre ellos, el crecimiento económico, el aumento del poder adquisitivo y los cambios en las preferencias de consumo pueden generar oportunidades o amenazas para el sector. Asimismo, la disponibilidad y el costo de los insumos, la infraestructura, el transporte, el crédito y los incentivos fiscales pueden afectar la rentabilidad y la competitividad de los productores.

## **Factores sociales**

La producción pecuaria tiene un impacto social en términos de generación de empleo, ingresos, seguridad alimentaria y desarrollo rural. En concreto, el sector pecuario emplea a más de dos millones de personas en Ecuador, principalmente en zonas rurales y con bajos niveles de educación (ESPAC, 2023). Además, la producción pecuaria contribuye a la diversificación de la dieta, la reducción de la pobreza y la preservación de las tradiciones culturales.

## **Factores tecnológicos**

La producción pecuaria requiere de la innovación y la adopción de tecnologías que permitan mejorar la productividad, la calidad y la sostenibilidad del sector. Tal como, el uso de técnicas de reproducción asistida, mejora genética, nutrición animal, sanidad animal, manejo del pastoreo, conservación de forrajes, procesamiento y conservación de productos pecuarios. Además, el uso de tecnologías de información y comunicación puede facilitar el acceso a información, capacitación, asistencia técnica y comercialización.

En definitiva, la producción pecuaria en Ecuador enfrenta diversos desafíos y oportunidades en el contexto de la competitividad en el comercio internacional de productos pecuarios. Para aprovechar las ventajas competitivas del sector y superar las debilidades, se requiere de una visión estratégica que considere los factores PEST y las acciones necesarias para mejorar el desempeño del sector.

A modo de resumen, el marco teórico expuso diferentes teorías relacionadas con el comercio internacional. Entre ellas, el modelo Heckscher-Ohlin, luego, la teoría económica de David Ricardo y el enfoque neoclásico. También se destacó la teoría del ciclo de vida del producto, y, finalmente, la teoría de ventaja comparativa de Ricardo y Smith, que sostiene que el libre comercio beneficia a todos los países. Dentro del marco conceptual se mencionaron los conceptos principales que permiten comprender de mejor manera el tema abordado, tales como la definición del sector pecuarios, los tipos de competitividad, las especies pecuaria de Ecuador y el concepto de comercio internacional.

El marco metodológico se basó en un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos. Se estableció un diseño no experimental - transaccional, y una población conformada por 50 empresas exportadoras de productos pecuarios. La técnica de investigación empleada determinada fue la encuesta, utilizando Google Forms para obtener información de manera rápida y eficiente. Por su parte, el marco referencial se centró en la importancia del sector pecuario a nivel mundial, latinoamericano y nacional. Se resaltó la relevancia de este sector en la seguridad alimentaria, la economía y el desarrollo sostenible. Se mencionaron los desafíos que

enfrenta, como la inseguridad alimentaria, el cambio climático y las barreras comerciales. Se destacó el crecimiento económico impulsado por la agricultura y la ganadería, así como la necesidad de mejorar la productividad y la calidad de los productos pecuarios. Además, se analizan las especies de ganado en Ecuador y se presentan datos sobre la producción y el consumo de carne de pollo, cerdo y res en el país.

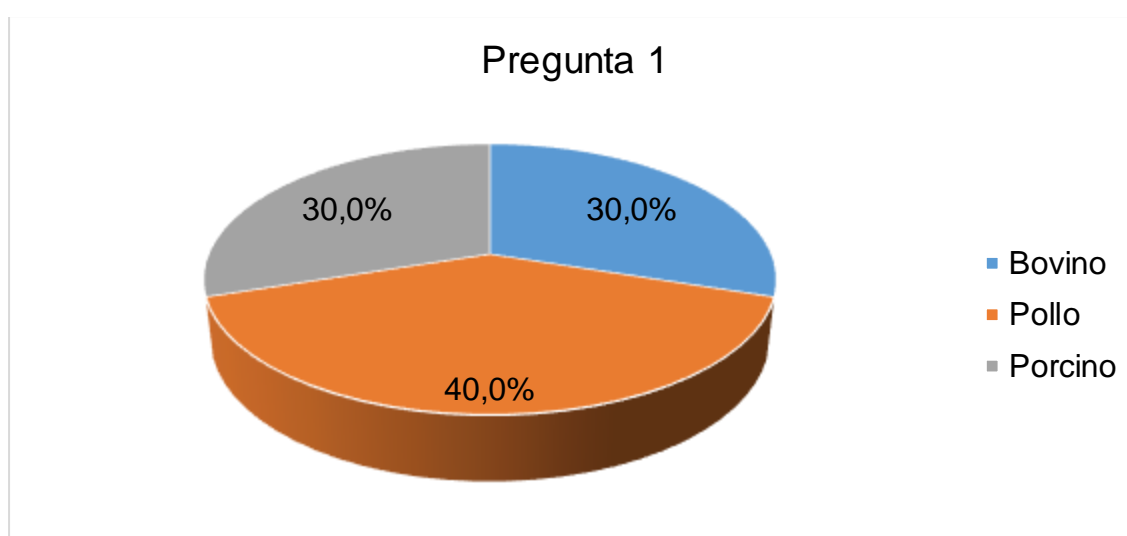
## Capítulo III: Resultados

### Encuestas virtuales ejecutadas a pequeñas y medianas empresas dedicadas a la actividad pecuaria en Ecuador.

A continuación, se detallan los resultados obtenidos a partir de una investigación llevada a cabo sobre empresas pecuarias ecuatorianas con el fin de recabar información que permita elaborar estrategias de comercialización y marketing eficaces para promover dichos productos en el mercado chino. Cabe mencionar que la actividad pecuaria en Ecuador se distribuye a lo largo de sus tres regiones, con mayor hegemonía en la región Interandina o Sierra con el 58.7% de ganado, la región Litoral o Costa agrupa el 38.6% de cabezas de ganado y la Región Amazónica suma el 8.5% a nivel nacional. No obstante, según la CFN (2022), la provincia de Guayas acoge al 30% de empresas dedicadas a la cría de ganado bovino y 38% de cría de cerdos. Le sigue Pichincha con el 28% y 9%, respectivamente.

#### 1) ¿Qué tipo de productos pecuarios exporta su empresa? (Bovino, pollo o porcino)

**Figura 4**  
Tipo de productos pecuarios



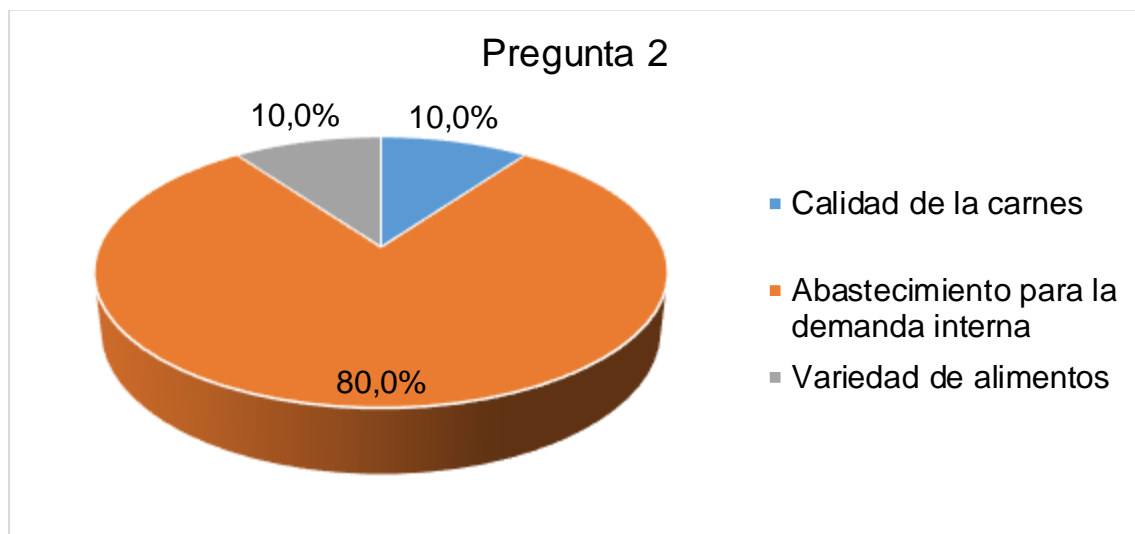
*Nota:* Los datos ilustrados representan el tipo de productos pecuarios que la empresa exporta. Tomado de: Del formulario de encuestas realizadas a pequeñas y medianas empresas dedicadas a la actividad pecuaria en Ecuador.



La figura 1 muestra que, entre las empresas encuestadas, el 40% cuenta con productos derivados del pollo para la exportación, mientras que un 30% exporta productos bovinos, al igual que un 30% lo hace con productos porcinos.

## 2) ¿Cuál es la necesidad en China acerca de los productos pecuarios ecuatorianos?

**Figura 5**  
Necesidad en China



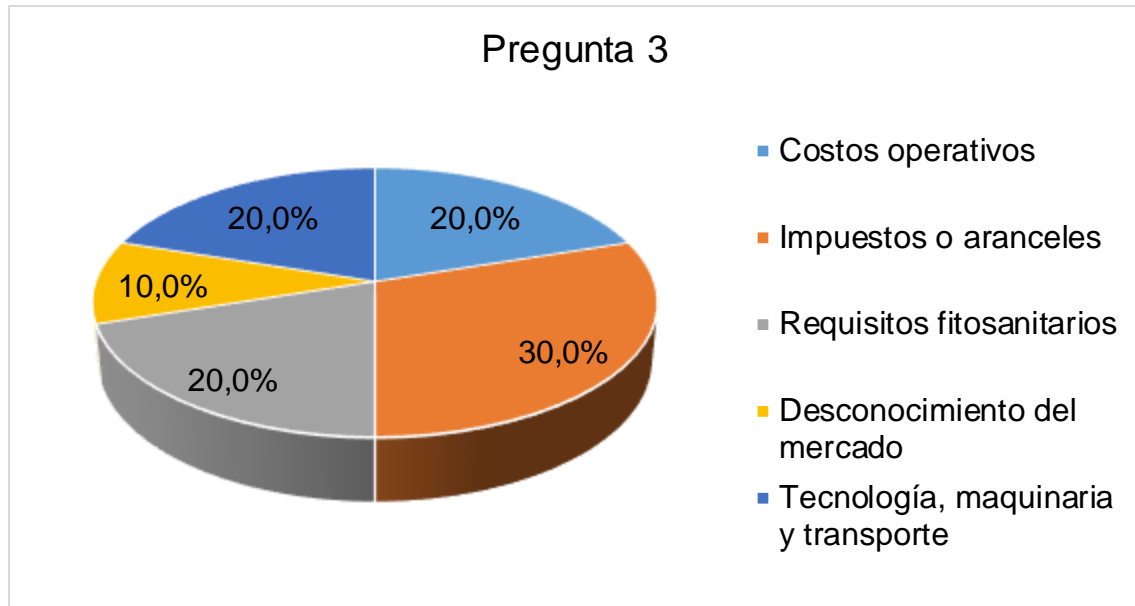
*Nota:* Los datos ilustrados representan la necesidad de China respecto a los productos pecuarios ecuatorianos. Tomado de: Del formulario de encuestas realizadas a pequeñas y medianas empresas dedicadas a la actividad pecuaria en Ecuador.

De acuerdo con necesidad de China respecto a los productos pecuarios ecuatorianos, la figura 2 muestra que, del total de pequeñas y medianas empresas encuestadas, el 80% exporta debido a la necesidad de abastecimiento de la demanda interna. Mientras que, un 10% expresó que la calidad de las carnes es uno de los principales requerimientos en dicho país y otro 10% señaló que requieren de variedad de alimentos. Teniendo en cuenta la extensa población de China, es importante tener en mente la necesidad urgente por satisfacer sus demandas de alimentos básicos, especialmente alimentos tales como carnes y proteínas.

**3) ¿Cuáles considera usted que son los principales desafíos o barreras para la exportación de productos pecuarios de Ecuador hacia China?**

**Figura 6**

Desafíos para la exportación de productos pecuarios



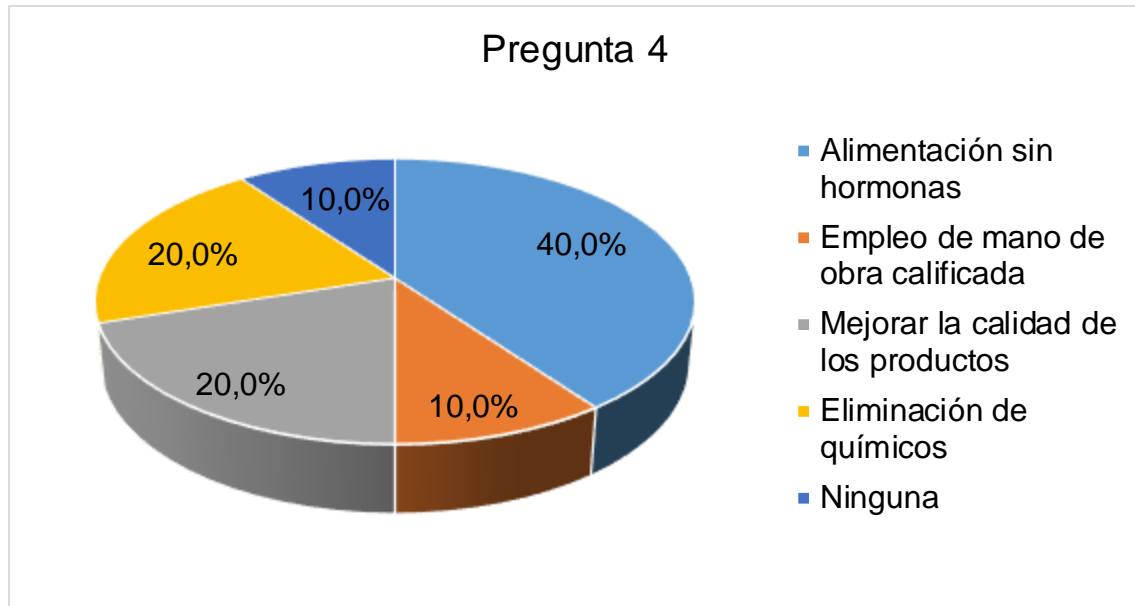
*Nota:* Los datos ilustrados representan los principales desafíos que las empresas enfrentan para la exportación de productos pecuarios. Tomado de: Del formulario de encuestas realizadas a pequeñas y medianas empresas dedicadas a la actividad pecuaria en Ecuador.

En la figura 3 se muestra, de acuerdo con los resultados de la encuesta, el 30% de los encuestados considera que los impuestos o aranceles son uno de los principales desafíos para la exportación, seguido por el 20% que seleccionó costos operativos. Otro 20% seleccionó requisitos fitosanitarios, un 20% mencionó desconocimiento del mercado, y el 10% indicó que la tecnología, maquinaria y transporte son factores que también representan un desafío para las exportaciones de productos pecuarios. Estos resultados demuestran que el Ecuador debe tomar medidas para abordar los impuestos, la documentación y los requisitos fitosanitarios para garantizar la mejora de los flujos comerciales.

**4) ¿Qué medidas ha implementado su empresa para mejorar la competitividad de sus productos en el mercado chino?**

**Figura 7**

Medidas para mejorar la competitividad implementadas



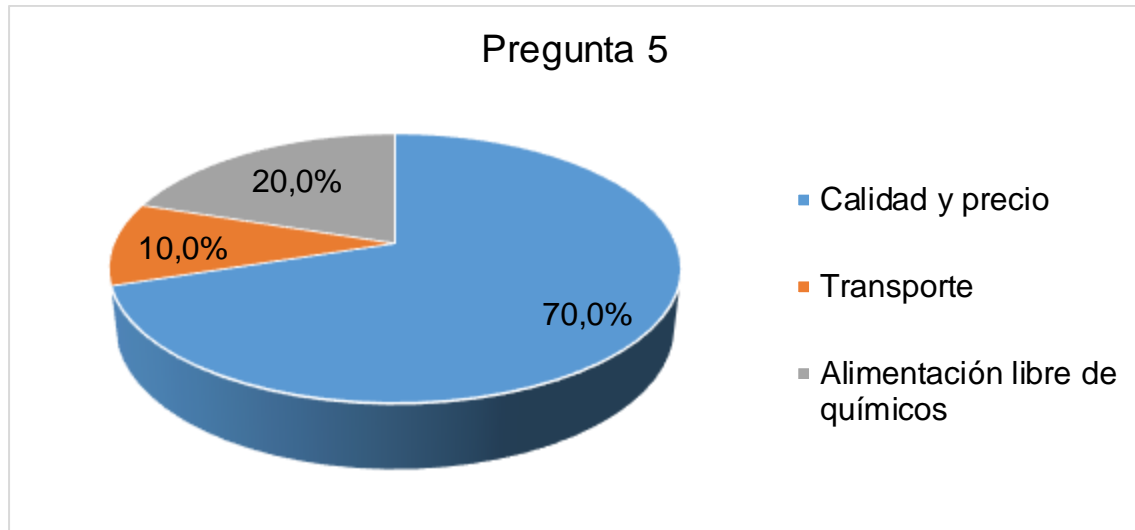
*Nota:* Los datos ilustrados representan las medidas que han tomado las empresas para aumentar la competitividad de sus exportaciones a China. Tomado de: Del formulario de encuestas realizadas a pequeñas y medianas empresas dedicadas a la actividad pecuaria en Ecuador.

Los resultados de la figura 4 expresan que el 40% de las empresas encuestadas seleccionaron alimentación sin hormonas como medida a implementar para mejorar la competitividad de sus productos. Mientras que, el 10% indicó el uso de mano de obra calificada; el 20% mejorar la calidad de los productos, y otro 20% la eliminación de químicos. Por otro lado, el 10.0% de las empresas no ha implementado ninguna medida al respecto. De esta manera, se evidencia que el enfoque de competitividad se centra en la alimentación de las especies pecuarias para mejorar la calidad de la carne, excluyendo se sus dietas componentes tóxicos.

**5) ¿Cuál considera que es el principal factor o diferenciador que podría impulsar más las exportaciones a China de productos pecuarios?**

**Figura 8**

Factores que impulsan las exportaciones a China



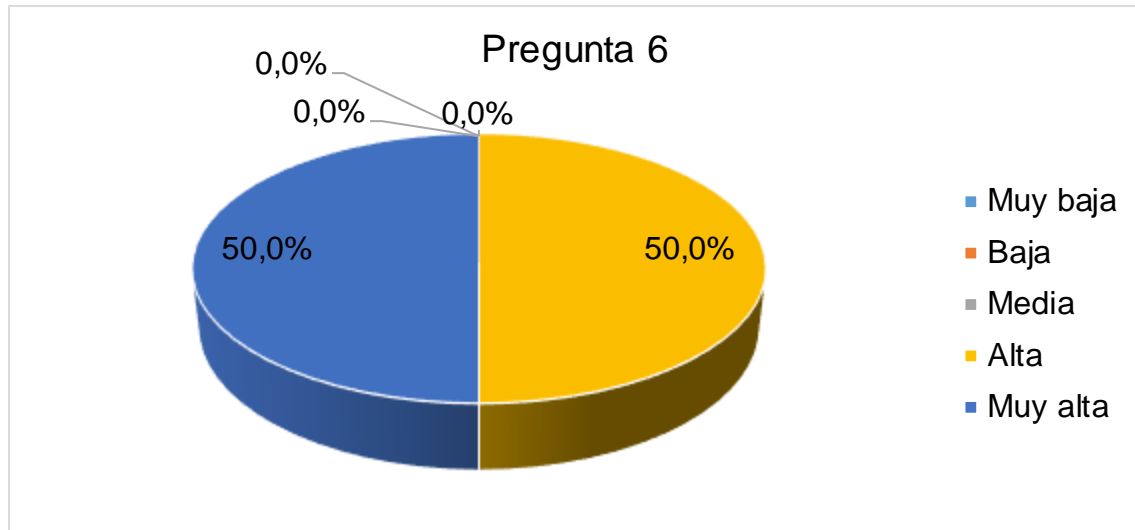
*Nota:* Los datos de la figura ilustran la percepción de los factores que más impulsan las exportaciones a China. Tomado de: Del formulario de encuestas realizadas a pequeñas y medianas empresas dedicadas a la actividad pecuaria en Ecuador.

Tal como se muestra en la figura 5, el 70% de los encuestados indicaron que la calidad y el precio son los principales factores que impulsarían las exportaciones de productos pecuarios a China. Mientras que, un 20% seleccionó la alimentación libre de químicos como elemento esencial para mejorar las exportaciones al mercado chino. Otra opción, elección del 10% de los encuestados fue el transporte. Estos resultados muestran que la calidad y el precio son los factores más importantes que deben ser tenidos en cuenta para impulsar más las exportaciones a China de productos pecuarios. Por lo tanto, es necesario que las empresas presten especial atención a estos aspectos, para asegurar que los productos pecuarios sean de la más alta calidad y a un precio competitivo.

**6) ¿Cómo usted califica la calidad de sus productos a diferencia de los otros competidores en el mercado chino?**

**Figura 9**

Calidad de productos frente a otros competidores



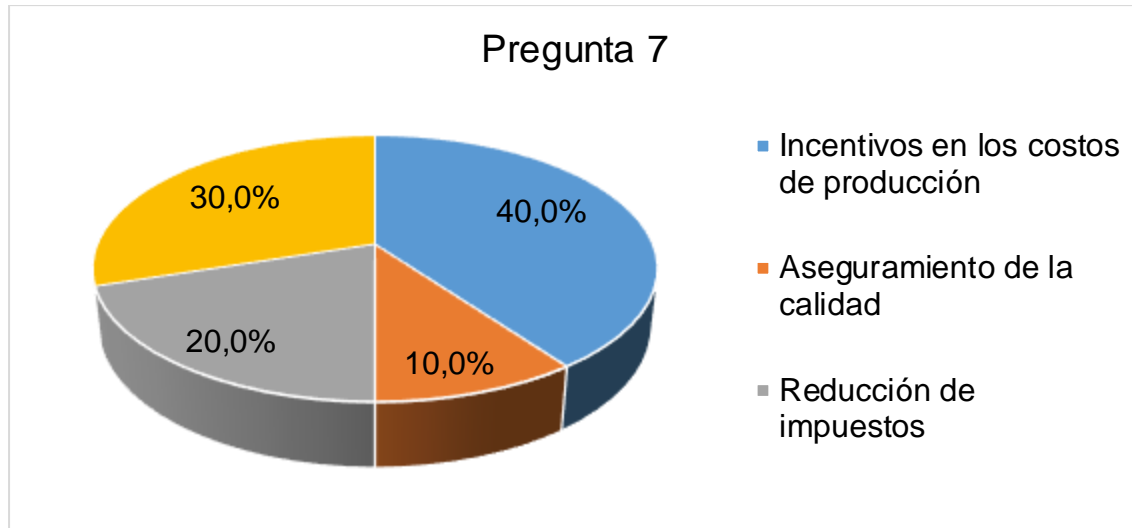
*Nota:* Los datos ilustrados representan la calidad otorgada a los productos en comparación con otros competidores en el mercado chino. Tomado de: Del formulario de encuestas realizadas a pequeñas y medianas empresas dedicadas a la actividad pecuaria en Ecuador.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, el 50% de las empresas encuestadas señalaron que la calidad de su producto era muy alta, seguido por un 50% que indicaron que era alta. Ninguna empresa encuestada indicó que calificaría como baja, media o muy baja su calidad. En consecuencia, se puede inferir que las empresas tienen una buena percepción de la calidad de sus productos frente a sus competidores. Esto es positivo ya que indica un nivel elevado de confianza en la calidad del producto que se ofrece en el mercado chino.

**7) ¿Qué tipo de apoyo gubernamental o políticas públicas considera que son necesarias de parte del gobierno ecuatoriano para mejorar la competitividad de productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino?**

**Figura 10**

Apoyo gubernamental o políticas públicas necesarias



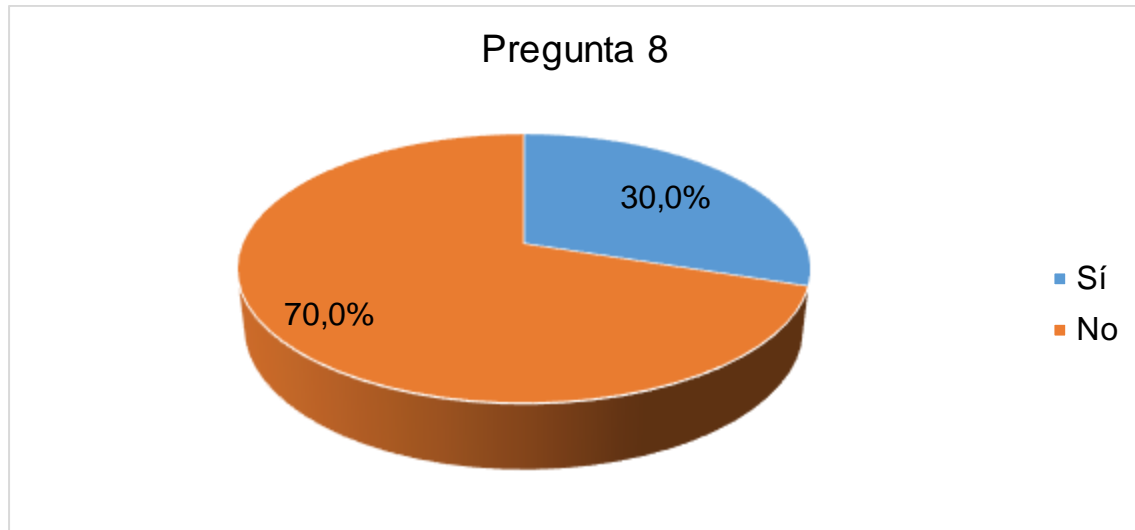
*Nota:* Los datos ilustrados representan cuáles son las políticas públicas necesarias para mejorar la competitividad del sector pecuario ecuatoriano. Tomado de: Del formulario de encuestas realizadas a pequeñas y medianas empresas dedicadas a la actividad pecuaria en Ecuador.

En la figura 7, del total de encuestados, el 40% consideró que incentivos en los costos de producción es un factor clave para mejorar la competitividad de productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino, un 30% señaló que es necesario la capacitación y acompañamiento en la exportación. Otro 20% de los encuestados argumentó que es necesaria la reducción de impuestos y un 10.0% manifestó que es fundamental asegurar la calidad de los productos. Estos resultados muestran que es esencial que el gobierno ecuatoriano adopte medidas legislativas con énfasis en materia económica que faciliten la producción, exportación y comercialización de los productos pecuarios ecuatorianos hacia el mercado chino.

**8) ¿Ha participado su empresa en ferias comerciales a nivel internacional para promocionar sus productos en China?**

**Figura 11**

Participación en ferias comerciales internacionales



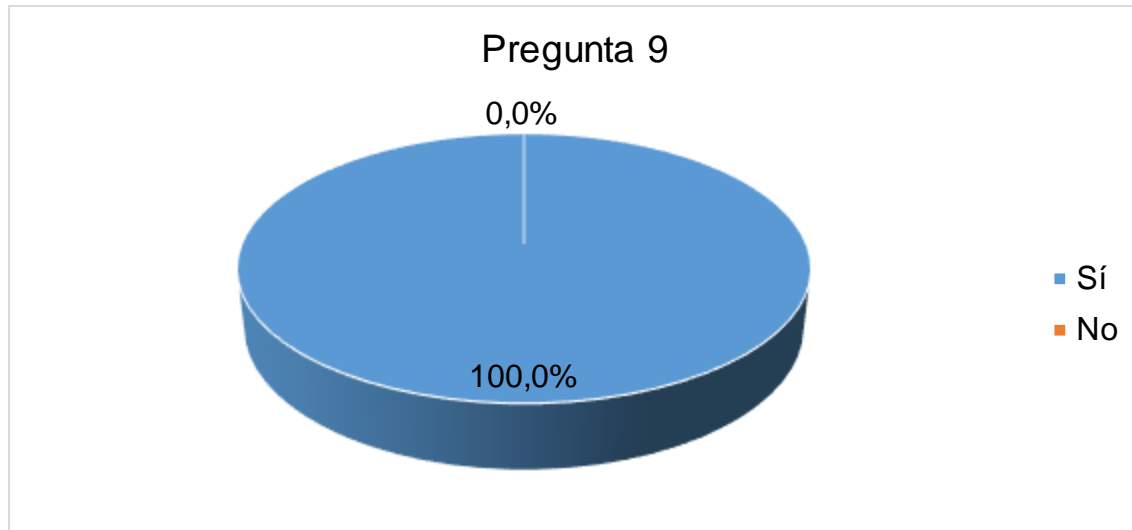
*Nota:* Los datos ilustrados indican la participación de las empresas encuestadas en ferias internacionales de promoción de sus productos. Tomado de: Del formulario de encuestas realizadas a pequeñas y medianas empresas dedicadas a la actividad pecuaria en Ecuador.

De acuerdo con los resultados ilustrados en la figura 8, el 70% de las empresas encuestadas no han participado en ferias comerciales internacionales que promocionen sus productos en el mercado chino. Por otra parte, el 30% indicó que sí han realizado esta actividad. De esta manera, se demuestra que todavía hay un margen de crecimiento para la participación de las empresas en el mercado chino, que puede lograrse mediante la reapertura de ferias comerciales internacionales en una nueva era digital. Participar en este tipo de eventos, representa una oportunidad excelente para promocionar y vender los productos pecuarios ecuatorianos, aprovechando los efectos de la globalización.

**9) ¿Considera usted que existen oportunidades para aumentar la competitividad de los productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino?**

**Figura 12**

Oportunidad para aumentar competitividad



*Nota:* Los datos ilustrados indican la participación de las empresas en ferias internacionales de promoción de sus productos. Tomado de: Del formulario de encuestas realizadas a pequeñas y medianas empresas dedicadas a la actividad pecuaria en Ecuador.

La figura 10 ilustra que el 100% de los encuestados consideran que existen oportunidades para aumentar la competitividad de los productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino. Esto indica que todas las empresas tienen la confianza en sus productos y consideran que el camino para el desarrollo de la exportación de productos pecuarios ecuatorianos a China es viable. Por lo tanto, deberían tomar medidas para aprovechar el potencial existente, iniciando desde la adopción de nuevas estrategias de negocio enfocadas en lograr relaciones comerciales estables y duraderas.

En general, los resultados de la graficas estadísticas muestran que China tiene una necesidad urgente por satisfacer sus demandas de alimentos básicos, particularmente carnes y proteínas. No obstante, las empresas han reconocido como los principales desafíos para sus exportaciones los impuestos, la documentación y los requisitos fitosanitarios. Asimismo, se reconoce que la calidad y el precio son los principales factores que impulsarían las exportaciones a dicho país. Queda en evidencia además que existe una tasa alta de confianza en la calidad de sus productos



y tienen buena opinión respecto a su producto frente a sus competidores. Por último, todos los encuestados expresaron que existen oportunidades para mejorar la competitividad de los productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino.

Se determina que la producción avícola tiene costos específicos como la alimentación, que incluye maíz, piensos y suplementos. Otro aspecto crucial es el desafío de la desinfección y el control de enfermedades aviares; además de la infraestructura para el alojamiento de las aves durante la crianza.

Para la producción porcina se determinan costos específicos de alimentación como balanceado, dieta y requerimientos nutricionales de los cerdos. En esta actividad también se costea el manejo y eliminación de estiércol, así como instalaciones apropiadas para el tamaño de los cerdos. Una diferencia específica para la crianza de ganado porcino es la atención veterinaria, ya que se debe tener medidas de prevención y control de enfermedades, al igual que medicamentos veterinarios.

En el caso de la producción de carne vacuna, los costos de alimentación varían según el tipo de ganado (carne o leche) y la etapa de producción (cría, engorde, etc.). Además, en la producción de carne de res, el manejo de pastizales y el suministro de forraje son costos importantes. Dentro de este sector, puede haber costos asociados con la reproducción, inseminación artificial y selección genética en la producción vacuna; tanto como instalaciones que incluyan corrales, establos y áreas de pastoreo. Al igual que el ganado porcino, la producción bovina requiere de costos asociados a la atención y medicamentos veterinarios.

Además de los costos específicos, otros rubros comunes en los que incurren los tres sectores son salarios de los trabajadores involucrados en el cuidado y manejo de los animales son un costo constante en todas las operaciones (mano de obra). Los costos de electricidad y agua también son necesarios para mantener las instalaciones funcionando adecuadamente; al igual que los costos de logística tanto para la faena o sacrificio del animal, procesamiento, incluyendo la faena, el despiece y el envasado (en el caso de pollos, desplume, el eviscerado y el empaquetado) y transporte.

## **Ciudades chinas con mayor consumo de productos pecuarios**

Las ciudades chinas con mayor consumo de productos pecuarios son aquellas que tienen un alto poder adquisitivo y una gran población urbana. Según los datos de la Oficina Nacional de Estadísticas (2022), las ventas minoristas totales de bienes de consumo en China cayeron un 3.9% interanual a 39,7 billones de yuanes en 2021, debido a la pandemia de COVID-19. Sin embargo, algunas ciudades mostraron una fuerte capacidad de consumo, especialmente en el sector alimentario.

Una de las ciudades chinas más destacadas en cuanto al consumo de carne de cerdo es Shanghai. Esta metrópolis, con una población de más de 24 millones de habitantes, tiene una gran demanda de carne de cerdo debido a su amplio uso en la cocina local. En esta ciudad, los platos como el cerdo agri dulce y el cerdo estofado son muy populares entre los shanghaineses. Además, la carne de cerdo se distribuye en diferentes supermercados, mercados locales y tiendas especializadas en toda la ciudad para satisfacer la demanda (Britannica, 2023).

En cuanto a las aves de corral, la ciudad de Guangzhou se destaca como uno de los principales consumidores en China. Esta ciudad del sur de China es famosa por su rica tradición culinaria y se considera un paraíso para los amantes de la comida. El pato asado y el pollo al vapor son solo algunos de los platos icónicos de Guangzhou que requieren un alto consumo de aves de corral. Allí, los mercados y los restaurantes de la ciudad ofrecen una amplia variedad de aves de corral frescas y de alta calidad para satisfacer la demanda local (Cuestas y Minassian, 2020).

Respecto a la carne de res, Beijing es una de las ciudades chinas que lidera el consumo. Esta ciudad capital tiene una gran cantidad de restaurantes y establecimientos de comida que sirven platos de carne de res. El hotpot de carne de res es especialmente popular en Beijing, donde los comensales sumergen finas rebanadas de carne de res en un caldo caliente antes de disfrutarlas. Cabe mencionar que los supermercados y los mercados mayoristas en Beijing son lugares clave para adquirir carne de res fresca y de calidad (Fratini, 2022).

Por otro lado, entre las 22 ciudades chinas que obtuvieron un PIB superior a 1 billón de yuanes durante el 2020, Nanjing fue el puesto número uno en términos de venta neta de bienes de consumo per cápita, alcanzando 77,300 Renminbi (11,935 dólares), con Shanghái y Beijing en segundo y tercer lugar respectivamente, con 64,100 y 62,700 Renminbi. Estas tres ciudades superaron el billón de yuanes (154.800 millones de dólares) en las ventas minoristas totales de bienes de consumo. Otras ciudades con un alto nivel de consumo fueron Suzhóu, Quanzhou, Qingdao, Fuzhou, Hangzhou, Wuhan y Guangzhou (Embajada de la República Popular China en México, 2021).

El consumo de productos pecuarios en estas ciudades se distribuye según la oferta y la demanda, así como las preferencias culturales y gastronómicas de los habitantes. Es decir, el consumo de carne de cerdo es más alto en el sur que en el norte, debido a que el cerdo es un ingrediente básico en la cocina cantonesa y sichuanesa. El consumo de aves de corral es más uniforme en todo el país, pero varía según el tipo de ave, como el pollo, el pato o el ganso. Por su parte, el consumo de carne de res es más bajo que el de cerdo y aves, pero ha aumentado en los últimos años por la influencia occidental y la diversificación de la dieta (Mora, 2022).

En China, los productos cárnicos procesados se comercializan principalmente en supermercados, mientras que los productos cárnicos frescos se compran normalmente en mercados públicos o a través de puestos ambulante. No obstante, muchos adolescentes muestran una mayor predisposición para adquirir alimentos, entre ellos carne, a través de internet, abriendo así una puerta de oportunidades para firmas extranjeras. Las compras virtuales de carne alcanzan prácticamente el 30%. En respuesta a una mayor disposición de los habitantes a invertir más en carne procesada, los supermercados e hipermercados se han convertido en los principales minoristas de los cortes más caros de carne. Esto ha dado paso al aumento de la demanda por productos variados y de calidad, desde carne de vacuno, cerdo, aves, cordero y pescado importado hasta cortes congelados y refrigerados (Rodríguez et al., 2019).

## **Empresas en China que compran a Ecuador**

China cuenta con varias importadoras de productos cárnicos de renombre, las cuales desempeñan un papel fundamental en el abastecimiento de carne en el país. Entre las Más grandes y reconocidas se encuentran COFCO Meat Holdings Limited, WH Group Limited, New Hope Liuhe Co., Ltd., Henan Shuanghui Investment & Development Co., Ltd. y Beijing Ershang Group.

COFCO Meat Holdings Limited es una subsidiaria de COFCO Corporation, el principal proveedor de alimentos y servicios agrícolas de China. Esta importadora se especializa en la producción, distribución y venta de carne de cerdo, carne de vacuno y carne de aves de corral. Con una sólida cadena de suministro y una amplia red de distribución, COFCO Meat Holdings Limited se ha posicionado como uno de los actores clave en el mercado de productos cárnicos en China (COFCO Meat Holdings Limited, 2023).

WH Group Limited, por su parte, es el mayor productor de carne de cerdo a nivel mundial y es propietaria de la reconocida empresa estadounidense Smithfield Foods. Además de su destacada producción de carne de cerdo, WH Group también se involucra en la producción y venta de carne de vacuno, carne de cordero y diversos productos procesados de carne. Su influencia en la industria cárnica tanto a nivel nacional como internacional le ha otorgado una posición privilegiada en el mercado chino (WH Group Limited, 2023).

New Hope Liuhe Co., Ltd. es otra destacada importadora de productos cárnicos en China. Como líder en la industria agropecuaria del país, New Hope Liuhe se dedica principalmente a la alimentación animal, la cría y el procesamiento de aves de corral y cerdos, así como a la comercialización de productos cárnicos. Su experiencia en toda la cadena de suministro y su enfoque en la calidad y la seguridad alimentaria le han permitido ganar una sólida reputación en el mercado (New Hope Liuhe Co., Ltd, 2023).

Henan Shuanghui Investment & Development Co., Ltd., una filial de WH Group Limited, también ocupa un lugar destacado en la importación de productos cárnicos

en China. Como el mayor productor y procesador de carne de cerdo del país, Henan Shuanghui se dedica a la producción y venta de carne fresca y congelada, productos cocidos y enlatados, y también produce productos químicos derivados del cerdo. Su enfoque en la diversificación de productos y la innovación le ha permitido adaptarse a las demandas cambiantes del mercado chino (Emerging Markets Group Company, 2023).

Por último, Beijing Ershang Group, una empresa estatal, es reconocida por su presencia en los sectores de alimentos, comercio, logística y servicios. Su principal línea de negocio se centra en la producción y venta de carne fresca y congelada, productos cárnicos procesados, productos lácteos y alimentos enlatados. Su estatus como empresa estatal le brinda una sólida base financiera y recursos, lo que le permite operar de manera eficiente y satisfacer la demanda del mercado chino en cuanto a productos cárnicos (ShippingChina, 2023).

Cabe mencionar que su experiencia en la industria, sus amplias redes de distribución y su enfoque en la calidad y la seguridad alimentaria les han permitido establecerse como líderes en el mercado cárnico del país.

El capítulo presentó los resultados de encuestas a empresas pecuarias en Ecuador para promover sus productos en el mercado chino. Se identificaron los tipos de productos exportados (pollo, bovino, porcino) y la necesidad china (abastecimiento, calidad y variedad) para importarlos. Los principales desafíos fueron impuestos y costos operativos, y para mejorar la competitividad se enfocan en alimentación sin hormonas. Por otro lado, la calidad y el precio impulsarían las exportaciones. Todas las empresas ven oportunidades para mejorar la competitividad en China, aun así, el apoyo gubernamental necesario incluye incentivos en costos y capacitación.

## **Capítulo IV: Propositivo**

### **Objetivo General**

Desarrollar estrategias integrales para mejorar la competitividad de los productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino, proponiendo una metodología de implementación basada en fases.

### **Objetivos Específicos**

- Identificar las ventajas de la implementación de una metodología para el desarrollo de proyectos.
- Determinar la metodología de gestión de procesos para el proyecto.
- Desarrollar estrategias de promoción y comercialización efectivas para impulsar la participación de los productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino, considerando las oportunidades y ventajas competitivas identificadas.
- Elaborar un plan de implementación de las estrategias propuestas de manera secuencial y ordenada.

### **Metodología de gestión de proyectos**

La implementación de una metodología de gestión de proyectos implica la estructuración, es decir, la ordenación de los pasos mediante los cuales se llevará a cabo un proyecto específico (Universidad Internacional de La Rioja, 2020, p. 1).

### **Identificar los beneficios de la implementación de una metodología de gestión de proyectos**

Una metodología para el desarrollo de proyectos es un conjunto estructurado de pautas o etapas para gestionar un proyecto. La principal ventaja de gestionar un proyecto a través de una metodología establecida radica en su capacidad para

proporcionar un camino claro y organizado hacia el logro del objetivo del proyecto. Esta estructura ayuda a mantener a todos los miembros del equipo en la misma página, asegurando que todos los aspectos del proyecto se manejen de manera coherente y sistemática.

Además, la adopción de una metodología concreta puede reducir el riesgo de sobrecostos y retrasos, ya que permite un control de proyecto más preciso y una planificación anticipada de recursos y tiempos, minimizando las sorpresas a lo largo del proyecto. Asimismo, facilita la comunicación y la colaboración entre los diferentes actores involucrados en el proyecto. En este sentido, al establecer roles y responsabilidades claras, se fomenta la coordinación y el trabajo en equipo, lo que contribuye a una implementación más efectiva de las estrategias.

Las metodologías también pueden mejorar la eficiencia general, debido a que proporcionan una lista de actividades y procesos que deben seguirse en una secuencia específica, lo que contribuye a la eliminación del trabajo redundante o innecesario. Otra ventaja es la posibilidad de realizar un seguimiento y una evaluación sistemática del progreso del proyecto, puesto que, mediante la definición de hitos y objetivos específicos en cada fase, se puede medir el avance y realizar ajustes necesarios en tiempo real. Esto brinda la oportunidad de corregir cualquier desviación o inconveniente que pueda surgir durante la implementación. Entre los beneficios destacados de la implementación se encuentran:

1. Optimiza los recursos disponibles y enfocarlos en las actividades más relevantes para el objetivo del proyecto.
2. Identificar y gestiona de manera proactiva los posibles riesgos que puedan afectar el éxito del proyecto, minimizando su impacto.
3. Proporciona una base sólida para la toma de decisiones informadas, basadas en datos y análisis, lo que contribuye a resultados más acertados y estratégicos.

4. Permite una respuesta rápida a los cambios y desafíos que puedan surgir durante la implementación del proyecto, asegurando la capacidad de adaptación a las dinámicas del mercado chino.

## **Tipos de metodologías de gestión de proyectos**

### **Cascada**

La metodología de gestión de proyectos *Waterfall* o "Cascada", es un enfoque lineal y secuencial en el que se debe terminar completamente una fase del proyecto antes de pasar a la siguiente. Esta metodología es frecuentemente usada en proyectos más tradicionales, donde cada etapa está claramente definida y no suele haber cambios o revisiones una vez que una fase se ha completado (Ramírez, 2023).

- Inicio: Formulación del proyecto y su aprobación
- Planificación: Elaboración de los diversos planes de gestión
- Ejecución: Cumplimiento de las actividades programadas para lograr las entregas previstas
- Monitorización y control: Se realiza un seguimiento de las tareas ejecutadas y se comparan con el plan establecido. Se toman acciones correctivas en caso de identificar desviaciones.
- Cierre: La finalización de una fase o proyecto puede ocurrir en tres escenarios: cuando se logra completar la entrega de todas las tareas planificadas; cuando algunas o todas las tareas previstas no pueden ser ejecutadas; o cuando el proyecto se vuelve inviable o impracticable.

### **Cadena crítica**

Se fundamenta en tres principios:

- Identificación de las limitaciones que impactan el proyecto.
- Priorizar la jerarquía de las actividades dentro de la ruta crítica.
- Subordinar las demás tareas a las que están identificadas en la ruta crítica.



## **Ágil**

Esta metodología fragmenta el proyecto en etapas *sprints*, de corta duración, que generan un producto con una serie de funcionalidades operativas que pueden ser utilizadas. Estas etapas consisten en lo siguiente:

- Inicio: Metas del sprint
- Desarrollo: Monitoreo diario
- Cierre: Se realiza una revisión del grado de cumplimiento.

## **Híbrida**

Esta metodología fusiona las prácticas más destacadas de las metodologías tradicionales y el enfoque ágil. En contextos altamente competitivos, donde el tiempo es crucial y es necesario lanzarse al mercado antes que la competencia, los plazos de desarrollo deben ser muy ágiles y flexibles. El factor determinante radica en el continuo perfeccionamiento de los procesos, la capacidad de adaptación al cambio y la innovación, así como en la creación de entornos dinámicos y colaborativos.

## **Determinar la metodología de gestión de proyecto**

La metodología de gestión de proyecto aplicada al tema de investigación es la Cascada *Waterfall*.

## **Propuesta de Proyecto: Mejora de la competitividad de los productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino**

Las fases son las siguientes:

Propuesta de Proyecto: Mejora de la competitividad de los productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino

### **Fase 1: Inicio**

En esta fase inicial del proyecto, se establece el camino a seguir para mejorar la competitividad de los productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino. Se llevan a cabo las siguientes acciones:

El equipo de trabajo definirá de manera exhaustiva el alcance del proyecto, identificando los productos pecuarios específicos que serán objeto de esta iniciativa y los límites geográficos dentro de China a los que se pretende acceder.

Se realizará una minuciosa investigación de mercado para comprender la demanda de productos pecuarios en el mercado chino, identificando las preferencias y necesidades de los consumidores chinos y las oportunidades comerciales disponibles.

Se evaluará la situación actual de los productos pecuarios ecuatorianos y su nivel de competitividad en comparación con los productos de otros países que ya tienen presencia en el mercado chino.

Será fundamental obtener la aprobación y apoyo de los *stakeholders* relevantes, tales como instituciones gubernamentales, asociaciones pecuarias y otros actores clave, para asegurar el respaldo y éxito del proyecto.

## **Fase 2: Planificación**

En esta etapa, se desarrollarán planes detallados que abarcarán cada aspecto de la implementación del proyecto. Los planes incluirán:

Un plan integral para mejorar la calidad de los productos pecuarios ecuatorianos, de modo que cumplan con los estándares y requisitos específicos del mercado chino, lo que permitirá una mayor aceptación y competitividad.

Un plan de marketing sólido y bien fundamentado, que contemple estrategias de entrada al mercado chino, canales de distribución, promoción, precios y posicionamiento de los productos.

Se llevará a cabo un análisis exhaustivo de los riesgos potenciales que puedan afectar la ejecución del proyecto, identificando las posibles contingencias y soluciones para minimizar o resolver los problemas que puedan surgir.

### **Fase 3: Ejecución**

Durante esta fase, se pondrán en marcha las estrategias y planes previamente definidos en la etapa de planificación. Esto implicará:

Implementar las medidas de mejora de la calidad del producto, asegurando que cumplan con los estándares chinos y se adapten a las preferencias del consumidor chino.

Ejecutar las estrategias de marketing diseñadas para promocionar y posicionar los productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino, creando una imagen sólida y atractiva para los consumidores locales.

Establecer acuerdos de asociación con distribuidores chinos confiables y bien establecidos, para asegurar una amplia cobertura y acceso a los puntos de venta clave en el mercado chino.

Realizar actividades de promoción y marketing en el mercado chino, como ferias comerciales, eventos promocionales y campañas publicitarias, para aumentar la visibilidad de los productos y generar interés entre los consumidores.

### **Fase 4: Monitorización y control**

Durante esta etapa, se realizará una supervisión constante del progreso del proyecto y se comparará con los planes establecidos. Se aplicarán medidas correctivas en caso de desviaciones para asegurar que:

El nivel de calidad del producto se mantenga según los estándares requeridos, asegurando la satisfacción del cliente chino y la fidelización a largo plazo.

Las estrategias de marketing estén obteniendo los resultados esperados, permitiendo una mayor penetración en el mercado y un aumento en la cuota de mercado.

Las barreras comerciales o logísticas que puedan surgir sean abordadas y solucionadas de manera eficiente, garantizando la fluidez y eficacia del proceso de exportación.

### ***Calidad de las carnes***

La calidad de la carne de res ecuatoriana ha sido objeto de atención en los últimos años, y se ha reconocido su potencial para la exportación. En el marco nacional, se ha realizado inversiones significativas para producir carne de res premium ecuatoriana, y se ha revelado un enfoque hacia la mejora genética y la necesidad de establecer una marca reconocida para impulsar la ganadería del país y abrirse al mundo (Mendoza, 2023).

Hace 12 años, la investigación comenzó con la selección de la mejor raza de ganado disponible en Ecuador. Dado que el país no tiene una raza definida en la ganadería, se ha adoptado un enfoque de utilizar lo mejor que cada ganadero tiene, y es ahí donde se está trabajando para mejorar la genética. Además, se han establecido alianzas con otros ganaderos grandes para colaborar en el ámbito de la nutrición, reconociendo que la alimentación adecuada desempeña un papel fundamental en el desarrollo de animales grandes y fuertes (Mendoza, 2023).

El objetivo final de este esfuerzo conjunto es crear una marca de carne que promueva la ganadería en Ecuador y permita abrirse al mercado mundial. Se espera que, en 10 años, el primer contenedor de cortes de carne esté listo para ser exportado a través del puerto de Posorja. Esta visión ambiciosa destaca la confianza en el potencial de la carne de res ecuatoriana y el deseo de destacar en el ámbito de la ganadería a nivel internacional (Mendoza M., 2023). Por otro lado, Con el objetivo de explorar el mercado, una compañía ecuatoriana ya realizó (Procesadora Nacional De Alimentos C.A. PRONACA) un plan piloto enviando 22,5 toneladas de carne de cerdo a Costa de Marfil durante del 2023 (PRONACA, 2023).

Es importante mencionar que Ecuador no es reconocido actualmente por su ganadería, ya que esa distinción suele recaer en Argentina y Uruguay. Sin embargo, el sector ganadero tiene convicción de que esto cambiará en cinco a diez años. Para lograrlo, en lugar de centrarse en la creación de una raza ecuatoriana específica, el enfoque se ha dirigido a desarrollar cruces de ganado adaptados al territorio local. Dado que el clima en Ecuador difiere significativamente de lugares como Estados Unidos y Europa, donde las temperaturas pueden descender a menos 10 grados, los cruces como el Brangus y el Hereford se han identificado como las opciones más conocidas y mejor adaptadas al país.

Este enfoque en la adaptación y la mejora genética es un paso crucial hacia el reconocimiento internacional de la carne de res ecuatoriana. La investigación constante y la colaboración con ganaderos experimentados permiten optimizar la calidad y el rendimiento de los animales, asegurando que la oferta cumpla con los estándares internacionales. Cabe destacar que, se acuerdo con el Observatorio de la Complejidad Económica (2022) en el año 2021, las exportaciones de carne bovina de Ecuador alcanzaron los \$998 dólares, lo que posicionó al país como el exportador número 114 de carne bovina a nivel mundial. Los principales destinos de las exportaciones de carne bovina ecuatoriana son Maldivas, con \$848 dólares y Suiza, con \$150 dólares, que en la moneda utilizada en dicho país, el franco suizo, corresponde a un valor de 129.55 CHF.

En el Capítulo IV se propone el desarrollo de estrategias integrales para mejorar la competitividad de los productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino, utilizando una metodología basada en fases. Se detallaron los beneficios de utilizar una metodología de gestión de proyectos, como optimizar recursos, gestionar riesgos, tomar decisiones informadas y adaptarse a cambios. En conjunto, se presentaron distintos tipos de metodologías, y se seleccionó la Cascada como la más adecuada para este proyecto. Luego, se describieron las fases propuestas para el proyecto, que incluyen inicio, planificación, ejecución, monitorización y control, y cierre. También se destaca la importancia de mejorar la calidad de la carne de res ecuatoriana para aumentar su competitividad en el mercado internacional.

## Fase 5: Cierre

Al finalizar el proyecto, se realizará una revisión exhaustiva de todas las actividades realizadas, destacando los éxitos alcanzados y las áreas de mejora identificadas durante el proceso. Se llevarán a cabo las siguientes acciones:

Se presentará un informe detallado que abarque desde el inicio hasta la conclusión del proyecto, incluyendo el alcance, la planificación, la ejecución y los resultados obtenidos.

Se realizará una celebración para reconocer y destacar los éxitos conseguidos a lo largo del proyecto, así como para aprender de las lecciones aprendidas y aplicarlas en futuras mejoras.

Esta metodología es útil para proyectos en los que se cumplan ciertos requisitos: los requisitos tienen que estar bien definidos y ser poco cambiantes, el alcance y los objetivos del proyecto deben definirse desde el principio. Es de gran utilidad también para aquellos proyectos que tengan un plazo de tiempo y presupuesto limitados, donde sea imperativo mantener los requisitos una vez definidos. Finalmente, este método puede ser muy útil cuando se trata de proyectos que se repiten en el tiempo que permitan una replicación (Ramírez L., 2023).

A partir de la propuesta realizada en el capítulo se detalla el presupuesto con el que se contará para la realización de la misma que se presenta a continuación:

**Tabla 6**

*Presupuesto de propuesta*

<b>Actividades</b>	<b>Valores</b>
Investigación de mercado	700,0
Desarrollo de plan integral	600,0
Presupuesto de marketing	1.200,0
Certificaciones	500,0
<b>Presupuesto propuesta</b>	<b>3.000,0</b>

## Conclusiones

Los resultados de esta investigación concuerdan con el análisis llevado a cabo por Arce A. (2020), enfatizando la importancia de las exportaciones tanto en el fomento del crecimiento económico como en la generación de oportunidades laborales. Además, subrayan la relevancia de añadir valor a los productos destinados a la exportación. Por otra parte, al contrastar con el estudio previo realizado por Andrade J. y Casarrubia M. (2019), se aprecia una coincidencia en la importancia atribuida a la observancia de rigurosos estándares de calidad y salubridad en relación con la exportación de productos cárnicos. Asimismo, ambos trabajos convergen en destacar la imperiosa necesidad de modernización y optimización en el ámbito de la industria ganadera.

En el contexto de este estudio, se resalta que un 30% de los participantes identifica los impuestos y aranceles como uno de los desafíos primordiales en el proceso de exportación. En segundo lugar, un 20% señala los costos operativos, abarcando aspectos como la logística, alimentación, vacunación, alquiler de granjas y atención veterinaria. Esta distribución implica que el cumplimiento de requisitos sanitarios y estándares de calidad podría emerger como un factor influyente en los gastos asociados a la exportación.

En cuanto al análisis específico de las empresas en la región costera, aún deben fomentar la actividad a mayor escala para garantizar una participación más competitiva en relación con la cantidad y calidad de productos pecuarios. En la Sierra, si bien lideran la producción nacional de ganado por especies, es esencial que sigan buscando maneras de mejorar la eficiencia en la producción.

En relación con la demanda de productos pecuarios en China, Córdoba et al. (2019) mencionaron que ese país ha experimentado un notable aumento en el consumo de carne de res, a pesar de que este producto es considerado costoso y se distribuye principalmente en áreas urbanizadas con un mayor poder adquisitivo.

Las barreras sanitarias y fitosanitarias específicas que afectan la exportación de productos pecuarios desde Ecuador a China incluyen requisitos de inspección y

certificación, normas de seguridad alimentaria, enfermedades animales y control de plagas como la fiebre aftosa, aunque Ecuador cuenta con el reconocimiento de “zona libre de fiebre aftosa con vacunación”. Asimismo, son una barrera la documentación y trámites aduaneros, además del acuerdo comercial con China, que tiene sus restricciones dentro del sector.

Una vez realizado el análisis a nivel internacional se determina que China tiene requisitos estrictos en cuanto a la calidad y trazabilidad de los productos pecuarios importados. Entre ellos, que la carne provenga de territorio libre de infecciones y enfermedades, que los productos se sometan a inspecciones y pruebas, y cuenten con la identificación, registro y etiquetado, prácticas sostenibles desde su nacimiento hasta su sacrificio, cadena de frío y propiedades alimentarias, aspectos necesarios para garantizar la seguridad y autenticidad del producto. Por lo tanto, es esencial que las empresas pecuarias ecuatorianas se ajusten a los estándares y regulaciones establecidos por China para mantener su acceso viable.

Los factores que afectan la competitividad de los productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino hacen referencia al cumplimiento de requisitos fitosanitarios y de calidad impuestos por China, costos operativos, incluyendo transporte y logística, conocimiento y comprensión del mercado chino y sus demandas específicas. A esto se le suma la competencia con otros proveedores internacionales y capacidad para ofrecer precios competitivos y atractivos para los consumidores chinos.

Mientras que al evaluar la situación de competitividad a nivel país, el Ecuador cuenta con diversas oportunidades y ventajas competitivas para aumentar su participación en el mercado chino de productos pecuarios, tales como demanda en China, calidad de los productos, alimentación sin hormonas y su ubicación geográfica, además de la firma reciente de un tratado de libre comercio. Esto se deriva de la gran población y una creciente clase media que demanda alimentos, incluidos productos pecuarios. Cabe destacar que la ubicación estratégica de Ecuador en América del Sur permite un fácil acceso al mercado chino, lo que puede reducir los costos de transporte y aumentar la competitividad de los productos ecuatorianos en el mercado chino.



El mercado chino ofrece oportunidades significativas para las empresas pecuarias ecuatorianas, pero también presenta desafíos. Por ello, las estrategias de comercialización y marketing, para promover los productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino, pueden incluir establecer alianzas con importadores chinos, participar en ferias comerciales internacionales, campañas de marketing en línea, certificaciones y etiquetado adecuados. Asimismo, resaltar atributos de calidad y salud. En este sentido, promocionar las ventajas de los productos ecuatorianos, como la alimentación sin hormonas, la calidad de la carne y la seguridad alimentaria, puede atraer a los consumidores conscientes de la salud en China.

Actualmente, no existe una metodología sólida en la gestión de actividades pecuarias. En consecuencia, en el marco de este estudio, se formula la sugerencia de introducir una metodología de gestión de procesos en las compañías orientadas hacia la exportación de productos pecuarios. El propósito es potenciar la competitividad mediante un enfoque estructurado en cinco etapas. Paralelamente, otro elemento de relevancia radica en la implementación de medidas de control destinadas a mejorar la calidad de los productos pecuarios, siguiendo el estándar de "5 estrellas".

## Recomendaciones

Una vez realizada la investigación y verificada las oportunidades se recomienda

- Investigar las oportunidades de mercado para productos pecuarios ecuatorianos en otras ciudades chinas. Esto permitirá identificar potenciales nichos de mercado y expandir la presencia de los productos ecuatorianos en diferentes regiones de China.
- realizar un análisis detallado de la cadena de suministro y logística entre Ecuador y China. Esto ayudará a identificar posibles cuellos de botella y áreas de mejora para agilizar y reducir los costos de transporte y distribución de los productos pecuarios.
- realizar estudios de mercado para evaluar la percepción de los consumidores chinos sobre la calidad y seguridad de los productos pecuarios ecuatorianos en comparación con otros proveedores internacionales. Esto lograría ayudar a identificar posibles brechas y áreas de mejora para fortalecer la reputación de los productos ecuatorianos en China.
- analizar la viabilidad de establecer alianzas estratégicas con empresas chinas o socios locales en China. Estas alianzas podrían facilitar el acceso al mercado, mejorar la distribución y promoción de los productos pecuarios ecuatorianos, y brindar una comprensión más profunda de las necesidades del mercado chino.
- analizar la percepción y el conocimiento de la marca Ecuador en el mercado chino, para poder identificar el nivel de familiaridad y asociaciones positivas con la marca Ecuador puede influir en la estrategia de marketing y promoción de los productos pecuarios.

## Bibliografía

- Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario - AGROCALIDAD. (2020). Guía de carácter voluntario referente a la Certificación de Buenas. <https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/pecu1.pdf>
- Aguirre R. (2022). *Desafíos del sector bovino de carne, junio 2022*. Ministerio de Agricultura. Oficina de Estudios y Políticas Agrarias – Odepa. <https://www.odepa.gob.cl/publicaciones/articulos/desafios-del-sector-bovino-de-carne-junio-2022>
- Alvarado, J., Naranjo, F., Veloz, S., y Cabezas, M. (2019). Impacto de la pecuarización en las dinámicas socioeconómicas y territoriales: un análisis desde Puerto Quito, Ecuador. *Revista Espacios*, 40(43), 19. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n43/19404319.html>
- Álvarez, J., Fernández, J. M., Guarner, F., Gueimonde, M., Rodríguez, J. M., Saenz, M., y Sanz, Y. (2021). Microbiota intestinal y salud Gut microbes and health. *Gastroenterología y Hepatología*, 44(7), 519-535. <https://doi.org/10.1016/j.gastrohep.2021.01.009>
- Álvarez, M., Alonso, A., y Torres, C. C. (2019). Procedimiento para el cierre de la cadena productiva de la carne bovina en entidades pecuarias. *Cooperativismo y Desarrollo*, 7(3), 435-444. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2310-340X2019000300435](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2310-340X2019000300435)
- Amador, I. (2022). La sustentabilidad como atributo de la calidad de la producción pecuaria. *Revista de la Facultad de Medicina Veterinaria y de Zootecnia*, 68(3), 187-188. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-29522021000300187&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-29522021000300187&script=sci_arttext)
- Andrade, J. C., y Casarrubia, M. D. (2019). Diseño de un canal de distribución de carne de bovino congelada con destino a China, Red Cárnica SAS Ciénaga de Oro, Córdoba. Universidad de Córdoba. <https://repositorio.unicordoba.edu.co/handle/ucordoba/2451>
- Arce, A. (2020). Monografía: Plan de comercio exterior para la exportación de carne de res a China. Universidad Mayor de San Simón. <http://ddigital.umss.edu.bo:8080/jspui/handle/123456789/18723>

- Atomica, O. I. (2018). *Organismo Internacional de Energia Atomica* .  
<https://www.iaea.org/es/temas/produccion-pecuaria-sostenible>
- Bejarano, C., López, I., Vaca, C., y Mera, R. (2021). Producción Agrícola Sustentable para el sector pecuario y el cambio climático. *Alfa Revista de Investigación en Ciencias Agronómicas y Veterinaria*, 5(14), 274–284.  
<https://doi.org/10.33996/revistaalfa.v5i14.117>
- Britannica. (2023). *Shanghai*. <https://www.britannica.com/place/Shanghai>
- Callejas, N., y Rebollar, S. (2021). Análisis de la demanda de bovinos carne en pie en los centros de sacrificio de México, 2000-2018. *Revista mexicana de ciencias pecuarias*, 12(3), 861-877. <https://doi.org/10.22319/rmcp.v12i3.5569>
- Cárdenas, L. F., y Ladino, L. C. (2020). Oportunidad comercial de carne de cerdo desde Colombia hacia china. *Universitaria Agustiniana*.
- Caro, N., y Salazar, I. (2019). La responsabilidad social y la competitividad de las MYPES de Tingo María. *Balance´s*, 6(8), 4-12.  
<https://revistas.unas.edu.pe/index.php/Balances/article/view/153/135>
- Casanova A. y Zuaznabar I. (2018). *UMET*. El comercio internacional:  
<https://repositorio.umet.edu.ec/bitstream/67000/93/1/El%20comercio%20internacional.pdf>
- CFN. (2022). *Ficha Sectorial Cría y Reproducción de ganado*.  
<https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2022/fichas-sectoriales-3-trimestre/Ficha-Sectorial-Ganaderia.pdf>
- Chosgo, A. (19 de Octubre de 2022). *Notas sobre las teorías de comercio exterior*.  
<http://dicyt.uajms.edu.bo/revistas/index.php/universidad-y-cambio/article/view/1493/1496>
- Chuncho, L., Uriguen, P., y Apolo, N. (2021). Ecuador: análisis económico del desarrollo del sector agropecuario e industrial en el periodo 2000-2018. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 8(1), 08-17.  
<https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/547/502>
- Clavijo, C. (2022). *Competitividad empresarial: qué es, importancia, tipos y ejemplos*. HubSpot, Inc.: <https://blog.hubspot.es/sales/competitividad-empresarial>
- COFCO Meat Holdings Limited. (2023). *Acerca de*. LinkedIn:  
<https://www.linkedin.com/company/cofco-meat-holdings-limited/about/>
- Córdoba, O. A., Quiroz, L., y Parra, K. I. (2019). Carne de res a China. *Universidad Veracruzana*.

- Corporación Nacional de Avicultores del Ecuador . (2023). *ESTADÍSTICAS DEL SECTOR AVÍCOLA. CONSUMO EN ECUADOR*: <https://conave.org/informacion-sector-avicola-publico/>
- Cuestas, M. L., y Minassian, M. L. (2020). Emerging and re-emerging viruses: A new challenge for global health in this millennium. *Revista Argentina de Microbiología*, 52(1), 1-3. <https://doi.org/10.1016/j.ram.2020.02.001>
- Embajada de la República Popular China en México. (2021). *PIB de China supera 100 billones de yuanes en 2020*. [http://mx.china-embassy.gov.cn/esp/xw/202101/t20210118\\_10312529.htm](http://mx.china-embassy.gov.cn/esp/xw/202101/t20210118_10312529.htm)
- Emerging Markets Group Company. (2023). *HENAN SHUANGHUI INVESTMENT & DEVELOPMENT CO.,LTD. (CHINA)*. [https://www.emis.com/php/company-profile/CN/Henan\\_Shuanghui\\_Investment\\_\\_\\_Development\\_CoLtd\\_\\_\\_%E6%B2%B3%E5%8D%97%E5%8F%8C%E6%B1%87%E6%8A%95%E8%B5%84%E5%8F%91%E5%B1%95%E8%82%A1%E4%BB%BD%E6%9C%89%E9%99%90%E5%85%AC%E5%8F%B8\\_\\_en\\_1739262.html](https://www.emis.com/php/company-profile/CN/Henan_Shuanghui_Investment___Development_CoLtd___%E6%B2%B3%E5%8D%97%E5%8F%8C%E6%B1%87%E6%8A%95%E8%B5%84%E5%8F%91%E5%B1%95%E8%82%A1%E4%BB%BD%E6%9C%89%E9%99%90%E5%85%AC%E5%8F%B8__en_1739262.html)
- Encalada, R., Peñaherrera, P., y González, M. (2021). Los superalimentos como tendencia del mercado: Un análisis de las oportunidades para las empresas exportadoras. *INNOVA Research Journal*, 6(2), 157–179. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n2.2021.1627>
- ESPAC. (2023). *Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua - ESPAC 2022*. [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_agropecuarias/espac/espac\\_2022/PPT\\_%20ESPAC\\_%2022\\_04.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac_2022/PPT_%20ESPAC_%2022_04.pdf)
- Etxezarreta, M. (2015). *¿Para que sirve realmente la economía?* Barcelona: Espasa Libros. [https://proassetspdlcom.cdnstatics2.com/usuarios/libros\\_contenido/arxius/31/30935\\_Para\\_que\\_sirve\\_la\\_economia.pdf](https://proassetspdlcom.cdnstatics2.com/usuarios/libros_contenido/arxius/31/30935_Para_que_sirve_la_economia.pdf)
- FAO. (2023). *Organizacion de las Naciones Unidas para la alimentacion y Agricultura*. <https://www.fao.org/americas/prioridades/produccion-pecuaria/es/>
- Fratini, S. B. (2022). El efecto de China en el crecimiento del mercado cárnico bovino exportador. *Red Sociales, Revista del Departamento de Ciencias Sociales*, 97(1), 71-100. <https://ri.unlu.edu.ar/xmlui/handle/rediunlu/1662>
- Gauchi, V. (2017). Estudio de los métodos de investigación y técnicas de recolección de datos utilizadas en bibliotecología y ciencia de la información. *Revista*

*Española de Documentación Científica*, 40(2), 2.  
<https://doi.org/10.3989/redc.2017.2.1333>

- González Blanco, R. (2017). *Diferentes teorías del comercio internacional*.  
[/www.guao.org/sites/default/files/biblioteca/Diferentes%20teorías%20del%20comercio%20internacional.pdf](http://www.guao.org/sites/default/files/biblioteca/Diferentes%20teorías%20del%20comercio%20internacional.pdf)
- González, A. I., Luciani, L. R., Urdaneta, A. J., y Zambrano, Á. A. (2020). La competitividad interna empresarial de las Mipymes de la provincia El Oro. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 3(3), 253-259.  
<http://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/335/357>
- Hernández, A., Pérez, A., Campos, E., y Torres, E. D. (2022). Sostenibilidad en la cadena global de valor del arándano entre México y China. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 12(5), 929-935.  
<https://doi.org/10.29312/remexca.v12i5.2716>
- Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias. (2022). *Desafíos para una ganadería sostenible, fue el tema central en simposio ganadero*. Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias: <https://www.iniap.gob.ec/desafios-para-una-ganaderia-sostenible-fue-el-tema-central-en-simposio-ganadero/>
- Ipiates, O., y Cuichán, M. (2023). *Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC)*. Boletín Técnico, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Dirección de Estadísticas Agropecuarias y Ambientales .  
[https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_agropecuarias/espac/espac\\_2022/Bolet%C3%ADn\\_tecnico\\_ESPAC\\_2022.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac_2022/Bolet%C3%ADn_tecnico_ESPAC_2022.pdf)
- Lopes, M., Ines, M. M., y Wilcox, R. (2020). Ganadería en el mundo americano: algunas reflexiones sobre tecnología, consumo e intercambio. *Mundo agrario*, 21(46), 129. <https://doi.org/10.24215/15155994e129>
- López, A., y García, R. (2021). Caracterización de la cadena de abastecimiento de la carne bovina en Colombia. *Ingeniería y Desarrollo*, 38(1), 44-65.  
<https://doi.org/10.14482/inde.38.1.338.17>
- Magaña, M. Á., Leyva, C. E., Alonzo, J. F., y Leyva, C. G. (2020). Indicadores de competitividad de la carne bovina de México en el mercado mundial. *Revista Mexicana de Ciencias Pecuarias*, 11(3), 669-685.  
<https://doi.org/10.22319/rmcp.v11i3.5798>

- Mancheno, M., y Albán, M. (2019). Competitividad Sistémica Empresarial, un término que define el rendimiento de mercados modernos. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*, 4(4), 559-577. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v4i4.154>
- Márquez, J. (2021). *Boletín Técnico Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua, 2020*. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Dirección de Estadísticas Agropecuarias y Ambientales. [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_agropecuarias/espac/espac-2020/Boletin%20Tecnico%20ESPAC%202020.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac-2020/Boletin%20Tecnico%20ESPAC%202020.pdf)
- Martínez, A. (2023). Preferencias del consumidor por la carne bovina en las principales ciudades de la Región Caribe de Colombia. *Revista colombiana de ciencia animal recia*, 14(2). <https://doi.org/10.24188/recia.v14.n2.2022.914>
- Mendoza, M. (2023). *Millonaria inversión de Corporación Fernández para producir carne de res premium ecuatoriana*. <https://www.forbes.com.ec/negocios/kick-versus-twitch-dentro-combate-us-1000-millones-futuro-streaming-n37200>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2023). *Boletines Situacionales*. Sistema de Información Pública Agropecuaria: <http://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/situacionales-agricolas-2/situacional-carne-cerdo>
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. (2013). *Estudios de cadenas pecuarias en Ecuador*. [https://www.magyp.gob.ar/sitio/areas/bovinos/informacion\\_interes/informes\\_historicos/\\_archivos/000098=Estudio%20del%20mercado%20c%C3%A1rnico%20de%20Ecuador/000008-Estudio%20del%20mercado%20c%C3%A1rnico%20de%20Ecuador.pdf](https://www.magyp.gob.ar/sitio/areas/bovinos/informacion_interes/informes_historicos/_archivos/000098=Estudio%20del%20mercado%20c%C3%A1rnico%20de%20Ecuador/000008-Estudio%20del%20mercado%20c%C3%A1rnico%20de%20Ecuador.pdf)
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2023). *Lo que debes saber del Acuerdo Comercial Ecuador - China*. <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2023/05/Preguntas-Frecuentes.pdf>
- Montiel, M. A. (2019). Globalización y producción campesina de alimentos en las zonas áridas de San Luis Potosí (México)1. *Revista de El Colegio de San Luis*, 9(20), 559-581. <https://doi.org/10.21696/rcsl92020191066>

- Moore, D., Harden, K., y Sampaio, F. (2021). *La Importancia de la producción pecuaria y la proteína animal*. <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/16954/BVE21068221e.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=La%20producci%C3%B3n%20pecuaria%20y%20la%20prote%C3%ADna%20animal%20son%20esenciales%20para,con%20la%20produc%2D%20ci%C3%B3n%20ambientalmente>
- Mora, S. (2022). Industria porcina china, sistema agroalimentario global y crisis ambiental. Reflexiones a partir del caso argentino. *Desafíos*, 34(1), 1-32. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/desafios/a.10764>
- Moreno, A., Narváez, D., y Sancho, S. (Diciembre de 2017). *Banco Central del Ecuador*. <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/doctec11.pdf>
- Munilla, M., Vittone, J., Romera, S., y Teira, G. (2022). Contribución del bienestar animal a la calidad de la carne vacuna. *RIA. Revista de Investigaciones Agropecuarias*, 48(2), 174-180. <https://www.redalyc.org/journal/864/86472710009/html/>
- Nadal, A. (11 de junio de 2019). *Critica de la teoría económica Neoclásica*. [www.scielo.org.mx/pdf/ete/v86n343/2448-718X-ete-86-343-509.pdf](http://www.scielo.org.mx/pdf/ete/v86n343/2448-718X-ete-86-343-509.pdf)
- New Hope Liuhe Co., Ltd. (2023). *Profile of New Hope Liuhe Co., Ltd.* <http://en.newhopeliuhe.com/newhopeliuhe/companyprofile/index>
- Nugroho, S. (31 de Marzo de 2023). *Banco Mundial*. <https://www.bancomundial.org/es/topic/agriculture/overview>
- Observatorio de la Complejidad Económica. (2022). *Carne Bovina en Ecuador*. <https://oec.world/es/profile/bilateral-product/bovine-meat/reporter/ecu>
- Oficina Nacional de Estadísticas de China. (2022). *Total Retail Sales of Consumer Goods in 2021*. National Bureau of Statistics of China: [http://www.stats.gov.cn/english/PressRelease/202201/t20220118\\_1826503.html](http://www.stats.gov.cn/english/PressRelease/202201/t20220118_1826503.html)
- Ordóñez, D., Higuera, M., y Raigoza, C. (2023). Factores de diseño en el desuso prematuro de prendas de vestir: un enfoque desde las etapas de vida del producto. *Kepes*, 20(27), 105–144. <https://revistasojs.ucaldas.edu.co/index.php/kepes/article/view/8038>
- Orozco, J., y Nuñez, P. (Noviembre de 2017). *La Competitividad en el Comercio Exterior*. <https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/1483>



- Ortiz, G. (2020). Pandemias, zoonosis y comercio de animales silvestres. *Revista de Bioética y Derecho*(50), 19-35. [https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1886-58872020000300003](https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1886-58872020000300003)
- Pinda, B. R. (2022). Análisis de aporte a reactivación económica post-covid-19 del sector agropecuario en provincia de Chimborazo, Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(3), 493-503. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/2890>
- Ponce, A. (2019). «DE MUCHAS LUCHAS»: VACAS, VAQUEROS Y EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE CARNE AL SUR DE LOS ESTADOS UNIDOS<sup>1,2</sup>. *Tabula Rasa*(31), 99-118. <https://doi.org/10.25058/20112742.n31.04>
- Portal Portuario. (2023). *Argentina podrá exportar productos bovinos a Barbados y Costa Rica*. <https://portalportuario.cl/argentina-podra-exportar-productos-bovinos-a-barbados-y-costa-rica/>
- Poveda, Y. (2021). *Teorías de Comercio Internacional*. Costa Rica: Universidad San Marcos. <https://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/handle/11506/1673>
- PRONACA. (2023). *PRONACA EJECUTÓ CON ÉXITO EL PRIMER PROYECTO PILOTO DE EXPORTACIÓN DE CARNE DE CERDO DEL PAÍS*. <https://www.pronaca.com/pronaca-ejecuto-con-exito-el-primer-proyecto-piloto-de-exportacion-de-carne-de-cerdo-del-pais/>
- Raffo, L., y Hernández, E. (2021). Comercio internacional, prosperidad y desigualdad en la globalización. *Apuntes del Cenes*, 40(71), 133-164. <https://doi.org/10.19053/01203053.v40.n71.2021.11736>
- Ramírez, L. (2023). *IEBS Business School*. <https://www.iebschool.com/blog/metodologia-waterfall-que-es-y-cuando-usarla-management/>
- Rodríguez, A. D., Benalcázar, M. E., Pozo, F. M., y Soza, K. D. (2020). China una alianza favorable o desfavorable para América Latina y su influencia en la economía de Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 275-280. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202020000400275](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000400275)
- Rodríguez, D., Erazo, J., y Narváez, C. (2019). Técnicas cuantitativas de investigación de mercados aplicadas al consumo de carne en la generación millennial de la

- ciudad de Cuenca (Ecuador). *Revista Espacios*, 40(32), 1-12. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n32/a19v40n32p20.pdf>
- Rodríguez, J., Gonzales, R., y Maldonado, G. (2018). Flujos de Comercio Internacional en la Industria Aeroespacial en México: Modelo Heckscher-Ohlin. *Opción*, 27. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/23952>
- Rojas, D. A., Vilaú, Y., y Camejo, P. (2018). La instrumentación de los métodos empíricos en los investigadores potenciales de las carreras pedagógicas. *Mendive. Revista de Educación*, 16(2), 238-246. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-76962018000200238#:~:text=Los%20m%C3%A9todos%20emp%C3%ADricos%20a%20emplear,la%20operacionalizaci%C3%B3n%20de%20las%20variables%20](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-76962018000200238#:~:text=Los%20m%C3%A9todos%20emp%C3%ADricos%20a%20emplear,la%20operacionalizaci%C3%B3n%20de%20las%20variables%20)
- Roos M. (2016). *Exploring Economics*. Economía neoclásica: <https://www.exploring-economics.org/es/orientacion/economia-neoclasica/>
- Sánchez, J., Delgado, G., Quijano, S., Gómez, G., y Delgado, D. (2019). Elementos de competitividad sistémica y la relación costo privado. *593 Digital Publisher CEIT*, 3(48-61), 4. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7144025>
- Sarmiento, Y., y Delgado, M. (2021). Dimensiones y variables de competitividad para un mejor desempeño empresarial. *Cofin Habana*, 15(2), e06. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2073-60612021000200006](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612021000200006)
- ShippingChina. (2023). *Shippers*. BEIJING ERSHANG GROUP CO.,LTD.: <http://en.shippingchina.com/worldwideshippers/index/detail/id/7637.html>
- Subgerencia de Análisis de Productos y Servicios. (2021). *Ficha Sectorial Ganadería*. Corporación Financiera Nacional. <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2021/fichas-sectoriales-4-trimestre/Ficha-Sectorial-Ganaderia.pdf>
- Universidad Internacional de La Rioja. (2020). *4 metodologías para la gestión de proyectos que debes conocer*. UNIR Revista: <https://www.unir.net/empresa/revista/metodologias-gestion-proyectos/>
- Vázquez, L., Peraza, F. d., Valdivia, R., y López, S. (2019). Competitividad interna de las empresas sociales para incrementar su impacto socioeconómico. *Estudios sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, 29(53), 1-24. <https://doi.org/10.24836/es.v29i53.694>

- Vázquez, R. (2021). Productividad laboral y competitividad externa en el sector manufacturero mexicano tras la apertura comercial, 1996-2007. *Cuadernos de Economía*, 40(82), 137-164. <https://doi.org/10.15446/cuad.econ.v40n82.80510>
- Velazquez, A. (2017). *CentroGeo*. [centrogeo.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1012/163/1/19-Tipos%20de%20Muestreo%20-%20%20Diplomado%20en%20Análisis%20de%20Información%20Geoespacial.pdf](http://centrogeo.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1012/163/1/19-Tipos%20de%20Muestreo%20-%20%20Diplomado%20en%20Análisis%20de%20Información%20Geoespacial.pdf)
- Vera, J., y Ornelas, S. (2022). Engagement hacia un producto vs. hacia una marca: una escala para el contexto mexicano. *Contaduría y administración*, 66(3), 1-23. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2021.1898>
- WH Group Limited. (2023). *Corporate Profile*. <http://www.wh-group.com/html/about.php>
- Zavaro, C. A. (2022). Naturaleza ex situ: arcas de la biodiversidad. *Letras Verdes - Revista Latinoamericana de Estudios Socioambientales*(31), 42-58. <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/lverdes/n31/1390-6631-lverdes-31-00042.pdf>

## Apéndices

### Apéndice A. Lista de empresas a entrevistar

**Tabla 7**  
***Empresas que conforman la población objetivo***

<b>Empresa</b>	<b>Contacto</b>	<b>Cargo</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Celular</b>
Asociación De Yaguachi	Gerente		072503048	0997352347
Montubios San Jacinto	Cuenca Narcisa			
De Chilla	De Jesús			
Asociación De Pequeños Agricultores Y Ganaderos San José Del Retiro	Cabrera Y José Ricardo	Yáñez Representante legal	072912991	0991161017
Asociación De Producción Virgen Del Cisne II Asoprovirci	De Víctor Vicente	Mite Jimmy Representante legal	072928613	0997908067
Asociación Productores Viejas Asogrocas	De Martínez Casas	Guerrero María Elena Gerente	-	0961773099
Asociación De Producción San Francisco De Balsas	De Galarza Héctor	Asanza Ulvio Representante legal	072517134	0985090707
Asociación Ganaderos El Oro	De González Sultana De	Jacinto Sánchez Manuel Gerente	072972977	0999332375
Asociación Producción Porcicola Balsas	De Armijos Paladines	Wilson Gerente	072517337	0997873399
	Del Cantón Manuel			
Asociación Producción Porcicultores Pormagro	De Campoverde De Leiva Humberto	Luis Gerente	072517856	0989718633

Embutidos de carne de los andes EMBUANDES CIA.LTDA.	Mora	Mora	Gerente	0996275078
Asociación Artesanal de Producción Agrícola Pecuaria y Piscícola Primavera Oriental	Klever Orbe		Representante legal	0984940589

*Nota:* Los datos enlistados son de las asociaciones dedicadas a la actividad pecuaria.

Tomado de: <https://servicios.seps.gob.ec/gosnf-internet/paginas/consultarOrganizaciones.jsf>

## Apéndice B. Cuadros informativos individuales de las empresas

**Tabla 8**  
**Asociación De Montubios San Jacinto De Chilla**

		<b>Nombre</b>	Asociación De Montubios San Jacinto De Chilla
	Acrónimo	<b>Representante legal</b>	Yaguachi Cuenca Narcisa De Jesús
<b>Gerente</b>	Yaguachi Cuenca Narcisa De Jesús	<b>Cantón</b>	CHILLA
<b>Fecha resolución</b>	2013	<b>Dirección</b>	10 de agosto s/n a lado del colegio Chilla
<b>Tipo de organización</b>	Asociación	<b>Correo</b>	edgar_manuel18@yahoo.com
<b>Número de socios</b>	10	<b>Teléfono</b>	072503048
<b>Mercado objetivo</b>	Chilla, El Oro,		
<b>Breve perfil</b>	Asociación De Montubios San Jacinto De Chilla es una sociedad pecuaria. La asociación nace con el objetivo de promover el desarrollo económico y social de la comunidad, a través del fortalecimiento de la producción agropecuaria. Su principal actividad es la cría y comercialización de ganado vacuno y porcino, así como la siembra y venta de productos agrícolas como maíz, frijol, arroz y frutas.		

*Nota:* Los datos fueron obtenidos de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Tomado de: <https://servicios.seps.gob.ec/gosnf-internet/paginas/consultarOrganizaciones.jsf>

**Tabla 9****Asociación De Pequeños Agricultores Y Ganaderos San José Del Retiro**

		<b>Nombre</b>	Asociación De Pequeños Agricultores Y Ganaderos San José Del Retiro
	Acrónimo	<b>Representante legal</b>	Cabrera Yáñez José Ricardo
<b>Presidente Junta Directiva</b>	Cabrera Merchán Alfonso María	<b>Cantón</b>	Pasaje
<b>Fecha resolución</b>	2015	<b>Dirección</b>	Vía principal s/n vía secundaria
<b>Tipo de organización</b>	Ganadera	<b>Correo</b>	
<b>Número de socios</b>	12	<b>Teléfono</b>	072912991
<b>Mercado objetivo</b>	Pasaje, El Oro		
<b>Breve perfil</b>	Pertenece a la clasificación del sector S949901, el cual engloba las actividades de asociaciones orientadas hacia la protección y mejora de la situación de grupos específicos.		

*Nota:* Los datos fueron obtenidos de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Tomado de: <https://servicios.seps.gob.ec/gosnf-internet/paginas/consultarOrganizaciones.jsf>

**Tabla 10**  
**Asociación De Producción Pecuaria Virgen Del Cisne II**

	Acrónimo ASOPROVIRCI	<b>Nombre</b>	Asociación De Producción Pecuaria Virgen Del Cisne II
		<b>Representante legal</b>	Víctor Mite Vicente Jimmy
<b>Presidente Junta Directiva</b>	Cheme Chila José Luis	<b>Cantón</b>	Machala
<b>Fecha resolución</b>	2019	<b>Dirección</b>	Treinta octava este s/n madero Vargas
<b>Tipo de organización</b>	Pecuaria	<b>Correo</b>	
<b>Número de socios</b>	15	<b>Teléfono</b>	072928613
<b>Mercado objetivo</b>	Machala, El Oro		
<b>Breve perfil</b>	Se ubica en la categoría del sector A014501, el cual abarca las actividades de cría y reproducción de cerdos.		

*Nota:* Los datos fueron obtenidos de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Tomado de: <https://servicios.seps.gob.ec/gosnf-internet/paginas/consultarOrganizaciones.jsf>



**Tabla 11**  
**Asociación De Productores Casas Viejas**

	<b>Acrónimo</b> ASOGROCAS	<b>Nombre</b>	Asociación De Productores Casas Viejas
		<b>Representante legal</b>	Martínez Guerrero María Elena
<b>Presidente Junta Directiva</b>	Aguilar Contento Ufredito	<b>Cantón</b>	Portovelo
<b>Fecha resolución</b>	2014	<b>Dirección</b>	P.B. Sitio Casas Viejas S/N S/N
<b>Tipo de organización</b>	Pecuaría	<b>Correo</b>	
<b>Número de socios</b>	13	<b>Teléfono</b>	0961773099
<b>Mercado objetivo</b>	Portovelo, El Oro		
<b>Breve perfil</b>	Una entidad legal reconocida, bajo la clasificación CIUU A014501 de cría y reproducción de cerdos.		

*Nota:* Los datos fueron obtenidos de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Tomado de: <https://servicios.seps.gob.ec/gosnf-internet/paginas/consultarOrganizaciones.jsf>

**Tabla 12****Asociación De Producción Pecuaria San Francisco De Balsas**

	Acrónimo ASOPROFRAB	<b>Nombre</b>	Asociación De Producción Pecuaria San Francisco De Balsas
		<b>Representante legal</b>	Galarza Asanza Héctor Ulvio
<b>Presidente</b>	Cordero	<b>Cantón</b>	Balsas
<b>Junta Directiva</b>	Ramírez Dunia Del Carmen	<b>Dirección</b>	Calle 13 de noviembre S/N Juan Montalvo
<b>Fecha resolución</b>	2015	<b>Correo</b>	
<b>Tipo de organización</b>	Pecuaria	<b>Teléfono</b>	0985090707
<b>Socios</b>	15		
<b>Mercado</b>	Balsas, El Oro		
<b>Breve perfil</b>	Una entidad legalmente reconocida, según su personería jurídica, se encuentra en la clasificación CIIU A014501, correspondiente a la cría y reproducción de cerdos.		

*Nota:* Los datos fueron obtenidos de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Tomado de: <https://servicios.seps.gob.ec/gosnf-internet/paginas/consultarOrganizaciones.jsf>

**Tabla 13**  
**Asociación De Ganaderos Sultana De El Oro**

		<b>Nombre</b>	Asociación De Ganaderos Sultana De El Oro
	<b>Acrónimo</b>	<b>Representante legal</b>	González Sánchez Manuel Jacinto
<b>Presidente Junta Directiva</b>	Gómez González Celso Emilio	<b>Cantón</b>	Zaruma
<b>Fecha resolución</b>	2013	<b>Dirección</b>	Pichincha s/n diagonal al Banco del Pichincha
<b>Tipo de organización</b>	Ganadera	<b>Correo</b>	comite_zaruma@hotmail.com
<b>Número de socios</b>	16	<b>Teléfono</b>	072972977
<b>Mercado objetivo</b>	Zaruma, El Oro		
<b>Breve perfil</b>	Se dedica a las actividades de asociaciones gremiales. Antes de ser una asociación legalmente constituida, comenzó sus operaciones comerciales el 5 de noviembre de 1991 como una sociedad y se encuentra clasificada dentro del sector S942000, que engloba las actividades de asociaciones gremiales.		

*Nota:* Los datos fueron obtenidos de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Tomado de: <https://servicios.seps.gob.ec/gosnf-internet/paginas/consultarOrganizaciones.jsf>

**Tabla 14****Asociación De Producción Pecuaria De Porcicola Del Cantón Balsas**

	Acrónimo ASOPROPOCAB	<b>Nombre</b>	Asociación De Producción Pecuaria De Porcicola Del Cantón Balsas
		<b>Representante legal</b>	Armijos Paladines Wilson Manuel
<b>Presidente</b>	Jaramillo	<b>Cantón</b>	Balsas
<b>Junta Directiva</b>	Torres José Daniel		
<b>Fecha resolución</b>	2016	<b>Dirección</b>	Juan Montalvo S/N Sucre y 13 de noviembre
<b>Tipo de organización</b>	Pecuaria	<b>Correo</b>	
<b>Número de socios</b>	15	<b>Teléfono</b>	072517337
<b>Mercado objetivo</b>	Balsas, El Oro		
<b>Breve perfil</b>	La asociación se especializa en la cría y reproducción de cerdos.		

*Nota:* Los datos fueron obtenidos de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Tomado de: <https://servicios.seps.gob.ec/gosnf-internet/paginas/consultarOrganizaciones.jsf>

**Tabla 15**  
**Asociación De Producción De Porcicultores Pormagro**

	Acrónimo PORMAGRO	<b>Nombre</b> <b>Representante legal</b>	Asociación De Producción De Porcicultores Campoverde Leiva Luis Humberto
<b>Presidente</b> <b>Junta Directiva</b>	Salazar Maldonado Luis Arturo	<b>Cantón</b>	Balsas
<b>Fecha resolución</b>	2015	<b>Dirección</b>	Avenida Machala 1849 Junto A La Estación De Servicio PYS Castro
<b>Tipo de organización</b>	Ganadera	<b>Correo</b>	
<b>Número de socios</b>	16	<b>Teléfono</b>	072517856
<b>Mercado objetivo</b>	Balsas, El Oro		
<b>Breve perfil</b>	La asociación comenzó sus operaciones económicas el 19 de agosto de 2015 y se encuentra clasificada en el sector A014501, que corresponde a la crianza de cerdos.		

*Nota:* Los datos fueron obtenidos de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Tomado de: <https://servicios.seps.gob.ec/gosnf-internet/paginas/consultarOrganizaciones.jsf>

**Tabla 16**  
**Embutidos de carne de los andes EMBUANDES CIA.LTDA.**

	<b>Acrónimo</b>	<b>Nombre</b>	Embutidos de carne de los andes
	EMBUANDES CIA.LTDA.	<b>Presidente</b>	Cortázar Solano Héctor German
<b>Gerente</b>	Mora Mora Manuel Oswaldo	<b>Cantón</b>	Cuenca
<b>Fecha de constitución</b>	2005	<b>Dirección</b>	Sector San Pedro del Cebollar Vía a Racar
<b>Tipo de organización</b>		<b>Correo</b>	embuande@gerardoortiz.com
<b>Número de empleados</b>	100	<b>Teléfono</b>	(07) 413-4600
<b>Mercado objetivo</b>	Todo el país		
<b>Breve perfil</b>	Los productos de Embuandes son elaborados en la Sierra Ecuatoriana, una región reconocida por su frescura inigualable. La empresa se especializa en la producción y mejora constante de alimentos utilizando técnicas avanzadas, con el objetivo de satisfacer las necesidades alimentarias de los hogares ecuatorianos.		


*Nota:* Los datos fueron obtenidos de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Tomado de: <https://servicios.seps.gob.ec/gosnf-internet/paginas/consultarOrganizaciones.jsf>

**Tabla 17**  
**Asociación Artesanal de Producción Agrícola Pecuaria y Piscícola Primavera Oriental**

	<b>Acrónimo</b>		<b>Nombre</b>	Asociación Artesanal de Producción Agrícola Pecuaria y Piscícola Primavera Oriental
			<b>Representante legal</b>	Orbe Orbe Klever Romulo
<b>Presidente</b>	Quevedo			
<b>Junta Directiva</b>	Herrera Rosa Elvira		<b>Cantón</b>	Shushufindi
<b>Fecha resolución</b>	2013		<b>Dirección</b>	Vía Aguarico Tres 00 Entrada A La Mina De Lastre
<b>Tipo de organización</b>	Agricultura y ganadería		<b>Correo</b>	jhonnyjaramillo@gmail.com
<b>Número de socios</b>	16		<b>Teléfono</b>	62839294
<b>Mercado objetivo</b>	Shushufindi, Sucumbíos			
<b>Breve perfil</b>	Se dedica a la defensa de los intereses de los sindicatos y sus afiliados. También se enfoca en actividades asociativas cuyos miembros son empleados interesados principalmente en expresar sus opiniones sobre la situación laboral y salarial, así como en tomar acciones coordinadas a través de su organización.			

*Nota:* Los datos fueron obtenidos de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Tomado de: <https://servicios.seps.gob.ec/gosnf-internet/paginas/consultarOrganizaciones.jsf>

## Apéndice C. Exportadores de productos pecuarios




**TRADE MAP**  
 Estadísticas comerciales para el desarrollo empresarial internacional  
 Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación, volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado, etc.

Inicio y búsqueda   Disponibilidad de datos   Material de referencia   Otras herramientas TIC   Más   Acceso   Inglés

Producto: TOTALES - Todos los productos  
 Mundo  País: Ecuador   Grupo de países: Ninguno  
 Pareja: China   Grupo de socios: Ninguno  
 otros criterios: Importaciones  Indicadores comerciales  por producto  Al mismo nivel (2 dígitos)

**Comercio bilateral entre Ecuador y China en 2022**  
**Producto: TOTAL Todos los productos**

Mesa   Gráfico   Mapa   Comparativas

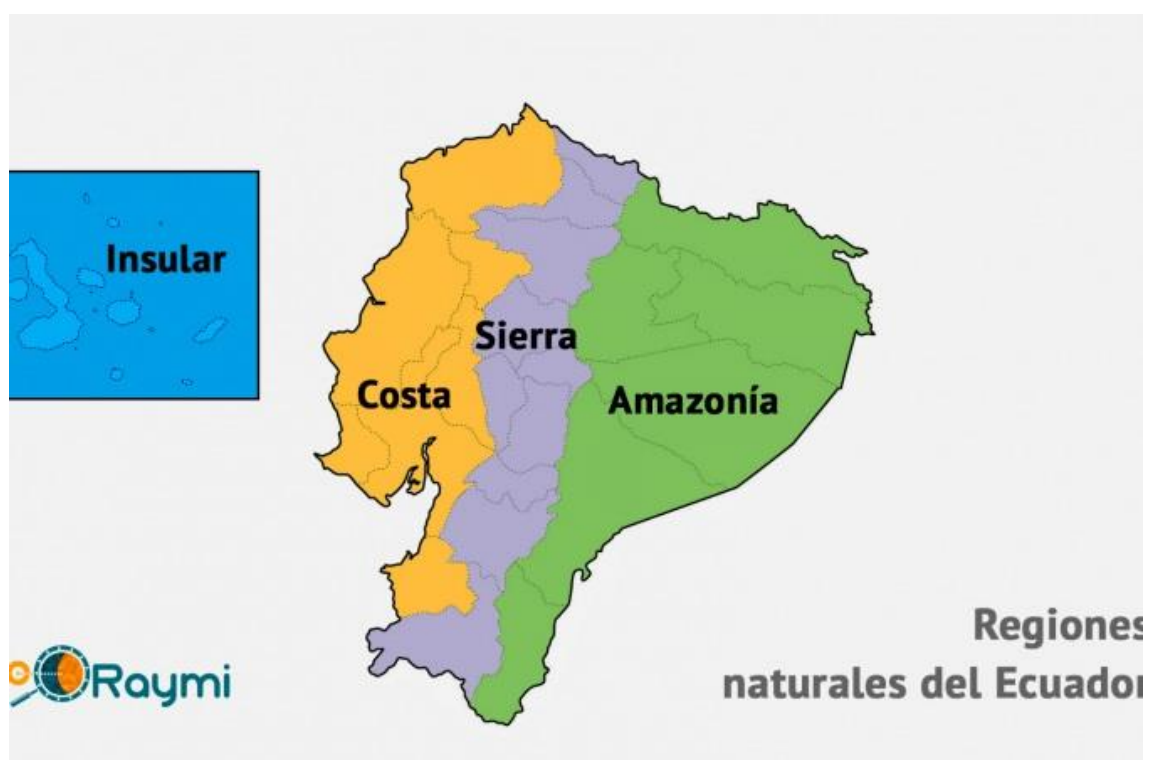
Descargar:      Filas por página: Predeterminado (25 por página)

HS4	Código de producto	Etiqueta del producto	Seleccione sus indicadores									
			Las importaciones de Ecuador desde China			Arancel ad valorem equivalente aplicado por Ecuador	Las exportaciones de China al mundo.			Las importaciones de Ecuador del mundo		
			Valor en 2022, miles de USD	Crecimiento anual en valor entre 2018-2022, %	Participación en las importaciones de Ecuador, %		Valor en 2022, miles de USD	Crecimiento anual en valor entre 2018-2022, %	Participación en las exportaciones mundiales, %	Valor en 2022, miles de USD	Crecimiento anual en valor entre 2018-2022, %	Participación en las importaciones mundiales, %
<input type="checkbox"/>	84	Reactores nucleares, calderas, maquinaria y artefactos mecánicos; sus partes	1,206,389	15	39	7	589,713,669	9	22	3,110,933	3	0
<input type="checkbox"/>	87	Vehículos distintos del material rodante de vías férreas o similares, y sus partes y accesorios	1,121,923	23	40	22	157,340,734	22	10	2,775,208	3	0
<input type="checkbox"/>	85	Maquinaria y equipo eléctrico y sus partes; grabadoras y reproductoras de sonido, televisión ...	1,080,357	5	52	10	917,880,108	10	28	2,004,705	2	0
<input type="checkbox"/>	72	Hierro y acero	500,042	dieciséis	47	4	77,264,814	17	14	1,059,425	10	0
<input type="checkbox"/>	39	Plásticos y sus manufacturas	441,339	23	27	8	143,529,388	17	18	1,606,119	11	0
<input type="checkbox"/>	73	Manufacturas de hierro o acero	317,489	9	52	19	110,952,375	15	28	609,856	7	0
<input type="checkbox"/>	29	Químicos orgánicos	250,654	19	41	0	101,887,171	15	19	609,757	13	0

**Nota:** Los datos mostrados son de empresas que exportan productos. Tomado de sitio web Trade Map (p.1)



## Apéndice D. Ecuador en regiones



*Nota:* Tomado de *Mapa del Ecuador y sus regiones naturales*, por Go Raymi, 2022



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Rodríguez Sánchez, María Cristina** con C.C: # **0106665292** y **Tutivén Gálvez, Bryan Francisco** con C.C: # **0920299831** autores del trabajo de titulación: **Estudio de competitividad en el comercio de productos pecuarios entre Ecuador y China, periodo 2017-2022**, previo a la obtención del título de **LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

**Guayaquil, a los 4 días del mes de septiembre del año 2023**

---

**Rodríguez Sánchez, María Cristina**

**C.C: 0106665292**

---

**Tutivén Gálvez, Bryan Francisco**

**C.C: 0920299831**



**REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN**

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Estudio de competitividad en el comercio de productos pecuarios entre Ecuador y China, periodo 2017-2022.		
<b>AUTOR(ES)</b>	Rodríguez Sánchez, María Cristina Tutivén Gálvez, Bryan Francisco		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Ing. Ulloa Armijos, Ana Del Rosario. MAE. PhD.		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Economía y Empresa		
<b>CARRERA:</b>	Comercio Exterior		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Licenciado/a en Comercio Exterior		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	4 de septiembre 2023	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	95
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Organización y Dirección de Empresas, Investigación Operativa		
<b>PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:</b>	Comercio exterior, exportación, producción, ganadería, carnes, estrategias		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>	<p>La presente investigación se llevó a cabo con el objetivo de analizar los principales factores que afectan la competitividad de los productos pecuarios ecuatorianos en el mercado chino, a fin de proponer estrategias para superar las barreras que dificultan el ingreso y expansión al mercado chino. La metodología empleada en este estudio fue de enfoque mixto, el cual permitió combinar lo cuantitativo y cualitativo, y adoptar una investigación no experimental – transaccional con 40 empresas pecuarias. Se recopilaron datos a través de encuestas y revisión documental, y se aplicaron los métodos teórico, descriptivo y empírico para interpretar los datos recopilados. Los resultados obtenidos revelaron China tiene una necesidad urgente por satisfacer sus demandas de alimentos básicos, particularmente carnes y proteínas. Se observó que los principales desafíos para las exportaciones son los impuestos, la documentación y los requisitos fitosanitarios. Estos resultados contribuyen a la comprensión del comercio de productos pecuarios entre Ecuador y China al exponer factores que afectan la competitividad del sector, como demanda en China, calidad de los productos, alimentación sin hormonas y su ubicación geográfica, además de la firma reciente de un Tratado de Libre Comercio.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593982552011 +593999544387	<b>E-mail:</b> maría.rodriguez49@cu.ucsg.edu.ec bryan.tutiven01@cu.ucsg.edu.ec	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre:</b> Ing. Mónica Echeverría Bucheli, Mgs.		
	<b>Teléfono:</b> PBX: <b>043804600</b> o <b>call center: 2222024, 2222025</b> ext. 5021, 5129		
	<b>E-mail:</b> monica.echeverria@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			