



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS
CARRERA DE INGENIERÍA AGRÓNOMICA



TRABAJO DE TITULACIÓN

Componente práctico del Examen de Grado de carácter
Complexivo, presentado al H. Consejo Directivo de la Facultad,
como requisito previo para obtener el título de:

INGENIERO AGRÓNOMO

TEMA:

“Comercialización del cultivo de papaya hawaiana (*Carica papaya*)
en el Ecuador”.

AUTOR:

Elio Miguel Sempertegui Gutiérrez.

TUTOR:

Ing. Agr. Orlando Olvera Contreras, MAE.

Babahoyo - Los Ríos – Ecuador

2022

RESUMEN

El presente documento recopiló información importante sobre la comercialización del cultivo de papaya hawaiana (*Carica papaya*) en el Ecuador. Hay que destacar que la papaya hawaiana se exporta en nuestro país hacia Estados Unidos, por ser una fruta apetecible y con múltiples beneficios vitamínicos lo que promueve su consumo a nivel internacional, lo que genera fuente de ingreso a la mayoría de los productores de papaya. Se puede destacar que la papaya hawaiana es una fruta muy consumida, debido a las propiedades nutricionales, medicinales y digestivas que posee; la fruta en el Ecuador es un desafío para los productores en cuanto a su comercialización, por las actuales cadenas de comercialización y las exigencias de los mercados internacionales. Posee múltiples beneficios del cultivo se pueden mencionar: La fruta se puede producir durante todo el año, con diversas características para exportación, referente a su tamaño, color y sabor; el precio varía en el mercado nacional, sin exigencias del producto, a diferencia del mercado internacional cuyos precios y calidad son muy exigentes; la producción de papaya es un cultivo alternativo para los agricultores, que en su mayoría son empresarios, donde para el cultivar pueden aprovechar sus terrenos, infraestructura y las diversas condiciones de mercado para su venta y en el mercado interno el canal de comercialización más utilizado es de productor- minorista-consumidos.

Palabras claves: comercialización, papaya hawaiana, mercados, exportación.

SUMMARY

This document compiled important information on the commercialization of the Hawaiian papaya crop (*Carica papaya*) in Ecuador. It should be noted that Hawaiian papaya is exported in our country to the United States, as it is an appetizing fruit with multiple vitamin benefits, which promotes its consumption internationally, which generates a source of income for most papaya producers. It can be noted that the Hawaiian papaya is a widely consumed fruit, due to its nutritional, medicinal and digestive properties; Fruit in Ecuador is a challenge for producers in terms of marketing, due to current marketing chains and the demands of international markets. It has multiple benefits of cultivation that can be mentioned: The fruit can be produced throughout the year, with various characteristics for export, regarding its size, color and flavor; the price varies in the national market, without product requirements, unlike the international market whose prices and quality are very demanding; Papaya production is an alternative crop for farmers, who are mostly entrepreneurs, where they can take advantage of their land, infrastructure and the various market conditions for its sale, and in the domestic market the most used marketing channel is of producer-retailer-consumers.

Keywords: marketing, Hawaiian papaya, markets, export.

CONTENIDO

RESUMEN	II
SUMMARY	III
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
MARCO METODOLÓGICO	3
1.1. Definición del tema caso de estudio	3
1.2. Planteamiento del problema	3
1.3. Justificación	3
1.4. Objetivos	4
1.4.1. General	4
1.4.2. Específicos	4
1.5. Fundamentación teórica	4
1.5.1. Generalidades de la papaya hawaiana	4
1.5.2. Comercialización de frutales	6
1.5.3. Comercialización de la papaya hawaiana	7
1.6. Hipótesis	14
1.7. Metodología de la investigación	14
CAPÍTULO II	15
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	15
2.1. Desarrollo del caso	15
2.2. Situaciones detectadas (hallazgo)	15
2.3. Soluciones planteadas	15
2.4. Conclusiones	16
2.5. Recomendaciones	17
BIBLIOGRAFÍA	18

INTRODUCCIÓN

La papaya hawaiana variedad (*Carica papaya* L.) es un fruto de alta oferta y demanda masiva tanto a nivel nacional como internacional. Teniendo en cuenta las nuevas tendencias de consumo y comercio de alimentos y la alta producción de esta, se hace evidente la necesidad de desarrollar nuevas alternativas de uso y diversificación de los productos a ofrecer en el mercado (Pérez *et al.* 2017)

La papaya por ser un cultivo natural de los trópicos y subtrópicos se adapta a una amplia variedad de climas y zonas donde se la siembre, aunque prefiere las zonas cálidas y con alta irradiación solar. A nivel nacional, Santo Domingo de los Tsáchilas es la provincia que más produce papaya en monocultivo (30%). Guayas es la segunda mayor productora de papaya bajo el mismo sistema, con una superficie cosechada de 231 ha repartidas en 373 (UPAs). En el caso de estar asociada, la provincia de Esmeraldas es la que más área posee (17%), seguida de Morona Santiago (16%), Manabí (14%) y Guayas (11%) (Swett 2013).

La exportación de la papaya ecuatoriana es un reto difícil para muchos productores debido a las nuevas tendencias comerciales, cambios científicos, tecnológicos de la agricultura y altas exigencias de los mercados internacionales en lo que respecta a requerimientos técnicos y sanitarios de los países importadores de esta fruta, a pesar de contar con productos de gran peso, el país no ha logrado implementar reales estrategias comerciales que le permitan aprovechar de su condición de líder en estos mercados, la promoción de exportación de la papaya ha sido en algunos casos dispersa y limitada (Maestre y Peña 2016).

El adecuado manejo del cultivo, durante su fase de desarrollo fisiológico, así como la aplicación de las correctas técnicas de manejo de la producción y su posterior comercialización empleando estándares de calidad, para la obtención de frutos con optimas características comerciales, no solo es su

parte interna sino también en su presentación. Lo cual nos permite entregar un fruto de alta calidad y de mayor valor comercial. Es por tal razón que el conocimiento sobre el manejo del cultivo y los procesos de cosecha y post-cosecha, más conveniente, para la obtención de la fruta, son importantes para lograr el éxito en la producción. Así, como un producto comercialmente aceptable (Colcha 2017).

Por lo expuesto se desarrolló la presente investigación, con la finalidad de recopilar información referente a la comercialización del cultivo de papaya hawaiana (*Carica papaya*) en el Ecuador.

CAPÍTULO I

MARCO METODOLÓGICO

1.1. Definición del tema caso de estudio

El presente documento trató sobre la importancia de la comercialización del cultivo de papaya hawaiana (*Carica papaya*) en el Ecuador.

Papaya hawaiana: en forma de pera. Su peso puede variar de 400 a 800 gramos. Es la variedad más dulce y, por lo tanto, se usa a menudo en la producción de jugos. En el Ecuador se exporta como fruta muy apetecida y que es consumida internacionalmente.

1.2. Planteamiento del problema

La papaya hawaiana, por ser un fruto susceptible a grandes pérdidas en poscosecha debido a sus características fisiológicas tan particulares, lo que obliga al productor a desarrollar nuevas alternativas para su transformación, conservación y comercialización. Para tal fin, a nivel industrial se han aplicado diferentes técnicas; tales como la congelación, refrigeración, deshidratación, métodos combinados como la deshidratación osmótica, siendo ésta una tecnología de preservación, que si no realizan aumentan las pérdidas y no proporciona una opción para transformarla, disminuyendo los ingresos en la cadena productiva(Pérez *et al.* 2017)

1.3. Justificación

En el Ecuador, la papaya (*Carica papaya*) es un producto de mucha tradición, aunque su cultivo a gran escala para la exportación no ha alcanzado aún gran nivel, actualmente la papaya hawaiana, es la variedad principal que se destina para la exportación, no solo por las propiedades nutritivas que posee, sino también porque es un cultivo rentable, debido a que el ingreso de materiales mejorados, se ha desarrollado notablemente en la producción.

En la actualidad esta fruta tropical es cultivada en diversas partes del mundo, en donde las condiciones edafo- climáticas, permiten su crecimiento y desarrollo. En nuestro país, el cultivo de papaya se lo realiza en diversas zonas de la región litoral, principalmente en las provincias de Guayas, Manabí, Los Ríos, Sto. Domingo y Sta. Elena, en estas dos últimas existe áreas dedicadas a la producción para la exportación, siendo de vital importancia analizar el proceso de comercialización.

Por lo antes indicado, se justifica el desarrollo de la presente investigación, con la finalidad de determinar la comercialización del cultivo de papaya hawaiana (*Carica papaya*).

1.4. Objetivos

1.4.1. General

Estudiar la comercialización del cultivo de papaya hawaiana (*Carica papaya*) en el Ecuador.

1.4.2. Específicos

- Recopilar información referente a la comercialización del cultivo de papaya hawaiana.
- Establecer los beneficios de comercializar papaya hawaiana (*Carica papaya*) en el Ecuador.

1.5. Fundamentación teórica

1.5.1. Generalidades de la papaya hawaiana

“La papaya hawaiana variedad (*Carica papaya* L.) es un fruto de alta oferta y demanda masiva tanto a nivel nacional como internacional” (Ríos *et al.* 2005).

En el Ecuador existen alrededor de 3000 hectáreas cultivadas, se produce en Santo Domingo de los Tsáchilas es la provincia que más produce papaya en monocultivo, seguido de Guayas bajo el mismo sistema de producción. En el caso de los productores que están asociados, la provincia de Esmeraldas es la que más área posee (17 %), seguida de Morona Santiago (16 %), Manabí (14 %) y Guayas (11 %) (Constante 2016).

En 1985 se introdujo en Ecuador una variedad conocida como papaya Hawaiana, la cual se cultivó a gran escala, convirtiéndose en poco tiempo en la favorita de los consumidores por su alta concentración de azúcar y la alta calidad de sabor. En principio, no tuvo mucho éxito en los diferentes mercados internacionales por considerarse muy pequeña, sin embargo, su variedad se fue imponiendo y ahora ha logrado una gran demanda (Castro 2004).

Desde el punto de vista el cultivo la papaya hawaiana es una de las frutas más demandada dentro y fuera del país por sus características, está tomando terreno en el mercado ya sea por su sabor exótico, dulce y fresco. Se la puede encontrar durante todo el año en los mercados y tiendas (Constante 2016).

La papaya (*Carica papaya*) es una de las frutas tropicales más apetecidas por los consumidores debido a que se atribuyen propiedades nutricionales, digestivas y medicinales; además, posee un agradable aroma, sabor y textura. Para los agricultores este cultivo es muy atractivo debido a que presenta un periodo corto entre la siembra y la cosecha, y al mismo tiempo tiene un alto rendimiento ya que la producción es continua (Barrera *et al.* 2012).

Debido a su piel delgada, se trata de frutos muy delicados por lo que se magullan fácilmente. Por ello se deben envolver individualmente y empacarse con acojinado por todos los lados para su transporte y comercialización. Se deben mantener durante cortos periodos de tiempo a 10-12 °C. El peso del fruto maduro varía entre uno y tres kilos (Infoagro 2010).

1.5.2. Comercialización de frutales

En las últimas décadas el comercio internacional de fruta fresca ha experimentado grandes cambios debido al creciente desarrollo de estándares y regulaciones sanitarias, fitosanitarios y de calidad, algunos de carácter obligatorio fiscalizados por entidades públicas, y otros de carácter voluntario desarrollados por las cadenas de distribución de alimento mundial u organizaciones internacionales (Cofre *et al.* 2012).

Otros factores que son de importancia vital para la comercialización exitosa de estos productos incluyen el tiempo de cosecha para lograr la calidad máxima, controles de calidad para tratamientos post cosecha, empaque eficaz utilizando gráficos informativos que incluyen la marca, precio competitivo y proveer servicio a todos los niveles del sistema de distribución (Allen y Pierson 1988, citado por Parra y Astudillo 2019).

La comercialización de los productos agroalimentarios atiende a una gran gama de posibilidades derivado de la diversificación de cultivos y tipos de preparación para su cosecha, preparación y comercialización que atienden al tipo de producto y de método de procesamiento para determinar su formato de tipo de comercialización (Esquivel *et al.* 2019)

“Los estándares surgen en respuesta a la exigencia de los consumidores por alimentos inocuos, saludables y amigables con el medio ambiente, lo que les permite manejar sus propias pautas y condiciones de producción” (Cofre *et al.* 2012).

Por otra parte, el hecho de que las personas consuman pocas frutas y verduras puede ser la respuesta a múltiples factores, entre ellos, el alto costo de las mismas, su poca disponibilidad, la escasa diversidad en la oferta según la región, la falta de comunicación sobre las propiedades protectoras de las mismas y de ofertas por temporada, además de que expiran más rápidamente y hay que consumirlas en un tiempo corto luego de ser adquiridas y adicionalmente su ingesta no está incorporada culturalmente (OPS 2011).

En una tierra conocida como predio, y que se cuentan para cultivar, se pueden plantar varios tipos de semillas, y la oportunidad de trascender al entorno actual en donde se vende solo a granel, que sin duda alguna es muy viable para un variado tipo de procesamiento, comercialización y distribución, no se han considerado por el momento otras vías de venta sino que por cosecha en bodegas o a particulares quienes reciben los camiones de los productores y que posteriormente revenden para su procesamiento (Esquivel *et al.* 2019).

1.5.3. Comercialización de la papaya hawaiana

“El ingreso de las frutas ecuatorianas a los mercados internacionales, ha sido una dura tarea, debido a la falta de tecnología, financiamiento, promoción, infraestructura y conocimiento técnicos para sembrar, mantener, comercializar y distribuir la cosecha” (Montenegro 2016).

Ya que para la mayoría de los productores es difícil acceder a los mayoristas directamente, venden su producto a los intermediarios a menor precio, así los productores son los que menos ganan. Pero cuando los productores logran acceso a los mayoristas obtienen mejores precio y si los venden a los consumidores obtendrán mejores ganancias (Colcha 2011).

El producto será comercializado principalmente a nivel de finca, a través de la empacadora instalada en la propiedad, para tal efecto. La comercialización se realizará a varios intermediarios (compradores) e introductores de fruta a los mercados mayoristas, quienes posteriormente trasladan la fruta hacia los principales mercados del área de influencia (Espinoza *et al.* 2020).

Es importante tener en cuenta que para el Ecuador el ingreso a un proceso de iniciación comercial en lo que respecta a los productos no tradicionales tales como la papaya, ha significado un crecimiento de saldos netos positivos de la balanza comercial agropecuaria (Montenegro 2016).

“Los productores deben de penetrar a diferentes mercados en Forma organizada, a fin de obtener los mejores ingresos. Estos frutos también se pueden destinar a ventas de licuados y frutas, restaurantes y procesadores de fruta, la cual es muy buena opción para el productor” (Colcha 2011).

“Los principales destinos de las exportaciones ecuatorianas son: España 30,73 %, Bélgica 26,19 %, Canadá 18,76 %, Holanda 10,62 %” (Pizarro y Mochas 2010).

Los principales lugares donde siembran papaya en la provincia del Guayas son Naranjito, Yaguachi y Milagro. Principales lugares donde siembran papaya en la provincia de

Santa Elena son la comuna San Rafael (Hacienda Las Marías, Hacienda Anacardo), las mismas tiene infraestructura propia (planta de tratamiento para exportar papaya hawaiana) la primera con ocho años y la segunda que arranco desde el 2008, y otros lugares tales como: Saya, El Azúcar, Villingota, Chanduy, Rio Verde (Guananga *et al.* 2009).

“Sin embargo, su producción es baja para cubrir los diferentes mercados internacionales y nacionales, lo cual se hace necesario expandir su producción y aprovechar la aceptación de nuestro producto, con un mejor cuidado en la cosecha y producción” (Montenegro 2016).

Un canal de comercialización es productores - consumidores: esta es la vía más corta y rápida para llevar los productos al consumidor. Las formas que más se utilizan son: las ventas en la finca o agroindustria, de puerta a puerta, por correo, el telemercadeo y la venta por teléfono. Los intermediarios no entran en este sistema (Colcha 2011).

“Luego de casi dos décadas de trámites técnicos y legales, la papaya ecuatoriana ingresó al mercado de los Estados Unidos de papaya hawaiana. Agrocalidad entregó la certificación final que permite que la fruta se embarque hacia el país norteamericano” (El Comercio 2018).

A pesar de este medio, nuestro país cuenta con algunos sectores de cuyos productos tienen un potencial para ingresar a los mercados internacionales, uno de ellos es el sector productor de papaya, el mismo que para aumentar la cuota de mercado ya lograda, deberá suprimir dificultades relacionadas a la distribución, transportación y formación de canales de comercialización (Montenegro 2016).

Se estima que otro canal de comercialización es productores - minoristas - consumidores: este es el canal más visible para el

consumidor final y gran número de las compras que efectúa el público en general se realiza a través de él. En estos casos, el productor cuenta con una fuerza de ventas que se encarga de ser contacto con los minoristas que luego venden los productos al cliente final (Colcha 2011).

“El canal de comercialización que se empleará para la distribución de la papaya hawaiana, iniciará desde el productor al distribuidor y de estos a los consumidores finales” (Pizarro y Mochas 2010).

Ya que para la mayoría de los productores hablaremos en especial de los ecuatorianos es difícil acceder a los mayoristas directamente en el país importador, venden su producto a los intermediarios a menor precio, así los productores son los que menos ganan. Pero cuando los productores logran acceso a los mayoristas obtienen mejores precios y si los venden a los consumidores obtendrán mejores ganancias (Montenegro 2016).

Sin embargo, otro canal de comercialización es productores - mayoristas - minoristas - consumidores: este tipo de canal se utiliza para distribuir productos de gran demanda ya que los productores no tienen la capacidad de hacerlo llegar a todo el mercado creado consumidor. Un ejemplo de éstos son los granos básicos, caso en el que el mayorista compra varios volúmenes durante la época de cosecha y luego distribuya a través de minoristas (Colcha 2011).

El primer cargamento que se enviará será de ocho toneladas, a modo de prueba para constatar que la fruta supere todos los controles. Pero la intención de la compañía es que se comercialicen semanalmente unas 16 toneladas de la fruta, en su variedad hawaiana, que es de un tamaño pequeño y sabor dulce. El embarque ingresará por el puerto de Miami, en

La Florida; y será comercializada por la empresa California Gold (El Comercio 2018).

Para la comercialización de la papaya, los productos no ingresan directamente a los mercados internacionales por lo que el productor la venta la reserva para el consumo local a mayoristas y para la exportación al intermediario, ya que este último tiene más facilidad de ingresar a los mercados, puesto que realiza estudios de mercados e ingresa su producto a nivel internacional de forma organizada, a fin de obtener los mejores ingresos (Montenegro 2016).

Productores – intermediarios - mayoristas – consumidores puede ser otro canal de comercialización, siendo el canal más largo y proporciona una amplia red de contactos. Este es utilizado en los alimentos perecederos, donde el intermediario compra la producción a varios pequeños productores y luego los coloca en varios mercados mayoristas (Colcha 2011).

Las características de exportación es cáscara amarilla verde, pulpa de color naranja o amarillo profundo. La fruta hermafrodita debe tener forma de pera y la fruta hembra debe ser uniformemente redonda; solo la fruta hermafrodita se debe usar para exportación a los Estados Unidos y a Canadá o la Unión Europea. Todas las frutas deben tener apariencia fresca, sin marchitamiento, descolocación o maduración dispareja (Chemonics International 2009).

La comercialización de papaya para la Unión Europea (Holanda) se la realiza a través de una Exportación Indirecta, es decir que el producto en este caso la papaya no es entregada de forma directa a los consumidores finales, sino se busca un intermediario (supermercados, mall, zonas francas/almacenes libres, cadenas de tiendas), y estos a su

vez se encargan de distribuir el producto en el país de Holanda a los consumidores finales como son: restaurantes, hoteles y familias (Montenegro 2016).

El 80 % de la producción total de papaya en Ecuador está en manos de pequeños y medianos productores, los cultivos están en las zonas rurales de las provincias costeras, alejados de las zonas comerciales y de distribución, por lo tanto, alrededor del 75% de los productores se ven obligados a vender a los intermediarios, lo que genera menos ganancia puesto que el productor vende (Granda 2021).

Las frutas deben ser de diferentes tamaños se deben separar y empacar según el peso, lo cual traerá diferentes cantidades. El siguiente rango de peso se usa para un cartón de peso neto de 3,5 kg; 7 unidades (480 a 535 g); 8 unidades (435 a 475 g); 9 unidades (380 a 430 g); 10 unidades (325 a 375 g) - 12 unidades (260 a 320 g); 13 unidades (225 a 255 g) (Chemonics International 2009).

“Dichos intermediarios se encarga de realizar la operación de importación del producto y es quien posee información sobre las condiciones del mercado meta como: gustos y preferencias, especificaciones, volúmenes requeridos, regulaciones no arancelarias y reducción de los costos de inexperiencia” (Montenegro 2016).

Se debe incluir a los productores de pequeña escala en la comercialización, a través de intercambios justos que permitan el desarrollo individual y colectivo, es así como es necesario un método mercantil donde este 80 % de agricultores puedan introducir sus productos en el mercado internacional y a la vez impulsar procedimientos tecnificados y responsables con el medio ambiente (Granda 2021).

Las condiciones para su comercialización deben ser:

- Sin manchas de latex ni basuras o mugre en la superficie
- Sin daños de la cosecha, sin perforaciones, raspaduras, rayones ni magulladuras
- Sin rayones o residuos o marcas de daños por insectos o fumigaciones Sin fruta con coloración más avanzada de la necesaria para despachar (Chemonics International 2009).

Principales lugares donde siembran papaya en la provincia del Guayas son Naranjito, Yaguachi y Milagro. Principales lugares donde siembran papaya en la provincia de Santa Elena son la comuna San Rafael (Hacienda Las Marías, Hacienda Anacardo), las mismas tiene infraestructura propia (planta de tratamiento para exportar papaya hawaiana) la primera con ocho años y la segunda que arranco desde el 2008, y otros lugares tales como: Saya, El Azúcar, Villingota, Chanduy, Rio Verde (Guananga *et al.* 2009).

Para el caso de la papaya, el sistema tradicional de distribución ha cambiado en los principales países importadores. La importancia de los agentes de comercialización tales como “brokers” ha sido prácticamente eliminada. Puesto que comerciantes (supermercado, mall, almacenes libres y cadenas de mercados), prefieren comprar directamente a los proveedores (exportador ecuatoriano) (Montenegro 2016).

“Estudios demuestran que el 62,5 % de los productores vende su producción tanto a consumidores del mercado local así como para la exportación y el 37,5 % sostuvo que solo vende la fruta al consumidor final en el mercado local (Constante 2016).

Investigaciones señalan que por cada dólar invertido; el productor (a) obtiene una rentabilidad de 0,96 ctvs de dólar, mientras que el productor

(g) obtuvo 0,28 ctvs de dólar. Lo cual indica que es bueno según cada productor, este tipo cultivo permite asociar otros cultivos en un predio (Rodríguez 2022).

Además se ha generado un margen de utilidad neta o líquida del 30,40 % y 38,46 % se puede observar también que las utilidades aumentaron en 8,07% y se redujeron los costos de producción y gastos de administración. Cabe mencionar que para el segundo año no existe costo de inversión (Rodríguez 2022).

1.6. Hipótesis

Ho= no es indispensable la comercialización del cultivo de papaya hawaiana (*Carica papaya*) en el Ecuador.

Ha= es indispensable la comercialización del cultivo de papaya hawaiana (*Carica papaya*) en el Ecuador.

1.7. Metodología de la investigación

Para la elaboración del documento se recopiló información de textos actualizados, revistas, bibliotecas virtuales y artículos científicos que contribuirán al desarrollo del presente documento que sirvió como componente práctico del trabajo de titulación.

La información obtenida fue parafraseada, resumida y analizada a fin de obtener información relevante sobre la comercialización del cultivo de papaya hawaiana (*Carica papaya*) en el Ecuador.

CAPÍTULO II

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Desarrollo del caso

El presente documento recopiló información importante sobre la comercialización del cultivo de papaya hawaiana (*Carica papaya*) en el Ecuador.

Hay que destacar que la papaya hawaiana se exporta en nuestro país hacia Estados Unidos, por ser una fruta apetecible y con múltiples beneficios vitamínicos lo que promueve su consumo a nivel internacional, lo que genera fuente de ingreso a la mayoría de los productores de papaya.

2.2. Situaciones detectadas (hallazgo)

Entre las situaciones detectadas se puede presentar:

Existe poca información referente a la comercialización de papaya hawaiana en el Ecuador.

Su exportación empezó a partir del 2018, después de muchos años de lucha de los productores para que puedan exportar su fruta a otro país.

La producción del cultivo de papaya posee múltiples canales de comercialización, donde todo depende de la calidad y tamaño de la fruta.

2.3. Soluciones planteadas

Entre las soluciones planteadas se destacan:

Deben existir asociaciones de productores de papaya hawaiana, para que exista organización en cuanto a su comercialización.

Promover que se realicen publicaciones divulgativas en cuanto a la comercialización de papaya hawaiana en Ecuador.

Incentivar a los productores de papaya hawaiana a darle valor agregado a su producción para que aproveche los frutos que no cumplen los procesos de exportación.

2.4. Conclusiones

Las conclusiones son las siguientes:

La papaya hawaiana es una fruta muy consumida, debido a las propiedades nutricionales, medicinales y digestivas que posee

La papaya hawaiana en el Ecuador es un desafío para los productores en cuanto a su comercialización, por las actuales cadenas de comercialización y las exigencias de los mercados internacionales.

El 62,5 % de los productores vende su producción tanto a consumidores del mercado local así como para la exportación y el 37,5 % sostuvo que solo vende la fruta al consumidor final en el mercado local.

Por cada dólar invertido; el productor (a) obtiene una rentabilidad de 0,96 ctvs de dólar, mientras que el productor (g) obtuvo 0,28 ctvs de dólar.

Entre los beneficios del cultivo se pueden mencionar:

La fruta se puede producir durante todo el año, con diversas características para exportación, referente a su tamaño, color y sabor.

El precio varía en el mercado nacional, sin exigencias del producto, a diferencia del mercado internacional cuyos precios y calidad son muy exigentes.

La producción de papaya es un cultivo alternativo para los agricultores, que en su mayoría son empresarios, donde para el cultivar pueden aprovechar sus terrenos, infraestructura y las diversas condiciones de mercado para su venta.

En el mercado interno el canal de comercialización más utilizado es de productor- minorista-consumidos.

2.5.Recomendaciones

Las recomendaciones son:

Promover investigaciones sobre el proceso de comercialización de papaya hawaiana en el Ecuador.

Capacitar a los productores de papaya hawaiana en cuanto a la producción de valor agregado de la fruta.

Establecer estrategias para la comercialización de papaya hawaiana en el país como consumo interno.

BIBLIOGRAFÍA

- Barrera Bello, Elizabeth, Gil Loaiza, Marcela, García Pajón, Carlos Mario, Durango Restrepo, Diego Luis, Gil González, Jesús Humberto. 2012. Empleo de un Recubrimiento Formulado con Propóleos para el Manejo Poscosecha de Frutos de Papaya (*Carica papaya* L. cv. Hawaiana). *Revista Facultad Nacional de Agronomía Medellín*, 65 (1), 6497-6506. Recuperado el 25 de septiembre de 2022, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0304-28472012000100020&lng=en&tlng=es.
- Chemonics International. 2009. Proyecto de Desarrollo de la Cadena de Valor y Conglomerado Agrícola Cultivo de la Papaya (*Carica papaya*). Disponible en <https://cenida.una.edu.ni/relectronicos/RENF01C965c.pdf>
- Cofre, Gabriela, Riquelme, Iván, Engler, Alejandra, Jara-Rojas, Roberto. 2012. Adopción de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA: costo de cumplimiento y beneficios percibidos entre productores de fruta fresca. *Idesia (Arica)*, 30(3), 37-45. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-34292012000300005>
- Colcha Cárdenas, J. 2011. Comercialización del cultivo de Papaya *Carica papaya* L. en la Provincia de los Ríos. Facultad de Ciencias Agrarias Universidad de Guayaquil. Disponible en <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/2841/1/TESINA%20PAPAYA%20COLCHA%20C%3%81RDENAS%20JORGE.pdf>
- Constante Sabando, M. J. 2016. Análisis de costos y rentabilidad de la producción de papaya hawaiana (*Carica papaya*) en la Provincia de Los Ríos. UTEQ. Los Ríos, Ecuador. Disponible en <https://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/1657/1/T-UTEQ-0006.pdf>
- El Comercio. 2018. Agrocalidad certificó primera exportación de papaya ecuatoriana a Estados Unidos. Disponible en <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/agrocalidad-certificado-exportacion-papaya-estadosunidos.html>
- Espinoza Bustamante, X. E., Marín Delgado, J. G., Jurado Carriel, V. 2020. Plan de negocios para la producción orgánica sostenible y

comercialización nacional e internacional de papaya (*Carica Papaya*) ESPAE-ESPOL. Disponible en <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/52074/1/D-PCD14461.pdf>

Esquivel, Francisco Alonso; García Sandoval, Jesús Roberto; Aldape Ballesteros, Luis Alberto. 2019. Técnicas de comercialización y diversificación de cultivos para exportación en el sector agroalimentario en México Revista Venezolana de Gerencia, vol. 24, núm. 88. Universidad del Zulia, Venezuela Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29062051022>

Granda Villagómez, M. J. 2021. *Estudio de pre-factibilidad para la exportación de papaya al mercado canadiense en el periodo 2020-2025* (Bachelor's thesis, PUCE-Quito). Disponible en <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/19055>

Guananga Romero, L., Gutierrez Idrovo, M., Pucha Tomala, J. (2009). Cadena logística de exportación papaya hawaiana variedad. ESPOL. Ecuador.

Maestre Pérez, K., y Peña Córdoba, R. 2016. Conservación y almacenamiento refrigerado de la papaya hawaiana (*Carica papaya*, variedad Sunrise Solo) para disminuir pérdidas en post-cosecha.

Montenegro Vargas, O. I. 2016. *Estudio de Factibilidad de Creación de una Empresa Exportadora de Papayas Hawaiana*. Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencia Administrativas. Disponible en <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/14953/1/TESIS-DE-PAPAYAS-HAWAYANA-PARA%20EMPASTAR%20MARTES%2030%20AGOSTO%20DEL%202016.pdf>

Parra, Y. K., Astudillo, D. F. 2019. Factores que influyen en la comercialización de productos frutícolas en Estados Unidos. *Revista ESPACIOS*, 40(04). Disponible en <http://www.revistaespacios.com/a19v40n04/19400404.html>

Pérez, M. M. R., Cardozo, C. J. M., Velásquez, H. J. C. 2017. Deshidratación osmótica de frutos de papaya hawaiana (*Carica papaya* L.) en cuatro agentes edulcorantes. *Revista Facultad Nacional de Agronomía-Medellín*, 58(2), 2989-3002.

Pizarro, J., Mochas, M. 2010. Plan de negocios para la producción y

comercialización de papaya hawaiana, para la empresa agroindustrial Sagersa en la provincia de Zamora Chinchipe Año 2009. Disponible en <https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/1129/3/658X4609.pdf>

Ríos Pérez, Margarita Maria; Márquez Cardozo, Carlos Julio; Ciro Velásquez, Héctor José. 2005. Deshidratación osmótica de frutos de papaya hawaiana (Carica papaya L.) en cuatro agentes edulcorantes. *Revista Facultad Nacional de Agronomía-Medellín*, 58(2), 2989-3002. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/1799/179914237012.pdf>

Rodríguez Velásquez, G. M. (2022). Incidencia de las principales enfermedades que se presentan en el cultivo de papaya (Carica papaya), en el Ecuador. BABAHOYO: UTB.

Swett Montes, N. G. 2013. Efecto de bioestimulantes en vivero de papaya hawaiana (Carica papaya) en la zona de Santo Domingo de los Tsáchilas. Quevedo: UTEQ.