



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y

EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

Plan de exportación de plátano empacado al vacío a la Unión Europea

AUTORES:

Roberth David Cevallos Ibarra

Diego Andrés Choez Cedeño

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de

Licenciados en Comercio Exterior

TUTORA:

Ing. Rodríguez Bustos, Andrea Johanna, Mgs

Guayaquil, Ecuador

21 de febrero del 2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y

EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Cevallos Ibarra, Roberth David y Choez Cedeño, Diego Andrés**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciado en Comercio Exterior**.

TUTORA

f. _____

Ing. Rodríguez Bustos, Andrea Johanna, Mgs

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD

Guayaquil, a los 21 días del mes de febrero del año 2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y

EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Cevallos Ibarra, Roberth David

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Plan de Exportación de plátano empacado al vacío a la Unión Europea** 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 mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 21 días del mes de febrero del año 2022

EL AUTOR

f. _____

Cevallos Ibarra, Roberth David



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y

EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Choez Cedeño, Diego Andrés

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Plan de exportación de plátano empacado al vacío a la Unión Europea** 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 mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 21 días del mes de febrero del año 2022

EL AUTOR

f.

Choez Cedeño, Diego Andrés



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y

EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

AUTORIZACIÓN

Yo, Cevallos Ibarra, Roberth David

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Plan de Exportación de plátano empacado al vacío a la Unión Europea**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 21 días del mes de febrero del año 2022

EL AUTOR:

f. 

Cevallos Ibarra, Roberth David



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y

EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

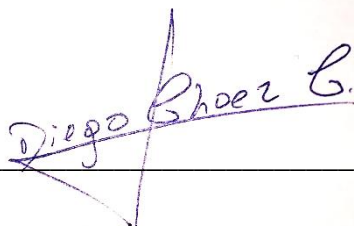
AUTORIZACIÓN

Yo, Choez Cedeño, Diego Andrés

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Plan de exportación de plátano empacado al vacío a la Unión Europea**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 21 días del mes de febrero del año 2022

EL AUTOR:

f. 

Choez Cedeño, Diego Andrés



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado, Plan de exportación de plátano empacado al vacío a la Unión Europea, presentado por los estudiantes Cevallos Ibarra, Roberth David y Choez Cedeño, Diego Andrés, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 0%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.



Document Information

Analyzed document	AVANCE 6.0.docx (D124063269)
Submitted	2022-01-05T14:32:00.0000000
Submitted by	Andrea Rodriguez
Submitter email	andrea.rodriguez06@cu.ucsg.edu.ec
Similarity	0%
Analysis address	andrea.rodriguez06.ucsg@analysis.urkund.com

f. _____

Ing. Rodríguez Bustos, Andrea Johanna, Mgs.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por darme salud y por estar presente en esta importante parte de mi vida.

A mis papás Zoraya y Robert; que estuvieron conmigo desde el inicio tanto en mis estudios colegiales como universitarios, que me han ayudado económica y anímicamente para poder cumplir mi objetivo principal y poder seguir adelante en todos estos años de carrera universitaria, y que me han visto crecer en todos los aspectos de la vida.

A mi compañero Diego que estuvo conmigo desde un principio hasta esta etapa importante de sustentación y por su gran amistad apoyándome en todo momento y por creer en mis capacidades para poder realizar la tesis mutuamente y por su esfuerzo brindado en este trabajo importante

Agradecer a mis compañeros de salón que llegaron conmigo hasta la etapa final de sustentación y por el apoyo brindado mutuamente estos semestres y por la gran amistad que se fue construyendo y reforzando en el proceso.

Agradecer a mi tutora la tutora de tesis, la Ing. Andrea Rodríguez por su gran valiosa guía en todo el proceso de elaboración, su excelente asesoramiento y su gran motivación brindada en la realización de la tesis.

Roberth David Cevallos Ibarra

AGRADECIMIENTO

Agradezco mucho a Dios, por dejarme cumplir este objetivo de vida que es el final de la vida universitaria, que con ello me llevo muchas anécdotas y experiencias de la vida las cuales debo agradecer.

Debo agradecer a María quien estuvo conmigo desde finales del colegio y me brindó su apoyo incondicional, su cariño y me tuvo paciencia, ya que gracias a ella me inspire a estudiar y buscar salir adelante.

A mis padres Oscar Choez y Zuleyka Cedeño, que se preocuparon y me motivaron a terminar la universidad, quien después de quedarme sin trabajo me ayudaron económicamente para poder finalizar esta etapa de mi vida.

Agradezco mucho a mi amigo y compañero de tesis Roberth Cevallos quien nos conocimos desde el pre siempre estuvimos en el mismo equipo en cada trabajo de la universidad junto y decirle gracias por darme la oportunidad de hacer el último trabajo universitario, donde está todo nuestro esfuerzo y ganas de salir adelante.

Debo agradecer a nuestra tutora la Ing. Andrea Rodríguez por guiarnos en cada capítulo de esta investigación, por ser una excelente persona y siempre motivarnos a la culminación de este trabajo.

Agradecer a Bruce que desde muy jóvenes somos amigos y por casualidades de la vida seguimos la misma carrera, que me vio en las etapas más feas de mi vida y siempre me ayudo a salir adelante, y que algún día esperamos emprender un negocio juntos.

Diego Choez Cedeño

DEDICATORIA

A mi mamá, mi inspiración que me ayuda a seguir adelante todos los días, la que me guía en todos mis caminos de la vida y la persona en la que puedo confiar en todos los aspectos de la vida.

A mi papá, alguien que me da fuerza todos los días, el que motiva a dar lo mejor de mí, alguien que me ha enseñado a levantarme en los momentos más difíciles y la persona con la que he pasado mis mejores momentos.

A Gotze, alguien que lo único que pudo brindarme es eterno amor y felicidad a mí y mi familia, alguien que estuvo para mí en los días más oscuros y alguien que me enseñó la importancia de la lealtad.

Roberth David Cevallos Ibarra

DEDICATORIA

A mi Papito, que en paz descansa por ser mi papa cuando era un niño, por enseñarme sobre la vida militar, por su amor incondicional y por dejarme muchas enseñanzas desde los idiomas hasta aprender a manejar todo tipo de vehículos.

A mi Papá y mi Mamá por ser un pilar en el transcurso de mi vida, por ser bastantes protectores y quienes me enseñaron a luchar contra la injusticia de las personas. Por enseñarme a esforzarme e inculcarme el valor del dinero, a dejarme trabajar desde corta edad para comprar mis cosas y que así pueda apreciar todas las cosas pequeñas de la vida.

A mi Mamita quien es mi Mamá, ya que nunca me vio como su nieto y quien es la persona que me enseñó de la vida que nada es lo que aparenta y que hoy en día todos mienten y que no se puede confiar en nadie. Porque gracias a sus enseñanzas forme mi carácter y mis ganas de salir solo adelante.

Diego Andrés Choez Cedeño



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y

EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.
DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

Ing. Echeverría Bucheli, Mónica Patricia, Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Santillán Pesantes, Jaime Antonio, Mgs.
OPONENTE

Índice

Introducción	2
Capítulo 1 Generalidades de la Investigación.....	3
Antecedentes	3
Planteamiento del Problema	4
Objetivos.....	5
<i>Objetivo General</i>	5
<i>Objetivos Específicos</i>	5
Justificación	5
Delimitación de la Investigación	6
Limitaciones del Trabajo de Investigación.....	6
Capítulo 2 Fundamentación Teórica.....	8
Marco Teórico.....	8
<i>Teoría de la Ventaja Competitiva</i>	8
<i>Teoría de la comercialización</i>	8
Lo cual indica cómo manejar una empresa en la comercialización, que es:.....	9
<i>Teoría del comportamiento del consumidor</i>	9
<i>Teoría del Comercio Internacional</i>	10
<i>Teoría de Control de Calidad</i>	11

<i>Teoría de la oferta y de la demanda</i>	11
Marco Conceptual	12
<i>Plan de Exportación</i>	12
<i>Plátano</i>	12
<i>Empacado al vacío</i>	13
<i>Proceso de exportación</i>	13
<i>Mercado</i>	13
<i>Arancel</i>	14
<i>Valor agregado</i>	14
<i>Microeconomía</i>	14
<i>Inflación</i>	15
<i>Logística</i>	15
<i>Incoterms</i>	15
Marco Referencial	16
<i>Caso Referencial Número 1</i>	16
<i>Caso Referencial Número 2</i>	16
<i>Caso Referencial Número 3</i>	17
Marco Legal	17
<i>Ley del Código Orgánico de la Producción de Comercio e Inversiones</i>	17

<i>Medidas arancelarias al Comercio Exterior</i>	18
Capítulo 3 Diseño Metodológico	20
Fundamentación metodológica	20
Marco Metodológico.....	20
<i>Postura Epistemológica</i>	20
<i>Método Descriptivo</i>	20
<i>Enfoque Mixto</i>	21
<i>Enfoque Cuantitativo</i>	21
<i>Enfoque Cualitativo</i>	21
Fuentes de Información.....	21
<i>Fuentes Primarias</i>	22
<i>Fuentes Secundarias</i>	22
Alcance	22
Técnicas de recolección de información.....	23
<i>Repositorios Universitarios</i>	23
<i>Análisis de Mercado</i>	23
<i>Banco Central del Ecuador</i>	23
<i>Libros</i>	23
<i>Fedexpor</i>	24

<i>Trade Map</i>	24
Capítulo 4 Análisis de la Oferta y Demanda	25
Análisis Pestel del Ecuador.....	25
<i>Factor Político</i>	25
<i>Factor Económico</i>	26
<i>Factor Social</i>	27
<i>Factor Tecnológico</i>	27
<i>Factor Ecológico</i>	28
<i>Factor Legal</i>	29
Normativa sobre Propiedad Intelectual.....	29
Normativa sobre Salud y Seguridad Laboral.	29
Normativa sobre Impuestos.	30
Normativa sobre Administración.....	30
Análisis Pestel de la Unión Europea.....	31
<i>Factor político</i>	31
<i>Factor Económico</i>	32
Cuota de la Unión Europea EU27 (a partir de 2020) en el comercio mundial	33
<i>Factor Social</i>	33
<i>Factor Tecnológico</i>	34

<i>Factor Ecológico</i>	35
<i>Factor Legal</i>	36
Barreras arancelarias y no arancelarias.....	38
Análisis FODA Plátano Pelado Empacado al Vacío	40
Análisis de la Demanda de Plátano Ecuatoriano en la Unión Europea	42
Datos del Banco Central del Ecuador	49
Capítulo 5 Las Ventajas de Exportar con el Acuerdo Multipartes	51
Análisis del Entorno.....	51
Beneficios del Contenido del Plátano.....	52
Características del Producto.....	53
Valor Nutritivo / Datos Nutricionales.....	54
Acuerdos Comerciales	55
Capítulo 6 Elaboración de la Propuesta de Exportación de Plátano Empacado al Vacío para la Unión Europea.	60
Ciclo de Vida del Producto.....	60
<i>Inicio del Ciclo de Crecimiento de los Plátanos</i>	60
<i>Producción de Hojas</i>	60
<i>Momento de Cosecha</i>	60
Ciclo de Producción de Producto.....	61
<i>Ecología del Plátano</i>	61

<i>Precipitación</i>	61
<i>Suelos</i>	61
<i>Riego</i>	61
<i>Ahoyado</i>	61
<i>Siembra</i>	62
<i>Fertilización</i>	62
<i>Deshije</i>	62
<i>Embolse</i>	62
<i>Desvío del Puyón o Hijo</i>	62
<i>Deshoje</i>	62
<i>Cosecha</i>	63
Proceso de Empacado al Vacío / Presentación del Producto	63
<i>Preparación</i>	63
<i>Extracción de Aire</i>	63
<i>Introducción de Aire</i>	63
<i>Muestra</i>	63
Normativa de Servicio Ecuatoriano de Normalización-INEN: Etiquetado	64
<i>Nombre del Alimento</i>	64
<i>Lista de Ingredientes</i>	64

<i>Contenido Neto y Masa Escurrida (Peso Escurrido)</i>	65
<i>Identificación del Fabricante, Envasador, Importador o Distribuidor</i>	65
<i>Ciudad y País de Origen</i>	65
<i>Identificación del Lote</i>	65
<i>Marcado de la Fecha e Instrucciones para la Conservación</i>	65
<i>Instrucciones para el Uso</i>	65
<i>Alimentos Modificados Genéticamente o Transgénicos</i>	66
<i>Registro Sanitario</i>	66
Registro Sanitario – Ecuador:	66
<i>Alimentos Procesados</i>	66
<i>Titular del Certificado Sanitario de Exportación</i>	66
<i>Titular del Producto</i>	66
<i>Transformación de Alimentos</i>	67
<i>Requisitos Obligatorios</i>	67
<i>Requisitos especiales</i>	67
Documentos Necesarios para la Exportación de un Producto desde Ecuador	68
Documentos Necesarios para el Acceso del Producto en la Unión Europea	69
Proveedores.....	70
Requisitos para ser Registrado como Exportador	70

<i>Requisitos Obligatorios:</i>	70
Requisitos para Ingresar el Trámite a través del Portal SRI de Manera Online.	71
<i>Requisitos Especiales:</i>	71
Requisitos para Obtener el Certificado de Firma Electrónica	71
Obtención del Token.....	72
Proceso de exportación	72
<i>Paso 1: Cierre Comercial de la Operación</i>	72
<i>Paso 2: Envío de Contrato e Instrucciones Documentarias</i>	73
<i>Paso 3: Fabricación y Embalaje del Producto</i>	73
<i>Paso 4: Nominación del Transportista</i>	73
<i>Paso 5: Recogida de la Mercancía</i>	73
<i>Paso 6: Transporte hasta Puerto</i>	73
<i>Paso 7: Trámites de Exportación</i>	73
<i>Paso 8: Estiba y Carga de la Mercancía</i>	74
<i>Paso 9: Transporte Internacional</i>	74
<i>Paso 10: Descarga y Trámites de Importación</i>	74
Canales de Comercialización	74
Incoterms.....	76
País de Destino.....	77

<i>Características del Mercado del País Seleccionado</i>	78
Más Tiempo en Casa.....	78
Percepción de las Marcas Tradicionales como un Valor Seguro.....	78
Prueba de Nuevas Marcas.....	78
Comunicación con el Cliente	78
Orientación a la Sostenibilidad	79
<i>Información de la Competencia</i>	79
<i>Capacidad de Exportación</i>	80
Aspectos Internacionales	80
<i>Precio de Exportación</i>	80
<i>Contratos/Formas de Pago</i>	81
<i>Seguros</i>	81
<i>Distribución</i>	81
<i>Promoción</i>	81
<i>Estrategias de desarrollo de mercado</i>	82
Conclusiones	83
Recomendaciones	84
Bibliografías.....	85
Apéndice A	94

Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Destinos con mayor relación comercial con el Ecuador</i>	22
Tabla 2. <i>FODA Plátano Pelado Empacado al Vacío</i>	39
Tabla 3. <i>Importación de Alemania desde Ecuador</i>	41
Tabla 4. <i>Importación de Italia desde Ecuador</i>	43
Tabla 5. <i>Importación de España desde Ecuador</i>	44
Tabla 6. <i>Importación de Portugal desde Ecuador</i>	45
Tabla 7. <i>Importación de Francia desde Ecuador</i>	47
Tabla 8. <i>Datos de nutrición del plátano (verde)</i>	53
Tabla 9. <i>Acceso a bienes</i>	54
Tabla 10. <i>Inversión y Servicios</i>	55
Tabla 11. <i>Temas transversales</i>	56
Tabla 12. <i>Diálogo Institucional</i>	57
Tabla 13. <i>Principales empresas exportadoras de plátano hacia mercados internacionales</i>	69
Tabla 14. <i>Principales competidores del sector bananero y empaque al vacío</i>	78

Índice de Figuras

Figura 1. <i>Cuota de la Unión Europea EU27 (a partir de 2020) en el comercio mundial</i>	33
Figura 2. <i>Importación de Alemania desde Ecuador</i>	43
Figura 3. <i>Importación de Italia desde Ecuador</i>	43
Figura 4. <i>Importación de España desde Ecuador</i>	45
Figura 5. <i>Importación de Portugal desde Ecuador</i>	47
Figura 6. <i>Importación de Francia desde Ecuador</i>	48
Figura 7. <i>Flujos Comerciales UE-Ecuador 2010-2020</i>	58
Figura 8. <i>Evolución de exportaciones de Ecuador por sectores 2010-2020</i>	59
Figura 9. <i>Muestra del plátano empacado al vacío</i>	64
Figura 10. <i>Canales de distribución</i>	75
Figura 11. <i>Términos Incoterms</i>	76
Figura 12. <i>Capacidad de carga</i>	79

RESUMEN

La presente investigación se enfoca en alentar a los exportadores a producir y exportar el plátano pelado hacia mercados internacionales añadiéndole un valor agregado como lo es el empaçado al vacío, e informar la demanda que tiene este tipo de producto en un mercado amplio como lo es el de la Unión Europea. Esta investigación tiene como uno de sus principales objetivos tratar que los productos agrícolas puedan ser competitivos ante los productos sustitutos y la mejor manera de lograrlo sería añadiéndole un valor agregado permitiendo así que puedan mantenerse los precios fijos y no estén en constante variación. Se utilizó el método descriptivo ya que permite usar diversas técnicas para la recopilación de datos y así obtener información actualizada y relevante, de acuerdo a eso elaborar un análisis con los datos más destacados y así ver la factibilidad del plan de exportación. Aparte se usó el enfoque mixto porque se vinculó y se analizó todos los datos recopilados de las diversas fuentes de información. Como resultado se llegó al análisis de que los productos agrícolas tienen un impacto positivo en el mercado de la Unión Europa gracias a su calidad, sabor, etc. Como conclusión el plátano, al cumplir con las exigencias necesarias de los consumidores europeos, tiene un buen índice de aceptación en los distintos mercados que pueda haber y al tener los beneficios de los acuerdos multipartes de entre el Ecuador y la Unión Europea esto permite brindar oportunidades a que las empresas puedan buscar la internacionalización.

Palabras claves: Precios fijos; exportadores; oportunidades; internacionalización; valor agregado; demanda.

ABSTRAC

This research focuses on encouraging exporters to produce, and export peeled plantain to international markets by adding an added value such as vacuum packing, and to inform about the demand for this type of product in a wide market such as the European Union. One of the main objectives of this research is to ensure that agricultural products can be competitive with substitute products, and the best way to achieve this would be by adding added value, thus allowing prices to remain fixed and not be in constant variation. The descriptive method was used as it allows the use of various techniques for data collection and thus obtain updated and relevant information, according to that to elaborate an analysis with the most salient data and thus see the feasibility of the export plan. In addition, the mixed approach was used because all the data collected from the various sources of information were linked and analyzed. As a result, the analysis came to the conclusion that agricultural products have a positive impact on the EU market due to their quality, taste, etc. In conclusion, the plantain, by meeting the necessary requirements of European consumers, has a good rate of acceptance in the different markets that may exist and by having the benefits of the multiparty agreements between Ecuador and the European Union, this provides opportunities for companies to seek internationalization.

Keywords: Fixed prices; exporters; opportunities; internationalization; value added; demand.

Introducción

El Ecuador es un país que se caracteriza por su gran biodiversidad y ha servido como eje de producción de materia prima en distintos sectores del mercado local. Estas actividades permiten lograr un desarrollo económico a nivel nacional, generar fuentes de empleo e innovar estrategias que permitan abarcar mercados internacionales, demostrando que se pueden alcanzar grandes objetivos empresariales con una buena gestión empresarial.

La siguiente investigación llamado Plan de exportación de plátano pelado empacado al vacío hacia la Unión Europea, se realiza con el fin de poder informar la demanda que tiene dicho producto en los mercados internacionales, principalmente en la Unión Europea, y las diferentes funciones que se pueden realizar con el plátano con un valor añadido como lo es el empaque al vacío.

Los mercados de la Unión Europea son mercados competitivos para aquellos empresarios que desean adentrarse en este tipo de desafíos y se analizan las razones de los beneficios al momento de exportar plátano empacado al vacío hacia la Unión Europea y las herramientas que se pueden usar a favor gracias a los acuerdos comerciales que tiene el país con la organización a la que se quiere exportar.

La investigación sustenta la teoría de la ventaja competitiva de Michael Porter, donde nos indica como podemos sacar un producto y obtener la ventaja de dicho producto, el cual se refiere a conocer donde se puede sacar provecho por la existencia de una competencia limitada en los mercados de destino.

Se analizan los entornos externos de ambas partes para poder descubrir cuales pueden ser las barreras que puedan impedir el proceso de exportación y también brindar la información de cómo es el transcurso de exportación del producto terminado desde el país de producción hasta el país de destino y de esa manera realizar el proceso de manera exitosa.

Capítulo 1 Generalidades de la Investigación

Antecedentes

El Ecuador se ha encontrado con muchas barreras lo cual le ha impedido salir adelante con nuevas exportaciones y poder hacer relaciones con otros países.

El Universo (2021), expone que se pierde participación en la Unión Europea por lo que competimos con Colombia, Perú y Costa Rica por sus bajos costes, ya que el Ecuador contiene una estructura más elevada.

Fedexpor (s.f.), crea el proyecto de crecimiento para las MiPymes con el fin de ayudar a los ecuatorianos en las exportaciones de nuevos productos en el 2017, este fue elaborado para fortalecer la economía del país y tener una mayor participación en el mercado de la Unión Europea.

El Ministerio de agricultura y ganadería (2017), expone que el área de cultivo de plátano verde en el Ecuador tiene un aproximado de 230.000 hectáreas, donde existe una mayor concentración de cultivo en las provincias del litoral, como el Guayas, los Ríos y el Oro con un 92% y el otro faltante que es del 8% lo tienen siete provincias.

Según Armendáriz (2018), indica que no se está aprovechando al máximo la producción de plátano sabiendo que es un producto con potencial de exportación.

El Ministerio de agricultura y ganadería (2017), informa que se debe desarrollar una producción de mayor calidad y lograr estabilizar los precios del producto en el mercado actual, ya que al no fijarse un precio fijo en la materia prima este no permite apreciar un crecimiento en el desarrollo de la economía del país.

De acuerdo a lo previamente mencionado, este plan de exportación busca aprovechar la exportación de plátano pelado empacado al vacío, donde se entiende como empacado al vacío la extracción de aire del producto dejándolo sin oxígeno y así quitando las moléculas de oxidación que contenga el producto.

Según Trupal (2021), una empresa especializada en empaques al vacío, indica cuales son los beneficios de esta técnica como, prolongar la vida útil de un producto, ocupar menos espacio ya que al no haber aire en el interior de la bolsa impermeable este permite conservar la frescura

del producto como los olores y sabores, y por último permite conservar el peso por lo que no se deshidrata estando en el congelador.

De acuerdo a Aersa (2021), en la industria de alimentos los factores como la higiene y la conservación de alimentos son una prioridad. Las empresas en el sector alimenticio necesitan equiparse con las mejores soluciones tanto para modificar o poder conservar los productos.

Planteamiento del Problema

Ecuador es el principal productor y exportador de banano y plátano por su alta calidad reconocida por todos los países a nivel internacional, este ha cumplido los estándares de mercados exigentes como los de la Unión Europea, pero existe un gran problema que el Ecuador tiene precios cambiantes porque no se ha dedicado a fijar unos precios a las cajas. Estos llegan a tener variaciones como por ejemplo desde el 2016 con un valor de \$6.20 la caja y para el 2018 con valor de \$6.30 la caja.

Es por ello que muchos exportadores piensan que se ha perdido la competitividad en el comercio internacional, lo cual es perjudicial para los bananeros, ya que es el tercer producto más exportado y una gran fuente de ingreso para el país y para las familias por ser un sector generador de empleos (AEBE, 2019).

El Ecuador es un país rico en recursos naturales y vida silvestre el cual no ha sido explotado, pero con el pasar del tiempo más son los inversionistas internacionales que aprovechan al máximo los recursos ecuatorianos puesto que existe una gran variedad de productos los cuales no los hacen conocer en los diferentes países del mundo.

Por otra parte, la información limitada sobre la exportación del plátano empacado al vacío restringe el almacenamiento de información por parte ya sea de los productores como de los exportadores de este sector agrícola, ya que no se buscan maneras de exportar productos con valor agregado a diferentes partes del mundo, lo cual da entender muchas cosas que pueden ser como barreras arancelarias, poco apoyo a las pequeñas empresas, falta de creatividad, pocas relaciones y entre otras más.

Objetivos

Objetivo General

Establecer el proceso de exportación de plátano pelado empacado al vacío hacia el mercado de la Unión Europea.

Objetivos Específicos

- Determinar los fundamentos teóricos del plan de exportación.
- Analizar los fundamentos metodológicos del plan de exportación.
- Analizar la demanda de plátano ecuatoriano hacia la Unión Europea.
- Determinar las ventajas de los acuerdos bilaterales, que existen entre Ecuador y la Unión Europea y su incidencia en el plátano ecuatoriano.
- Elaborar la propuesta de exportación de plátano empacado al vacío para la Unión Europea.

Justificación

El objetivo de elaborar esta investigación es poder informar a nivel nacional sobre la oportunidad que representa poder exportar productos agrícolas de alta calidad y la demanda que pueden llegar a tener estos productos si contienen un valor agregado y posee múltiples funciones en los mercados internacionales.

El plátano verde o mejor conocido como barraganete (plátano grande) y dominico (plátano regular) en el Ecuador, es consumido en muchos mercados y restaurantes del mercado extranjero, consecuentemente se puede aprovechar la oportunidad de poder empacar al vacío, evitando así la molestia por parte de los consumidores de pelar el plátano y que este producto pueda mantener su frescura durante el periodo de traslado.

Es por ello que se elabora un plan de exportación con el objetivo de brindar información sobre las oportunidades que se presentan en el mercado de la Unión Europea y cómo usar ciertas herramientas a favor, como el acuerdo comercial que hay entre Ecuador y la Unión Europea, para dar salida al producto sin muchas limitaciones.

La elaboración de un plan de exportación es el primer paso para convertirse en un exportador, donde se debe elaborar un minucioso plan de acción para exportar, ya que se ve en la necesidad de investigar sobre los países que vayan a obtener el producto, en este caso los distintos mercados de la Unión Europea, los cuales consideran que los productos ecuatorianos son de muy buena calidad.

El presente plan de exportación desarrolla una oportunidad de introducir el plátano con un valor agregado que en este caso sería empacado al vacío para mantenerse fresco durante un lapso de tiempo más largo al convencional, ya que se registra una gran acogida en el mercado de la Unión Europea por sus altos consumos en productos elaborados a base de plátano tales como el patacón, la canasta de verde, chifle y entre otros derivados a base del plátano.

Delimitación de la Investigación

- **Campo:** Se desarrolla este plan de exportación en el ámbito comercial y logístico.
- **Área:** Es la ampliación de nuevas oportunidades para la exportación, turismo e inversiones en nuevos mercados.
- **Delimitación temporal:** La elaboración del plan de exportación fue de 5 meses desde, octubre del 2021 a febrero del 2022
- **Delimitación teórica.** - Las teorías abordadas son ventaja competitiva, teoría de la comercialización, comportamiento del consumidor, comercio internacional y control de calidad.

Limitaciones del Trabajo de Investigación

Por problemas de Covid y los antecedentes que trajo este virus, la movilización de ambas partes se dificultó al momento de realizar la conversación de la entrevista y consecuentemente no se pudo realizar de forma presencial.

El plátano pelado empacado al vacío al no ser un producto con mucho nivel de fabricación a nivel nacional e internacional, no se observa mucha información con respecto al producto mencionado, por tanto, es un poco complicado recolectar datos.

Por motivos de Covid no se pudo realizar sondeos a las empresas relacionadas con el sector bananero para poder verificar la producción de plátano en la empresa y así poder sacar un porcentaje aproximado del plan de exportación con respecto a la producción.

Capítulo 2 Fundamentación Teórica

Lo redactado en este capítulo son los conceptos y lo referente a esta investigación.

Marco Teórico

El marco teórico, como su nombre lo indica, son aquellos aportes teóricos en el cual se visualiza y se organizan los criterios impuestos por aquellos investigadores científicos de forma detallada y desde su punto de vista general, estos van de acuerdo con los temas que se desean reforzar en una investigación académica.

A continuación, se redacta lo que representa para los expertos en el tema el significado y la forma explícita en que dan su punto de vista sobre el análisis de la ventaja competitiva, teoría de la comercialización, teoría del beneficio empresarial, comportamiento del consumidor, comercio internacional y control de calidad.

Teoría de la Ventaja Competitiva

Para Porter (1991), el término de ventaja de competitiva debe tener definido los conceptos claves que son la visión, la misión y los valores, ya que te da un enfoque a futuro donde se desarrolla la razón social de la empresa y se destacan los valores que te hacen estar por arriba de las demás empresas. De acuerdo con los tres puntos definidos se puede destacar que una negocio o empresa obtiene una ventaja competitiva.

Se analiza que la mejor forma de conseguir una ventaja competitiva es cuando tiene liderazgo de costos, donde lo expresa al modo que tiene que conocer los precios de la competencia para poder brindar servicios o productos a un precio más reducido, ya que brinda la ventaja hacia la competencia.

Teoría de la comercialización

De acuerdo a Kotler y Keller (2006), la comercialización es el acto de comercializar o vender productos, bienes o servicios, que si bien conocen es la mejor manera para introducir un producto donde se produce el sistema de distribución. Los factores para realizar una comercialización son:

- Tipo de producto que se desea comercializar.

- El perfil del consumidor.
- Las variables del medio ambiente comercial.

Lo cual indica cómo manejar una empresa en la comercialización, que es:

- Satisfacer las necesidades que existan en el mercado con ofertas que te diferencien de la competencia.
- Siempre llevar inventarios que se basen de acuerdo a las ofertas.
- Llevar una segmentación de clientes.
- La promoción de competencias esenciales.
- Elaborar una estrategia de fidelidad la cual se puede crear con la atención a clientes frecuentes.
- La búsqueda de impactos de venta.
- Que los vendedores deben contar con una capacitación minuciosa para poder brindar la mejor atención lo cual otorga los mejores beneficios en la oferta.

Hernández, Domínguez y Ramos (2002), indican que para dicha teoría se debe buscar puntos de venta para realizar la comercialización lo cual debe estar fijado por intermediarios o distribuidores, ya que si no existe un distribuidor será más difícil colocar el producto en el mercado y así lograr su éxito. De acuerdo a eso se deben estudiar dos canales que ayudarán a la correcta distribución:

- Que entre más caduco sea la mercancía, por menos intermediarios debe pasar.
- Que entre más elaborada sea la mercancía, será superior el número de agentes o intermediarios que lo comercializaran.

Teoría del comportamiento del consumidor

Nicosia (1966), da su pensamiento sobre el comportamiento del consumidor diciendo que es un flujo de manera circular, de tal manera que existen algunas alternativas no solamente una, el cual todos tienen entrada sin que ninguno se pueda decir que sea esencial de manera dependiente o independiente.

Howard (1989), postula cómo es el comportamiento del consumidor, ya que se basa por un modelo de decisión del consumidor y lo cual lo modela en un proceso. El cual inicia suministrando información al futuro consumidor, lo cual permitirá la identificación de la marca, después le produce la confianza al consumidor llevándolo a una intención de compra y finalmente procede a hacer la compra.

Teoría del Comercio Internacional

Según Macas (2016), indica que el comercio internacional se produce por dos partes, es decir las políticas comerciales y las políticas económicas, que van unidas de las manos y destaca a cada país. El cual brinda grandes beneficios, como lo son las relaciones comerciales en todo el mundo. Exponiendo que el comercio internacional es la interacción entre países que lleva al intercambio de bienes o servicios entre todos los países del mundo. Donde el comercio internacional es la parte fundamental de cada país, ya que otorga beneficios a la economía mundial, y lo cual induce que se creen políticas comerciales.

De Acuerdo Los Fenicios (s.f.), indican que los inicios del comercio internacional fueron mediante trueques, que es el intercambio de mercancía, que lograban hacer en diferentes partes del mundo, es por ello que se estimuló a nuevos medios navales y con técnicas nuevas de navegación.

Por otra parte. El legado de la sociedad Fenicia deja los siete principios del comercio internacional:

- La creación de alianzas, es decir mantener relaciones a largo plazo y no buscar beneficio propio, sino un beneficio mutuo.
- El desarrollo de comercio internacional, entrar a nuevos mercados, formando redes de negocios y creación de bloques comerciales
- Resolver diferencias pacíficamente, es decir siempre tener en mente los negocios y dejar a un lado lo político que pueda perjudicar las alianzas.
- Expresar tolerancia religiosa, llevar un respeto a la ideología religiosa de los aliados.
- Respeto a la mujer, en lugares donde todavía existe la discriminación femenina, este principio contribuye de manera positiva a la comunidad de mujeres.

- Mantener la igualdad, es decir la construcción de relaciones con otras sociedades y así evitar peleas entre las personas.
- La retención de la privacidad, lo que incrementa la negociación con otros países, ya que se mantenían las negociaciones en puerta cerrada.

Teoría de Control de Calidad

Norbet Enrick (s.f.), indica que el control de calidad es el término usado en planta de fabricación u otras organizaciones. Lo cual expone que la calidad del producto o servicio sean expuestos bajo parámetros muy altos, donde no solo garantizará grandes producciones provechosas sino también la reducción de costes por error e incremento de la productividad.

- Calidad.
- Costes.
- Productividad.

Según el Doctor Feigenbaum (s.f.), expone cómo conseguir la mejor calidad del producto creando un sofisticado sistema de varios pasos, dando los siguientes principios:

- Que existen una gran variedad de productos similares a precios altos, bajos y valores parecidos, entonces el consumidor se va a percatar cual es la diferencia y la calidad del producto donde lo hace un factor bastante decisivo.
- Que debe haber un control exhaustivo de calidad, ya que son predictores del éxito y del desarrollo de la empresa.
- Las capacitaciones de cómo mejorar la calidad, ya que es una gestión de la empresa por lo que la compañía sale beneficiada con producciones de mayor de calidad.

Teoría de la oferta y de la demanda

Según la BBVA (2018), indica que son leyes Económicas en conjunto para esta teoría, donde se expone:

- Ley de la oferta va ajustado de acuerdo al precio, es decir, que en cuanto más costoso sea la mercancía, más unidades se pondrán a la venta.

- La Ley de la demanda expone que no va directamente ajustado al precio, es decir, que cuanto más elevado sea el precio, menos consumidores lo demandarán.

Se llegó a la conclusión que la unión de las leyes de la oferta y la demanda hacen cambiar el precio del producto. Un claro ejemplo es cuando el producto sale al mercado con un precio más bajo de lo normal, ocasionando que los consumidores demanden más del producto y se pueda producir una situación de escasez, dando así que los productores deban subir el precio de los productos, ya que los consumidores están dispuestos a pagar por él.

Los fabricantes del producto tomarán la decisión de subir el precio hasta donde los consumidores estén dispuestos a pagar, ya que si sobrepasa ese nivel no se llegará al ansiado punto de equilibrio. Por otro caso si el producto tiene un precio demasiado alto y los compradores no acuden a pagarlo, ocasionará que los productores bajen el precio del bien, hasta un punto donde los compradores acepten el precio.

Marco Conceptual

Plan de Exportación

Según Mezzella (2019), el plan de exportación es una herramienta que permite al empresario conocer cómo se encuentra posicionado ante los mercados externos. Este instrumento sirve para analizar con qué consecuencias se puede encontrar el empresario y de acuerdo a los riesgos poder llegar a encontrarse y poder armar un plan de respaldo a su medida.

En la actualidad es realmente fundamental conocer el posicionamiento ante los mercados internacionales y un plan de exportación permitirá obtener la suficiente información para abastecerse de conocimientos de los mercados internacionales y conocer a nivel macro los riesgos que incumbe comerciar en los mercados extranjeros.

Plátano

Según la Real Academia de la Lengua Española el plátano es:

Árbol de la familia de las platanáceas, con una altura de 15 a 20 o más metros y amplia copa, tronco cilíndrico, de corteza lisa de tono claro, verde grisáceo, que se renueva anualmente, desprendiéndose en placas irregulares, hojas caedizas y alternas, de limbo amplio, palmeado-

lobuladas, con pecíolo ensanchado en su base, que recubre la yema subsiguiente. Es árbol de sombra, muy apreciado para plantaciones lineales en calles y paseos. Su madera blanca rosada, de dureza media, ofrece un bello jaspeado y se presta para trabajos de ebanistería (RAE, 2020, p. 1).

Empacado al vacío

Según Edgar, (2020), el empaque al vacío es el proceso de envasar ciertos artículos, normalmente productos perecederos, dentro de una funda de plástico impermeable mientras se sustrae la mayor cantidad posible de aire del interior del sobre de plástico.

El empaque al vacío es una herramienta muy útil al momento de guardar ciertos artículos por ejemplo el caso de una fruta, ya que la sustracción del aire permite que el tipo de fruta que se almacena en la funda impermeable no madure antes de tiempo lo que permite que tenga una mayor duración hasta antes de ser consumido y el hecho que la funda sea impermeable permite que la fruta no sea afectada en caso de una posible lluvia, llovizna, diluvio, etc.

Proceso de exportación

De acuerdo al Servicio Nacional de Aduana (2019), el proceso de exportación es una actividad comercial cuyo objetivo consiste en la venta o envío de productos fuera de tierras nacionales. Como exportación denominan la acción-efecto de enviar aquellos bienes y servicios desde un país determinado hacia otro en específico con fines comerciales.

El proceso de exportación ayuda a atender como se manejan los países cuando se realizan ciertos manejos de intercambio entre un país de origen y un país de destino, es decir como es el proceso logístico y administrativo al momento de exportar un producto con algún fin comercial.

Mercado

Thompson (2020), menciona que el mercado es el conjunto de compradores potenciales y reales que tienen como objetivo una determinada necesidad o deseo, dinero para poder satisfacerlo y también tener la voluntad para poder hacerlo, los cuales constituyen la demanda, y vendedores que ofrecen un cierto producto para poder satisfacer las necesidades o satisfacer los deseos de los compradores por medio de procesos de intercambio.

Para que un producto tenga un gran impacto dentro de una comunidad es importante averiguar cómo se comporta el público al cual se quiere brindar el producto o servicio, por ejemplo,

hábitos de consumo, demanda de un producto en específico dependiendo del sector, precios de los productos, etc. Y mediante una investigación saber qué es lo que el mercado necesita para poder satisfacer las necesidades de las personas.

Arancel

De acuerdo con el Ministerio de Economía y Finanzas de Perú (2021), un arancel es un impuesto que es implementado en aquellos bienes que se exportan o importan en el mercado internacional.

El arancel puede afectar la balanza comercial del exportador o importador por lo que es un impuesto dependiendo del producto que se importe o exporte y depende de los acuerdos comerciales que existan entre un país con otro para saber el porcentaje a pagar, por lo que es fundamental conocer con exactitud el arancel al cual estará sujeto el producto principal.

Valor agregado

EcuRed (2019), afirma que el valor agregado es el valor económico adicional que adquieren los bienes y servicios al ser cambiados durante un proceso productivo.

El valor agregado es la herramienta adicional que permitirá diferenciar un producto en específico de la competencia, el empaque al vacío es una herramienta implementada para que los consumidores tengan una manera más cómoda al momento de consumir el plátano pelado y es algo que se toma como ventaja ante productos similares o sustitutos.

Microeconomía

De acuerdo a Ramos (2014), la microeconomía es un área de la economía que su objetivo principal es estudiar a los distintos agentes económicos que existen en el mercado, estudia que aparta los valores agregados y tipos sistemáticos a gran escala.

Al ser un producto orgánico o natural su fabricación empieza desde las microempresas ya que si bien el sector agrícola es extenso son mayores las cadenas de supermercados que acuden a su distribución más que las empresas independientes, estas empresas aportan de una manera mínima a la economía del país y permite una mayor dinamización de la economía alrededor de estas empresas.

Inflación

Según European Central Bank (2021), la inflación es el aumento general en los precios, en una economía los precios de los bienes y servicios están correlacionadas con el cambio, se produce inflación cuando se genera un aumento de los precios, no solamente en ciertos artículos individuales, da como resultado una menor adquisición de los bienes y servicios por cada moneda invertida.

El precio de los productos varía con el pasar de los años, es necesario conocer los precios anteriores del producto para ver como este puede afectar también en un futuro tanto al producto como a los consumidores y de acuerdo al estudio realizado poder mantener un balance comercial estable en el que un aumento del precio no perjudique en el ámbito de consumo de los clientes o consumidores.

Logística

Thompson (2009), plantea que la logística es una función que opera todas las actividades y procesos suficientes para la administración estratégica del flujo y almacenamiento de materias primas y componentes; de esta forma, que estos se encuentren en la cantidad adecuada, lugar apropiado y momento correcto.

La logística es el proceso fundamental para que el proceso ya sea de exportación o importación llegue sin ninguna novedad al país de destino, es esencial la comunicación entre compradores y vendedores para que haya una organización establecida.

Incoterms

Fernández (2020), indica que los Incoterms (International Commercial Terms) son significados que se usan en las transacciones de compra-venta entre empresas de diferentes países. Su objetivo es hacer que el comprador y vendedor comprendan de forma precisa las condiciones de las operaciones que se realizan entre ellos.

Los Incoterms, son usados en el sector comercial especialmente si son operaciones entre diferentes empresas de diferentes países, son sumamente necesarios comprenderlos en su totalidad para que las partes que realizan una negociación puedan comprender con claridad las

responsabilidades que tienen el comprador y el vendedor al momento de exportar e importar un producto.

Marco Referencial

El marco referencial expone los estudios, análisis y exportaciones de tesis de grado. Aquellos donde se obtiene distinta información sobre distintos estudios del tema y estrategias para un plan de exportación.

Caso Referencial Número 1

Según Quintero y Jiménez (2015), en el trabajo de titulación sobre el estudio de factibilidad para el montaje y puesta en marcha de una comercialización de plátano dominico hartón pelado y empacado al vacío en el municipio de Pereira expone que:

El análisis de la competencia correspondiente a los precios y las características del plátano pelado y empacado al vacío. Se visualiza que sus precios iniciales representan a los precios utilizados para poder iniciar negociaciones con intermediarios o bróker del mercado.

De acuerdo con ese análisis también se debe tomar en cuenta los productos sustitutos como la Goya, La fe y Maya, por lo que son grandes competidores y brinda al público un producto de alta calidad. Lo cual ayuda a visualizar cómo realizar una correcta distribución y la introducción de un nuevo producto.

Caso Referencial Número 2

Según Torres (2013), en el trabajo de titulación sobre el estudio de viabilidad de exportar plátanos procesados y congelados hacia la Unión Europea menciona que:

Al seleccionar ciertos países, se tuvieron ciertos factores en cuenta en el ámbito de consumo de productos procesados y congelados, además de la capacidad económica de aquellos países. Aquellos factores fueron:

- Afinidad cultural (idioma, costumbres, idiosincrasia).
- Consumo per cápita
- Que pertenezcan a la zona de la Unión Europea

- Relaciones comerciales y económicas entre los dos países.
- Número de colombianos residentes en dicho territorio.
- Acuerdos o tratados firmados con dicho país y actualización de regímenes arancelarios.
- Que exista demanda de alimentos básicos.
- Que consuman productos procesados.

Caso Referencial Número 3

Romero (2019), en el trabajo de titulación sobre el Comercio Exterior del Ecuador con la Unión Europea en el marco del acuerdo comercial multipartes expone que:

El caso de Ecuador, al poseer un arancel más elevado, se encarece la fruta y se desalienta su consumo, es por ello que sus exportaciones se ven disminuidas de 807 millones de euros 97 en el año 2014 a 754 millones de euros para el año 2016 por lo que el país perdió competitividad y sus exportaciones fueron superadas por Colombia.

Es por ello que, tras la entrada en vigor del acuerdo comercial de Ecuador con la Unión Europea, las exportaciones ecuatorianas del bien volvieron a aumentar, superaron el valor exportado en el año 2014 y se encontraron cerca de igualar las exportaciones colombianas de la fruta.

Marco Legal

Ley del Código Orgánico de la Producción de Comercio e Inversiones

De los derechos de los inversionistas:

Art. 19.- Derechos de los inversionistas. - Se reconocen los siguientes derechos a los inversionistas: a. La libertad de producción y comercialización de bienes y servicios lícitos, socialmente deseables y ambientalmente sustentables, así como la libre fijación de precios, a excepción de aquellos bienes y servicios cuya producción y comercialización estén regulados por la Ley.

De la institucionalidad en materia de comercio exterior:

Art. 71.- Institucionalidad. - El organismo que aprobará las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, será un cuerpo colegiado de carácter intersectorial público, encargado de la regulación de todos los asuntos y procesos vinculados a esta materia, que se denominará Comité de Comercio Exterior (COMEX), y que estará compuesto por titulares o delegados de las siguientes instituciones:

Medidas arancelarias al Comercio Exterior

Art. 76.- Forma de expresión. - Las tarifas arancelarias se podrán expresar en mecanismos tales como: términos porcentuales del valor en aduana de la mercancía (ad-valorem), en términos monetarios por unidad de medida (específicos), o como una combinación de ambos (mixtos). Se reconocerán también otras modalidades que se acuerden en los tratados comerciales internacionales, debidamente ratificados por Ecuador.

Art. 77.- Modalidades de aranceles. - Los aranceles podrán adoptarse bajo distintas modalidades técnicas, tales como: a. Aranceles fijos, cuando se establezca una tarifa única para una subpartida de la nomenclatura aduanera y de comercio exterior.

En el plan de exportación del plátano empacado al vacío también se debe tomar en cuenta las leyes aduaneras y acuerdos comerciales que contenga la Unión Europea.

Las medidas no arancelarias en cambio, representan regulaciones que restringen y/o impiden el ingreso de mercancías a los mercados (OMC 2019, 3), entre las que se puede citar las siguientes:

- Medidas técnicas. - buscan “garantizar la calidad y seguridad alimentaria, la protección del medio ambiente y la seguridad nacional, así como proteger la salud animal y vegetal”; se enfocan en las propiedades específicas de productos, como las características, especificaciones técnicas, proceso de producción (Centro de Comercio Internacional 2017, párr. 10). En este grupo de medidas se incluyen:

a. Medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF). - se aplican, principalmente, para evitar que los seres humanos y los animales consuman productos contaminados, que ingresen productos agrícolas con plagas o animales con enfermedades (UNCTAD 2012, 7).

b. Obstáculos técnicos al comercio (OTC). - representan medidas establecidas a través de reglamentos técnicos en los que se especifican las características que deben tener los productos o los procedimientos/métodos de producción, así como las disposiciones administrativas aplicables. Incluyen temas de etiquetado, marcado, embalaje y envasado, de identidad del producto (UNCTAD 2012, 17).

c. Inspección previa a la expedición y otras formalidades. - estas medidas están relacionadas con la calidad, cantidad, precio y procedencia de los productos (UNCTAD 2012, 23).

- Medidas no técnicas. - involucran requisitos comerciales distintos a los referentes a características de los productos, entre los más representativos se incluyen:

a. Medidas antidumping. - medidas que se implementan para evitar que se importe un producto a un precio inferior al que se vende en el mercado de origen (UNCTAD 2012, 24).

b. Medidas compensatorias. - medidas que buscan “neutralizar las subvenciones, directas o indirectas, concedidas por las autoridades de un país exportador”, para evitar que afecten a la industria nacional del país importador (UNCTAD 2012, 25).

c. Medidas de salvaguardia. - estas medidas se implementan para reparar el daño causado a la rama de la industria afectada por el aumento de la importación de un producto (UNCTAD 2012, 27).

d. Restricciones a la contratación pública. - representan las medidas que promueven que las entidades gubernamentales adquieran productos ofertados por proveedores nacionales (UNCTAD 2012, 50).

e. Propiedad intelectual. - son medidas relacionadas con los derechos de propiedad intelectual; involucra el tema de patentes, derechos de autor, marcas de fábrica (UNCTAD 2012, 50).

Capítulo 3 Diseño Metodológico

Fundamentación metodológica

En este capítulo se encontrará el diseño metodológico el cual se emplea en esta investigación, donde se expone el tipo de investigación, la estructura y las técnicas de recolección de información.

Marco Metodológico

Se muestran las técnicas y procedimientos que se emplea para la creación de este plan de exportación.

Postura Epistemológica

La postura epistemológica que se va utilizar en este trabajo investigativo es paradigmática constructivista.

Método Descriptivo

El tipo de investigación que se utilizará para el desarrollo de este plan de exportación y distribución de plátano empacado al vacío; es una investigación tipo descriptiva, ya que permite utilizar varias técnicas para la recolección de datos, por lo que se obtendrá información nueva e importante. De acuerdo a ese estudio se puede elaborar un análisis con los datos más relevantes, donde se verá la factibilidad para este plan de exportación.

En la estructura metodológica se aplicará un método deductivo, porque se basará bajo premisas la cual llevará a una conclusión, donde se debe argumentar de acuerdo con todos los datos adquiridos como; los análisis, las tablas, comentarios y entre otros más. Lo cual llevará a tomar la decisión más acertada, ya que cuentan con fuentes de información primarias y fuentes de información secundaria.

Enfoque Mixto

El enfoque mixto se basa en técnicas, método, perspectivas y entre otras más, lo cual da la combinación de lo cuantitativo y cualitativo, donde se vincula y se analizan todos los datos recopilados de información y estadísticos.

El enfoque mixto permite resolver cualquier planteamiento de problema que se vaya presentando en el plan de exportación, donde se produce un análisis de información y estadísticas que se lo puede leer de manera más clara o bien una posibilidad para mejorar la comprensión de diferentes líneas como lo es de conocer, ver y evaluar.

Enfoque Cuantitativo

De acuerdo a Maldonado (2018), está basado en la recopilación de datos los cuales son números y valores, los cuales se obtienen mediante análisis numéricos y estadísticos como el peso, la edad, escalas y entre otras más.

Para la creación de este plan de exportación, se inicia con una investigación exhaustiva a bases de datos, lo cual muestra índices numéricos, estadísticas e información de empresas ecuatorianas que se dedican a la exportación de plátano.

Enfoque Cualitativo

Según Escudero y Cortez (2018), expresa que el enfoque cualitativo es una investigación más detallada, por lo que se realizan análisis profundos y reflexivos los cuales se entienden como un monitoreo, ya que el investigador se dedica a visualizar a los encuestados a la distancia.

Para la elaboración de este plan de exportación, se realiza una investigación detallada por empresas y tesis de grado, donde brindan ideas lo cual ayuda al proceso del plan de exportación. Brindando un análisis profundo y reflexivo de cómo tratar la exportación de plátano pelado empacado al vacío.

Fuentes de Información

En esta parte del capítulo se refiere a la obtención de información mediante diferentes tipos de recolección de datos.

Fuentes Primarias.

Son aquellas donde se obtiene información de primera mano las cuales son generadas por el autor principal del trabajo original.

Se realizó una entrevista al Ingeniero Luis Villacreses, gerente general Plantain Republic S.A. La razón de la entrevista es tener una visión más clara y más amplia de cómo son los mercados internacionales ante productos no petroleros y cómo ha afectado a estos productos las adversidades de la pandemia.

Fuentes Secundarias.

Son todas aquellas fuentes que ya han sido procesadas con información de las fuentes primarias, es decir, información ya existente donde se interpretará el análisis de la entrevista y las investigaciones realizadas.

El uso de YouTube una plataforma digital de entretenimiento y conocimiento, donde se visualiza la conferencia de los acuerdos comerciales con la Unión Europea, beneficios y oportunidades dictada por María Inmaculada Montero la jefa de la sección comercial y económica de la delegación de la Unión Europea en el Ecuador lo cual resume más de 50 páginas oficiales en internet sobre beneficio y acuerdos que exista en el Ecuador con la Unión Europea.

Alcance

En este plan de exportación hacia la Unión Europea, se plantea que el exportador debe identificar todos los servicios fundamentales y las leyes que van a ser usadas para esta investigación que va dirigido para cualquier clase social, sea alta, media y baja, ya que es una oportunidad de negocio por lo que se encontrara en todos los supermercados.

El plátano pelado empacado al vacío llegará a los países de la Unión Europea que hayan tenido una mayor relación comercial con el Ecuador, es decir, los países con los que el Ecuador realiza más transacciones comerciales.

Tabla 1

Destinos con mayor relación comercial con el Ecuador

Países	Destinos con mayor comercio
Alemania	Berlín, Múnich, Hamburgo y Frankfurt.
España	Madrid, Barcelona, Bilbao, Sevilla y Valencia.
Italia	Milán, Nápoles, Turín, Palermo y Génova.
Portugal	Lisboa, Leiria, Santarém, Setúbal e Aveiro.
Francia	París, Lyon, Burdeos, Niza y Toulouse.

Nota: Tabla que representa los países y ciudades con los que Ecuador realiza mayor comercio.

Técnicas de recolección de información.

Repositorios Universitarios

La recopilación de información avalada por la institución, personal docente y autor (ingeniero o licenciado).

Análisis de Mercado

Las diferentes plataformas de noticias oficiales del país, por ejemplo, el universo, el expreso y entre otros medios más que brindan información actualizada del mercado en el país o en el extranjero.

Banco Central del Ecuador

La institución financiera del país que brinda información actualizada monetaria y que no depende del poder político. por esta razón es independiente del gobierno.

Libros

La información de apoyo escrita por autores que marcan la historia del comercio y datos relevantes de la comercialización con el país de destino.

Fedexpor

La Federación ecuatoriana de exportadores, donde brindan los datos de exportadores y exportaciones al mercado extranjero, brindando información de leyes o barreras que exista en ese país.

Trade Map

Base de datos, que brinda análisis de exportaciones e importaciones al país de destino o viceversa del propio país, donde se efectúa el análisis de acuerdo a códigos del producto el cual se evalúa mediante gráficos.

Capítulo 4 Análisis de la Oferta y Demanda

Análisis Pestel del Ecuador

Factor Político

Actualmente, el Sr. Guillermo Lasso es el actual presidente del Ecuador y líder político a nivel nacional. Lleva en el poder desde el lunes 24 de mayo del 2021, siendo las próximas elecciones presidenciales el año del 2025. El presidente Guillermo Lasso al momento de su posesión inició su mandato del “Ecuador del encuentro”.

La Presidencia de la República del Ecuador (2021) afirma que el presidente Guillermo Lasso confirma que en el nuevo gobierno se comprometen con los consensos internacionales para alcanzar el desarrollo sostenible, la disminución de la pobreza en todos sus aspectos, la lucha contra la desigualdad, la preservación del medio ambiente, el crecimiento económico sostenido, y el fomento de la inclusión social.

De acuerdo a la Secretaría Nacional de Planificación (s.f) los principales miembros del poder ejecutivo de la República del Ecuador está compuesta por: el presidente de la república, vicepresidente de la república, secretaría nacional de planificación y desarrollo, secretaría nacional de gestión de la política, ministerio de relaciones exteriores y movilidad humana, gabinete sectorial de lo social, gabinete sectorial de recursos naturales hábitat e infraestructura, gabinete sectorial de seguridad, gabinete sectorial económico y productivo.

La Red Latinoamericana por la Transparencia Legislativa (s.f) afirma que la función legislativa del Ecuador se conforma por una Asamblea Nacional unicameral, con personalidad jurídica y autonomía económica-financiera, administrativa, presupuestaria y de gestión.

La Asamblea Nacional se integra por los siguientes miembros, elegidos para un período de cuatro años:

- 15 asambleístas seleccionados en circunscripción nacional.
- 2 asambleístas elegidos por cada provincia, y uno más por cada 200.000 habitantes.
- Asambleístas de regiones, de distritos metropolitanos y de circunscripciones del exterior.

Dicha Asamblea Nacional funcionará en la sede de la Función Legislativa en la ciudad de Quito. Excepcionalmente se permitirá la reunión en cualquier otro sitio por convocatoria de la presidenta o presidente de la Asamblea Nacional.

Factor Económico

Ecuador es un país que es caracterizado por su producción agrícola de buena calidad, por su producción en el sector pesquero, y por su gran variedad de flores gracias a la flora y fauna que se encuentran, principalmente, en la región amazónica y la región de Galápagos. Actualmente Ecuador pasa por una crisis pandémica que ha afectado al mundo, pero estos productos agrícolas y pesqueros han sabido mantenerse a pesar de las adversidades y se espera que en los próximos años el sector de exportaciones pueda incrementarse ayudando al balance general del país.

De acuerdo al Banco Central del Ecuador (2021) el segundo trimestre del año 2021, la economía creció en 8,4% con respecto al mismo período de 2020. El comportamiento se explica por el crecimiento de 10,5% en el consumo de los hogares, el aumento de las exportaciones en un 16% y el incremento de 9,8% en el componente de inversión.

Entre las principales industrias que reportaron un mayor crecimiento fueron:

- Refinación de petróleo: El crecimiento de 89,6% debido al aumento de la oferta derivados del petróleo.
- Petróleo y minas: 25,3% debido al aumento de la producción nacional de petróleo.
- Pesca: 20,7% gracias al crecimiento de las exportaciones de pescado y otros productos acuáticos.

En términos trimestrales, las industrias que reportaron un mayor crecimiento fueron:

- Agricultura y pesca de camarón creció en 15,8% por el incremento de la producción y las exportaciones.
- Enseñanza y servicios sociales de salud registró un crecimiento de 7,2% por gastos de vacunación.
- La pesca creció un 6% relacionado con la evolución del volumen de producción y exportaciones.

Según el Banco Mundial (2021), Ecuador, en lo económico, tiene un plan para mejorar las oportunidades de empleo y las condiciones laborales implementando un marco más apropiado para la inversión y la productividad. Mientras se sigue tratando de mejorar la sostenibilidad y la transparencia de las finanzas públicas.

Factor Social

Ecuador es un país que se encuentra situado en Sudamérica. Ecuador limita al norte con Colombia, al sur y este con Perú, y al oeste con el océano pacífico. Ecuador cuenta con 4 regiones naturales debido a la Cordillera de los Andes los cuales están divididos en Costa, Sierra, Amazonía y las Islas Galápagos.

De acuerdo a la Cámara Oficial Española de Comercio del Ecuador (s.f), el Ecuador es el país andino más pequeño; pero, cuenta con la más densa población de aves por kilómetro cuadrado del mundo.

La flora y fauna junto con la riqueza cultural de sus ciudades y los contrastes climatológicos convierten al país de Ecuador en un gran lugar para el turismo a nivel mundial.

Según el censo de 2010, hay más de 14 millones de habitantes, en su mayoría, mestizos e indígenas. El mestizaje se debe al cruce entre el conquistador español, los indios aborígenes y los grupos negros que se asentaron en la invasión española.

En ciertas zonas del país se encuentran distintos grupos étnicos como lo son los shuaras, cofanes, huaoranis, saraguros, cañaris y salasacas que aún continúan manteniendo sus costumbres y tradiciones.

El idioma oficial es el español. El quechua es el idioma secundario y es hablado entre los indígenas que habitan en callejones interandinos. Las diversas etnias mantienen sus propios dialectos.

El 95% de la población a nivel nacional se declara católica, el otro 5% restante se divide entre los evangélicos, protestantes y otras diversas religiones.

Factor Tecnológico

Si bien Ecuador no es un país que sea caracterizado por ser una potencia tecnológica, este se ha sabido adaptar a las necesidades tecnológicas que requiere el país en general.

De acuerdo a Jaramillo (2021), desde el año 2020, especialmente por la pandemia Covid-19, las soluciones tecnológicas han tomado cada vez más fuerza en las compañías y también en el sistema educativo. En 2021 se plantearon varias tendencias que fueron encaminadas a lograr nuevas oportunidades de desarrollo, crecimiento y consolidación en los negocios.

En Latinoamérica el comercio electrónico avanzó y creció en 2 meses lo que hubiese ocurrido en 5 años, y Ecuador logró cerrar el año de 2020 con un aproximado de \$2.300 millones en ventas vía online, unas de las razones por la que se aumentó esta cifra principalmente es por la gente que antes no usaba usualmente esta modalidad, ahora se ve forzada a implementarla en su vida laboral y profesional.

Según el estudio realizado por EY e IT (2020), para los siguientes años las principales tendencias tecnológicas en el Ecuador que deberán ser abarcadas por las empresas son: Innovaciones de productos o servicios (71%), reducción en costos (59%), mejorar la experiencia del cliente (59%), automatización de procesos (56%), y generación de nuevos ingresos (52%).

Factor Ecológico

Ecuador en el ámbito ambiental tiene una de las mayores diversidades de flora y fauna alrededor del mundo, teniendo a las Islas Galápagos como Patrimonio Natural de la Humanidad y siendo una de las mayores atracciones del mundo gracias a su gran clima tropical y las 3 distintas regiones que dividen el territorio ecuatoriano.

De acuerdo a la Cámara Oficial Española de Comercio del Ecuador (s.f), a pesar de que Ecuador se encuentre en el centro de la zona tórrida, no posee un clima tropical típico, el país tiene toda clase de clima gracias a la influencia del corriente de Humboldt y la Cordillera de los Andes. Las estaciones climáticas son solo dos: invierno y verano.

Según el Banco Mundial (2021), Ecuador al ser altamente vulnerable a los efectos del cambio climático, necesita afrontar medidas para reducir los efectos de dicho problema global, y con la ayuda del sector privado, poder desacoplar el crecimiento de la economía de la emisión de gases en efecto invernadero.

Factor Legal

En el Ecuador existen una amplia gama legislativa, enfocada tanto en lo privado como en lo público y lo social, que es necesaria tomar en cuenta al momento de realizar este análisis, desde obtención de licencias, legislación laboral, sanitaria, derechos de autor y propiedad intelectual, entre otras, son varios ejemplos de factores cambiantes y de suma importancia en las pequeñas, medianas y grandes empresas.

De acuerdo a la Asamblea Nacional (2008), Todo inicia con la constitución de nuestro país donde se tipifican reglas y principios sobre diversos aspectos, por ejemplo el art. 328 que establece que “Se prohíbe toda forma de precarización, como la intermediación laboral y la tercerización en las actividades propias y habituales de la empresa o persona empleadora, la contratación laboral por horas, o cualquiera otra que afecte los derechos de las personas trabajadoras en forma individual o colectiva.” O el numeral 6 del artículo 380, el cual tipifica las responsabilidades del Estado, donde una “Establecer incentivos y estímulos para que las personas, instituciones, empresas y medios de comunicación promuevan, apoyen, desarrollen y financien actividades culturales”.

Aquí podemos ver un ejemplo de cómo la norma de mayor jerarquía en el país toca temas empresariales.

Eso como algo macro, dentro de las normas específicas directamente relacionadas tenemos:

Normativa sobre Propiedad Intelectual.

- Ley de Propiedad Intelectual.

Normativa sobre Salud y Seguridad Laboral.

- Código de Trabajo;
- Código Civil;
- Código Orgánico de la Salud;
- Ley de Seguridad Social.

Normativa sobre Impuestos.

- Código Tributario;
- Impuestos locales.

Normativa sobre Administración.

- Ley de compañías.

Estas y demás normas derivadas de las mismas, un ejemplo, el reglamento de la superintendencia de compañías, valores y seguros, conforman el gran ecosistema jurídico que en nuestro país se utiliza al momento de realizar una actividad comercial o mercantil, siempre es bueno asesorarse con expertos en derecho que puedan solventar dudas y dar soluciones.

En el momento de la constitución de cualquiera de estos dos tipos de compañías es necesario que sus socios o accionistas establezcan cuál será la denominación, para lo cual deben realizar una reserva de nombre, la misma que será aprobada por la Superintendencia. En el momento que una empresa ya cuenta con su nombre, se debe proceder a realizar sus estatutos o contrato social.

Según Fabara (2021), la constitución de las empresas, en el momento de la constitución de cualquier tipo de compañías, es necesario que los socios o accionistas establezcan cuál será la denominación, entonces se deberá realizar una reserva de nombre, el cual debe ser aprobado por la Superintendencia.

La Constitución ecuatoriana, en su artículo 283, establece que “el sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine”.

En la perspectiva de los aspectos jurídicos de las empresas, dentro del derecho de las empresas influyen en muchos aspectos de distintas disciplinas jurídicas en relación con un sujeto concreto. Una actividad complicada como la empresarial no solo involucra la creación, funcionamiento, desarrollo y relaciones de agentes privados, sino también una interacción entre diferentes instituciones públicas y privadas, así como la existencia de un marco jurídico por dentro del cual deben desenvolverse los involucrados de la actividad empresarial.

De acuerdo a Moreno (2008) la Asamblea Constituyente es el órgano que sea competente para integrar a las personas físicas que hagan efectivo el proceso electoral, por tanto, designar a los miembros del Consejo Nacional Electoral (CNE) y Jueces del Tribunal Contencioso Electoral (TCE). Se dispuso a los integrantes del CNE que, en el plazo máximo de 30 días tras su posesión, convoquen a elecciones generales para que el cuerpo electoral, designe:

- Presidente y vicepresidente de la República. (Sistema electoral implementado: mayoría absoluta de votos).
- Cinco representantes al Parlamento Andino. (Sistema electoral dispuesto: Webster).
- Integrantes a la Asamblea Nacional elegidos por las circunscripciones provinciales, la nacional (15); y las especiales del exterior (6 en total, 2 por cada circunscripción). En cada provincia 2 asambleístas y fracción mayor que 150.000 habitantes.

Análisis Pestel de la Unión Europea

Factor político

Actualmente la Unión Europea cuenta con un presidente en cada una de sus 3 instituciones estos son: Roberta Metsola la presidenta del parlamento europeo, Charles Mitchel el presidente del consejo europeo y Ursula Von der Leyen la presidenta de la comisión europea.

De acuerdo con el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (s.f), a lo largo de los años la Unión Europea ha llevado a cabo distintas políticas que puedan desplegar el mercado único. Dichas políticas constituyen diversas líneas de actuación que la Unión Europea decide seguir en ciertos ámbitos, estos afectan directamente a la vida de las personas y de las empresas con las que se quiere alcanzar los objetivos generales que se ha puesto la Unión Europea.

El mercado Interior ha contribuido considerablemente al desarrollo e incorporación de la economía europea. Construir un mercado interior puede ser un trabajo arduo que requiere esfuerzo constante, pero ofrece ventajas significativas para los consumidores y empresas de la UE.

El tema agrícola ha estado todo el tiempo en el centro de la política de la Unión Europea desde su formación, siendo una de las primeras políticas que se introdujeron en el Tratado de Roma de 1957. Los principales objetivos de la Política Agrícola Común (PAC) son incrementar la mejora

de la productividad agrícola, de tal manera que los consumidores dispongan de suministros estables de alimentos a precios asequibles, y garantizar a los agricultores un nivel de vida mejor.

Según Solana (2016), la Unión Europea muestra su manera de entender el mundo, la libertad, los derechos de las personas y la justicia. La política exterior y de seguridad (PESC) está relacionada directamente con los valores europeos: los derechos humanos, el Estado de derecho, el derecho internacional y el multilateralismo efectivo.

De manera negativa, la materialización de la política exterior europea se ha demostrado compleja. Los países miembros de la Unión Europea tienen trayectorias históricas diferentes y, por lo tanto, entienden la política exterior de manera distinta.

La Unión Europea está elaborando una nueva estrategia de política exterior con un enfoque global bajo el mandato de la representante de la Unión para Asuntos Exteriores y Política de Seguridad, esto proporciona las perspectivas y el enfoque necesario para aumentar la efectividad de la Unión Europea en el exterior.

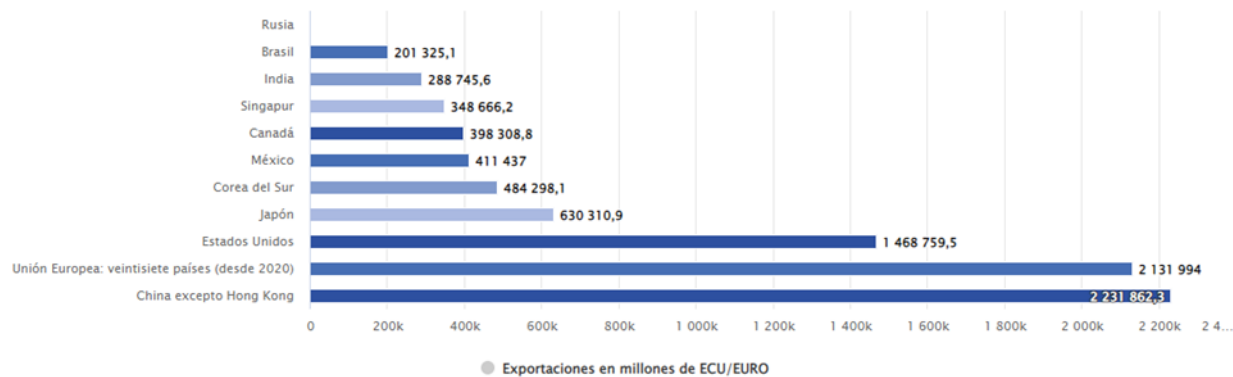
Factor Económico

La Unión Europea sigue siendo la primera potencia económica y comercial del mundo, a pesar de su crisis económica, el cual ha golpeado duramente a todos los países en Europa y alrededor del mundo por la pandemia de Covid-19, el hecho de ser una organización los vuelve difícil de afectar a un nivel crítico en circunstancias de problemas de fuerzas mayores.

De acuerdo a la Comisión Europea (s.f.), la Unión Europea representa alrededor del 15% del comercio mundial de mercancías. La Unión Europea, China y EE. UU son los tres mayores actores en el comercio internacional.

Figura 1

Cuota de la Unión Europea EU27 (a partir de 2020) en el comercio mundial



Fuente elaborada por: Eurostat (2020)

La Comisión Europea (s.f.) explica que, en el 2019, la Unión Europea representó para el comercio mundial un total de €4.071 millones. El comercio dentro de la Unión Europea se valoró en €3.061 millones en el año de 2019.

De acuerdo a Expansión (2022), en la Unión Europea, Alemania es el país más poblado de la Unión Europea y también su economía es la más importante, con un PIB de €3.563 millones. Sin embargo, son los habitantes de Luxemburgo y los de Irlanda los de mejor nivel de vida.

Factor Social

Según el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (s.f), la Unión Europea tiene un rol importante en el terreno social, contribuyendo a mejorar las condiciones de vida y de trabajo de los ciudadanos que pertenecen a la Unión Europea. La organización promueve la cooperación entre los estados que conforman la Unión Europea, la coordinación y la aproximación de las políticas nacionales, así como la participación de las autoridades locales, sindicatos y organizaciones patronales.

Los objetivos del factor son: la promoción del empleo, la mejora de las condiciones de trabajo, la movilidad de los trabajadores, la lucha contra la pobreza y la exclusión social, la igualdad entre hombres y mujeres y la modernización de los sistemas de protección social

Belēvičs (2016) afirma que más de la mitad de los adultos europeos padece de sobrepeso u obesidad. Si la situación continúa de esa manera, las cardiopatías, diabetes y ciertos síntomas de

cáncer seguirán amenazando la calidad de vida, la sostenibilidad de la sanidad europea y la vitalidad económica. Por lo que se busca un plan para un estilo de vida más sano y un mejor futuro en la Unión Europea.

Según Narea (2017), en Europa existen al menos 500 millones de habitantes con un per cápita de \$38.000. Al consumidor europeo le gusta invertir su dinero en calidad, nutricionalmente educado y escoge ciertos productos con valor agregado.

Según la Federación de Exportadores del Ecuador (Fedexpor) el mercado europeo se caracteriza por tener una mayor “educación nutricional”, con preferencias por productos con apego al cumplimiento de estándares ambientales y con alta calidad. (Narea, 2017)

De acuerdo a datos de Fedexpor, el 27% de la población adulta en Europa pertenece al grupo millennials. Este segmento de consumidores refleja poca inclinación hacia una marca o etiqueta en específico y se inclina más por conceptos y valores que buscan la satisfacción propia de necesidades y que son compartidos en sociedad. (Narea, 2017)

Serracín y González (2021), informan que los 10 idiomas más hablados de la Unión Europea son: ruso, alemán, francés, inglés, turco, italiano, español, ucraniano, polaco y holandés

Según un estudio realizado de la Comisión Europea en 2005, en los aspectos religiosos señalan que el 52% de la población afirman creer en la existencia de un Dios y un 27% creen en la existencia de alguna fuerza vital y un 18% de los ciudadanos señalan no tener ningún tipo de religión. (Serracín y González, 2021).

Factor Tecnológico

La Unión Europea afirma que invertir en investigaciones e innovaciones es invertir en el futuro de Europa. Esto ayuda a competir a nivel mundial preservando un modelo social único y mejorando el día a día de millones de personas en Europa.

A través de los programas de investigación e innovación, la Unión Europea ofrece financiación para:

- Reforzar la posición de la Unión Europea en ciencia.
- Consolidar la innovación industrial, incluida la inversión en tecnologías fundamentales, mayores facilidades para acceder al capital y apoyo a las pequeñas empresas.

- Abordar los principales problemas sociales, como el cambio climático, transporte sostenible y energía renovable.
- Garantizar avances tecnológicos con un gran potencial comercial al asociar a los sectores públicos y privados.
- Intensificar la cooperación internacional en materia de investigación e innovación.

La política europea de investigación y desarrollo tecnológico se amplió a principios de los años 80 con el establecimiento de un programa marco de investigación en Europa. Desde el 2014, la mayor parte de la financiación para investigaciones en la Unión Europea se ha agrupado en el Horizonte 2020. El próximo programa de investigación e innovación de la Unión Europea, se pondrá en marcha en 2021 para el período 2021-2027.

El Instituto Europeo de Innovación y Tecnología se creó en 2008 con miras a fomentar y ofrecer innovación de vanguardia a escala mundial mediante la creación de comunidades de conocimiento e innovación estrechamente integradas.

Factor Ecológico

La Unión Europea aclara que los ciudadanos de la Unión Europea gozan de normativas medioambientales, que figuran entre las más estrictas del mundo. La Unión Europea y los gobiernos han fijado objetivos los cuales se destinan a programas de investigación, legislación y financiación cuyos objetivos son:

- Proteger, conservar y mejorar el capital natural de la Unión Europea.
- Convertir a la Unión Europea en una economía de bajas emisiones, eficiente en el uso de los recursos, ecológica y competitiva.
- Proteger a los ciudadanos de la Unión Europea de las presiones y riesgos medioambientales para la salud y el bienestar.

De acuerdo con el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (s.f), el derecho ambiental de la Unión Europea constituye un extenso cuerpo normativo de varios instrumentos legales, principalmente directivas, varios programas de acción de medio ambiente que ha ido conformando en gran parte de la legislación ambiental nacional.

El tratado de Lisboa ha incluido un nuevo objetivo a la política de la Unión en el campo del medio ambiente. Se trata de “la promoción, en el plano internacional, de medidas destinadas a poder hacer frente a los problemas regionales o planetarios del medio ambiente”.

La Unión Europea ha proporcionado que la temperatura media mundial no aumente más de 2 grados centígrados. Asimismo, la Unión Europea defiende que el tratado contenga una cláusula para revisar cada cierto tiempo los objetivos de reducción de emisiones y que se logre desarrollar un mecanismo de transparencia y verificación.

Factor Legal

La Unión Europea explica que el ordenamiento jurídico se ha convertido a día de hoy en parte integrante de la realidad política y social. Cada año, con arreglo a los Tratados de la Unión, se adoptan miles de decisiones que influyen decisivamente en la realidad de los estados miembros de la Unión Europea y de sus ciudadanos.

Según Expansión (2022), las instituciones principales están conformadas por:

- Parlamento Europeo: Junto con el Consejo Europeo ejerce la potestad legislativa.
- Consejo Europeo: Ejerce funciones de orientación política general y de representación exterior, además de nombrar a los jefes de las altas instituciones constitucionales.
- Comisión Europea: Aplica el Derecho de la Unión, supervisa su cumplimiento y ejecuta sus políticas. Le corresponde en exclusiva la iniciativa legislativa ante el Parlamento y la Comisión.
- Tribunal de Justicia de la Unión Europea: Ejerce las labores jurisdiccionales supremas en el sistema jurídico comunitario.
- Tribunal de Cuentas: Supervisa y controla el buen funcionamiento y la adecuada administración de las finanzas y de los fondos comunitarios.
- Banco Central Europeo: dirige y aplica la política monetaria única de la zona euro.

Un tiempo después de la Segunda Guerra Mundial, el funcionamiento del Estado y la vida política se basaban exclusivamente en las constituciones y las legislaciones nacionales, las cuales

fijaban en los Estados democráticos las normas de comportamiento que observaban los ciudadanos y los partidos políticos como el mismo Estado y sus instituciones.

Actualmente La Unión Europea cuenta con tratados Vigentes las cuales son:

- Tratado de la Unión Europea (TUE).
- Tratado de funcionamiento de la Unión Europea (TFUE).
- Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea de la Energía Atómica (CEEA).

Los valores fundamentales de la Unión Europea se encuentran en el artículo 2 del Tratado de la Unión Europea (TUE). Este explica que la Unión se fundamenta en los valores de respeto de la dignidad humana, libertad, democracia, igualdad, estado de derecho y respeto de los derechos humanos, incluidos los derechos de las personas pertenecientes a minoristas. Estos valores llegan a ser comunes a todos los Estados miembros en una sociedad caracterizada por el pluralismo, la no discriminación, la tolerancia, la justicia, la solidaridad y la igualdad entre mujeres y hombres.

En el artículo 3 del Tratado de la Unión Europea (TUE) explica:

- La Unión tiene como finalidad promover la paz, sus valores y el bienestar de sus pueblos.
- La Unión ofrecerá a sus ciudadanos un espacio de libertad, seguridad y justicia sin fronteras interiores, en el que esté garantizada la libre circulación de personas, conjuntamente con medidas adecuadas en materia de control de las fronteras exteriores, asilo, inmigración y de prevención y lucha contra la delincuencia.
- La Unión establecerá un mercado interior. Obrará en pro del desarrollo sostenible de Europa, basado en un crecimiento económico equilibrado y en la estabilidad de los precios, en una economía social de mercado altamente competitiva, tendente al pleno empleo y al progreso social, y en un nivel elevado de protección y mejora de la calidad del medio ambiente. Asimismo, promoverá el progreso científico y técnico.
- La Unión combatirá la exclusión social y la discriminación y fomentará la justicia y la protección sociales, la igualdad entre mujeres y hombres, la solidaridad entre las generaciones y la protección de los derechos del niño.
- La Unión fomentará la cohesión económica, social y territorial y la solidaridad entre los Estados miembros.

- La Unión respetará la riqueza de su diversidad cultural y lingüística y velará por la conservación y el desarrollo del patrimonio cultural europeo.
- La Unión establecerá una unión económica y monetaria cuya moneda es el euro.
- En sus relaciones con el resto del mundo, la Unión afirmará y promoverá sus valores e intereses y contribuirá a la protección de sus ciudadanos. Contribuirá a la paz, la seguridad, el desarrollo sostenible del planeta, la solidaridad y el respeto mutuo entre los pueblos, el comercio libre y justo, la erradicación de la pobreza y la protección de los derechos humanos, especialmente los derechos del niño, así como al estricto respeto y al desarrollo del Derecho internacional, en particular el respeto de los principios de la Carta de las Naciones Unidas.

Barreras arancelarias y no arancelarias

Se entiende como barreras arancelarias a aquellas políticas o regulaciones que limitan el ingreso de mercancías o servicios a un país determinado, los cuales toman forma de impuestos.

De acuerdo al Ministerio de Comercio Exterior (2017), en el sector bananero procedente del Ecuador se reservan los derechos de subir los aranceles, a menos que se superen ciertos volúmenes de exportaciones durante un año o menos.

Inmaculada (2021) informa que el banano al ser un producto sensible, fue objeto de negociación con un arancel final de €75 por tonelada y una cuota anual atribuida a la Unión Europea en caso de sobrepasar los volúmenes de exportación.

Según Exportou (2018), las barreras no arancelarias tienen como objetivo priorizar a los productores locales es por eso que el gobierno impone regulaciones o estrategias para dificultar las importaciones. Los tipos de barreras no arancelarias son:

- Requisito de contenido nacional

Este tipo de barrera no arancelaria es utilizada en los países en desarrollo, donde se trata de que una parte específica de un producto final se fabrique dentro del país.

- Compras gubernamentales

Los Gobierno son los mayores compradores de mano de obra y productos. En este sentido, la mayoría de los países tienen directrices que exigen que las compras del gobierno se inclinen hacia los artículos de elaboración propia.

- Normativas de requisitos técnicos o sanitarios

Son las disposiciones cuyo objeto expreso es garantizar la calidad de los artículos. La base de las directrices dirigidas a lograr este objetivo no sugiere realmente la opresión de las importaciones.

Sino salvaguardar los artículos de producciones nacionales. Las directrices pueden redactarse continuamente para que los artículos de producción nacional puedan cumplirlas con mayor facilidad que los artículos importados.

- Barreras administrativas

Es algo administrativos que se puede constituir como un obstáculo crítico. Es normal que una administración que pretenda limitar las importaciones enturbie los sistemas de bienestar, seguridad y aduanas para poner obstáculos importantes al intercambio.

- Cuotas de importaciones

Las cuotas de las importaciones se implementaron para limitar las cantidades de artículo que se pueda importar durante un cierto periodo, su objetivo es la limitación de importaciones, el aumento de precio de las importaciones en el mercado nacional, la creación de incertidumbres sobre las condiciones las cuales se les permite importar.

Análisis FODA Plátano Pelado Empacado al Vacío

Tabla 2

FODA Plátano Pelado Empacado al Vacío

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none">• Ecuador es de los mayores productores de plátano.• El plátano tiene diversas maneras de consumo.• Mayor tiempo de duración del producto.	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Barreras de entrada a los mercados.• No se cuenta con la suficiente capacidad para la elaborar el producto.• Pocas innovaciones tecnológicas y altos costos de maquinaria.
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none">• El mercado europeo demanda mucho los productos de origen vegetal.• El empacado al vacío es un valor agregado que adquiere el plátano pelado.• El plátano es de buena calidad.	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none">• Productos sustitutos.• Gran competitividad con otros países.• Afectación de cultivos por plagas.

La tabla de análisis FODA, brinda datos de la situación del producto tanto sus fortalezas de forma interna, las oportunidades que presenta el producto y el mercado europeo en general, las debilidades que conlleva su producción y las amenazas que existen a nivel ambiental y comercial.

En lo que se refiere a las fortalezas se puede destacar que el Ecuador es uno de los mayores exportadores en el mundo, por su plátano de excelente calidad muy gustosos para el paladar extranjero, otra fortaleza es que el plátano tiene múltiples usos para la cocina que es muy visto en mercado extranjero, y por último tiene mayor duración el empaçado al vacío y es donde se puede mantener los nutrientes del plátano en su totalidad.

Una de las debilidades son las barreras de entrada, ya que al momento de introducir un producto puedan existir ciertas dificultades con el ingreso a los mercados o que impidan el acceso de nuevos competidores, otra debilidad es no contar con personal experimentado para la elaboración de este producto, y por último no contar con la suficiente tecnología para el pelado y el empaque del producto.

Las oportunidades que tiene el producto es que el mercado de la Unión Europea demanda muchos productos de origen vegetal que con el transcurso de los años ha incrementado las importaciones de los productos de origen ecuatoriano, otra oportunidad es valor agregado al plátano que es el empaçado al vacío, donde se brinda mayor facilidad y accesibilidad a los consumidores, y por otra parte es la tendencia la compra de productos no perecederos, por su durabilidad, ya que hoy en día no se cuenta con suficiente tiempo y por ellos muchos productos tienden a dañarse y a la vez a desperdiciarse.

Las amenazas que se puede visualizar es que existe una variedad de productos sustitutos como lo es la yuca, papa, camote y entre otras más, que pueden ser una amenaza para el plátano porque varían mucho su nivel nutricional o su uso, otra amenaza es la tendencia de vida que se está llevando a cabo por una vida más saludable eliminando carbohidratos o dietas keto que utilizan sustitutos de plátano, otra amenaza es la competitividad entre países exportadores por sus innovaciones tecnológicas a poder cumplir las expectativas de los consumidores, y por último la mayor amenaza es por la afectación de cultivos por plagas que puedan surgir y pueda dañar el producto.

Análisis de la Demanda de Plátano Ecuatoriano en la Unión Europea

De acuerdo con la Cámara de Comercio de Quito (2020), el acuerdo Multipartes que tiene Ecuador con la Unión Europea que lleva en vigor desde el 2017 ha generado resultados positivos con un aumento del 11% en las exportaciones de Ecuador al bloque comunitario desde 2016, y también ha generado un incremento del casi 50% de productos ecuatorianos.

Cáceres (2022) informa que el Ecuador, para el año 2021, pudo cerrar con las cifras de exportaciones más altas de los últimos cinco años. En todo el año las exportaciones desde Ecuador alcanzaron los \$26.699 millones representando un incremento del 31% comparado al año 2020. Sin embargo, en el sector de banano y plátano tuvo un decrecimiento del 5% y se prevé que las razones de su bajada fueron la reducción de la demanda en ciertos mercados, en algunos casos por efectos de su economía y la lenta recuperación del precio del petróleo.

Trade Map (s.f.), indica que el código de *Plátanos incl. plátanos, frescos o secos* es el 080310 y el del Plátanos frescos o secos (plátanos excl.) 080390, estos códigos permiten que se pueda visualizar ciertos indicadores, por ejemplo, cuáles han sido los valores anuales de exportación que ha hecho el país de Ecuador hacia todo el mundo o comercios que se hayan realizado de forma bilateral, es decir, con otro país en específico. De acuerdo con Trade Map estos fueron los valores que se exportaron a los países de Alemania, Italia, España, Portugal y Francia en los años de 2018, 2019 y 2020.

Tabla 3

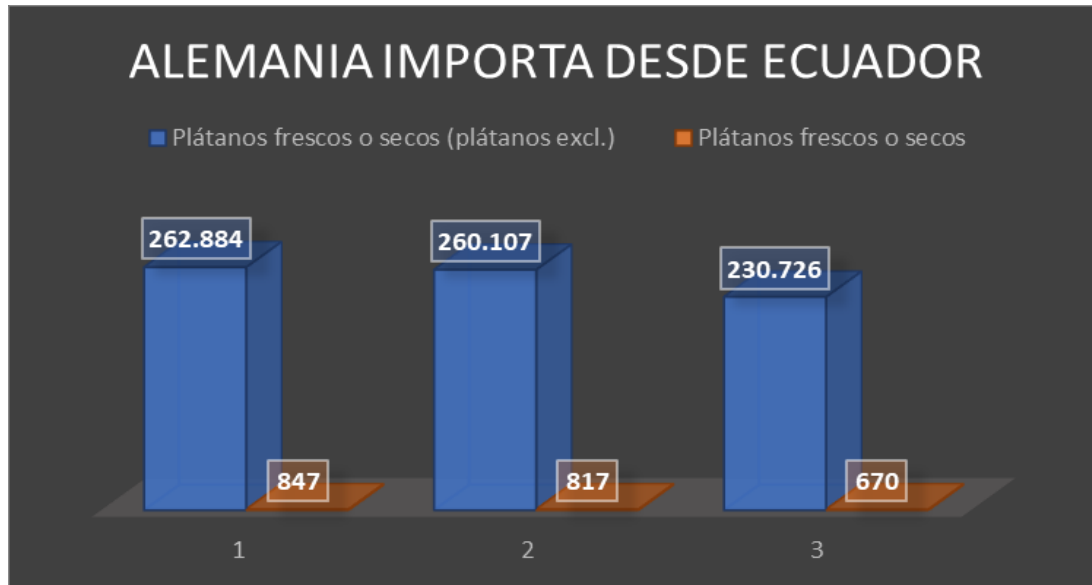
Importación de Alemania desde Ecuador

Código	del	Descripción	del	2018	2019	2020
producto		producto				
080390		Plátanos frescos o secos (plátanos excl.)		262.884	260.107	230.726
080310		Plátanos frescos o secos		847	817	670

Nota: Datos obtenidos de Trade Map (2020)

Figura 2

Importación de Alemania desde Ecuador



Fuente elaborada por: Trade Map (2020)

Se muestra que el Ecuador logró exportar grandes cantidades al mercado alemán desde el 2018-2020 donde se destaca los plátanos frescos o secos (plátanos excl.) con el código de 080390 y su vez una baja total de lo que son plátanos frescos o secos con el código de 080310. El mejor año fue el 2018 donde aún no existían problemas de pandemia, pero existiendo eso no se detuvieron la exportación existió una baja de un 12% en el año 2020 comparado con el 2018, lo que indica que existiendo cualquier otra variante se prevé que no se van a detener las exportaciones y que se puede mejorar con el transcurso del tiempo cualquier tipo de adversidad. Lo que indica que el plan de exportación de plátano empacado al vacío se lograría con éxito en el mercado alemán y lo cual es muy provechoso por los acuerdos entre la Unión Europea.

Tabla 4

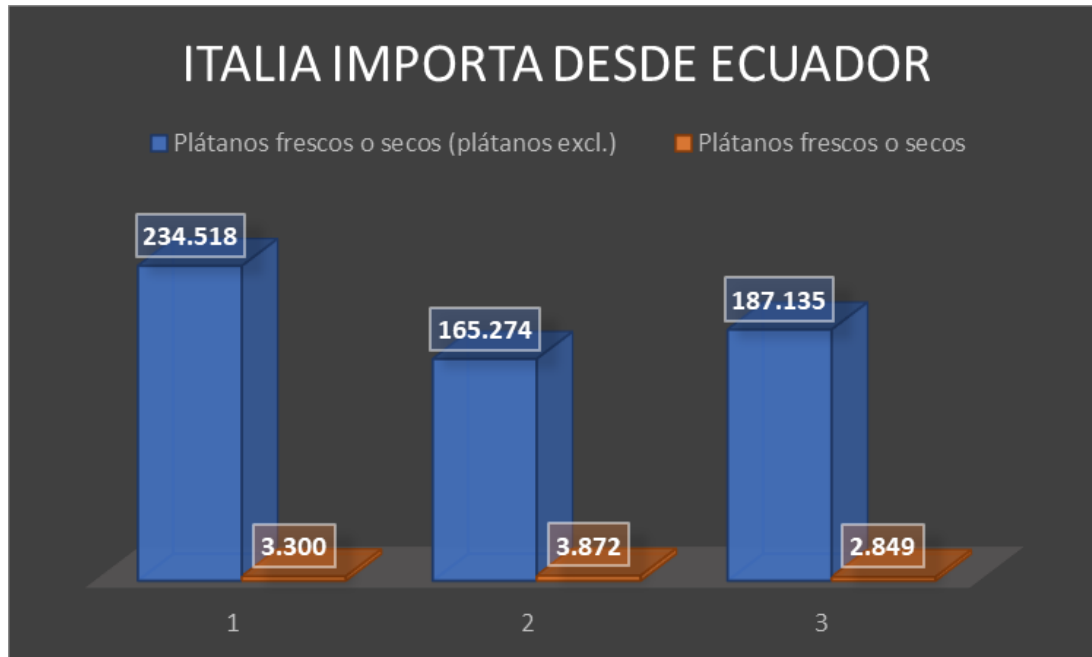
Importación de Italia desde Ecuador

Código del producto	Descripción del producto	del 2018	2019	2020
080390	Plátanos frescos o secos (plátanos excl.)	234.518	165.274	187.135
080310	Plátanos frescos o secos	3.300	3.872	2.849

Nota: Datos obtenidos de Trade Map (2020)

Figura 3

Importación de Italia desde Ecuador



Fuente elaborada por: Trade Map (2020)

Se muestra que el Ecuador logró exportar buenas cantidades de producto ecuatoriano a Italia en el 2018 con una cantidad de 234.518 de Plátanos frescos o secos (plátanos excl.) con el código de 080390 y pocas unidades de Plátanos frescos o secos con el código de 080310, pero en el 2019 existió una baja considerable lo cual se formó por una crisis económica en Italia la cual fue su menor tasa de crecimiento desde principios de 2013. Destacando, aunque existan adversidades el producto ecuatoriano seguirá exportando al mercado italiano sin que se destruyan las relaciones lo cual se destaca en el 2020 con su incremento comparado con el año anterior y sabiendo que hay crisis económica a causas de la pandemia.

Tabla 5

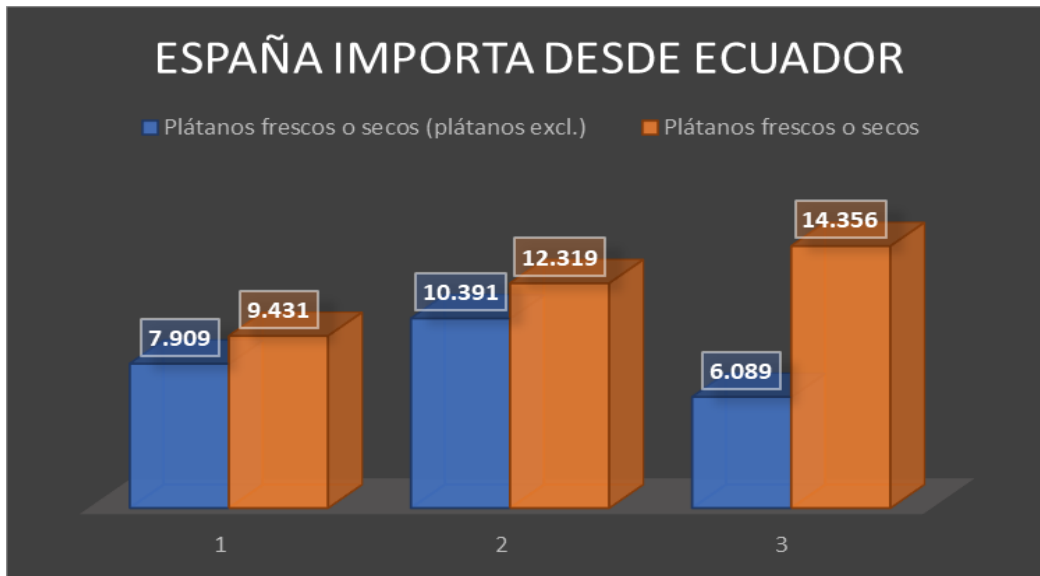
Importación de España desde Ecuador

Código del producto	Descripción del producto	del 2018	2019	2020
080390	Plátanos frescos o secos (plátanos excl.)	7.909	10.391	6.089
080310	Plátanos frescos o secos	9.431	12.319	14.356

Nota: Datos obtenidos de Trade Map (2020)

Figura 4

Importación de España desde Ecuador



Fuente elaborada por: Trade Map (2020)

De acuerdo al gráfico de barras las exportaciones de Ecuador por parte de Plátanos frescos o secos (plátanos excl.) con el código 080390 y Plátanos frescos o secos con el código 080310 fueron muy cambiantes en los últimos 3 años anteriores lo cual se vio bastante variado y que hubo un aumento del 50% en 2020 comparado con el 2018 con las exportaciones de Plátanos frescos o secos del código 080310, pero sabiendo esto, Expansión (2020), indica que en el 2020 existió un déficit en la balanza comercial porque cayeron todas sus importaciones donde se puede denotar que el producto ecuatoriano tiene más salida comparado a otros países.

Tabla 6

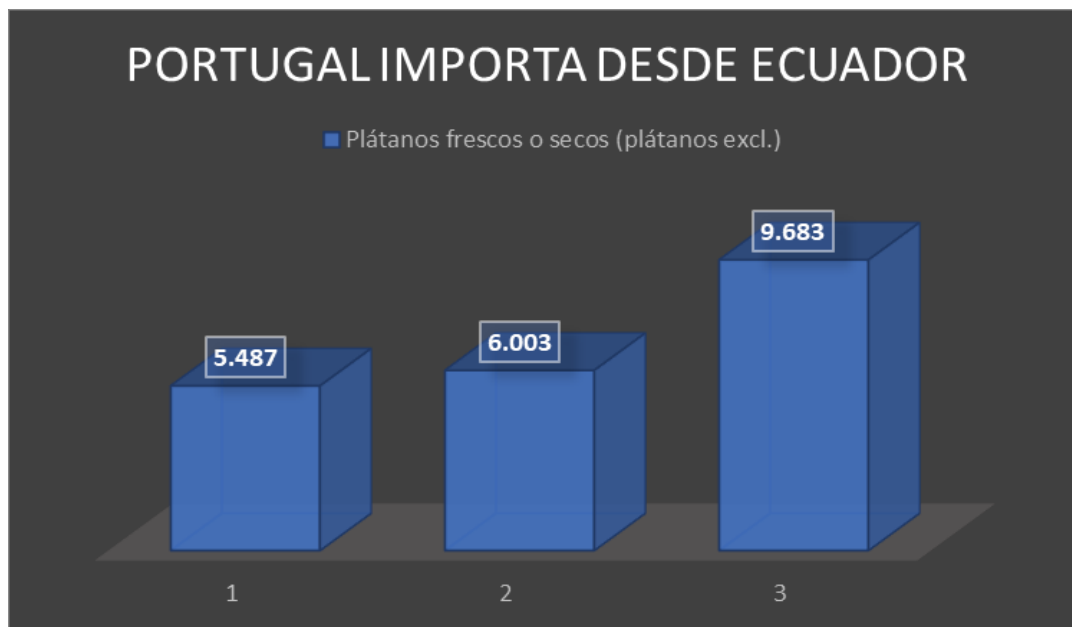
Importación de Portugal desde Ecuador

Código del producto	Descripción del producto	del 2018	2019	2020
080390	Plátanos frescos o secos (plátanos excl.)	5.487	6.003	9.683

Nota: Datos obtenidos de Trade Map (2020)

Figura 5

Importación de Portugal desde Ecuador



Fuente elaborada por: Trade Map (2020)

De acuerdo con el gráfico de barras el Plátanos frescos o secos (plátanos excl.) con el código 080390 tuvo sus bajas, pero al entrar al 2020 se obtuvo un alza del 176% comparado al año 2018. Sabiendo que en esa época las exportaciones del mundo disminuyeron por motivos de

pandemia, eso no detuvo las exportaciones de los ecuatorianos en este caso del Plátanos frescos o secos (plátanos excl.).

Tabla 7

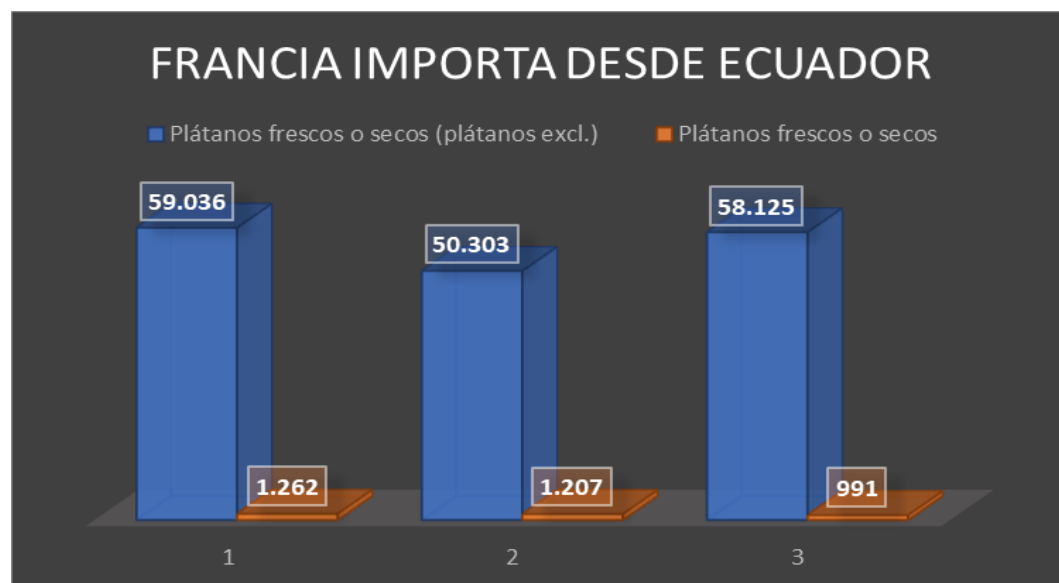
Importación de Francia desde Ecuador

Código del producto	Descripción del producto	del 2018	2019	2020
080390	Plátanos frescos o secos (plátanos excl.)	59.036	50.303	58.125
080310	Plátanos frescos o secos	1.262	1.207	991

Nota: Datos obtenidos de Trade Map (2020)

Figura 6

Importación de Francia desde Ecuador



Fuente elaborada por: Trade Map (2020)

Según el gráfico, de barras se nota que el producto ecuatoriano tiene acogida en Francia en este caso Plátanos frescos o secos (plátanos excl.) con el código 080390 y se denota que se debe incrementar la exportación de Plátanos frescos o secos con el código 080310. Algo más que se puede notar es el cambio del año 2019 que se disminuyeron las unidades en un 18% en comparación con el del año 2018, sin embargo, se incrementó del 116% en el año del 2020 comparado con el año 2016.

En conclusión, se puede visualizar como las exportaciones de Plátanos frescos o secos (plátanos excl.) y Plátanos frescos o secos han tenido salida en el mercado de Unión Europea y nunca se han detenido, habiendo existido tantas adversidades como la pandemia, problemas en la balanza comercial, crisis económica y entre otras cosas más. Es por ello que OEC (s.f.), indica que el Ecuador es el principal exportador de plátanos frescos o secos (plátanos excl.) en el mundo con un porcentaje de 24,1%.

Lo cual indica que el plan de exportación tendría una buena demanda en el mercado de la Unión Europea siendo su principal benefactor Alemania e Italia los cuales son los mayores importadores de plátanos frescos o secos (plátanos excl.) de la Unión Europea.

Datos del Banco Central del Ecuador

Según Banco Central del Ecuador (2019), de los 10 principales países que Ecuador exportó Banano y Plátano, tres son los países de la Unión Europea que el Ecuador logró exportar el producto del Banano y Plátano, caracterizado como un producto tradicional, durante el año de 2018 fueron los países de Italia con un total de 559,996.1 (TM) teniendo una participación del 8,2% a nivel mundial, Alemania con un total de 493,815.7 (TM) importadas representando un 7,3% de participación de mercado a nivel mundial y el país de Bélgica con un total de 215,419.2 (TM) y representando un total de 3,6% de participación de mercado

De acuerdo Banco Central del Ecuador (2020), durante el año 2019 las exportaciones de Banano y Plátano tuvieron una cifra de 6,875,421.9 (TM) exportadas alrededor del mundo, de los diez principales países importadores del producto tradicional, nuevamente son tres los países de la Unión Europea que llegaron a importar el producto; estos son Alemania teniendo un total de 350,689.8 (TM) representando un 5% de la participación de mercado, Holanda con una importación

de 253,907.8 (TM) teniendo una participación de mercado del 4,1% e Italia con 281,838.8 (TM) igualmente con una participación de mercado del 4,1%.

Para el Banco Central del Ecuador (2021), el año de 2020 las exportaciones de Banano y Plátano tuvieron una cifra de 7,260,507.78 de (TM) exportadas a nivel mundial, de los diez principales países importadores del producto tradicional, Italia, Alemania y Holanda nuevamente repiten como los principales países de la Unión Europea en importar el producto de Banano y Plátano, las cifras fueron Italia con un total de 307,922.25 (TM) y una participación de mercado del 5,3%, Alemania representando un total de 338,406.37 (TM) importadas teniendo una participación de mercado del 4,7% y por último Holanda con un total de 243,943.11 (TM) teniendo una participación de mercado del 3,6% a nivel mundial.

Para el Banco Central del Ecuador (2022), el año 2021 las exportaciones de Banano y Plátano tuvieron un total de 7.022 (TM) exportadas a nivel mundial, y el principal producto que más exportó dentro de la categoría de los productos tradicionales. Los principales países internacionales importadores de plátano son España con 18.013 (TM) importadas de Ecuador, Países Bajos con 6.072 (TM) importadas, y Bélgica un total de 5.521 (TM) importadas desde Ecuador en el año 2021.

No cabe duda que el Acuerdo Comercial que tiene el Ecuador con la Unión Europea ha beneficiado la producción agrícola a lo largo de los años y a su vez permite que el país se desarrolle de forma positiva a nivel económico, estos análisis se ven reflejados en los datos del Banco Central del Ecuador y también demuestra que a pesar de las adversidades que se han presentado a nivel mundial debido a la pandemia, el comercio no se ha visto afectado de una manera considerable, más si se ha podido mantener e inclusive por momentos incrementar.

Capítulo 5 Las Ventajas de Exportar con el Acuerdo Multipartes

Análisis del Entorno

Según Rodríguez y Meza (2017), era un tanto inimaginable que un bloque económico tan amplio como lo es el de la Unión Europea arrancará negociaciones con países menos desarrollados y con un bloque económico más pequeño, donde desde un punto de vista prematuro se podría llegar a la conclusión de que los únicos países beneficiados serían estos últimos. Ecuador ha tenido y mantiene todas las características de ser un país agrícola, este es conocido por ser productor y proveedor de materias primas.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (s.f.), para Ecuador esto representa una expansión de sus mercados:

- Brinda una ventajosa oportunidad de aumentar el volumen del comercio, ya que se disminuyen las barreras de entrada por lo que estos acuerdos comerciales se han centrado en eliminar las barreras arancelarias.
- Una oportunidad para los MIPYMES ecuatorianos (Las micro, pequeñas y medianas empresas) que obtienen acceso a mercados más grandes, siempre y cuando cumplan las normas internacionales de calidad que son requeridas.
- La Unión Europea es un mercado bastante diverso, donde habitan 28 países con diversidad de costumbres lo cual lo convierte en un mercado bastante amplio con diferentes tipos consumidores y de distintas preferencias. Dando así una oportunidad y una gran ventaja para nuevos exportadores ecuatorianos, ya que les permite incrementar las exportaciones no petroleras fácilmente por su ventaja del 0% de arancel.

Según datos del diario Expreso (2021), el sector banano y del plátano, en torno a las negociaciones, es el producto más representativo a nivel nacional después del petróleo, ya que consume el 28,38% de las exportaciones inclusive existió un aumento del 0,16% del PIB en 2020 a pesar de haber enfrentado problemas de fuerza mayor.

Rodríguez y Meza (2017), afirman que, a lo largo de la historia económica del país, el sector del banano y plátano se ha dado a notar gracias a su buen sabor y su alta calidad. Tales características que tiene el producto hacen de Ecuador un competidor mundial a nivel comercial,

transformándolo fácilmente en una figura amenazante para ciertos países productores y exportadores del mismo segmento comercial o del mismo sector.

De acuerdo a Inmaculada (2021), indica en la conferencia sobre los 46 acuerdos comerciales que son tratados en el mundo con 78 socios, exponiendo que son el área más grande acuerdos comerciales en el mundo. Destacando que el acuerdo comercial del Ecuador va en conjunto con las fronteras ecuatorianas que son con Colombia y Perú.

De acuerdo al Ministerio de Comercio Exterior (2017), tras la firma del Protocolo de Adhesión al acuerdo comercial, el banano ecuatoriano tiene apertura en el bloque europeo, sin embargo, su acceso quedó condicionado bajo un estricto reglamento que establece la salvaguardia y un mecanismo de estabilización del sector de banano y plátano.

Este mismo mecanismo indica que, además de poder cumplir con un cronograma de eliminación arancelaria, el cual aplica la Unión Europea a las mercancías originarias de Ecuador, también se reservan el derecho de subir los aranceles al sector bananero procedente del Ecuador, únicamente si ocurre el caso de que las exportaciones del sector bananero superen ciertos volúmenes de exportaciones durante un año o menos.

Desde que entró en vigencia el acuerdo multipartes entre el Ecuador y la Unión Europea los agricultores han aprovechado el 0% en los aranceles, donde los agricultores han tenido la oportunidad de tener precios de insumos razonables como son los fertilizante, abono, maquinaria y animales para reproducción. Por lo que se prevé que los mayores beneficiarios serán los agricultores porque van a poder fortalecer sus negocios familiares.

Beneficios del Contenido del Plátano

De acuerdo a García (2021), es beneficioso comer plátano para nuestra salud, ya que permite llevar un control de peso hasta como un quemador de grasa.

- El plátano ayuda a controlar el peso por sus altos niveles de fibra, donde lleva al consumidor a una sensación de saciedad y la eliminación de apetito, y así destacando que el plátano contiene la mitad de calorías que los carbohidratos convencionales.

- El consumo de plátano verde ayuda a bajar los niveles de colesterol LDL, el cual es colesterol malo y se encuentra en el hígado, pero, así como se elimina el colesterol malo suben los niveles de colesterol bueno que es el HDL.
- El consumo de plátano ayuda a la salud cardiovascular, por la eliminación de colesterol LDL de los vasos sanguíneos, evita ataques de corazón y también ayuda a la eliminación de posibles inflamaciones que existan en la zona del pecho.
- El plátano previene la diabetes, ya que el plátano regula los niveles de glucosa y así mismo puede disminuir el apetito, acelerar el metabolismo y la eliminación de acumulaciones de grasa.
- El plátano es un quemador de grasa, la cual se produce por la hormona glucagón que es la que se encarga en el proceso de termogénesis.
- El plátano es una fuente de energía y se utiliza mucho como energizante y aporta vitaminas como la B5 y triptófano que es un neurotransmisor que ayuda a conciliar el sueño, la eliminación de ansiedad y depresión.

Características del Producto

Según E-cuaproducts (s.f.), el plátano proviene de la familia de los musáceas y catalogado de la siguiente manera:

- **Tamaño:** El plátano (barraganete) puede llegar a medir unos 25 o 30 centímetros de largo.
- **Peso:** El plátano puede variar en su peso según el tamaño, dando un aproximado de 200 gramos.
- **Color:** El plátano tiene un color verdoso con una piel (cáscara) gruesa.
- **Fragancia:** Según Jorsasan (2018), el plátano tiene un olor neutral.
- **Sabor:** El plátano no es dulce, ya que apenas tiene hidratos de carbono sencillo o mejor conocido como azúcares.
- **Funcionalidad:** El plátano tiene una función para dietas balanceadas por sus altas vitaminas y sus diferentes beneficios, aparte también se pueden hacer harinas para platos de comida y hasta coladas.

De acuerdo a los puntos anteriores se nota que el plátano (barraganete) es multifuncional, ya que se destaca en muchos platillos culinarios y hasta recetas tradicionales donde no se pierde las costumbres de preparación y su empleo.

Según Interempresas (2019), el empaque al vacío mantendrá el producto con menos del 1 % de oxígeno evitando que se formen bacterias o hongos que permitan su descomposición, es por eso que se vuelve algo higiénico y de suma calidad un empaque al vacío manteniendo fresco el producto con su color, olor y sabor, ya que no se forman oxidaciones o deshidrataciones.

Valor Nutritivo / Datos Nutricionales

Tabla 8

Datos de nutrición del plátano (verde)

Dato	Cantidad
Calorías (kcal)	179
Grasa gramos (g)	0
Proteína (g)	1
Carbohidratos (g)	48
Fibra (g)	4
Vitamina C miligramos (mg)	27
Potasio (mg)	739
Vitamina B6 (mg)	0.44
Magnesio (mg)	55
Vitamina A microgramos (ug)	83

Nota: Datos obtenidos de Diario Libre (2021)

La tabla de datos nutricionales, indica que el plátano contiene 179 kcal (cantidad de energía que nuestro cuerpo almacena); contiene 0 gramos de grasa; 1 gramo de proteína (moléculas que se hallan en las células vivas); 48 gramos de carbohidratos (moléculas de azúcar); 4 gramos de fibra (componente de retención de agua); 27 miligramos de Vitamina C (antioxidante); contiene 739 miligramos de potasio (mineral para el desarrollo); 26 miligramos de Vitamina B6 (vitamina hidrosoluble); 55 miligramos de magnesio (nutriente); y por último contiene 83 microgramos de Vitamina A (vitamina liposoluble).

Acuerdos Comerciales

Actualmente el Ecuador ha cumplido 5 años desde que se firmó el acuerdo comercial con la Unión Europea el 1 enero de 2017. Son diversos los capítulos que incluye el acuerdo los cuales son:

Tabla 9

Acceso a bienes

Acceso a mercados:	La primera ventaja del acuerdo comercial fue la eliminación del 99.7% de aranceles a los productos agrícolas y el 100% de la eliminación de los aranceles a los productos industriales y pesqueros provenientes de Ecuador.
Productos agrícolas, Productos industriales y pesqueros	El banano por ser un producto sensible fue objeto de una negociación aparte con un arancel final de €75 por tonelada y una cuota anual atribuida por la Unión Europea.
Reglas de origen	Esta sección sirve para comprobar que un producto es originario o de la Unión Europea.
Medidas sanitarias y fitosanitarias	Este apartado contiene disposiciones que deben cumplir las exportaciones de los productos de origen animal y vegetal para poder ser exportados.
Contratación pública	El capítulo determina en qué condiciones las empresas de parte y parte pueden acceder a los mercados públicos de la otra parte y en qué sectores.

Nota: Datos obtenidos de Inmaculada (2021)

La tabla de acceso a bienes, indica cómo se lleva a cabo las exportación y como ha beneficiado a los ecuatorianos a lo largo del acuerdo comercial como es el 0% de aranceles a los productos industriales y pesqueros, que se respete las normas de origen para evitar que países terciarios sean beneficiados con productos de procedencia ecuatoriana, las medidas sanitarias y fitosanitarias son los protocolos de bioseguridad que se deben llevar a cabo para la correcta exportación, y la contratación pública del personal.

Tabla 10*Inversión y Servicios*

Trato Nacional	Esto señala que las empresas ecuatorianas tendrán el mismo trato cuando se invierta en Europa que en las empresas europeas, y viceversa.
Comercio Transfronterizo de Servicios	En este apartado se regulan los movimientos transfronterizos de todos los servicios.
Movimientos de Capital	Según este capítulo las partes autorizan cualquier pago y transferencia en la cuenta corriente de la balanza de pagos entre las partes.

Nota: Datos obtenidos de Inmaculada (2021)

La tabla de inversión y servicio habla sobre el trato nacional, es decir que las empresas ecuatorianas tendrán el mismo trato que empresas locales para inversiones en la Unión Europea lo cual es muy ventajoso para el país y sus empresas, el comercio transfronterizo de servicios es la facilidad de ingresar a prestadores de servicio a través de licencias y reconocimientos de profesionales, y el movimiento de capital son las inversiones que tienen mayor tasa de interés, ya que resulta más rentable por su tipo de cambio y retorno.

Tabla 11*Temas transversales*

Medidas Defensa Comercial	En este capítulo se regulan las posibles diferencias entre socios.
Política de Competencia	En esta sección se fomenta que la competencia entre empresas sea leal y pacífica.
Propiedad Intelectual	Este capítulo protege a las empresas de los usos indebidos de los derechos de propiedad intelectual.
Desarrollo Sostenible	En este apartado las partes se comprometen a respetar los compromisos laborales y ambientales y a no usar el comercio como excusa para degradar los derechos ambientales y los derechos de los trabajadores.
Solución de Diferencias	Bien como su nombre lo indica este capítulo fomenta el poder solucionar las posibles diferencias entre empresas.

Nota: Datos obtenidos de Inmaculada (2021)

Los temas transversales son, las medidas defensa comercial que tratan sobre las medidas antidumping, medidas compensatorias y medidas salvaguardia se las puede aplicar si se comprueba por medio de una investigación que existe el dumping, subvención o aumento de las importaciones, que provoquen un daño a las industrias. La política de competencia es el ingreso de nuevas empresas al mercado de bienes y servicios, la propiedad intelectual es la protección de derechos hacia la marca de acuerdo a su composición para que otras marcas compiten, el desarrollo sostenible indica que las empresas se comprometen a cuidar todo lo que involucre un compromiso laboral y ambiental, y que no utilicen dicho comercio como una razón para rebajar dichos derechos. La solución de diferencia es para que exista una fluidez de comercio con diferentes empresas.

Tabla 12

Diálogo Institucional

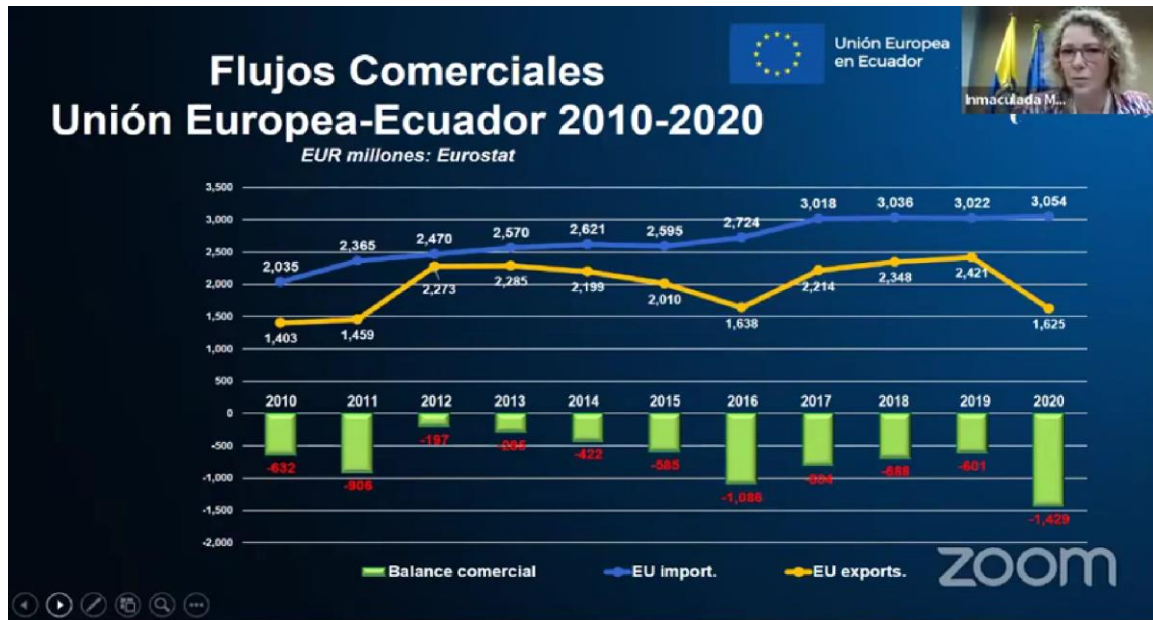
Comité del Comercio	En este capítulo las partes discuten los problemas que han surgido durante todo el año y se trata de resolver dichos problemas entre las partes. Estas discusiones se hacen a nivel ministerial.
----------------------------	--

Nota: Datos obtenidos de Inmaculada (2021)

La tabla de diálogo institucional, expone sobre el comité del comercio que trata sobre problemas que puedan existir entre ambos países, donde se van a discusiones para lograr resolver los inconvenientes presentados.

Figura 7

Flujos Comerciales UE-Ecuador 2010-2020

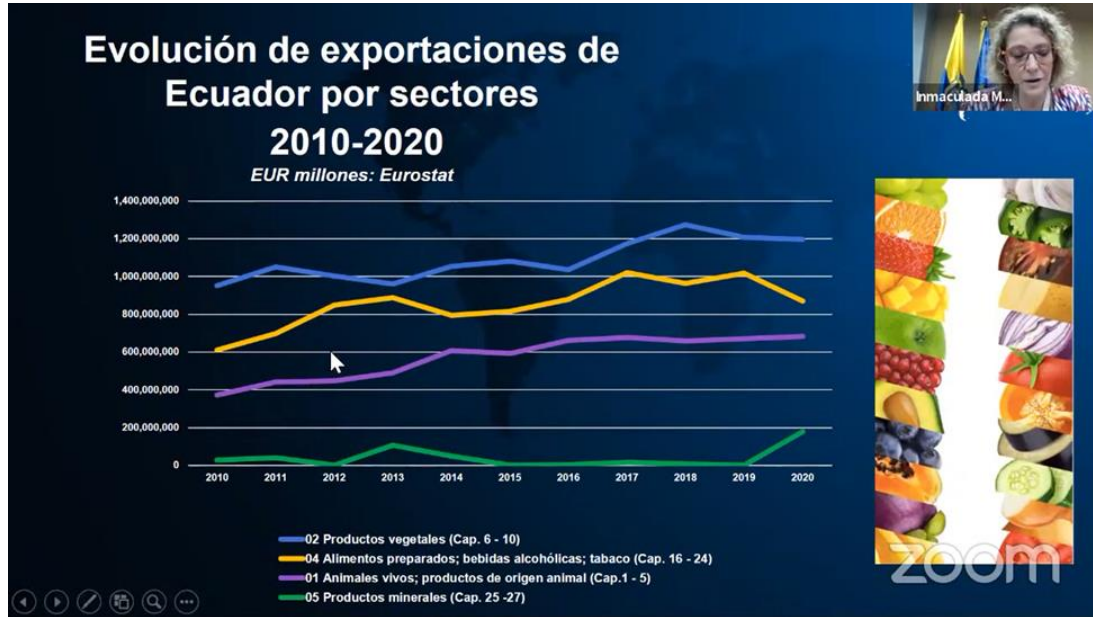


Fuente elaborada por: Inmaculada (2021)

El Flujo comercial de la Unión Europea es muy cambiante en el transcurso de los años, como se lo demuestra en el gráfico destacando que son mayores las importaciones de producto ecuatoriano a las exportaciones de la Unión Europea al Ecuador. Lo cual se destaca el Ecuador que va creciendo al pasar de los años aprovechando el acuerdo con la Unión Europea, aunque se ve una baja mínima en el 2015 con un margen del 99.01% lo que equivale a un -0.026 millones menos a comparación del 2014, pero a pesar de esa mínima se recuperó en transcurso del año hasta el año 2018, ya que el 2019 existió un margen 99.54% que equivale a -0.014 millones menos a comparación del año anterior, y algo que fue de gran valor fue que a pesar de existir una pandemia el Ecuador nunca detuvo sus exportaciones subiendo un margen a un 101.06% lo que equivale a un 0.032 millones más que en el 2019.

Figura 8

Evolución de exportaciones de Ecuador por sectores 2010-2020



Fuente elaborada por: Inmaculada (2021)

El gráfico lineal es la representación de cómo ha evolucionado la exportación de productos ecuatorianos a la Unión Europea, exponiendo que los productos de origen vegetal son de mayor volumen y consumo en la Unión Europea por sus altas cifras en el transcurso de los años, en comparación con diferentes productos que son de valor agregado, animales vivos y minerales.

Capítulo 6 Elaboración de la Propuesta de Exportación de Plátano Empacado al Vacío para la Unión Europea.

Ciclo de Vida del Producto

Según DeVaney (2021), un plátano es típicamente una planta tropical, estas tienen un tiempo de madurez de brote que puede ser alrededor de 18 meses, dependiendo de la variedad.

Inicio del Ciclo de Crecimiento de los Plátanos

El plátano comienza su ciclo de vida en el punto del crecimiento pequeño en un rizoma, la parte donde se almacena agua de una planta. Los plátanos pueden cultivarse en cualquier época del año en zonas templadas, mientras que en zonas tropicales se recomienda cultivar a inicios de temporadas lluviosas. La planta de plátanos se desarrolla mejor en tierras fértiles, requiere de mucho sol y una calidez de por lo menos 12 horas al día. Una gran parte de las variedades crecen de 67 a 80 grados Fahrenheit, es decir, de 20 a 27 grados Celsius; la primera hoja aparecerá de 4 a 10 días luego del plantado.

Producción de Hojas

Los plátanos crecen en climas cálidos y húmedos, estos responden bien a la fertilización. Bajo condiciones óptimas la planta emerge una nueva hoja cada 6 a 8 días. El punto de crecimiento, desde donde crecen las hojas, puede producir de 35 a 50 hojas dependiendo de la estatura del plátano y su variedad, en áreas cálidas la planta puede llegar a medir hasta 60,96 centímetros en una semana.

Momento de Cosecha

El fruto del plátano madura completamente de 11 a 16 meses luego del plantado. Estos árboles pueden llegar a medir 5,48 metros, pero muchas variedades crecen completamente cuando tienen de 1,82 metros a 3,04 metros de altura. Un punto importante a considerar es que los plátanos se cosechan cuando todavía están verdes, maduran lentamente después de ser cosechados.

Según Romona (s.f), las hojas no deberían cortarse muy deprisa o el rizoma podría ser privado de alimento ya que después de que el árbol haya producido, las hojas son la única fuente

de energía que permitirán que el rizoma se recargue y así empiece con el crecimiento de la siguiente temporada.

Ciclo de Producción de Producto

De acuerdo a Graciela (2019) el ciclo de producción se divide en diversos procedimientos los cuales son:

Ecología del Plátano

Las condiciones climáticas deben ser las adecuadas para la producción del banano, estos tipos de condiciones se dan entre los 0 grados y 15 grados y una altitud de 0 a 300 m.s.n.m con una temperatura promedio de 27 grados centígrados.

Precipitación

En este proceso se recomienda sembrar el plátano en zonas que contengan ciertos niveles de precipitación que rondan los 2.000 mm y 3.000 mm distribuidos equitativamente a través de todo el año.

Suelos

Se procede a eliminar todo aquello que pueda impedir la siembra de la semilla, luego arar a una profundidad entre los 25 y 30 cm, después rastrillas a los 15 días y nivelar con una rastra.

Riego

Esta función dependerá de los requerimientos hídricos de las plantaciones, tipo de suelo, calidad de agua y regímenes de lluvia. No olvidar que es necesario contar con un buen sistema de drenaje para evitar cualquier exceso de agua sobre el terreno que puedan causar las condiciones climáticas.

Ahoyado

En cada sitio que se selecciona para la plantación se hace normalmente un hueco de 50 x 50 x 50 cm, dependiendo del tipo y tamaño de semilla. De la misma manera se aplicarán los abonos, materias orgánicas, etc.

Siembra

Una vez que se elaboran los huecos, se procede a tapar con tierra compactando con el objeto de tratar de no dejar espacios vacíos.

Fertilización

En el cultivo del producto se establece un programa de fertilización el cual es necesario realizar un análisis del suelo y foliar cada año. Normalmente se recomienda el uso de componentes orgánicos que contengan Potasio y Nitrógeno ya que son los principales elementos que se extraen por la planta.

Deshije

Básicamente el proceso es dejar cada planta con su hijo y nieto, es decir, que una unidad de producción sea completa para que pueda garantizar que el número y el tamaño de los racimos por hectárea sea el óptimo y que la plantación pueda mantenerse como un cultivo perenne. La frecuencia de este proceso es entre 6 y 8 semanas.

Embolse

Sencillamente radica en proteger el racimo con una funda del ataque de las plagas y de efectos erosivos causados por hojas o productos químicos. Lo recomendable es realizar dos ciclos por semana.

Desvío del Puyón o Hijo

Separar el hijo de la planta madre para evitar que exista un daño a la fruta por el roce de sus hojas.

Deshoje

Consiste en eliminar las hojas secas, quebradas y viejas que puedan causar un deterioro en la calidad del racimo o ser un canal de propagación de plagas que dañen el racimo. Este proceso se realiza uno o dos ciclos semanales.

Cosecha

Se procede a cortar los racimos que cumplan con las condiciones de calibración y la edad estipulada por la comercializadora, la cosecha se realiza semanalmente. Luego se continúa con el transporte de los racimos hacia las empacadoras donde se dividirán las manos del racimo en pequeños gajos de acuerdo a las especificaciones.

Proceso de Empacado al Vacío / Presentación del Producto

De acuerdo con Interempresas (2019), el proceso que se lleva a cabo para poder empacar al vacío es:

Preparación

Se coloca el producto en bolsas especiales.

Extracción de Aire

Se coloca dentro de las máquinas preparando una abertura, donde se iniciará la extracción del aire para su sellado al vacío.

Introducción de Aire

Cuando el empaque se encuentra sellado herméticamente al vacío se aplica una presión de aire al exterior del empaque para que se mantenga la presión estando fuera de la cámara. El producto mantendrá su frescura y sabor por más tiempo.

De acuerdo a envasadores al vacío (s.f.), el empaque al vacío brindará al plátano una duración de 15- 20 días desde el momento en que se introduce el producto al empaque a una temperatura de 4 grados Celsius.

Muestra

Figura 9

Muestra del plátano empacado al vacío



Normativa de Servicio Ecuatoriano de Normalización- INEN: Etiquetado

De acuerdo con el Servicio Ecuatoriano de Normalización (2011), los requisitos obligatorios para la rotulación del producto envasado deben aparecer la información de cómo vaya a emplearse:

Nombre del Alimento

El nombre del alimento debe indicar la principal y verdadera naturaleza del alimento, y este debe ser específico y no genérico.

Lista de Ingredientes

Debe declararse la lista de los ingredientes, salvo cuando se trate alimentos de un único ingrediente.

Contenido Neto y Masa Escurrída (Peso Escurrído)

Se debe declarar en el panel principal el contenido neto en unidades del Sistema Internacional (SI), de la siguiente forma:

- En volumen, para los alimentos líquidos.
- En masa, para los alimentos sólidos.
- En masa o volumen, para los alimentos semisólidos o viscosos.

Identificación del Fabricante, Envasador, Importador o Distribuidor

En este punto se debe identificar el nombre del fabricante, envasador o propietario de la marca; en el caso de productos importados además debe indicarse el nombre y la dirección del importador y/o distribuidor o representante legal del producto.

Ciudad y País de Origen

Como bien el punto lo señala, debe indicarse la ciudad o localidad (para zonas rurales) y el país origen de los alimentos.

Identificación del Lote

Cada envase debe llevar impresa, grabada o marcada de forma indeleble, un código precedido de la letra “L” o la palabra “Lote”, que permita la trazabilidad del lote.

Marcado de la Fecha e Instrucciones para la Conservación

Se declarará la fecha máxima de consumo o fecha de vencimiento. La fecha debe declararse de manera legible, visible e indeleble.

Instrucciones para el Uso

El rótulo debe contener las instrucciones que sean necesarias sobre el modo de empleo, incluido la reconstitución, si el caso lo amerita, para asegurar una correcta utilización del alimento.

Alimentos Modificados Genéticamente o Transgénicos

Se debe indicar en la etiqueta del producto, en letras resaltadas “ALIMENTO MODIFICADO GENÉTICAMENTE”, si los productos de consumo a comercializarse han sido obtenidos o manipulados de forma genética.

Registro Sanitario

En el rótulo de los alimentos procesados, envasados y empaquetados, en un lugar visible y legible debe aparecer el Número de Registro Sanitario expedido por la autoridad sanitaria competente.

Registro Sanitario – Ecuador:

Según la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) (s.f.), indican que es un certificado sanitario de exportación, donde los exportadores deben afirmar que son de buena calidad y de seguridad, ya que muy aparte de eso el documento pronuncia que el producto es de uso o consumo humano y que es producido en el Ecuador.

Alimentos Procesados

Es todo componente alimenticio natural o artificial que es para consumo humano que ha sido sometido a métodos tecnológicos a transformaciones, modificaciones y conservaciones, el cual se distribuye y se comercializa acorde a la marca de la fabricación determinada.

Titular del Certificado Sanitario de Exportación

La persona natural o jurídica sea nacional o extranjero por quien es emitido el certificado sanitario de exportación y el cual se convierte en el responsable jurídico, que se debe encargar con las normas de calidad, seguridad y eficacia del producto.

Titular del Producto

Persona sea natural o jurídica que es propietaria del producto y quien debe demostrarse bajo documentación.

Transformación de Alimentos

La acción que modifique o altere el producto inicial, que puede ser el ahumado, tratamiento térmico, la maduración, el secado, la extracción, el marinado, la extrusión o cualquier combinación de dichos procedimientos.

Requisitos Obligatorios

- La marca o el nombre comercial del producto.
- La presentación comercial o su forma de presentación.
- Los materiales que se usarán para el envase primario y secundario.
- Los contenidos Netos.
- En caso de no ser el titular del producto, se debe presentar la razón social del fabricante y del titular del producto.
- El solicitante debe presentar la ciudad y dirección.
- El número RUC del titular del producto.
- Los permisos de funcionamiento.
- El nombre del país donde se exportará el alimento procesado.
- Las cantidades y los números de lotes a exportar.
- El tiempo de vida útil del Producto.
- Las condiciones de almacenamiento.
- Si se aplican bebidas alcohólicas, indicar el grado alcohólico.

Requisitos especiales

- a. Autorización debidamente suscrita por el titular del producto para solicitar el Certificado Sanitario de Exportación, cuando proceda;
- b. En caso de maquila, la autorización, poder o contrato del fabricante para la elaboración del producto en un establecimiento nacional;
- c. Especificaciones del alimento procesado terminado;

- d. Especificaciones físicas y químicas del material de envase, bajo cualquier formato emitido por el fabricante o distribuidor;
- e. Formulación cuali-cuantitativa del producto;
- f. Certificado de análisis de control de calidad con especificaciones de calidad del producto terminado del lote o los lotes a exportar, con firma, nombre y cargo de la persona responsable. El certificado de análisis de control de calidad por lote a exportar deberá ser emitido por un laboratorio acreditado o por el laboratorio de la Planta Procesadora de Alimentos siempre que se encuentre calificado en el Certificado de BPM o rigurosamente superior; y,
- g. Comprobante de pago por el valor correspondiente al importe del Certificado de Exportación, que será igual al importe para obtener el Certificado de Libre Venta en base a la normativa vigente.

Documentos Necesarios para la Exportación de un Producto desde Ecuador

Weisson (2016) afirma que las exportaciones son el régimen aduanero que puede dar salida definitiva de las mercancías fuera de tierras ecuatorianas o a una zona especial de Desarrollo Económico según a las disposiciones establecidas en la normativa legal.

Luego de haber adquirido el certificado digital para la firma electrónica autenticado por el Banco Central del Ecuador o Security Data, haberse registrado en el sistema de ECUAPASS, y haberse también registrado adicionalmente en el Ministerios de Industrias y Producción. Se puede iniciar con el proceso de exportación el cual inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE), y los datos que se consignan en estos son:

- Datos del exportador o declarante.
- Descripción de la mercancía.
- Datos del consignante.
- Destino de carga
- Cantidades.
- Peso.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura Comercial original.
- Autorizaciones previas.
- Certificado de Origen Electrónico.

Una vez sea aceptada la DAE, la mercancía ingresa en zona primaria del distrito en donde se embarca el producto, luego el depósito temporal registra y almacena previo a su exportación.

- Canal de aforo documental.
- Canal de aforo físico intrusivo.
- Canal de aforo automático.

Documentos Necesarios para el Acceso del Producto en la Unión Europea

Según la European Commission (s.f.), indica que al exportar a la Unión Europea se está entrando a un mercado muy extenso de más de 500 millones de consumidores en 28 países. Para poder acceder a este mercado de la Unión Europea, se debe seguir ciertos trámites, que se tratan de:

- La clasificación de productos y sus códigos correctos de acuerdo al producto.
- Se debe completar una declaración en aduanas, donde se debe incluir ciertos documentos: administrativo único, la factura comercial, los documentos de flete, seguro y una lista de los bultos.
- Se debe calcular los aranceles y las cuotas que sean aplicables como, por ejemplo, a productos agrícolas, los que conlleva IVA y a algunos impuestos especiales que pertenecen a los países de la Unión Europea.
- La preparación de los productos que van de exportación a la Unión Europea, lo cual debe cumplir cierto régimen especial y específico en lo que material de seguridad, salud animal, sanidad, etiquetado y embalaje, y las normas de comercialización.
- La búsqueda de organismos nacionales y la inspección en los puestos fronterizos competentes.

Proveedores

Según EUROPAGES S.A. (2021), son 6 las principales empresas a nivel nacional que proveen el plátano hacia mercados internacionales, estas son:

Tabla 13

Principales empresas exportadoras de plátano hacia mercados internacionales

Empresas	Ubicación
Perlita Sweet	Guayaquil-Ecuador
Fruta Star	Guayaquil-Ecuador
Goodlife Ecuador S. A	Guayaquil-Ecuador
Coragrofrut S. A	Guayaquil-Ecuador
Delsunco Ecuador S. A	Guayaquil-Ecuador
Platanom Macho S. A	El Carmen (Manabí)-Ecuador

Nota: Datos obtenidos de Europages S.A. (2021)

De acuerdo a la tabla, estos son los 6 principales exportadores de plátano barraganete del Ecuador, que no solo son exportadores sino también productores y es así como pueden tener un mayor control de calidad del producto desde la siembra hasta el cosechado, ya que así pueden cumplir los estándares de calidad para poder realizar las exportaciones.

Requisitos para ser Registrado como Exportador

De acuerdo con el Servicio de Rentas Internas (2021), hay requisitos que se necesitan cumplir de forma obligatoria y otros requisitos que son especiales, estos son:

Requisitos Obligatorios:

Requisitos (básicos) para poder hacer el trámite de manera presencial.

- Cédula de identidad (Presentación).
- Certificado de votación (Presentación).
- Formulario de registro en el catastro de exportadores.

Requisitos Alternativos para el Canal Presencial (estos suplen la presentación de un requisito básico).

- Pasaporte ordinario (Presentación).
- Certificado de presentación (Presentación).
- Certificado de exención (Presentación).

Requisitos para Ingresar el Trámite a través del Portal SRI de Manera Online.

- Número de identificación del contribuyente.
- Clave de acceso a servicios en línea.
- Formulario de registro en el catastro de exportadores.
- Nombramiento de representante legal (Opcional).

Requisitos Especiales:

Segmentos específicos o terceros autorizados.

- Carnet de refugiado.
- Carta de autorización en línea.
- Poder general o especial.

Requisitos para Obtener el Certificado de Firma Electrónica

De acuerdo a El Universo (2020), la firma electrónica es para gestionar trámites como la facturación electrónica, el papeleo en el servicio de aduanas del Ecuador o Senae (ECUAPASS), las compras públicas y entre otras cosas más.

Banco Central (2020), informa sobre los requisitos que debe cumplir la persona natural para la obtención de la firma electrónica.

- La digitalización de la cédula de identidad o pasaporte a color.
- La papeleta de votación digitalizada, con excepción a las personas mayores a 65 años que no están obligadas a votar, a personal de la policía nacional y personas con discapacidad.

- Digital de las facturas de agua, luz y teléfono.

Para agentes aduaneros o dedicados a la importación y exportación, deben ingresar el número RUC en el formulario que tienen de solicitud.

Obtención del Token

De acuerdo con el Registro civil (s.f.), para la obtención de la firma electrónica en token, que es un dispositivo criptográfico de suma seguridad que solo tiene vigencia 2 años con un costo de \$49 dólares norteamericanos sin IVA, la renovación tiene un costo de \$18 dólares norteamericanos sin IVA y esta firma electrónica es muy importante, ya que te permite realizar los trámites en el sistema de ECUAPASS y VUE.

- Ingresar a la página web www.eci.bce.ec
- Dar clic en la pestaña de firma electrónica.
- Entrar a la pestaña de solicitud de certificado.
- Completar el formulario y adjuntar los requisitos solicitados (los documentos mencionados en la firma electrónica).
- Al finalizar y enviar el formulario, debe esperar a recibir un correo el cual notifica que se registró correctamente su solicitud.
- Al ser aprobada la solicitud, deberá acercarse a realizar el pago en ventanilla en las agencias del registro civil en donde se solicitó el servicio.
- Finalmente recoger el certificado en la oficina que escogió portando su cédula de identidad o pasaporte.

Proceso de exportación

Según Sector Export (2020) los procesos de exportación son los siguientes:

Paso 1: Cierre Comercial de la Operación

El procedimiento de exportación en las empresas empieza cuando dos o más empresas cierran un acuerdo de compra-venta de cualquier producto, se negocia el tipo de entrega a un precio determinado.

Paso 2: Envío de Contrato e Instrucciones Documentarias

Finalmente, cerrado el acuerdo bilateral entre las partes, el siguiente paso es formalizar la operación, es decir, el comprador debe o debería establecer el tipo de documentación internacional será la que especificará cómo se realizará la importación.

Paso 3: Fabricación y Embalaje del Producto

El fabricante deberá producir las cantidades del producto pactadas con el comprador y también deberá elaborar un embalaje y etiquetado del producto adecuado a las condiciones del comprador y a los requisitos del país de destino.

Paso 4: Nominación del Transportista

De acuerdo al incoterm pactado, el exportador o importador tendrán que delegar a un transitario o empresa de transporte que se haga cargo de la logística internacional. El transporte marítimo se encargará del proceso de booking del contenedor y la reserva del barco.

Paso 5: Recogida de la Mercancía

Según el Incoterm acordado, el transportista denominado para el proceso logístico deberá enviar el camión o contenedor de carga al punto de recogida de la mercancía.

Paso 6: Transporte hasta Puerto

La mercancía cargada será depositada en la terminal marítima.

Paso 7: Trámites de Exportación

Se realizaron las gestiones aduaneras y el despacho de exportación. El registro se llevará a cabo a través del sistema integral de gestión aduanera.

Según SENA (2021), el proceso de exportación comienza con la transmisión electrónica de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) por medio del sistema ECUAPASS, esta es acompañada de una factura comercial, proforma o documento preliminar de la transacción comercial y una documentación con la que se cuente previo al embarque.

Paso 8: Estiba y Carga de la Mercancía

La empresa de estiba será la encargada de los desplazamientos del contenedor o mercancía dentro del medio de transporte internacional.

Paso 9: Transporte Internacional

El transporte puede ser marítimo, terrestre o por aéreo de acuerdo al medio de transporte utilizado. El transporte también puede ser considerado polivalente, cuando la mercancía pasa por diversos medios de transporte diferentes.

Paso 10: Descarga y Trámites de Importación

Una vez llegado al país de destino, la empresa de estiba deberá descargar las mercancías. Estas mercancías quedarán almacenadas temporalmente a disposición del personal de importación y aduanas hasta el despacho de la mercancía. En el despacho de importación se pagarán los aranceles correspondientes en función del Código de mercancía y el origen del producto. Luego de que la mercancía esté declarada y apta para utilizarla en el país importador, la empresa de transporte de destino recogerá la mercancía de la terminal y se entregará en el punto de entrega pactado.

Canales de Comercialización

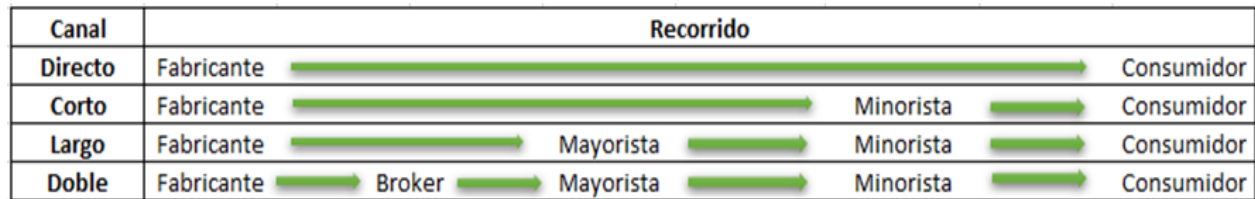
De acuerdo a da Silva (2020), el estudio académico para la selección de los canales de distribución, dependerá de 4 factores:

- Factor 1: Hábitos de consumo.
- Factor 2: Características del producto o servicio.
- Factor 3: Organización del producto.
- Factor 4: Estructura del negocio.

Un punto importante a destacar es que los distintos canales de distribución tienen en consideración el número de intermediarios entre el producto y el consumidor final.

Figura 10

Canales de distribución



Fuente elaborada por: Anónimo (2014)

Da Silva (2020) nos indica que existen 4 tipos de canales de distribución, tales como indica la Figura 8 o 9, los cuales son:

- Canal de distribución Directo: En este canal la empresa es la única en producir el producto y es responsabilidad de la misma hacer que el producto terminado llegue al consumidor final.
- Canal de distribución Corto: En este caso el número de intermediarios es reducido, de manera que hay solo un intermediario minorista. Es decir, el fabricante vende al minorista y luego este lo vende al consumidor final.
- Canal de distribución Largo: En este canal existen al menos un mayorista y un minorista donde los productos salen de la fábrica y se envían a un distribuidor que los reenvía a la tienda y éste vende al consumidor final.
- Canal de distribución Doble o Indirecto: En este canal los intermediarios hacen la entrega del producto. En este tipo el fabricante no tiene un gran control sobre la distribución del producto, pero es posible alcanzar un mayor número de clientes.

El canal de distribución, bien es mencionado anteriormente, deberá elegirse de acuerdo a distintos factores de mercado y producto. Para el plan de exportación lo recomendable sería aplicar a un canal de distribución largo ya que, en el sector agrícola, en este caso el sector del banano, siempre se busca cosechar y exportar una gran cantidad del producto para que pueda existir un buen margen de utilidad y en la Unión Europea existen grandes empresas multinacionales que pueden adquirir dicho producto al por mayor y una característica del Ecuador es la producción al por mayor de los productos agrícolas.

Otro canal de distribución recomendado para el plan de exportación sería el canal de distribución doble o indirecto, principalmente porque el hecho de tener más intermediarios permite un mayor acceso a mercados internacionales, y este es importante si se quiere llegar al mercado de la Unión Europea, tal vez el margen de utilidad sea menor que con el canal de distribución largo pero ayudará a posicionar el producto en distintos puntos de venta de la Unión Europea y a eso se le denomina una extensión de mercado el cual puede ser beneficioso a largo plazo.

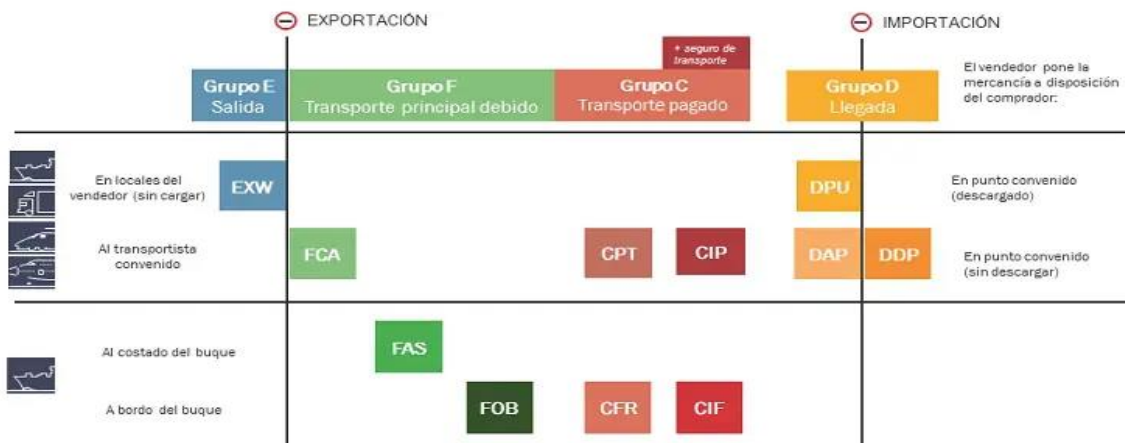
Incoterms

De acuerdo Agent Comex EC (2020), indica que las reglas de incoterms se regulan por un conjunto de 3 letras para delegar las responsabilidades de la compañía a base de contratos de compra y venta de mercancía.

Las reglas de incoterms indican, el momento y en donde se produce la transferencia de riesgo de la mercancía del comerciante al comprador. Destinando el lugar de transferencia del producto, con quien se lo contrata y con quien paga los costos de transporte y seguro, y por último la tramitación de la documentación por ambas partes del comprador y del vendedor.

Figura 11

Términos Incoterms



Fuente elaborada por: Agent Comex Ec (2020)

Lo mencionado en la imagen produce la elección a los incoterms que están a bordo del buque FOB, CFR y CIF, porque su transporte es marítimo y aguas navegables.

- FOB: El transporte ocurre en la nación de inicio, cuando el comerciante deja los productos en la bodega del barco, apilados y estibados, y con la libertad de la mercancía previamente terminada. La obligación del vendedor por cualquier daño o pérdida de los productos pasa al comprador una vez que la mercancía ha sido proclamada a bordo del barco, lo que sugiere que el transportista tiene el cuidado y el control de los productos.
- CFR: El transporte corre a cargo del vendedor, pero el peligro de esta excursión corre a cargo del comprador. El comprador debe estar seguro de que la protección de los productos va en su detrimento. El transporte se produce cuando la mercancía se sube a bordo del barco, al igual que en el FOB, con la importante diferencia de que en el CFR el vendedor debe conseguir el vehículo mundial y pagar la carga.
- CIF: El transporte fundamental lo paga el vendedor, pero el peligro de ese tramo corresponde al comprador. La protección de la mercancía la paga el vendedor, que tiene que poner al comprador como destinatario. El transporte se produce cuando la mercancía se coloca a bordo del barco. El comprador tiene la obligación de adquirir un seguro de Institute Cargo Clauses C (ICCC), donde se cubre todo tipo de daños al producto en caso de existir un incendio o explosión, existir naufragio, choque de buques y entre otras más.

Este plan de exportación se recomienda escoger el incoterm FOB, con significado franco a bordo que da que el vendedor se encargue de cargar la mercancía y así disminuyendo su riesgo, y dando toda la responsabilidad al importador el cual se hará cargo de todos los riesgos que puedan surgir con la carga a bordo.

Las responsabilidades del vendedor sólo será la preparación de la mercancía, la carga y transporte al puerto de origen, despacho aduanero donde presenta los recibos, facturas y cualquier otro documento que exija la autoridad aduanal.

La responsabilidad del comprador en este caso el importador, donde incluye la descarga y el transporte hacia su almacén, y se sabe que no es obligación la adquisición un seguro se puede hablar entre ambas partes la adquirir uno o todo se encarga el importador.

País de Destino

El segmento de mercado seleccionado, para el plan de exportación, es el país de Alemania.

El mercado alemán ha tenido una gran participación de mercado, con respecto a los últimos años, en la compra del plátano ecuatoriano exceptuando el año 2021 ya que fueron los países de Bélgica, Países Bajos, y España quienes tuvieron una mayor participación que Alemania en ese año. Sin embargo, se cree que en el mercado alemán hay una gran aceptación por el producto de origen vegetal y los datos del Banco Central del Ecuador confirman que Alemania es un gran consumidor del plátano, por lo que es un gran segmento de mercado al cual exportar el producto.

Características del Mercado del País Seleccionado

De acuerdo a Handelsblatt (2021), la pandemia ha traído grandes cambios en los comportamientos de los consumidores alemanes, estos se han afianzado tendencias preexistentes y han surgido nuevas con el pasar del tiempo, creando así nuevos actos comerciales. Se han identificado tendencias de consumo como:

Más Tiempo en Casa

Las cuarentenas y el teletrabajo han favorecido a las empresas de servicios tecnológicos, paqueterías, e indumentaria. Sin embargo, hay diversos sectores que se han visto perjudicadas por la crisis como el sector turístico.

Percepción de las Marcas Tradicionales como un Valor Seguro

El consumidor ha buscado seguridad en marcas de renombre que se encuentren en el mercado. En ciertos sectores se ha apostado por empresas con tradición en busca de un servicio cuyas características son conocidas.

Prueba de Nuevas Marcas

La transformación en el estilo de vida ha alterado las prioridades a la hora de gastar el dinero. Por ejemplo, el cierre de bares y restaurantes ha llevado a un mayor gasto en alimentación en el hogar o decoraciones de muebles.

Comunicación con el Cliente

Dado que el cliente se encuentra más informado y se interesa más por nuevos productos, cada vez más son las empresas y marcas que buscan llegar al consumidor de forma directa.

Orientación a la Sostenibilidad

La pandemia ha hecho acentuar los comportamientos de las empresas ya que no solo deben comercializar productos medioambientalmente responsables, sino que también deben prestar atención a detalles como el transporte o el embalaje, y adoptar una gestión empresarial consecuente.

Información de la Competencia

Tabla 14

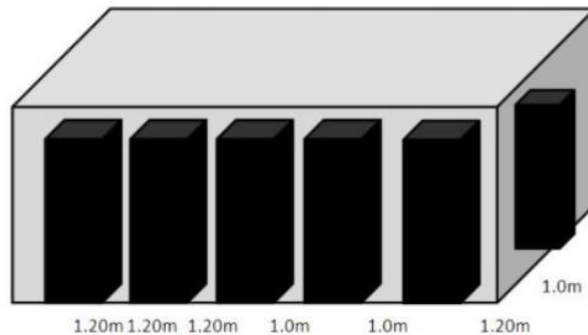
Principales competidores del sector bananero y empaque al vacío

Empresas	Características
Al vacío Express	Lugar: Panamá Característica: Calidad e higiene del producto ya que no hay contacto directo del frío con la comida.
Pelme S. A	Lugar: Colombia Característica: Manipulación de químicos para la conservación.
Hill Brothers	Lugar: Puerto Rico Característica: Más de 60 años en el mercado de empaques al vacío.

Capacidad de Exportación

Figura 12

Capacidad de carga



Fuente elaborada por: Acevedo (s.f.)

- Pallets: $5 \times 2 \times 1 = 10$
- Cajas: $5 \times 2 \times 1 = 10$
- Electro coltío: 504 por pallet
- Peso Neto: 5040 kg
- Peso Bruto: $5040 + 150 + 12.6 = 5202.6$ kg

Aspectos Internacionales

Precio de Exportación

De acuerdo al Sistema de Información Pública Agropecuaria (2022), hasta la fecha del 18/02/2022, el precio de la caja de 105 libras del Plátano Barraganete Verde es de \$25 por caja. Es decir que se deberán de exportar alrededor de 21 cajas para lograr exportar 1 tonelada de Plátano Barraganete Verde hacia mercados internacionales y el precio de exportación por 1 tonelada del producto tiene un coste de \$525 por tonelada.

Cabe recalcar que el precio de las cajas de plátano varía de acuerdo al peso, para el plan de exportación se usa como base la caja de 105 libras del Plátano Barraganete Verde, para poder realizar la conversión de toneladas a libras y poder hallar el precio por tonelada.

Contratos/Formas de Pago

Para el plan de exportación se recomienda negociar contratos de compraventa con el comprador ya que es una negociación más directa, garantiza al comprador una posición útil por lo que la negociar sería un poco más sencillo y permite a ambas partes negociar de forma más abierta, es decir, acordar precios, condiciones, etc.

Y la forma de pago se la realizará mediante transferencia ya que las operaciones son procesos con bajas comisiones, es decir un tienen un coste bajo, solo requiere de una solicitud de instrucciones para realizar el cargo en la cuenta y las operaciones son procesadas, dependiendo del momento de la recepción, el mismo día o a más tardar al día siguiente (Mondragón, 2017).

Seguros

Para el plan de exportación se contará con la ayuda de la empresa Chubb, el cual es una experimentada aseguradora de transporte que puede cubrir exportaciones e importaciones, además de fletes, y carga de materiales. Entre sus beneficios se encuentra el servicio de ayuda al momento de controlar las operaciones de carga y descarga de las mercancías, y también asegurar la amplia variedad de la mercadería.

Distribución

En el plan de exportación se tiene en cuenta la mínima manipulación del producto desde el producto hasta al consumidor final. EL proceso inicia con medios de transporte que recogen el plátano y lo trasladan al centro de producción donde se empezará a pelarlo y realizar el proceso de empaclado al vacío seguidamente de un proceso de refrigeración y posteriormente ser distribuidos a los clientes internacionales.

Promoción

La investigación espera poder realizar ciertos eventos de promoción donde se logre resaltar la calidad del producto, y también el cumplimiento de las normas ambientales para poder colocar y consolidar el banano ecuatoriano.

Estrategias de desarrollo de mercado

De acuerdo a Lenis (2021), las estrategias de desarrollo de mercado son aquellas acciones de marketing que se encargan de crear las posibles condiciones necesarias para que un mercado pueda expandirse a un nuevo mercado. Las diversas estrategias de desarrollo son las estrategias de crecimiento intensivo, estrategias de crecimiento integrativo, estrategias de crecimiento diversificado, estrategias de liderazgo de mercado y estrategias de reto de mercado.

El plan de exportación implementará la estrategia de crecimiento intensivo, esta estrategia consiste en crear campañas de marketing para fidelizar a los clientes que compren el producto y a traer a los consumidores de la competencia e indecisos, también permite enfocarse en atraer nuevos miembros de diferentes mercados y por último implicarse en la innovación de productos y servicios, o mejorar los que son parte de la oferta del producto para brindar más beneficios a los clientes.

Conclusiones

Concluyendo con este trabajo de investigación, enfocado a la propuesta de un plan de exportación se puede indicar que las conclusiones de acuerdo con los objetivos específicos son:

La determinación de los fundamentos teóricos del plan de exportación es de suma ayuda para el entendimiento y el desarrollo de la investigación, brinda los conceptos claves y los cuales se llegar a tener con esta investigación como es tener una ventaja competitiva gracias al aumento de un valor agregado, una guía de estrategias y la teoría del control de calidad.

A través del segundo objetivo, que es el análisis de los fundamentos metodológicos del plan de exportación, se buscó analizar las herramientas para poder elaborar el método de la investigación, mediante una entrevista, paginas oficiales y material visuales, ya que son herramientas esenciales para el desarrollo de una investigación, por su alto contenido informativo y como una conferencia de Inmaculada, representante de la Unión Europea, que nos enseñó cómo se desenvuelven las exportaciones ecuatorianas y como al pasar de los años siguen incrementándose gracias a la ayuda de los acuerdos comerciales, donde se han beneficiado más de un ecuatoriano sea en importaciones o exportaciones.

En el tercer objetivo, el cual era la determinación de las ventajas de los acuerdos multipartes, que existen entre Ecuador y la Unión Europea, y su incidencia en el plátano ecuatoriano, se indica las oportunidades de aumentar el volumen del comercio, la oportunidad de que nuevas empresas participen y la que es de suma importancia para esta investigación es el incremento de exportaciones en el sector de plátano que le ganó a las exportaciones petroleras, donde se pronuncia de una manera fuerte a ese mercado eliminando todo tipo de aranceles al sector del banano y al plátano, analizar el producto del plátano empacado al vacío pueda entrar a mercados de la Unión Europea sin mayores problemas.

Para concluir el último objetivo es la elaboración de la propuesta de plátano empacado al vacío para la Unión Europea consiste en los tipos de trámites que se deben llevar en la práctica como exportador, desde que documentos se necesitan para poder exportar hasta los procesos que se deben efectuar para hacer llegar el producto a mercados de la Unión Europea.

Recomendaciones

Se recomienda a los empresarios poner en marcha los objetivos de poder internacionalizarse en los mercados internacionales si llegan a tener la posibilidad, en caso de hacerlo, se les recomienda de antemano:

Conocer a profundidad los competidores que pueden llegar a tener al momento de querer expandirse y también averiguar las posibles barreras arancelarias que pueda tener el país de destino al cual se desea ofrecer el producto o servicio.

Realizar un gran análisis de mercado al país de destino y conocer con exactitud cuáles serán los procesos de exportación para la operación logística.

Analizar cuáles podrían ser los mejores de canales con lo que se puede distribuir el producto o servicio al mercado de destino y conocer estrategias de cómo hacer llegar al consumidor final dicho producto o servicio.

Por último, usar la internacionalización como un puente para aprovechar las oportunidades que brinda el sector comercial a nivel mundial, usar dichas oportunidades como fuente de inspiración para realizar estrategias que permitan estar a un nivel competitivo con las demás empresas que se encuentran peleando segmento de mercado en el mismo sector de comercio.

Bibliografías

- Aersa. (2021, 27 enero). Empacadora al vacío: ¿qué ventajas brinda a tu empresa? | AERSA. AERSA | Abastecedora de Empacadoras y Rastros, S.A de C.V. Recuperado de: <https://aersa.net/empacadora-al-vacio-que-ventajas-brinda-a-tu-negocio/>
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA). (s.f). Certificado Sanitario de Exportación de Alimentos | Ecuador - Guía Oficial de Trámites y Servicios. Gob.ec. Recuperado de: <https://www.gob.ec/arcsa/tramites/certificado-sanitario-exportacion-alimentos#:~:text=%2D%20Documento%20que%20certifica%20que%20los,ARCSA>
- AgentComex Ec. (2020, 17 enero). Los 11 términos de los Incoterms 2020. Obtenido de: <https://agentcomexec.com/los-11-terminos-de-los-incoterms-2020/>
- Anónimo. (2014, 11 noviembre). 12. Canales de distribución. Marketing XXI. Obtenido de: <https://www.marketing-xxi.com/canales-de-distribucion-63.htm>
- Asamblea Nacional (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito: CEP Corporaciones de Estudios y Publicaciones. Obtenido de: https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- B. B. V. A. (2018, 2 abril). Teoría de la oferta y la demanda. BBVA NOTICIAS. Obtenido de: <https://www.bbva.com/es/teoria-la-oferta-la-demanda/>
- Banco Central del Ecuador (2020). Solicitud de Certificado de Firma Electrónica. Obtenida de: <https://www.eci.bce.ec/solicitud-de-certificado-requisitos>
- Banco Central del Ecuador. (2021, 30 agosto). ECUADOR REGISTRA UN CRECIMIENTO INTERANUAL DE 8,4% EN EL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2021. bce.fin.ec. Obtenido de: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1447-ecuador-registra-un-crecimiento-interanual-de-8-4-en-el-segundo-trimestre-de-2021#:~:text=BCE,Ecuador%20registra%20un%20crecimiento%20interanual%20de%208%2C4%25%20en>

,el%20segundo%20trimestre%20de%202021&text=en%20el%20Ecuador.-
.Los%20resultados%20de%20las%20Cuentas%20Nacionales%20Trimestrales%20muestran%20que%20al%20mismo%20per%20cento%20de%202020.

Banco Central del Ecuador (2019), Balanza de Pagos/Balanza Comercial. Obtenido de:

<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201902.pdf>

Banco Central del Ecuador (2020), Balanza de Pagos/Balanza Comercial. Recuperado de:

<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc202002.pdf>

Banco Central del Ecuador (2021), Balanza de Pagos/Balanza Comercial. Recuperado de:

<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc202102.pdf>

Banco Mundial. (2021, 28 septiembre). Ecuador: panorama general. World Bank. Recuperado

de: <https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview#1>

Belēvičs. (2016). Estilo de vida sano para un futuro más sano en la UE. Comisión Europea.

Obtenido de: https://ec.europa.eu/health/newsletter/147/focus_newsletter_es.htm

Cáceres (2022, 13 febrero). Las exportaciones de Ecuador llegaron a un máximo en cinco años.

El Universo. Obtenido de: <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/las-exportaciones-de-ecuador-llegaron-a-un-maximo-en-cinco-anos-nota/>

Cámara Comercio de Quito. (2020). La Unión Europea sigue siendo el mercado más importante

de Ecuador para sus productos no petroleros. Obtenido de: <https://ccq.ec/la-union-europea-sigue-siendo-el-mercado-mas-importante-de-ecuador-para-sus-productos-no-petroleros/>

Cámara Oficial Española de Comercio del Ecuador. (s.f). Geografía de Ecuador. Obtenido de:

<https://www.camaraofespanola.org/geografia-de-ecuador/>

Da Silva. (2020, 29 agosto). Canales de distribución. Zendesk. Recuperado de:

<https://www.zendesk.com.mx/blog/estrategias-de-canales-de-distribucion-cuales-son-y-como-elegir/>

DeVaney, V. (2021, 20 noviembre). ¿Cuáles son las etapas de crecimiento estacionales del

plátano? ehowenespanol. Obtenido de: https://www.ehowenespanol.com/cuales-son-etapas-crecimiento-estacionales-del-banano-info_209803/

Diario Libre (2021, 15 diciembre). Los beneficios del plátano verde para la salud. Diario Libre.

Obtenido de: <https://www.diariolibre.com/revista/los-beneficios-del-platano-verde-para-la-salud>

GA17608680#:~:text=Son%20una%20rica%20fuente%20de,los%20minerales%20magnesio%20y%20potasio.&text=Adem%C3%A1s%20los%20pl%C3%A1tanos%20verdes%20son,porcentaje%20que%20los%20pl%C3%A1tanos%20maduros.

E. (2020, 21 octubre). *¿Qué es el envasado al vacío?* QueSignificado.org. Obtenido de:

<https://quesignificado.org/que-es-el-ensado-al-vacio/>

Ecuador Tv. (2016, 21 diciembre). BENEFICIOS DEL ACUERDO CON LA UNIÓN

EUROPEA [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=f8xmL9IU_-w

EcuRed. (2019). *Valor agregado - EcuRed*. Obtenido de:

https://www.ecured.cu/Valor_agregado

Escudero, C. y Cortez, L. (2018). Técnicas y métodos cualitativos para la investigación.

Obtenido de: <https://universoabierto.org/2020/10/01/tecnicas-y-metodos-cualitativos-para-la-investigacion-cientifica/>

European Central Bank. (2021, 7 septiembre). *¿Qué es la inflación?*, Recuperado de:

<https://www.ecb.europa.eu/ecb/educational/hicp/html/index.es.html>

European Commission. (2020). *Cómo exportar a la Unión Europea*. trade.ec.europa.eu.

Recuperado de: https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2017/september/tradoc_156091.pdf

Expansión. (2022). UE - Unión Europea 2022. datosmacro.com. Obtenido de:

<https://datosmacro.expansion.com/paises/grupos/union-europea>

Exportoe (2018, 30 noviembre). Las barreras no arancelarias. Exportou. Recuperado de:

<https://exportou.com/las-barreras-no-arancelarias/>

Expreso (2021). La Unión Europea consume el banano ecuatoriano que se exporta. expreso.

Disponible en: <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/union-europea-consume-28-38-banano-ecuatoriano-exporta-88636.html>

Fabara, (2021, 13 septiembre). LAS EMPRESAS Y SU RELACIÓN CON EL DERECHO -

Derecho Ecuador. Derecho Ecuador -. Recuperado de: <https://derechoecuador.com/las-empresas-y-su-relacion-con-el-derecho/>

Fernandez (2020, septiembre 17). Qué son los Incoterms y cuál es su significado. BDtrans.

obtenido de: [https://www.bdtrans.es/es/blog/que-son-los-incoterms-y-cual-es-su-significado/#:%7E:text=Los%20Incoterms%20\(International%20Commercial%20Terms,entre%20compa%C3%B1as%20de%20diferentes%20pa%C3%ADses](https://www.bdtrans.es/es/blog/que-son-los-incoterms-y-cual-es-su-significado/#:%7E:text=Los%20Incoterms%20(International%20Commercial%20Terms,entre%20compa%C3%B1as%20de%20diferentes%20pa%C3%ADses)

Graciela, (2019, 12 marzo). Proceso de producción del banano. Agroecuador. Obtenido de:

<https://agroecuador.org/index.php/blog-noticias/item/217-proceso-de-produccion-del-banano>

Guía europea de los negocios Europages editada por EUROPAGES SA. (2021). Plátanos

Ecuador | Europages. Europages. Recuperado de:

<https://www.europages.es/empresas/Ecuador/platanos.html>

Handelsblatt (2021). *Los consumidores alemanes cambian las tendencias de consumo a raíz del*

covid-19. icex.es. Recuperado de: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/noticias/tendencias-alemania-comportamiento-new2021877240.html?idPais=DE#>

Interempresas. (2019). Envasado al vacío, una tecnología sencilla y segura. Interempresas.

Recuperado de: <https://www.interempresas.net/Alimentaria/Articulos/257004-Envasado-al-vacio.html>

Jaramillo, A. C. (2021, 9 marzo). Tendencias de las empresas y los cambios tecnológicos en la

nueva realidad. El Universo. Recuperado de:

<https://www.eluniverso.com/larevista/tecnologia/tendencias-de-las-empresas-y-los-cambios-tecnologicos-en-la-nueva-realidad-nota/>

Jorsasan. (2018, 22 noviembre). Plátano. Perfumes y fragancias. Recuperado de:

<https://perfumesyfragancias.online/materiales/platano/>

Knight. (2008). KNIGHT Y SUS APORTES A LA TEORÍA DEL EMPRENDEDOR.

Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232008000100005

Kotler, P. y Keller, K. (2006). Dirección de Marketing. Disponible en:

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=z_qxIc6gZsC&oi=fnd&pg=PA13&dq=direccion+de+marketing+kotler+y+keller+&ots=PKeBab45Yo&sig=sOW5aL4sf_BT984UD91PF2aNIM#v=onepage&q=direccion%20de%20marketing%20kotler%20y%20keller&f=false

Lenis (2021, 1 septiembre). *Los 8 mejores ejemplos de estrategias de desarrollo de mercado.*

Recuperado de: [blog.hubspot.es. https://blog.hubspot.es/marketing/desarrollo-de-mercado#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20son%20las%20estrategias%20de,cumplir%20las%20necesidades%20del%20p%C3%BAblico.](https://blog.hubspot.es/marketing/desarrollo-de-mercado#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20son%20las%20estrategias%20de,cumplir%20las%20necesidades%20del%20p%C3%BAblico.)

Macas. (2016) Ecuador y su futuro en el comercio internacional. Recuperado de:

<https://www.ecotec.edu.ec/content/uploads/investigacion/libros/ecuador-futuro-comercio.pdf>

Maldonado, J. (2018). Metodología de la investigación social: Paradigmas: cuantitativo, complementario. Disponible en:

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=FTSjDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA23&dq>

=cuantitativo&ots=6l8H5QLD24&sig=7oayfPw0_zKlfZxLB8u343fJVts#v=onepage&q
=cuantitativo&f=false

Mezzella, F. (03 de enero de 2019). *Banco Interamericano de Desarrollo*. Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo: <https://www.scribbr.es/detector-de-plagio/generador-apa/new/webpage/>

Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. (s.f). Políticas comunes de la Unión Europea. Exteriores.gob. Obtenido de: <http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/PoliticaExteriorCooperacion/UnionEuropea/Paginas/Pol%C3%ADticas-comunes-de-la-Uni%C3%B3n-Europea.aspx>

Ministerio De Economía Y Finanzas de Perú. (2021). *Definiciones*. Recuperado de: https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=100852&lang=es-ES&view=article&id=287

Moreno. (2008). Marco jurídico vigente en el Ecuador para la elección de representantes a la Asamblea Nacional. vLex. Obtenido de: <https://vlex.ec/vid/marco-juridico-vigente-ecuador-845036387>

Narea, W. (2017, 1 enero). El consumidor europeo se fija en la calidad y comercio justo. *Economía | Noticias | El Universo*. Recuperado de: <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/01/01/nota/5975926/consumidor-europeo-se-fija-calidad-comercio-justo/#:%7E:text=En%20Europa%20existen%20al%20menos,per%20c%C3%A1pita%20promedio%20de%20%24%2038.000.&text=Un%20consumidor%20al%20que%20le,productos%20con%20valor%20agregado>

Nebreda. (1991) comportamiento del comprador en la estrategia de marketing, (modelo de Howard). Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/786052.pdf>

Nicosia. (1966). “Consumer Decision Processes: Marketing and Advertising Implications”.

Disponible en:

<https://www.proquest.com/openview/521c96333802721e1639b0445424dd6a/1?pq-origsite=gscholar&cbl=41809>

OMC Organización Mundial del Comercio. (2011). Informe sobre comercio mundial. Disponible en: https://www.wto.org/spanish/res_s/reser_s/wtr11_brochure_s.pdf

Palma (2020). ¿Cómo sacar la firma electrónica y para qué trámites sirve?. Diario El Universo. Recuperado de: <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/09/14/nota/7977400/firma-electronica-tramites-ecuador/>

PLÁTANO VERDE. (s. f.). Ecuador. Recuperado de:

<https://ecuaproductos.wixsite.com/ecuador/platano-verde>

Porter. (1991) The Competitive Advantage of Inner America's Green Strategy. Disponible en:

http://fcaenlinea.unam.mx/anexos/1423/1423_u3_act3.pdf

Presidencia de la República del Ecuador. (2021, 24 mayo). Presidencia de la República del Ecuador El presidente Guillermo Lasso hizo un llamado a la unidad nacional en la ceremonia del 24 de Mayo. presidencia.gob.ec. Recupero de:

<https://www.presidencia.gob.ec/el-presidente-guillermo-lasso-hizo-un-llamado-a-la-unidad-nacional-en-la-ceremonia-del-24-de-mayo/>

RAE. (2020). *dle.rae.es*. Obtenido de *dle.rae.es*. Recuperado de:

<https://dle.rae.es/pl%C3%A1tano>

Ramírez, (2019, 18 octubre). *Por qué el plátano está en peligro de extinción y qué es el mal de Panamá*. La Información. Obtenido de:

<https://www.lainformacion.com/management/platano-banana-peligro-extincion-mal-panama/6515551/>

Ramos, G. (2014). *Definición de Microeconomía*. Recuperado de:

<https://economia.org/microeconomia.php>

Red Latinoamericana por la Transparencia Legislativa. (s.f). Asamblea de Ecuador Red

- Latinoamericana por la Transparencia Legislativa. transparencialegislativa.org.
Recuperado de: <https://www.transparencialegislativa.org/congresos/congreso-ecuador/>
- Registro Civil. (s. f.). Registro Civil - Firma Electrónica. Disponible en:
<https://www.registrocivil.gob.ec/certificado-de-firma-electronica/>
- Rodriguez, A. (2020, 4 diciembre). Las 4 Teorías de la Calidad Principales y sus Características. Liferder. Obtenido de: <https://www.liferder.com/teorias-calidad/>
- Rodríguez Y Meza. (2017). Acuerdo comercial entre Ecuador y la Unión Europea: El caso del sector bananero ecuatoriano. Revista Espacios. Recuperado de:
<https://www.revistaespacios.com/a17v38n58/a17v38n58p26.pdf>
- Secretaria Nacional de Planificación. (s.f). Estructura Orgánica de la Función Ejecutiva de la República del Ecuador. planificacion.gob.ec. Recuperado de:
https://www.planificacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2019/03/SIE_OrganigramaFE_28022019-123.pdf
- Sector Export. (2020, 1 noviembre). Las etapas del proceso de exportación. SG SectorExport B2B Global Growth. Disponible en: <https://sectorexport.com/proceso-de-exportacion>
- Serracín Y González, (2021, 21 mayo). POBLACIÓN EUROPEA Y SUS CARACTERÍSTICAS. ArcGIS StoryMaps. Obtenido de:
<https://storymaps.arcgis.com/stories/e48b459955124aacbde0cec77d547a59>
- Servicio de Rentas Internas. (2021, 25 noviembre). Registro de exportador habitual | Ecuador – Guía Oficial de Trámites y Servicios. Gob.ec. Obtenido de:
<https://www.gob.ec/sri/tramites/registro-exportador-habitual-0>
- Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN). (2011). Rotulado de Productos Alimenticios para el Consumo Humano. Obtenido de: https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/07/ec.nte_.1334.1.2011.pdf
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. (2019). Recuperado de:
<https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>

Servicio Nacional de Aduanas (SENAE). (2021). Para Exportar – Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. [aduana.gob.ec](https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/#:~:text=El%20proceso%20de%20exportaci%C3%B3n%20inicia,y%20documentaci%C3%B3n%20con%20la%20que). Recuperado de: <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/#:~:text=El%20proceso%20de%20exportaci%C3%B3n%20inicia,y%20documentaci%C3%B3n%20con%20la%20que>

Sistema de Información Pública Ecuatoriana. (2022, 18 febrero). *Precios*. sinagap.mag.gob.ec. http://sinagap.mag.gob.ec/sina/PaginasCGSIN/Rep_Pre_Prod_X_MercCGSIN.aspx

Solana, (2016). La política exterior europea y sus desafíos en el contexto actual. OpenMind. Recuperado de: <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/la-politica-exterior-europea-y-sus-desafios-en-el-contexto-actual/>

Thompson, I. (2007). *DEFINICIÓN DE LOGÍSTICA - Promonegocios.net*. Obtenido de: <https://www.promonegocios.net/distribucion/definicion-logistica.html>.

Thompson, I. T. (2020). *Mercado*. Ivan Thompson. Obtenido de: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercado-definicion-concepto.html>

Unión Europea. (s.f). Economía. European Union. Recuperado de: https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/key-facts-and-figures/economy_es#:~:text=La%20UE%20representa%20alrededor%20del%2015%20%25%20del%20comercio%20mundial%20de%20mercanc%C3%ADas.&text=En%202019%2C%201a%20UE%20represent%C3%B3,000%20millones%20EUR%20en%202019.

Weisson, (2016). 3 requerimientos que debe cumplir para exportar sus productos desde Ecuador. blog.confianza.com.ec. Recuperado de: <https://blog.confianza.com.ec/blog/exportacion-ecuador-requisitos>

Zumba, L. (2020, 25 agosto). *La Unión Europea consume el 28,38% del banano ecuatoriano que se exporta*. Disponible en: <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/union-europea-consume-28-38-banano-ecuadoriano-exporta-88636.html>

Apéndice A

En el siguiente Apéndice se ha incluido la transcripción de la entrevista realizada al Ing. Luis Villacreses, Gerente General de Plantain Republic S.A

- **¿Cuánto tiempo lleva la empresa exportando hacia los mercados extranjeros?**

La empresa empezó con el proceso de exportación en el año 2009. La empresa exporta hacia 49 países en los 5 continentes.

- **¿Qué tipo de producto ha exportado?**

La empresa se dedica a exportar chifles de Plátano, Yuca, camote, zanahoria blanca y banano.

- **¿Qué exigencia debió cumplir para conseguir su primera venta en el mercado extranjero?**

Depende el país que desee vender, cada destino tiene exigencias diferentes de calidad, sanitarias, aduana, etc.

- **¿Se encontró con alguna limitación al momento de ingresar a la Unión Europea en comparación con cualquier otro lugar al que haya exportado?**

Las aduanas hacen revisión constante de las cargas para ver si el producto no contiene ingredientes prohibidos o peligrosos para la salud, como pesticidas muy fuertes o por encima del rango moderado. Y por parte de los clientes son más exigentes en la Unión Europea que en EE. UU ya que valoran mucho más la calidad del producto.

- **¿Cómo está la situación del mercado de plátano ecuatoriano desde la pandemia?**

En ciertos segmentos de mercado ha bajado, en otros ha subido, en la categoría de los productos no tradicionales, durante los dos años de la pandemia, el mercado no ha podido crecer, pero tampoco ha disminuido el mercado, es decir, que a pesar de las adversidades el mercado ha podido mantenerse en punto de equilibrio.

- **¿Qué consejos le podrías dar a un emprendedor que tiene el deseo de poder exportar un producto ecuatoriano a la Unión Europea?**

Asegurarse bien las normativas en el país de destino ya que cada país de Europa tiene normativas diferentes, algunas normativas son iguales para todos los países, pero otras no. Realizar una buena investigación de mercado, estudiar muy bien al consumidor final, es decir, cómo es su comportamiento y poder utilizar toda la información recolectada a favor.

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Cevallos Ibarra, Roberth David**, con C.C: 1311369068 y **Choez Cedeño, Diego Andrés** con C.C: 0954153755 autores del trabajo de titulación: **Plan de Exportación de plátano empacado al vacío a la Unión Europea** previo a la obtención del título de **Licenciados 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, 21 de febrero de 2022

f. _____

Cevallos Ibarra, Roberth David

C.C: 1311369068

f. _____

Choez Cedeño Diego Andrés

C.C: 0954153755

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Plan de exportación de plátano empacado al vacío a la Unión Europea		
AUTOR(ES)	Cevallos Ibarra, Roberth David; Choez Cedeño Diego Andrés		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. Rodríguez Bustos, Andrea Johanna, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Empresariales		
CARRERA:	Comercio Exterior		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciados en Comercio Exterior		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	21 de febrero de 2022	No. DE PÁGINAS:	95
ÁREAS TEMÁTICAS:	Relaciones comerciales Internacionales / Política Económicas Internacional		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Precios fijos; exportadores; oportunidades; internacionalización; valor agregado; demanda/ Fixed prices; exporters; opportunities; internationalization; value added; demand.		

RESUMEN: La presente investigación se enfoca en alentar a los exportadores a producir y exportar el plátano pelado hacia mercados internacionales añadiéndole un valor agregado como lo es el empacado al vacío, e informar la demanda que tiene este tipo de producto en un mercado amplio como lo es el de la Unión Europea. Esta investigación tiene como uno de sus principales objetivos tratar que los productos agrícolas puedan ser competitivos ante los productos sustitutos y la mejor manera de lograrlo sería añadiéndole un valor agregado permitiendo así que puedan mantenerse los precios fijos y no estén en constante variación. Se utilizó el método descriptivo ya que permite usar diversas técnicas para la recopilación de datos y así obtener información actualizada y relevante, de acuerdo a eso elaborar un análisis con los datos más destacados y así ver la factibilidad del plan de exportación. Aparte se usó el enfoque mixto porque se vinculó y se analizó todos los datos recopilados de las diversas fuentes de información. Como resultado se llegó al análisis de que los productos agrícolas tienen un impacto positivo en el mercado de la Unión Europa gracias a su calidad, sabor, etc. Como conclusión el plátano, al cumplir con las exigencias necesarias de los consumidores europeos, tiene un buen índice de aceptación en los distintos mercados que pueda haber y al tener los beneficios de los acuerdos multipartes de entre el Ecuador y la Unión Europea esto permite brindar oportunidades a que las empresas puedan buscar la internacionalización.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTORES:	0996715957 0997137509	robert9515@hotmail.com diego.choez.cedeno@gmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Ing. Mónica Echeverría Bucheli, Mgs.	
	Teléfono: PBX: 043804600 o call center: 2222024, 2222025 ext. 5021, 5129	
	E-mail: monica.echeverria@cu.ucsg.edu.ec	
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA		
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):		
Nº. DE CLASIFICACIÓN:		
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		