



**Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional, Administrativa y
Comercial**

Carrera:

Tecnología en Comercio Exterior

TRABAJO DE TITULACIÓN Tema:

“Diseñar una Guía de Plan de Exportación de Pulpa de Coco de la Empresa Frutabona S.A., para la comercialización en el mercado de España, mediante la identificación de requisitos y procesos a seguir”

Requisito previo para la obtención del título de Tecnólogo (a) en Comercio Exterior

Autor (a):

Jesús Nicolás Jiménez Paredes

Tutor:

Msc. Célida Sabina Gómez Sánchez

Guayaquil - Ecuador

2022

Declaración de responsabilidad del egresado (a)

Yo, Jesús Nicolás Jiménez Paredes, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnólogo (a) en Comercio Exterior, titulado: “Diseñar una guía de Plan de exportación de pulpa de coco de la empresa Frutabona S.A., para la comercialización en el mercado de España, mediante la identificación de requisitos y procesos a seguir”, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

Jesús Nicolás Jiménez Paredes

C.C.:0930313390

Reconocimiento de firma, notariado (Documentos de la notaría)

Copia a color de: Cédula de Ciudadanía y Certificado de Votación

Certificación de Tutor (a), debidamente firmada por el / la docente

Célida Sabina Gómez Sánchez, en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnólogo (a) en Comercio Exterior, cuyo tema es:

“Diseñar una guía de Plan de exportación de pulpa de coco de la empresa Frutabona S.A., para la comercialización en el mercado de España, mediante la identificación de requisitos y procesos a seguir”, fue

elaborado por el (la) señor (Sra.) Jesús Nicolas Jiménez Paredes, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior

Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

.....

Célida Sabina Gómez Sánchez

Msc. Comercio Exterior

Tutor de Trabajo de Titulación

Índice de contenido

.....	1
Introducción	1
Capítulo I Fundamentación	6
Marco Histórico	6
Evolución del comercio internacional en Ecuador	6
Marco Teórico	9
Teorías del comercio internacional	9
Exportaciones en Ecuador	11
Principales Exportaciones de Ecuador	14
Estadísticas de exportaciones no petroleras del Ecuador	15
Incoterms	19
Diseño de exportación	21
Consideraciones para el Diseño de Exportación	22
El coco	23
Marco conceptual	27
Marco jurídico	28
Constitución de la Republica del Ecuador	28
Código Orgánico De La Producción, Comercio E Inversiones, COPCI.....	29
Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción	31
Acuerdo Comercial Multipartes entre la UE y Ecuador	31
Plan De Desarrollo	33
Capítulo II Metodología empleada	35
Tipo de enfoque de la investigación	35
Enfoque cualitativo	35
Enfoque cuantitativo	35
Tipo de investigación	36
Métodos de investigación	36

Método Teórico	37
Analítico – Sintético	37
Histórico – Lógico	37
Inductivo – Deductivo	38
Método Empírico	38
Técnicas de la investigación y fuentes	38
Entrevistas	39
La observación	40
Encuesta	40
Universo de estudio	41
Análisis de resultados	42
Resultados y análisis de entrevista	42
Resultados y análisis de la observación	43
Análisis de encuesta	46
Análisis FODA	55
Análisis CAPA	56
Análisis PEST	59
Capítulo III Desarrollo de la propuesta	65
Título de la Propuesta	65
Objetivo de la Propuesta	65
Factibilidad de la propuesta	65
Descripción de la Propuesta	66
Perfil del mercado español	68
Ubicación del proyecto	68
Macro localización	68
Micro localización	69
Descripción de la empresa	70

Historia de la Empresa Frutabona	70
Productos de Frutabona	71
Producción de pulpa de coco	71
Guía de plan de exportación	72
Conclusiones	92
Recomendaciones	93
Bibliografía	94
Anexos	104

Índice de tablas

Tabla 1	Balanza Comercial del Ecuador (2018-2020) (valor expresado en Millones de dólares y en TM).....	17
Tabla 2	Evolución de las exportaciones (2018-2020) (Valor en TM y Millones de dólares).....	18
Tabla 3	Datos del entrevistado 1 – Entrevista no estructurada.....	42
Tabla 4	Datos del entrevistado 2 – Entrevista no estructurada.....	42
Tabla 5	Resultados de la entrevista estructurada.....	107
Tabla 6	Guía de observación de resumen de visita.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 7	Ficha de observación del estudio.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 8	Percepción sobre el mercado ecuatoriano.....	46
Tabla 9	Percepción sobre Frutabona.....	47
Tabla 10	Percepción sobre la calidad de los productos de Frutabona.....	48
Tabla 11	Atributos que valoran los clientes para buscar proveedores internacionales..	49
Tabla 12	Términos de negocios internacional de preferencia de los clientes.....	50
Tabla 13	Medios de transporte de preferencia.....	51
Tabla 14	Medios para promocionar el producto.....	52
Tabla 15	Redes sociales de preferencias.....	53
Tabla 16	Percepción del coco en el mercado internacional.....	54
Tabla 17	Importadores que comprarían este bien de Frutabona S.A.....	55
Tabla 18	Elementos a profundizar en el Análisis PEST.....	60
Tabla 19	Principales importadores del mundo de Coco.....	61
Tabla 20	Principales Importadores de aceite de coco.....	62
Tabla 21	Tasa de desempleo de España.....	64
Tabla 22	FODA de Frutabona.....	56
Tabla 23	Acciones Correctivas aplicadas a Frutabona S.A.....	57
Tabla 24	Acciones Preventivas aplicadas a Frutabona S.A.....	58
Tabla 25	CAPA del proyecto.....	59
Tabla 26	Costos de Flete a España - Referencial.....	88
Tabla 27	Costos de logísticos de exportación.....	89
Tabla 28	Costos de agente de aduana.....	90
Tabla 29	Resumen de costos y utilidad.....	91

Índice de figura

Figura 1	10 Principales productos de Exportación del Ecuador.....	14
Figura 2	Exportaciones petroleras y no petrolera (2018-2019).....	15
Figura 3	Productos exportados por la EPS (2020).....	16
Figura 4	Incoterms 2020.....	20
Figura 5	Consideraciones para elaborar un plan de exportación. Elaborado por el autor.	23
Figura 6	Ficha Técnica Copra (cocotero).....	25
Figura 7	Ficha Técnica Fibras de coco en bruto.....	26
Figura 8	Infraestructura de almacenamiento y carga de Frutabona S.A.....	44
Figura 9	Cosecha de producción de Frutabona S.A.....	44
Figura 10	Percepción sobre el mercado ecuatoriano.....	46
Figura 11	Percepción sobre Frutabona.....	47
Figura 12	Percepción sobre la calidad de los productos de Frutabona.....	48
Figura 13	Atributos que valoran los clientes para buscar proveedores internacionales .	49
Figura 14	Términos de negocios internacional de preferencia de los clientes.....	50
Figura 15	Medios de transporte de preferencia.....	51
Figura 16	Medios para promocionar el producto.....	52
Figura 17	Redes sociales de preferencias.....	53
Figura 18	Percepción del coco en el mercado internacional.....	54
Figura 19	Importadores que comprarían este bien de Frutabona S.A.....	55
Figura 20	Esquema de la propuesta.....	67
Figura 21	Balanza Comercial de España (2021-2022).....	61
Figura 22	Macrolocalización - Provincia de Manabí.....	69
Figura 23	Macrolocalización - Ubicación De Montecristi.....	70
Figura 24	Frutas que comercializa Frutabona.....	71
Figura 25	Producción de pulpa de coco.....	71
Figura 26	Imagen referencial de pulpa de coco.....	72
Figura 27	Logística del INCOTERM a utilizar.....	75
Figura 28	Información del producto a exportar.....	76
Figura 29	Flujograma del proceso de exportación.....	77
Figura 30	Pantalla de DJO.....	82
Figura 31	Requisitos fitosanitarios específicos para exportar a España - Agrocalidad..	84

Figura 32 Dimensión interna, apertura de la puerta y peso	86
Figura 33 Medida y pesos de Pallets y Caja Al Vacío	86
Figura 34 Medidas De Apilamiento Por Pallets	87

Informe del Urkund

Resumen

El presente estudio tiene como finalidad elaborar una guía de Plan de exportación de pulpa de coco de la empresa Frutabona S.A., para la comercialización en el mercado de España, mediante la identificación de requisitos y procesos a seguir. El tema de investigación se establece debido a la falta de intervención y búsqueda de nuevos mercados por parte de la entidad, por lo tanto, considerando los beneficios arancelarios con la UE, se reflexiona que España es una opción pertinente para negociar. La metodología implementada dentro de la investigación aplica el desarrollo de encuestas, entrevistas y observación, lo que permite recopilar datos de la percepción de la marca y sus productos. En la propuesta se establece un flujograma de pasos a seguir por los responsables del área, así como los requerimientos de la UE. En base a la información recopilada se concluye que la guía es pertinente ante la necesidad de contar con este instrumento dentro de la fase administrativa de la empresa.

Palabras Claves: Exportación, España, Ecuador, Acuerdo Multipartes, Arancel.

Abstract

The purpose of this study is to prepare a guide for the Coconut Pulp Export Plan of the company Frutabona S.A., for marketing in the Spanish market, by identifying requirements and processes to follow. The research topic is established due to the lack of intervention and search for new markets by the entity, therefore, considering the tariff benefits with the EU, it is reflected that Spain is a pertinent option to negotiate. The methodology implemented within the research applies the development of surveys, interviews and observation, which allows collecting data on the perception of the brand and its products. The proposal establishes a flowchart of steps to be followed by those responsible for the area, as well as the requirements of the EU. Based on the information collected, it is concluded that the guide is relevant to the need to have this instrument within the administrative phase of the company.

Keywords: Export, Spain, Ecuador, Multiparty Agreement, Tariff.

Introducción

El presente estudio se centró en la generación de un plan de exportación, proceso que para los países y sus economías las exportaciones tienen un rol relevante, dado que, estas operaciones les permite la generación de divisas que corresponden a ingresos necesarios para la adquisición de bienes de capital, materias primas e insumos, y así, se puede solventar el desarrollo de las naciones en vías de crecimiento.

En Ecuador las exportaciones no petroleras han tenido un crecimiento positivo en los últimos años, gracias a la ubicación geográfica del país, que le proporciona condiciones climáticas favorables que le permiten mantener características únicas a tales productos como las flores, frutas y vegetales, siendo así reconocidos a nivel mundial por la excelente calidad, sin embargo, se debe resaltar que la oferta exportable ecuatoriana se concentra en productos primarios, por lo cual, se debe desarrollar infraestructuras, promoción de encadenamientos productivos y otras condiciones que permitan la inserción de los productos no tradicionales y de nueva industria al mercado mundial.

La problemática de las exportaciones ecuatorianas se incrementó ante el periodo de crisis generado por el COVID-19, lo cual afectó a la empresa Frutabona que comercializa bienes elaborados de frutas como banano, lo que obliga a los directivos la búsqueda de nuevos mercados internacionales, Por esto, el estudio se centró en la conformación una guía de exportación que le permita introducirse dentro del mercado español como una alternativa para acrecentar su oferta exportable.

Formulación del problema general

El contexto de las exportaciones comenzó a presentar inconvenientes y se acrecienta en el 2020 con la aparición del COVID-19, pandemia que afectó al mundo, profundizando en problemas no solo de salud, también económicos. En este sentido, se debe indicar que a nivel mundial la caída del comercio mundial de bienes decreció un 17,7% para el mes de mayo del periodo en mención; a nivel de la región de América Latina y el Caribe las importaciones y exportaciones se redujeron en un 17% de enero a mayo (CEPAL, 2020).

En Ecuador estos problemas también se evidenciaron, el valor FOB de las exportaciones cayeron un 15,72% y en Toneladas Métricas la afectación equivaldría al 21,42%, la cantidad de acciones y cooperativas que promovieron su oferta de exportación en los mercados internacional representaron 67 entidades, siendo un valor menor al 2019 con una reducción de 10 entidades (MPCEIP, 2020).

Esto permite observar que la problemática del estudio se deriva de la afectación del COVID-19 en la económica, dado que, a pesar de la evolución del sector de exportaciones no petroleras, y su aporte a la economía del Ecuador, en el año 2020 con la llegada de la pandemia por COVID-19, el comercio internacional hizo una pausa debido a las restricciones por la emergencia sanitaria. Este periodo fue difícil para las exportaciones petroleras de Ecuador, que entre enero y octubre disminuyeron 42,74% en comparación con el mismo periodo del año anterior, de acuerdo con Coba (2020) tuvieron una reducción de USD 3.134 millones, ya que pasaron de USD 7.332 millones entre enero y octubre de 2019 a USD 4.198 millones en el mismo periodo de 2020.

En octubre de ese mismo año, por primera vez en ocho meses y desde el inicio de la emergencia sanitaria por Covid-19, las exportaciones de Ecuador se recuperaron y tuvieron una representación de 1.799,9 millones de dólares, unos 58 millones de dólares más que en el mismo periodo de 2019 (Coba, 2020).

Uno de los sectores de exportación no petrolera que tuvo un fuerte impacto, fue el del coco, de acuerdo con Zapata (2021), el país pasó de vender 40,77 toneladas en 2020 a 2,46 toneladas de enero a junio del 2021. Es decir, de percibir más de \$ 27.000, llegando apenas a \$ 1.350 actualmente.

El coco es una de las frutas más versátiles y con la que se puede hacer una variedad de productos, desde una bebida refrescante como el jugo de coco hasta su aceite, usado en la línea vegana y en cosmética (Paillacho, 2007). De esta fruta se saca provecho todo, su agua, pulpa, aceite y hasta su cáscara, dicen los dueños de empresas dedicadas a la cosecha y el procesamiento.

Según Loor (2021), la transformación del coco empezó luego de su debido sembrío, crecimiento y cosecha, una vez recolectado se almacena para esperar hasta que pase de un color verde o café verdoso a café claro u oscuro debido a que con este proceso de secado estaría en óptimas condiciones para su uso.

Posteriormente, el coco es descascarado y las cáscaras obtenidas sirven para diversos usos; una vez pelado pasa al siguiente proceso en el que se despulpa, en esta etapa se retira la cubierta rígida que protege la pulpa la misma que debe pasar por un proceso dentro del molino, cocción y prensa en la que se procede a extraer su aceite o la leche que lo caracteriza para luego ser usada en otra variedad de productos. Finalmente, la corteza rígida en el mercado internacional es usada normalmente, para desarrollar fibra textil y otros usos industriales (Loor, 2021).

En 2020, Ecuador cosechó 5.776 hectáreas y produjo 26.158 toneladas, según el Ministerio de Agricultura y Ganadería (2020). Esmeraldas es una de las provincias de más reconocimiento a nivel nacional por el cultivo de coco, para ese año, se registraron 5.559 hectáreas, de las cuales 3.751 fueron cosechadas con una producción de 10.140 toneladas. Luego, se encuentra Manabí como la segunda provincia con más hectáreas entre 2.647 y 1.996 de cosechas de coco. Y, finalmente, la provincia de Orellana con una producción de 80 toneladas.

Colombia fue el principal mercado internacional en 2020, según con el Banco Central del Ecuador. Hubo mínimos porcentajes exportados a Estados Unidos, Panamá, Japón, Países Bajos y Catar. Pero, de enero a junio del 2021, Ecuador solo exportó a dos países que fueron España y Panamá. Al primero se han enviado 2,41 toneladas y al segundo 0,06. En ese periodo hay un poco más de \$ 1.300 por esas exportaciones. Si esta caída se relaciona con las cifras del 2019, es más abrupta. Aún sin pandemia, en ese año hubo apenas \$ 35.560 por exportaciones (Centro de Estudios Asia-Pacífico, 2021).

Pese a que el descenso también se sintió en el mercado nacional, no fue tan profundo como el internacional. Por ejemplo, la empresa ecuatoriana Dosiler S. A., que maneja la franquicia brasileña Coco Express en el país, se vio afectada por la pandemia (Zapata, 2021). El Gobierno ecuatoriano emprendió diversas iniciativas para mejorar las exportaciones no petroleras a la par de la reactivación económica, ya que representan un rubro importante en el Producto Interno Bruto del país.

Entre enero y agosto de 2021, los primeros 10 productos de exportación, compuestos principalmente por productos de la oferta alimentaria, sumaron más de USD 8.420 millones en ventas al exterior. Estados Unidos, Asia y Europa, son mercados donde se encuentran la mayor demanda de exportaciones ecuatorianas; con un crecimiento del 6% en lo que conforma el rubro de jugos y frutas en conserva con destino a Estados Unidos, principalmente (Federación Ecuatoriana de Exportadores, 2021).

La problemática del estudio se centrará en la empresa Frutabona, entidad que también se vio afectada por la aparición de un escenario de crisis como el COVID-19, perjudicando las ventas de su línea de comercialización de coco, así como en el resto de los frutos que comercializa, esto obliga a la entidad buscar alternativas de mercados para poder promocionar y ofertar la pulpa de coco, y poder reactivar los ingresos de esta línea de producto.

Por ello, este proyecto tiene como objetivo elaborar un plan de exportación de pulpa de coco, que sea una guía para la empresa Frutabona, de manera que pueda implementarla para el correcto proceso de internacionalizar el producto con destino a España, y contribuir a la reactivación económica del país relacionada con el comercio internacional.

Frutabona es una empresa ecuatoriana, productora, comercializadora y exportadora de banano, fundada el 2005, que se caracteriza por la calidad, frescura del producto y excelente servicio al cliente. Nuestras frutas provienen de granjas propias y/o cultivadores asociados cumpliendo con los estándares de calidad, requeridos por el mercado internacional (Frutabona, 2021).

En cuanto a la exportación de pulpa de frutas, Frutabona (2021), explica lo siguiente:

Se realizan mediante una rigurosa selección de frutas que han alcanzado el estado de maduración óptimo, manteniendo las características de aroma, color, sabor y textura, libres de parásitos, pesticidas tóxicos. Este producto permite al consumidor abastecerse del producto sin tener problema por la maduración o deterioro común con la fruta fresca al no ser consumida inmediatamente.

Considerando las exigencias de calidad, la empresa debe ejercer eficientes procesos de selección de la fruta de la que se extraerá el producto final, se esperan resultados óptimos que podrán plantearse en el plan de exportación que concluirá este trabajo investigativo. Además, el plan de exportación cobra relevancia ante la necesidad de intervenir en un nuevo mercado que permita a la empresa Frutabona mejorar sus ingresos ante la caída que tuvo por la aparición del Covid-19, siendo un aporte práctico presenta en el presente estudio, al brindar un recurso que le permita a la entidad poder introducirse en el mercado internacional, específicamente, el mercado español que es idóneo por los acuerdos existentes entre las naciones. La formulación del problema es el siguiente:

- ¿Qué procesos se debe seguir para la exportación de pulpa de coco de la empresa Frutabona S.A. en el mercado de España?

Objetivos generales de la investigación

- Diseñar una guía de Plan de exportación de pulpa de coco de la empresa Frutabona S.A., para la comercialización en el mercado de España, mediante la identificación de requisitos y procesos a seguir

El presente trabajo de investigación se estructuró con cuatro capítulos, cuya distribución se exhibe a continuación:

En el capítulo I, se presentará la fundamentación que es el marco histórico, teórico, conceptual y jurídico, en este apartado se detalla la teoría en la que se fundamentan las variables de estudio, dentro del marco histórico, referencial y legal referente a la exportación en Ecuador y sus principales conceptos, así como las normativas en las que se basa este proceso.

La metodología utilizada para el desarrollo de la investigación está descrita en el capítulo II, haciendo énfasis en el uso de cada uno de los enunciados solicitados para su proceso y para la recolección de información relevante para obtener los resultados esperados al final del estudio.

Se planteó la propuesta de la investigación en el capítulo III, detallando su objetivo principal y la importancia de realizarla, considerando los dos apartados anteriores para su desarrollo. Posteriormente se presentaron los resultados obtenidos de los datos e información recolectados y analizados durante el estudio como parte de las conclusiones del estudio, teniendo en cuenta la premisa que se espera confirmar y el cumplimiento de los objetivos previamente planteados.

Capítulo I

Fundamentación

Marco Histórico

Evolución del comercio internacional en Ecuador

Desde su origen, el comercio internacional en Ecuador tuvo una gran afectación debido a la falta de autonomía propia de la colonia, dado que al ser una Real Audiencia existía mucha dependencia del Virreinato de Perú, en el que se manejaba una política monopólica que fue implementada por la Corona cuando administraba sus colonias, privatizándolas del resto del mundo a través de instituciones que fueron creadas para manejar temas relacionados con la política y el comercio (Ordóñez, 2012).

Debido a la escasa planificación de los gobiernos, el Ecuador se mantuvo como un país desconocido para los compradores de materias primas y productos que provenían del país. Teniendo en cuenta de que, en la época colonial, la corteza de quina conocida también como la *corteza peruana* en los mercados internacionales hasta la mitad del siglo XIX fue una fuente principal de ingresos para la Real Audiencia de Quito.

Como consecuencia de la falta de conocimiento sobre cómo comercializar los productos a países consumidores, era evidente la deficiente comercialización de algunos productos que, de acuerdo con Maignashca (1994), después de la segunda mitad del siglo XIX se convirtieron en el tercer rubro más relevante de ingreso de divisas para Ecuador, que era sombrero de paja toquilla proveniente de Manabí y de Cuenca conocido en los mercados internacionales como el *sombrero de Panamá*.

Como una actividad proporcionada por la política comercial que corona implementó durante el siglo XVI en la América Española, la mayor parte de las exportaciones fueron producidas por las minas de oro ubicadas en Cuenca, Zamora y Zaruma. Hasta 800.000 pesos anuales era el volumen de embarques a España, cifra comenzó a disminuir hasta alrededor de los 300.000 a 400.000 pesos cada año (Ordóñez, 2012).

El auge cacaotero tuvo sus inicios entre el año 1600 y el 1615, periodo en el que se exportó aproximadamente un millón de pesos por año. Pero, de acuerdo con Maignashca (1994), para la década siguiente tuvo una disminución como consecuencia de la caída en los precios en el resto del mundo, la destrucción de Guayaquil y las

primeras restricciones para exportar cacao, por lo que se exportó alrededor de 24.000 pesos y por algunas décadas se mantuvo a niveles de los 100.000 pesos anuales.

Productos como la madera, la corteza de quina, zarzaparrilla, copé, tabaco, suelas y café, estuvieron presentes entre los rubros principales de exportación y algunos de ellos se vendieron al exterior desde los primeros años de haberse fundado la Audiencia de Quito; excepto por la madera y la corteza de quina que aportaron cada una con unos 30.000 y 40.000 pesos por año, las demás exportaciones no tuvieron un papel decisivo dentro del total de las exportaciones, ya que la aportación individual de estos estuvo entre un 2% y 5% del total (Ordóñez, 2012).

En el contexto de la industria textil, el autor Maiguashca (1994) menciona que el destino de los obrajes en la sierra ecuatoriana era similar al de la construcción de embarcaciones. Una vez que se apertura el comercio internacional y el masivo ingreso de los tejidos ingleses y franceses al mercado ecuatoriano, las producciones de las fábricas de tejidos de Quito, Latacunga, Ambato y Azuay continuaron descendiendo en importancia al extremo que la gran mayoría de las compañías textilerías desaparecerían hasta mediados del siglo XIX.

Como consecuencia de la revolución industrial iniciada en Europa y el ingreso de una gran variedad de productos de consumo al mercado, incluyendo el bombón inicios del XIX, el cacao experimentó su segundo gran auge. El aumento del consumo del chocolate en los países industrializados fomentó la creación de grandes haciendas en nuestro país y el crecimiento de la siembra del cacao.

El rápido crecimiento en la exportación de cacao reordenó los patrones previos de las ventas ecuatorianas. Así España en un principio el principal comprador, vino a ser un socio comercial minoritario reemplazado por Francia y, en menor medida, por Alemania. A principios de siglo XX los Estados Unidos se convirtieron también en un importante comprador del cacao ecuatoriano (Fáraez, 2020).

En los inicios del siglo XIX no existía un alto consumo de café en Europa y Estados Unidos, debido a que se consideraba como una bebida de lujo; según Ordóñez (2012), fue a partir de 1820, como consecuencia de la revolución industrial, que se lograría el aumento de la demanda de café. En el año 1860 Estados Unidos aumentó su consumo a un 30% en comparación al resto del mundo. En Europa, Alemania, Francia y

Gran Bretaña tuvo sus principales mercados; aunque en este último, debido a la creciente competencia del té, su tasa de crecimiento fue a un ritmo inferior.

Para el período de 1925 a 1950 las exportaciones de crudo aumentaron de 5.000 a 244.624 toneladas y, posteriormente tuvieron una reducción en 1950 a 136.157 toneladas. De acuerdo con Ordóñez (2012), las exportaciones tradicionales de productos como el banano, camarón, cacao y elaborados, atún y pescado, café y derivados han mantenido una representación del 42.3% lo que se refleja como una concentración de estos.

Una ventaja de las exportaciones no tradicionales es el continuo crecimiento en productos como los enlatados de pescado, las flores naturales, vehículos, manufactura de metal, jugos y conservas de frutas, que mantienen un porcentaje representativo en los rubros de ingresos del país. Uno de los principales mercados que importan los productos de Ecuador es América, principalmente países como Estados Unidos, seguido por Perú, Colombia, Chile, Venezuela y Panamá. En segundo lugar, el mercado europeo y el mercado asiático.

En general, muchos de los productos principales de exportación del Ecuador están atravesando y han pasado en los últimos años por reducción en los precios, lo que representa una disminución de los ingresos de divisas. Esto tanto en los productos agrícolas como los del mar. Las perspectivas de comercio exterior del país se presentan desfavorable, esto ya sea por precios de los bienes en los mercados internacionales, malas políticas comerciales y económicas, contracción del crédito, restricciones mayores a la circulación de capitales, etc.

Sin embargo, se puede concluir que el Ecuador un país pequeño de extensión territorial, pero grande en abundancias de recursos primarios que, con un manejo adecuado y mayor reconocimiento internacional, pueden alcanzar una posición estable dentro de los mercados extranjeros.

Marco Teórico

Teorías del comercio internacional

Dentro de las teorías relacionadas al comercio internacional, se considera al mercantilismo como el primer enfoque que da surgimiento al mismo, este se desarrolló para mediados del siglo XVIII y se vincula a los primeros pensamientos económico (Moreno, Narváez, & Sancho, 2016), en los países europeos esta perspectiva se la puede definir como:

- La expansión del mundo conocido: resultado de los viajes a América en 1492 y el descubrimiento de rutas marítimas hacia Asia y África
- El auge del absolutismo y el surgimiento de las potencias coloniales: las conquistas de la época permitieron el surgimiento de España, Portugal, Inglaterra, Francia y Holanda como potencias coloniales, lo que promovió el comercio entre los países mencionados y sus colonias en otros continentes.
- El crecimiento del comercio y de la actividad económica: además de la expansión colonial, se dieron algunos adelantos en la navegación, lo que hizo que el transporte marítimo sea más rápido y seguro, situación que incentivó el intercambio de productos y generó un crecimiento de la oferta de dinero en Europa. (Moreno et al., 2016, p. 7)

Lo que se puede considerar en base a lo anterior, es que el comercio internacional se vincula como parte del mercantilismo que se desarrolló gracias a expansiones coloniales y mejores procesos de navegación que permitían el intercambio de bienes entre pobladores de diferentes zonas del mundo, propiciando con esto negociaciones que generarían conforme a la evolución de la población, lo que se conoce como comercio exterior.

De igual forma, las teorías del comercio internacional son diversas, entre las que se pueden destacar están las teóricas clásicas y neoclásicas, en las primeras se puede ponderar a Adam Smith en 1776 y David Ricardo en 1817 como precursores de la economía clásica, dentro de esta perspectiva se resalta la Teoría de la Ventaja Absoluta; el promotor de la ventaja absoluta fue Smith que mencionaba que las naciones demuestran ventaja absoluta por la producción de un bien consigue mayores cantidades

en comparación a otra nación y con los mismos recursos (Robalino, 2019). Otra de las teorías surgidas es la ventaja relativa, Narváez (2018) expresa lo siguiente:

Según el principio de esta ventaja los países pueden especializarse en la producción de los bienes que puedan fabricar a un costo relativamente menor, aun sin gozar de condiciones absolutas ventajosas para su producción. El argumento central de esta teoría era que el comercio internacional es posible a partir de una única condición: costos relativos menores en relación con dos posibles bienes sin necesidad de que el país en cuestión posea o no una ventaja absoluta en la producción de alguno de los bienes bajo análisis. (p. 15)

Ambas posturas reflejan la interacción de la producción como una fuente para poder generar intervención positiva en el comercio, ofertando bienes en lo que tienen mayor efectividad de producción, para poder intervenir en mercados donde dichos bienes no pueden ofrecer los mismos beneficios.

Dentro de estos enfoques surge la teoría comparativa por parte de David Ricardo, que incito que se consideran los costos al momento de la fabricación de productos como un elemento para escoger los bienes en los que se especializa una nación, en donde factores como el capital humano, costos y otras obligaciones inciden dentro de un país (Carabajo & Manzano, 2018).

Por su parte, en la teoría neoclásica se muestra una fijación de libre comercio y flexibilidad que permita lograr una comercial optimo y equilibrado, dentro de las teorías que se desarrollaron en esta postura se destaca la teoría Heckscher-Ohlin que medita a la intervención de un comercio internacional de libre mercado bajo un escenario donde las naciones se especialicen en sus economías bajo una producción que demuestre ventaja comparativa vinculadas a sus factores productivos (Ruiz, 2020).

Las teorías neoclásicas se centran mucho en la ventaja comparativa, la generación de una producción a menor costo de otra nación, siendo un elemento que permitía la negociación con aquellos países vecinos que necesitaban de bienes de igual calidad a un menor costo.

Otra teoría expuesta es la Teoría de Linder que según Ovando, Canales y Munguía (2017) menciona “que el comercio internacional de bienes manufacturados será más intensivo entre los países con un ingreso per cápita similar en comparación con las naciones que cuentan con un nivel de ingreso per cápita diferente” (p. 176).

Lo que expone la teoría de Linder es concentración en la demanda, exponiendo que el consumo que tendrán los ciudadanos dependerá de su nivel de ingresos, por esto, la sugerencia de intervenir en negociaciones con naciones que suponen nivel per cápita de ingresos similares. También se puede aseverar que la teoría de Linder es contraria a la de Heckscher-Ohlin, porque este último se centra en la oferta que tenía una nación, mientras que la teoría de Linder se fijaba en la demanda que podría tener un mercado en base a sus ingresos.

Exportaciones en Ecuador

De acuerdo con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2021), las exportaciones se pueden definir como una actividad comercial que consiste principalmente en la *venta o envío de productos fuera del territorio nacional*. También se puede denominar a las exportaciones como la acción y efecto de enviar, bienes y servicios desde un país hacia otro, con fines netamente comerciales.

Existen tres regímenes de exportación que son:

- Exportación definitiva. – De acuerdo con Mencías (2018), este régimen aduanero da paso a la salida de mercancías nacionales para su uso o consumo definitivo en el exterior, desde el territorio nacional aduanero.
- Exportación temporal con reimportación en el mismo estado. - Este permite la salida temporal del territorio aduanero de mercancías en libre circulación con un fin y periodo determinado, durante el cual deberán ser reimportadas sin haber experimentado modificación alguna, las mercancías deberán ser susceptibles de identificación (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2020).
- Exportación Temporal para perfeccionamiento pasivo. – Este régimen aduanero permite que las mercancías que se encuentran en estado de libre circulación dentro del territorio nacional puedan ser exportados para transformarse, repararse, restaurarse, acondicionarse, además de que puedan pasar por un proceso de montaje, incorporación, ensamblaje y demás (Jiménez, 2015).

Todas las Personas Naturales o Jurídicas, ecuatorianas o extranjeras que residen en el país y que hayan sido registrados como *exportador* en el sistema ECUAPASS y hayan sido aprobados por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, pueden realizar esta acción comercial (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2021).

El proceso de exportación inicia con la transmisión electrónica de la Declaración Aduanera de Exportación por parte del exportador o de su declarante a través del sistema informático ECUAPASS.

De acuerdo con el (SENAE, 2021), la transmisión de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) puede ser realizada por el Exportador, Agente de aduana o Agente de Carga de Exportaciones.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante.
- Descripción de mercancía por ítem de factura.
- Datos del consignante.
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE en el ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Las actividades por seguir para realizar una exportación son las siguientes:

1. Transmisión de DAE por parte del declarante a través del sistema ECUAPASS.
2. Ingreso de mercancías al depósito temporal y/o zona primaria.
3. Registro de Ingreso de mercancías (IIE) por parte del depósito temporal.
4. Asignación canal de aforo de la DAE a través del sistema ECUAPASS, mismos que pueden ser:
 - **Aforo Automático:** El sistema asigna de forma automática el estado “Salida autorizada” al momento del registro de ingreso de la carga al depósito temporal.

- **Aforo Documental:** La DAE es asignada a un funcionario aduanero para la revisión de la declaración y documentación anexada.
- **Aforo Físico Intrusivo:** La DAE es asignada a un funcionario aduanero para llevar a cabo la inspección física de la carga, corroborándola con la documentación electrónica y digitalizada enviada en la DAE. Una vez realizado el cierre de aforo de la DAE, cambiará su estado a “salida autorizada”.

Es preciso indicar que, en caso de existir alguna novedad en el aforo documental o físico, se registrará la respectiva observación mediante el esquema de notificación electrónico. Una vez realizado el cierre de aforo de la DAE, cambiará su estado a “salida autorizada”.

5. Salida autorizada: Corresponde a un estado de la DAE mediante el cual se autoriza el embarque de las mercancías.
6. Embarque y transmisión de los documentos de transporte: El transportista debe transmitir y asociar los documentos de transporte a la DAE.
7. Solicitud de Corrección de la DAE: Constituye una herramienta mediante la cual se permite al exportador corregir la declaración y anexar la documentación definitiva. La solicitud de corrección es asignada a un funcionario aduanero para su aprobación o rechazo.
8. Regularización de DAE: Es el último estado de la DAE mediante el cual se da por culminado el proceso de exportación. La regularización de la DAE es obligatoria y está a cargo de exportador, se debe regularizar la DAE dentro de los 30 días posterior a la asociación del último documento de transporte asociado (SENAE, 2021).

Los pasos mencionados previamente son las fases que deben de seguir los exportadores en el territorio ecuatoriano para poder obtener una salida de sus mercancías del territorio aduanero, como se puede observar previamente a la realización de los procesos la empresa debe estar registrada como un operador de comercio exterior, además se someterá a revisiones antes de autorizar la salida de las mercancías del depósito temporal hacia el medio de transporte.

Principales Exportaciones de Ecuador

Las exportaciones ecuatorianas se han sustentado principalmente del crudo o petróleo como su principal fuente de generación de negocios internacionales, posteriormente fueron creciendo las ventas y reconocimientos de los bienes agrícolas o agropecuarios, facultados por la riqueza en flora y fauna de la nación, por esto, bienes como el banano y el camarón han resaltado, entre los principales productos que se exportan están los siguientes:

Posición	Productos	2016	2017	2018	Participación	Tasa de crecimiento 2017 - 2018
1	Petróleo Crudo	4.077,5	5.029,2	6.764,5	37,1%	34,5%
2	Camarón	2.140,5	2.510,4	2.703,9	14,8%	7,7%
3	Banano y Plátano	2.273,4	2.551,9	2.630,9	14,4%	3,1%
4	Enlatados de pescado	751,7	964,5	1.054,0	5,8%	9,3%
5	Flores Naturales	686,1	756,0	731,6	4,0%	-3,2%
6	Cacao y elaborados	567,6	552,4	589,0	3,2%	6,6%
7	Otras Manufacturas de metal	256,5	304,2	355,4	1,9%	16,9%
8	Atún y pescado	212,6	188,4	267,9	1,5%	42,2%
9	Extractos y aceites vegetales	236,2	249,7	227,6	1,2%	-8,9%
10	Productos mineros	254,7	225,0	226,8	1,2%	0,8%
Exportaciones Totales		13.778,4	15.718,8	18.234,7	100,0%	16,0%

Figura 1 10 Principales productos de Exportación del Ecuador.

Fuente: Tomado de Ekos. Elaborado por Zabala (2020).

De acuerdo con Zabala (2020), los principales productos que se exportan desde Ecuador son, Aceites Crudos de Petróleo; crustáceos, con cáscara o no, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados. Bananas, incluidos los plátanos, frescos o secos. Enlatados, preparaciones y conservas de pescado; caviar y sus sucedáneos preparados con huevas; a continuación, las flores naturales; el cacao y sus elaborados. Otras manufacturas de metal; atún y pescado y finalmente, productos mineros.

OECD - The Observatory of Economic Complexity (2021), menciona que los Aceites de Petróleo o Minerales Bituminosos tienen un aproximado en exportaciones de (\$947MM), exportando principalmente a Estados Unidos con (\$6,76MM), seguido de

China con (\$2,85MM), Panamá (\$1,92MM), Chile (\$1,5MM), y finalmente, Perú con (\$993M). En 2019, Ecuador fue el mayor exportador mundial de bananas y plátanos, frescos y secos (\$3,43MM).

Estadísticas de exportaciones no petroleras del Ecuador

Los movimientos internacionales de ventas de bienes no petroleros demuestran la siguiente evolución:

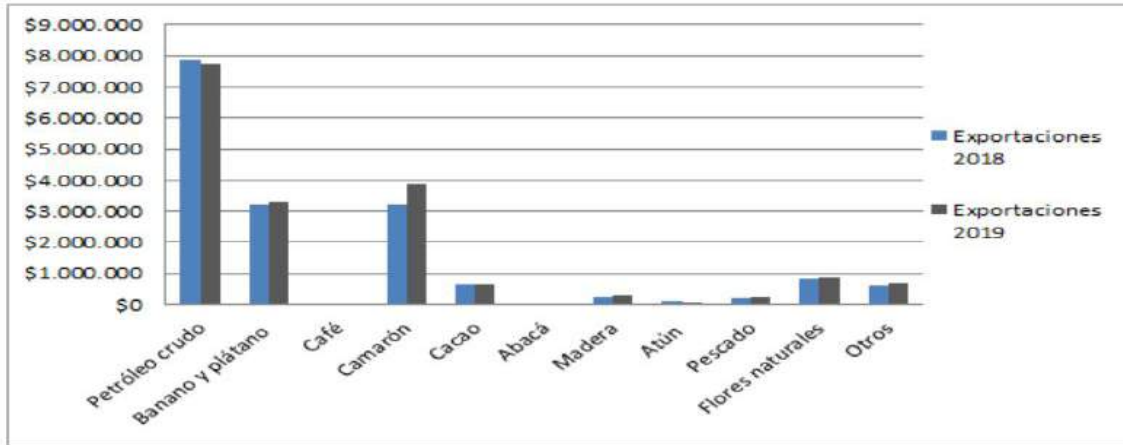


Figura 2 Exportaciones petroleras y no petrolera (2018-2019)

Fuente: Corporación Ecuatoriana para el Desarrollo de la Investigación y la Academia (CEDIA, 2021)

La figura anterior permite observar que las exportaciones petroleras se redujeron del 2018 al 2019, escenario diferente se dio en las exportaciones no petroleras donde bienes como el banano, el café o camarón, tuvieron una evolución positiva dentro de estos periodos. La conformación de los productos no tradicionales exportados principalmente por la EPS (Economía Popular y Solidaria) son los siguientes:

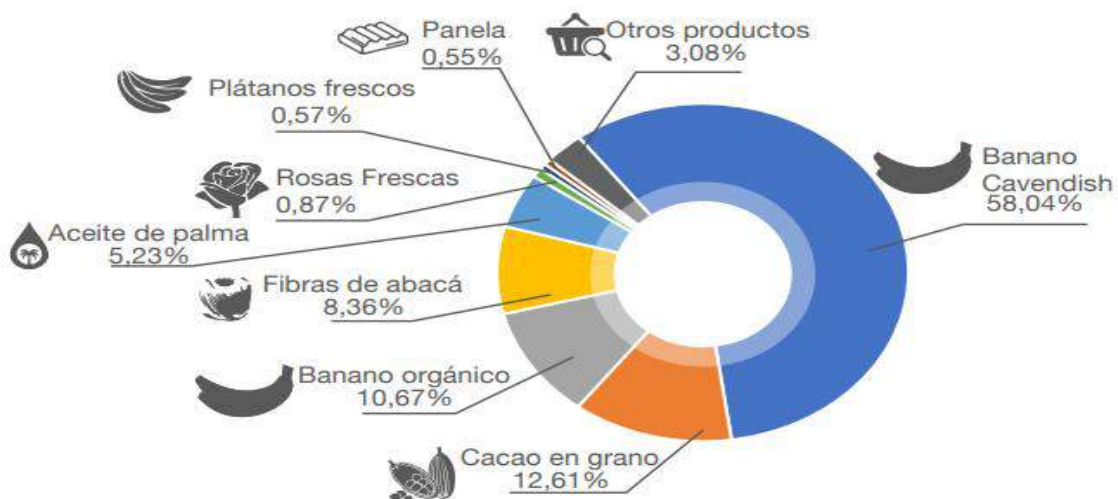


Figura 3 Productos exportados por la EPS (2020)

Fuente: Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP, 2020)

Se observa que para el 2020 uno de los productos primarios que mayor representación tuvo es el banano Cavendish con un 58,04%, después de este bien, el que mayor consumo tuvo en el comercio exterior es el banano generado en procesos orgánicos con un 10,67%. Esto refleja que este fruto es altamente apetecido por parte del mercado extranjero, y que es una de las principales ofertas exportables que tiene el Ecuador.

Tabla 1

Balanza Comercial del Ecuador (2018-2020) (valor expresado en Millones de dólares y en TM)

Período	Ene - Dic 2018		Ene - Dic 2019		Ene - Dic 2020	
	TM	Valor	TM	Valor	TM	Valor
Exportaciones totales	31,239.2	21,628.0	33,100.0	22,329.4	32,502.2	20,226.6
Petroleras	20,504.7	8,801.8	22,212.1	8,679.6	20,839.1	5,250.4
No petroleras	10,734.5	12,826.2	10,887.9	13,649.8	11,663.2	14,976.2
Importaciones totales	17,032.6	22,105.6	17,373.7	21,509.3	15,339.6	16,986.8
Bienes de consumo (2)	1,043.1	5,014.7	1,213.7	4,910.9	998.4	4,116.3
Materias primas	8,891.4	7,490.6	8,576.2	6,940.8	7,916.4	5,992.7
Bienes de capital	539.2	5,202.8	556.1	5,373.7	394.6	4,152.0
Combustibles y Lubricantes	6,552.2	4,325.7	7,017.0	4,148.8	6,023.0	2,647.1
Diversos	6.6	70.0	10.6	100.0	7.2	78.8
Ajustes (3)		1.8		35.0		0.0
Balanza Comercial - Total		-477.6		820.1		3,239.8

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2021)

La tabla anterior permite sacar varias apreciaciones sobre las evoluciones de las exportaciones en Ecuador, primero se debe indicar que, en base al valor monetario generado, son las importaciones la que tienen mayor representación para el primer periodo (2018), sin embargo, en los posteriores periodos la exportación se incrementa, sobre todo en el periodo de pandemia, permitiendo una balanza comercial positiva.

Lo anterior demuestra la importancia de lograr que los procesos de exportación tengan mayor representatividad en una economía. También se puede observar que el desarrollo de las exportaciones son variables, del 2018 al 2019 subieron, pero cayeron para el 2020, demostrando una afectación en periodo de pandemia. Por su parte, el desarrollo de las exportaciones exhibe el siguiente movimiento:

Tabla 2

Evolución de las exportaciones (2018-2020) (Valor en TM y Millones de dólares)

	Ene - Dic 2018				Ene - Dic 2019				Ene - Dic 2020				Variación Ene - Dic 2020 / 2019		
	a	b	b/a	Part.en valor	a	b	b/a	Part.en valor	a	b	b/a	Part.en valor	TM	Valor USD FOB	Valor unitario
	TM	Valor USD FOB	Valor unitario		TM	Valor USD FOB	Valor unitario		TM	Valor USD FOB	Valor unitario				
Exportaciones Totales	31,239	21,628.0			33,100	22,329.4			32,502	20,226.6			-1.8%	-9.4%	
Petroleras	20,505	8,801.8	59.6	100.0%	22,212	8,679.6	54.2	100.0%	20,839	5,250.4	35.0	100.0%	-6.2%	-39.5%	-35.5%
Crudo	18,139	7,853.4	60.6	89.2%	19,555	7,731.2	55.3	89.1%	18,395	4,684.8	35.6	89.2%	-5.9%	-39.4%	-35.6%
Derivados	2,366	948.4	52.5	10.8%	2,657	948.4	46.7	10.9%	2,444	565.6	30.3	10.8%	-8.0%	-40.4%	-35.2%
No Petroleras	10,734	12,826.2		100.0%	10,888	13,649.8		100.0%	11,663	14,976.2		100.0%	7.1%	9.7%	
Tradicionales	7,810	7,585.4		59.1%	7,913	8,339.1		61.1%	8,396	8,812.6		58.8%	6.1%	5.7%	
Camarón	512	3,189.7	6,228.7	24.9%	645	3,890.5	6,031.4	28.5%	688	3,823.5	5,553.5	25.5%	6.7%	-1.7%	-7.9%
Banano y Plátano	6,872	3,215.9	468.0	25.1%	6,875	3,295.2	479.3	24.1%	7,261	3,669.0	505.3	24.5%	5.6%	11.3%	5.4%
Cacao y elaborados	322	788.0	2,447.4	6.1%	297	763.9	2,571.4	5.6%	354	935.1	2,642.0	6.2%	19.1%	22.4%	2.7%
Atún y pescado	89	308.4	3,447.4	2.4%	82	309.3	3,757.1	2.3%	81	315.2	3,869.1	2.1%	-1.1%	1.9%	3.0%
Café y elaborados	14	83.4	5,913.8	0.6%	13	80.2	6,208.4	0.6%	11	69.8	6,104.3	0.5%	-11.5%	-13.0%	-1.7%
No Tradicionales	2,924	5,240.8		40.9%	2,975	5,310.7		38.9%	3,267	6,163.6		41.2%	9.8%	16.1%	
Enlatados de pescado	272	1,231.1	4,525.7	9.6%	293	1,187.2	4,053.6	8.7%	311	1,171.0	3,768.5	7.8%	6.1%	-1.4%	-7.0%
Productos mineros	132	282.3	2,132.4	2.2%	152	326.4	2,152.5	2.4%	285	921.9	3,239.4	6.2%	87.7%	182.5%	50.5%
Flores Naturales	155	843.4	5,448.0	6.6%	158	879.8	5,554.1	6.4%	153	827.1	5,409.4	5.5%	-3.5%	-6.0%	-2.6%
Madera	595	242.0	406.8	1.9%	637	304.1	477.0	2.2%	577	571.1	990.4	3.8%	-9.5%	87.8%	107.6%
Otras Manufacturas de metal	158	401.2	2,538.5	3.1%	164	349.3	2,127.8	2.6%	143	332.4	2,326.6	2.2%	-13.0%	-4.8%	9.3%
Fruta	151	125.6	830.3	1.0%	158	160.1	1,014.2	1.2%	166	182.4	1,098.4	1.2%	5.2%	14.0%	8.3%
Extractos y aceites vegetales	332	249.3	750.2	1.9%	221	162.2	733.3	1.2%	192	154.1	803.1	1.0%	-13.3%	-5.0%	9.5%
Elaborados de banano	155	165.9	1,067.4	1.3%	138	150.3	1,090.5	1.1%	137	153.6	1,119.6	1.0%	-0.4%	2.2%	2.7%
Manuf.de cuero, plástico y caucho	53	154.8	2,925.1	1.2%	57	160.6	2,841.7	1.2%	53	141.1	2,651.8	0.9%	-5.8%	-12.1%	-6.7%
Químicos y fármacos	81	142.9	1,753.4	1.1%	77	130.4	1,697.5	1.0%	81	123.6	1,524.0	0.8%	5.6%	-5.2%	-10.2%
Jugos y conservas de frutas	48	107.9	2,226.0	0.8%	38	86.6	2,268.0	0.6%	46	103.3	2,241.9	0.7%	20.8%	19.4%	-1.2%
Maderas terciadas y prensadas	148	77.9	525.6	0.6%	109	63.5	583.6	0.5%	84	75.6	904.3	0.5%	-23.2%	19.1%	54.9%
Tabaco en rama	6	71.6	11,664.3	0.6%	5	77.2	14,910.4	0.6%	4	73.4	19,824.2	0.5%	-28.4%	-4.9%	33.0%
Harina de pescado	53	75.9	1,420.9	0.6%	49	61.4	1,250.3	0.5%	52	62.5	1,198.0	0.4%	6.2%	1.8%	-4.2%
Vehículos	5	111.2	20,284.4	0.9%	4	88.0	23,614.9	0.6%	3	54.6	20,848.6	0.4%	-29.7%	-37.9%	-11.7%
Otras manif.textiles	16	59.0	3,777.9	0.5%	13	49.0	3,689.5	0.4%	15	51.6	3,508.7	0.3%	10.8%	5.3%	-4.9%
Otros elaborados del mar	13	44.0	3,482.5	0.3%	10	34.6	3,432.3	0.3%	14	46.7	3,420.8	0.3%	35.4%	34.9%	-0.3%
Manuf. de papel y cartón	67	74.1	1,108.6	0.6%	50	61.6	1,225.2	0.5%	31	42.4	1,350.4	0.3%	-37.5%	-31.1%	10.2%
Abacá	8	20.0	2,418.0	0.2%	11	28.0	2,664.8	0.2%	12	32.7	2,728.7	0.2%	14.1%	16.8%	2.4%
Prendas de vestir de fibras textiles	1.3	20.7	16,505.7	0.2%	1	25.2	18,993.1	0.2%	1	18.4	19,625.3	0.1%	-29.2%	-26.8%	3.3%
Otros	473	740.0	0.0	5.8%	630	925.3	0.0	6.8%	909	1,023.9	0.0	6.8%	44.3%	10.7%	

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE, 2021)

Se puede observar en la evolución de las exportaciones que los productos tradicionales demuestran un mejor desarrollo en la economía ecuatoriana, dentro de cada uno de los periodos, la misma que se conforma de cinco clases de productos; de estos productos es el banano y el camarón las que mayor generación de divisas provoca, siendo este último el que mejor valor genera en términos FOB.

Entre los productos no tradicionales se puede verificar que el resto de las frutas han tenido una evolución positiva en las exportaciones ecuatorianas, pasando de \$125,6 millones FOB en el 2018 a \$182,4 millones FOB en el 2020, reflejando ser un sector importante para la generación de divisas y procesos de exportación, resaltando que incluso en periodos de pandemia obtuvo buenos resultados.

Las exportaciones de coco para el Ecuador han tenido una fuerte afectación dentro del periodo 2021, la nación paso de vender un total de 40,77 toneladas en el 2020 a 2,46 toneladas en el siguiente año (De enero a junio), dentro de los mercados objetivos del Ecuador se destaca Colombia que para el 2020 importó un total de 40,64 toneladas (Centro de Estudios Asia-Pacífico, 2021).

De las empresas de la Economía Popular y Solidaria (EPS) se expone que los productos pertenecientes a las categorías de “Coco, Abacá y demás Fibras Textiles Vegetales en Bruto” se expuso para el 2019 alcanzo ventas de Miles USD \$16.234,24 que corresponde a unas 6.010,00, mientras que para el 2020 los resultados expresaron Miles USD \$22.995,41 para unas 8.473,00 toneladas (Pro Ecuador, 2021).

Incoterms

Se pueden definir como una serie de normas que son aceptadas y reconocidas internacionalmente, que establecen los derechos y obligaciones en las condiciones de venta de los compradores y vendedores que son parte de intercambios comerciales. Desde su origen los incoterms son revisados periódicamente para cambiar y adaptarse si el momento lo amerita, de acuerdo con la situación del comercio internacional (TIBA Team, 2020).

Desde el 1 de enero de 2020 todas las importaciones y exportaciones se regulan por los nuevos incoterms 2020. Esta nueva edición tiene como objetivo principal hacer más fácil la elección del incoterm por parte del usuario y que su comprensión sea más sencilla, así como la litigiosidad que conlleva su utilización (TRANSEOP, 2021).

Esta versión mantiene la distinción introducida en el 2010 en relación con las Reglas que agrupa los términos en función del medio de transporte utilizado, pero trata de poner mayor énfasis al respecto para evitar la comisión de errores derivados de escoger un Incoterm concebido con anterioridad para otro medio de transporte (López & Rodríguez, 2019).

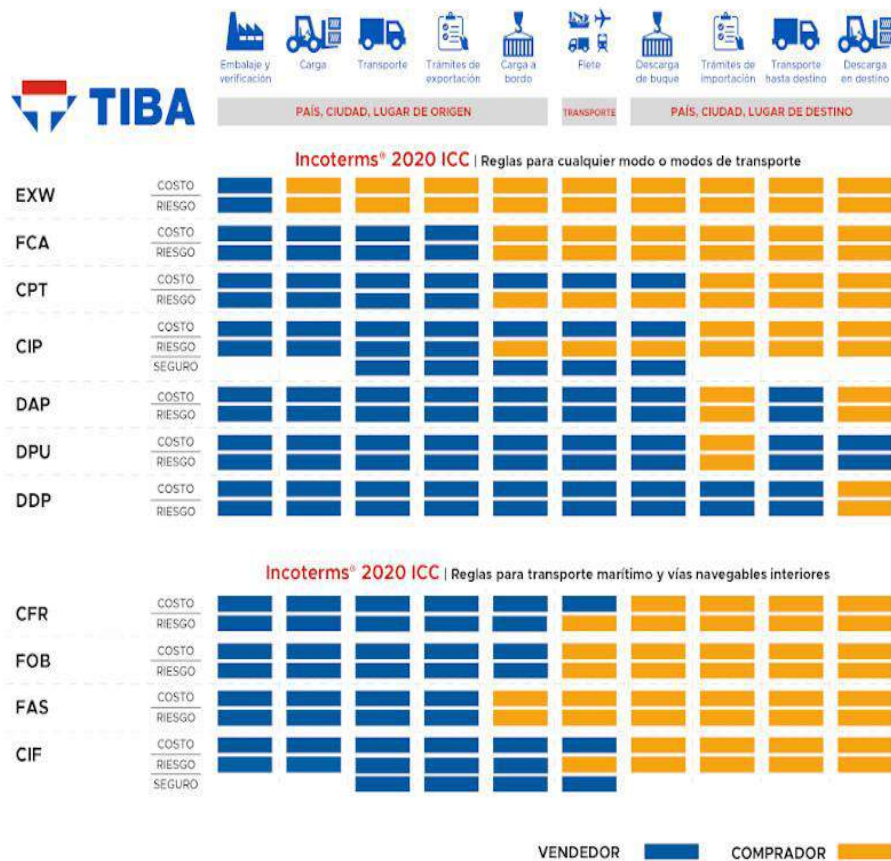


Figura 4 Incoterms 2020.

Fuente: Tomado de TIBA (2020)

En la Figura anterior, es posible identificar los derechos y obligaciones tanto del comprador como del vendedor, de acuerdo con los Incoterms. A continuación, se definen cada uno de ellos:

- **EXW Ex Works/ En fábrica.** - El **vendedor o exportador** pone la mercancía a disposición del comprador en su propia fábrica o almacén, encargándose únicamente del embalaje de esta.

- **FCA Free Carrier/ Libre transportista.** –TIBA Team (2020), menciona que bajo este Inconterm, el vendedor entrega la mercancía en un lugar que acuerdan ambas partes y, asume costes y riesgos hasta la entrega de la mercancía en ese punto convenido, incluidos los costes del despacho de exportación. Además, el vendedor se ocupa del transporte interior y de las gestiones aduaneras de exportación, excepto si el lugar designado son las instalaciones del vendedor, en cuyo caso la mercancía se entrega en dicho punto cargada en los medios de transporte dispuestos por el comprador asumiendo el coste el comprador.

- **FAS Free Alongside Ship / Libre al costado del buque.** - El **vendedor o exportador**, como su propio nombre indica, entrega la mercancía en el muelle de carga del puerto de origen al lado del buque donde se transportará la mercancía; este es quien asume todos los gastos hasta la entrega, incluidos los trámites aduaneros de exportación (TRANSEOP, 2021).

- **FOB Free On Board / Libre a bordo.** - El **exportador** asume todos los gastos y riesgos hasta que la mercancía se encuentra a bordo del medio de transporte, así también se ocupa del despacho de exportación y gastos en origen (López & Rodríguez, 2019). Por otra parte, también se encarga de contratar el transporte en caso de que corra por cuenta del comprador.

- **CFR Cost, Insurance and Freight / Coste, seguro y flete.** - El **vendedor** se encarga de todos los costes hasta que la mercancía llega al puerto de destino, incluyendo el despacho de exportación, los gastos de origen, el flete y normalmente los gastos de descarga. Solo **se utiliza en el transporte marítimo.**

- **CPT Carriage Paid To / Transporte pagado hasta.** - El vendedor es el encargado de organizar el transporte y asumir los costos hasta el destino convenido. Una vez entregado al primer transportista, el riesgo se transfiere al comprador (TIBA Team, 2020).

- **DAP Delivered at Place / Entrega en Lugar Acordado.** - Requiere que la mercancía sea entregada por el vendedor en un lugar designado por el comprador. Normalmente esa entrega se realiza en las instalaciones del comprador. Por lo tanto, el comprador es el responsable de descargar los medios de transporte (Nanot, 2020).

Diseño de exportación

Alcanzar la eficiencia competitiva en el comercio internacional de cada país requiere como condición indispensable la planificación y desarrollo de una estrategia

que tenga como fundamento la investigación sistemática de oportunidades en los mercados internacionales, objetivo que se puede cumplir a través de una adecuada segmentación de este y una diferenciación de productos constante (Cofone, 2006).

La elaboración de un diseño exportación no garantiza el éxito de la internacionalización de un producto, sin embargo, este sí permite que los procesos sean más eficientes para poder lograrlo; teniendo en cuenta que busca, principalmente, de definir de manera escrita y detallada los objetivos, acciones, limitaciones y cronogramas que sustenten la exportación, para de esta manera facilitar la medición de los resultados y la comprensión del personal involucrado.

Los beneficios de diseñar un plan de exportación son diversos, entre ellos está el que es posible reconocer la posición de la compañía con respecto a los mercados externos, es decir, su competitividad; así mismo, permite analizar con anticipación todos los posibles riesgos y crear una planificación de contingencia para solucionarlos; finalmente, esta herramienta facilita el aprendizaje sobre los objetivos de consumo final y ayuda a mejorar la relación con proveedores, agentes de ventas e instituciones financieras (Solística, 2021).

Como cualquier instrumento para alcanzar una meta, el plan de exportación se debe medir durante su ejecución, es decir que, los objetivos y resultados se comparan con el fin de tener un panorama claro de las estrategias y si estas son exitosas o es necesario modificarlas.

De acuerdo con Sandoval & Ruiz (2013), los puntos clave para la elaboración de un Diseño de Exportación son los siguientes:

- El producto que se desea exportar.
- Adaptaciones necesarias del producto.
- Conocimiento del mercado meta.
- Canales de distribución
- Análisis del mercado.
- Costos del proceso.

Consideraciones para el Diseño de Exportación

El diseño de exportación no posee una estructura estándar debido a que depende de las características y necesidades de cada empresa, sin embargo, se plantea a

continuación un esquema que sirve de referencia para las consideraciones a tener presentes al momento de elaborar esta herramienta:

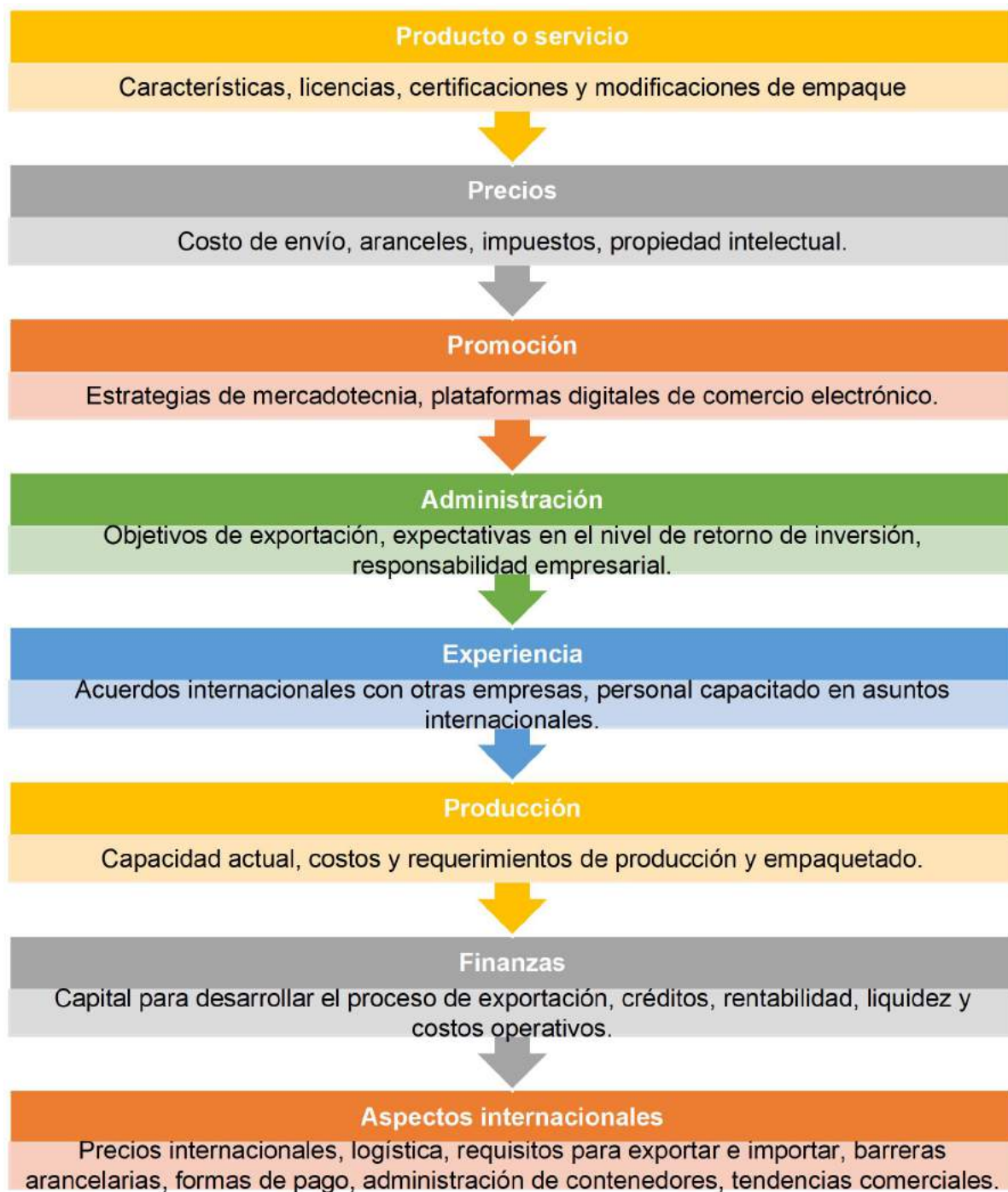


Figura 5 Consideraciones para elaborar un plan de exportación. Elaborado por el autor.

Fuente: Solística (2021)

El coco

El coco es un fruto que proviene de una especie tropical cocotero, una de las palmeras más cultivadas a nivel internacional, el origen del término se utilizó como

referencia a un tipo de fruto redondeado y comestible con cascara dura, se menciona que la procedencia es de Ganges o Sur de Asia (Sánchez, 2021). De acuerdo con Loor (2021):

Está constituido por una parte blanda interior y un líquido, a los cuales se les realizan procesos industriales para la obtención de grasas, aceites comestibles, confites y copra; sin embargo, también está constituido por la estopa o mesocarpio, que se encuentra entre el exocarpio duro o cubierta externa. (p. 8)

Las plantas de mayor interés comercial para este fruto es el cocotero o *Coco Nucifera L.*, el cual, se cultiva en más de 80 naciones a nivel del globo, dicho cultivo es perenne y entre los principales productores están los países asiáticos, sin embargo, de forma general destacan como productores a nivel del mundo destacan Indonesia, Filipinas, India, Brasil y Sri Lanka (Olinda, 2018).

El Ecuador a ser un país con gantes extensiones de territorio agropecuario ola producción de estos frutos es evidente, mediante la Encuesta de Superficies de Producción Agropecuaria Continua (ESPAC) se expone que existen 7,3 millones de hectáreas para estas actividades, la producción de coco se centra en un 85% en la región costa en provincias como Esmeraldas, Manabí, Guayas, Los Ríos y El Oro (Romero, Rosado, Sablón, & Burbano, 2020). La ficha técnica del fruto son las siguientes:

Producto Específico:	Copra (cocotero), para extracción de aceite
Nombre Comercial:	Copra
Código CPC V.2:	01499.00.01
Código CIIU 4.0:	A0126.09
Código Arancel 2007:	1203.00.00.00
Código Arancel 2012:	1203.00.00.00
PROPIEDADES GENERALES	
Descripción:	La copra es la pulpa seca del coco (fruto de <i>Cocos nucifera</i> L., Arecaceae) y su nombre se deriva de una palabra en malayalam: koppera, que significa coco seco. La cosecha del Cocotero para obtener Copra, varía según el tipo de producción si se destina a la de coco rayado, deshidratado o copra para la extracción de aceite, la cosecha se realiza cuando los cocos caen al suelo o cuando uno de los cocos de un racimo está seco, estos cocos permanecen en la planta durante 12 meses. La producción de copra empieza casi siempre por la eliminación de la cáscara dura exterior del coco; ésta se tira o se le extrae la fibra, llamada bonete; luego se despedaza la pulpa, si se va utilizar para la extracción de aceite se deja que la pulpa se seque, normalmente este proceso se realiza donde crecen los cocoteros.
Usos:	En la Industria se usa como materia prima para la extracción de aceite (la copra de buena calidad contiene entre un 60 y un 65% de aceite). Para el consumo humano se utiliza en la elaboración de dulces.
Magnitud:	Peso
Unidad de Medida:	Kilogramos
Presentación Comercial:	Se comercializa la copra en recipientes o gavetas
PROPIEDADES ESPECÍFICAS	
Nombre Científico	<i>Cocos nucifera</i>
Clima:	El cultivo del cocotero requiere un clima cálido, sin grandes variaciones de temperatura. La temperatura media diaria debe estar en torno a los 27 grados centígrados con variaciones de 7 a 5 grados centígrados.
Tipo de Propagación:	El cocotero se reproduce por semillas

Figura 6 Ficha Técnica Copra (cocotero)

Fuente: Tomado del Sistema Integrado de Consulta de Clasificaciones y Nomenclaturas (SIN) del INEC (2022)

El Sistema Integrado de Consulta de Clasificaciones y Nomenclaturas (SIN) permite que los agricultores puedan clasificar y tener una visión de las características de los frutos que promueven en el mercado ecuatoriano, en dicha clasificación se promueve el tipo de unidad y medida que se debe considerar en dicho producto, así como la utilización industrial y de consumo, por su parte, también existe una ficha técnica solo centrada en la fibra de coco que se expone a continuación.

Producto Específico:	Fibras de coco en bruto
Nombre Comercial:	Fibra de coco
Código CPC V.2:	01929.01.03
Código CIIU 4.0:	A0116.02
Código Arancel 2007:	5305.00.90.00
Código Arancel 2012:	5305.00.90.00
PROPIEDADES GENERALES	
Descripción:	La fibra de coco procede de la envoltura exterior de las nueces de coco; son ordinarias, quebradizas y de color pardo. La fibra de coco pertenece a la familia de las fibras duras como el henequén. Se trata de una fibra compuesta por celulosa y leño que posee baja conductividad al calor, resistencia al impacto, a las bacterias y al agua.
Usos:	Su resistencia y durabilidad la hacen un material adecuado para el mercado de la construcción, para usarlo como material de aislamiento térmico y acústico. La industria textil utiliza fibra de coco para elaborar hilos, redes de pesca, así como relleno para colchones y sillones.
Magnitud:	Peso
Unidad de Medida:	Kilogramos
Presentación Comercial:	En bruto o en haces
PROPIEDADES ESPECÍFICAS	
Nombre Científico	Cocos nucifera
Clima:	El cocotero requiere clima cálido, sin grandes variaciones de temperatura. Una temperatura media diaria en torno a los 27 grados centígrados con variaciones de 5 a 7 grados centígrados.
Tipo de Propagación:	Sexual (semilla)

Figura 7 Ficha Técnica Fibras de coco en bruto

Fuente: Tomado de Sistema Integrado de Consulta de Clasificaciones y Nomenclaturas (SIN) del INEC (2022)

Se puede denotar que hay una clasificación para diferentes partes del coco y que se utilizan dentro del mercado para realizar procesos industriales que conllevan a la obtención de nuevos bienes, o se implementan como productos finales para que sean consumidos por los clientes. Las fibras de coco expuestas en la ficha técnica de la figura 7 expone una unidad de medida en KG y una magnitud en peso, así como presentaciones comerciales en bruto o en haces.

También se expone que las fichas técnicas nacionales de ambos bienes mencionan el clima para las propiedades específicas de dichos productos, brindando con esto mayores datos a los productores sobre el ambiente idóneo bajo los cuales deberían realizar los cultivos de dichos frutos.

Marco conceptual

Acuerdo comercial: Mosquera (2020) “Un acuerdo comercial es un pacto o negociación entre dos o más naciones con el objetivo de pactar intereses en materia de comercio y aumentar los intercambios entre las partes firmantes” (p. 7).

Aduana: Organismo público del Estado que regula los procesos de comercio internacional y las entradas de mercancías al territorio, verificando el cumplimiento de los requisitos designados por ley para poder permitir el ingreso o salida de las mercancías del territorio.

Aranceles: Tarifa que se debe cancelar por el ingreso de mercancías en un territorio determinador, producto de un proceso de comercio internacional; este valor se controla por las aduanas de cada nación y se convierte en un requisito cobrado a ciertos productos para su ingreso.

Comercio exterior: Proceso de negociación de mercancías ejecutado entre vendedores y compradores de diferentes naciones, que permite el intercambio mediante la entrega de divisas, se fomenta mediante negociaciones comerciales entre las naciones. De acuerdo con ...

Envuelve a la exportación y a la importación de bienes y servicios. La exportación es la venta de los productos procedentes de un país a clientes ubicados en otro país, y la importación es la compra de productos fuera del país para introducirlos al país. (Garzón, 2018, p. 25)

Exportación: Proceso de venta de bienes o servicios hacia un mercado extranjero, siempre que cumpla con las obligaciones y requerimientos de ley de cada una de las aduanas de entrada y salida de dichas mercancías, donde se reconoce al comprador como importador.

Importador: Corresponde al comprador de las mercancías proveniente de otro país, realizando un proceso de importancia donde se legaliza las mercancías traídas desde el exterior; ejecutándose con la finalidad de venta o de ser consumidor como consumidor final.

Marco jurídico

Constitución de la Republica del Ecuador

Art. 261.- El Estado central tendrá competencias exclusivas sobre:

1. La defensa nacional, protección interna y orden público.
2. Las relaciones internacionales.
3. El registro de personas, nacionalización de extranjeros y control migratorio.
4. La planificación nacional.
5. Las políticas económica, tributaria, aduanera, arancelaria; fiscal y monetaria; comercio exterior y endeudamiento. (Constitución de la República del Ecuador, 2021, p. 129)

Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley. (Constitución de la República del Ecuador, 2021, p. 166)

Art. 417.- Los tratados internacionales ratificados por el Ecuador se sujetarán a lo establecido en la Constitución. En el caso de los tratados y otros instrumentos internacionales de derechos humanos se aplicarán los principios pro ser humano, de no restricción de derechos, de aplicabilidad directa y de cláusula abierta establecidos en la Constitución. (Constitución de la República del Ecuador, 2021, p. 194)

Art. 418.- A la presidenta o presidente de la República le corresponde suscribir o ratificar los tratados y otros instrumentos internacionales. La presidenta o presidente de la República informará de manera inmediata a la Asamblea Nacional de todos los tratados que suscriba, con indicación precisa de su carácter y contenido. Un tratado sólo podrá ser ratificado, para su posterior canje o depósito, diez días después de que la Asamblea haya sido notificada sobre el mismo. (Constitución de la República del Ecuador, 2021, p. 194)

Código Orgánico De La Producción, Comercio E Inversiones, COPCI

Art. 4.- Fines. - La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:

- a. Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y ecoeficiente;
- b. Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria;
- c. Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas. (COPCI, 2018, p. 4)

Art. 39.- Rectoría pública. - Serán atribuciones del Consejo Sectorial de la producción, para el establecimiento de las ZEDE, las siguientes:

- f. Establecer los requisitos generales y específicos, incluidos los de origen y valor agregado nacional, para que un producto transformado, elaborado (que incluye su montaje, ensamble y adaptación a otras mercancías) o reparado (que incluye su restauración o acondicionamiento) dentro de una Zona Especial de Desarrollo Económico pueda ser nacionalizado, con o sin el pago total o parcial de aranceles. Para efectos de establecer dicho procedimiento se considerará el valor en aduana de la mercancía a nacionalizarse, debiendo descontarse el valor agregado nacional y/o el valor de los bienes nacionales o nacionalizados que se hayan incorporado en el proceso productivo del bien a nacionalizarse, el cumplimiento de las normas de origen de productos nacionales de exportación, entre otros, de ser pertinente. Este procedimiento será exclusivo para el cálculo de los derechos arancelarios. Para efectos de la liquidación y cobro del impuesto al valor agregado se seguirá el procedimiento establecido por el Servicio de Rentas Internas. (COPCI, 2018, p. 19)

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-

valórem), 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. (COPCI, 2018, p. 31)

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; o, b. Contingentes arancelarios, cuando se establezca un nivel arancelario para cierta cantidad o valor de mercancías importadas o exportadas, y una tarifa diferente a las importaciones o exportaciones que excedan dicho monto. (COPCI, 2018, p. 31)

Art. 78.- Medidas no arancelarias. - El Comité de Comercio Exterior podrá establecer medidas de regulación no arancelaria, a la importación y exportación de mercancías, en los siguientes casos:

- a. Cuando sea necesario para garantizar el ejercicio de un derecho fundamental reconocido por la Constitución de la República;
- b. Para dar cumplimiento a lo dispuesto en tratados o convenios internacionales de los que sea parte el Estado ecuatoriano;
- c. Para proteger la vida, salud, seguridad de las personas y la seguridad nacional;
- d. Para garantizar la preservación del medio ambiente, la biodiversidad y la sanidad animal y vegetal;
- e. Cuando se requiera imponer medidas de respuesta a las restricciones a exportaciones ecuatorianas, aplicadas unilateral e injustificadamente por otros países, de conformidad con las normas y procedimientos previstos en los respectivos acuerdos comerciales internacionales y las disposiciones que establezca el órgano rector en materia de comercio exterior;
- f. Cuando se requieran aplicar medidas de modo temporal para corregir desequilibrios en la balanza de pagos;
- g. Para evitar el tráfico ilícito de sustancias estupefacientes y psicotrópicas; y,
- h. Para lograr la observancia de las leyes y reglamentos, compatibles con los compromisos internacionales, en materias tales como controles aduaneros,

derechos de propiedad intelectual, defensa de los derechos del consumidor, control de la calidad o la comercialización de productos destinados al comercio internacional, entre otras. (COPCI, 2018, p. 31)

Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción

Art. 50.- El control aduanero por parte del SENA E podrá aplicarse al ingreso, permanencia, traslado, circulación, almacenamiento y salida de las mercancías, unidades de carga y medios de transporte que ingresen o salgan de una ZEDE con mercancía que ingrese libre del pago de tributos al comercio exterior. Este se podrá realizar en las siguientes fases: control anterior, control concurrente y control posterior, de acuerdo con los procedimientos determinados en la normativa internacional, en el Libro V del Código de la Producción, su Reglamento y en la normativa expedida por el SENA E. (Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción, 2018, p. 27)

Art. 51.- Para efectos del control aduanero, la autoridad competente de la dirección distrital de la respectiva jurisdicción dispondrá que los funcionarios aduaneros que se requiera se instalen en el área de oficina aduanera de la ZEDE, siempre que se considere necesario que esta exista. Las oficinas aduaneras se instalarán previa aprobación del SENA E, debiendo los administradores cumplir con los requisitos establecidos en la normativa dictada para el efecto. (Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción, 2018, pp. 27-28)

Art. 53.- Los procedimientos aduaneros para el ingreso y salida de mercancías hacia y desde una ZEDE serán simplificados, cumpliendo los requisitos documentales y operativos contenidos en el presente reglamento y la normativa que dicten, en sus ámbitos de control, ente competente en materia de ZEDE y el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción, 2018, p. 28)

Acuerdo Comercial Multipartes entre la UE y Ecuador

Artículo 4. Objetivos. Los objetivos de este acuerdo son:

- (a) La liberalización progresiva y gradual del comercio de mercancías, de conformidad con lo dispuesto en el artículo XXIV del GATT de 1994;

- (b) la facilitación del comercio de mercancías mediante, en particular, la aplicación de las disposiciones acordadas en materia de aduanas y facilitación del comercio, normas, reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad y medidas sanitarias y fitosanitarias;
- (c) la liberalización progresiva del comercio de servicios, de conformidad con el artículo V del AGCS;
- (d) el desarrollo de un clima conducente a un creciente flujo de inversiones y en particular, la mejora de las condiciones de establecimiento entre las Partes en virtud del principio de no discriminación;
- (e) facilitar el comercio y la inversión entre las Partes mediante la liberalización de los pagos corrientes y los movimientos de capital relacionados con la inversión directa;
- (f) la apertura efectiva y recíproca de los mercados de contratación pública de las Partes;
- (g) la protección adecuada y efectiva de los derechos de propiedad intelectual, de conformidad con las normas internacionales que estén en vigor entre las Partes, de manera que se asegure el equilibrio entre los derechos de los titulares de derechos de propiedad intelectual y el interés público;
- (h) el desarrollo de las actividades económicas, en particular lo relativo a las relaciones entre las Partes, de conformidad con el principio de la libre competencia. (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2016, p. 10)

Artículo 20. Clasificación de mercancías. La clasificación de mercancías en el comercio entre las Partes será establecida por la nomenclatura respectiva de cada Parte de conformidad con el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías 2007 (en adelante, «SA») y sus posteriores enmiendas. (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2016, p. 29)

Artículo 23. Restricciones a la importación y a la exportación, Salvo disposición en contrario en este Acuerdo o lo previsto en el artículo XI del GATT de 1994 y sus notas interpretativas, ninguna Parte adoptará o mantendrá prohibiciones o restricciones sobre la importación de mercancías de otra Parte o sobre la exportación o venta para exportación de mercancías destinadas al territorio de otra Parte. Para ese fin, el artículo XI del GATT de 1994 y sus notas interpretativas se incorporan a este

Acuerdo y son parte integrante del mismo mutatis mutandis. (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2016, p. 33)

Artículo 25. Aranceles e impuestos a la exportación. Salvo disposición en contrario en este Acuerdo, ninguna Parte adoptará o mantendrá cualquier arancel o impuesto, distinto a un cargo interno aplicado de conformidad con el artículo 21, a o en conexión con la exportación de mercancías al territorio de otra Parte. (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2016, p. 36)

Plan De Desarrollo

Objetivos del Eje Económico: Dentro de los objetivos del plan se destacan los siguientes:

- Objetivo 1: Incrementar y fomentar, de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales
- Objetivo 2. Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional
- Objetivo 3: Fomentar la productividad y competitividad en los sectores agrícola, industrial, acuícola y pesquero, bajo el enfoque de la economía circular. (Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025 , 2021, p. 6)

Metas al 2025:

- (a) 2.1.1. Incrementar las exportaciones alta, media, baja intensidad tecnológica per cápita de 42,38 en al 51,31.
- (b) 2.1.2. Incrementar la participación de las exportaciones no tradicionales en las exportaciones no petroleras totales del 41,16% al 48,36%.
- (c) 2.2.1. Incrementar la recaudación tributaria anual del sector minero de USD 40.283.952 a USD 248.040.057.
- (d) 2.2.2. Incrementar las exportaciones mineras anuales de USD 921.935.961 a USD 4.040.016.198. (Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025 , 2021, p. 32)

Política Exterior. Con respecto a política exterior, desde el Gobierno del Encuentro se fortalecerá las relaciones con los países vecinos y el mundo. La finalidad

es impulsar proyectos regionales, la negociación de tratados e instrumentos internacionales, abrir mercados y atraer turismo, salvaguardando la soberanía y la paz, respondiendo a los intereses del pueblo ecuatoriano. (Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025 , 2021, p. 60)

Capítulo II

Metodología empleada

Tipo de enfoque de la investigación

Existen dos tipos de enfoques de investigación, cualitativo y cuantitativo; ambos se basan en diferentes paradigmas y análisis a partir del conocimiento y la realidad de la problemática que se investiga.

Enfoque cualitativo

De acuerdo con Hernández, Fernández, & Baptista (2014), el enfoque cualitativo permiten desarrollar hipótesis antes, durante y después de la recolección de datos, ya que utilizan el recabado y el análisis de información para *refinar* las preguntas de la investigación mientras se realiza el proceso de interpretación. Es flexible, subjetivo e interpretativo, debido a que está más alineado a la perspectiva del investigador en relación al fenómeno estudiado. A diferencia de la investigación cuantitativa, que se basa en una hipótesis.

Para este trabajo de investigación se considerará este tipo de enfoque, en el apartado teórico y el análisis de los resultados obtenidos, teniendo en cuenta que para realizar un plan de exportación es necesario interpretar los escenarios internos y externos del sector en el que se está desarrollando o se planea internacionalizar un producto, que es en este caso la pulpa de coco con destino a España.

Enfoque cuantitativo

Este tipo de enfoque, a diferencia del cualitativo, es objetivo, secuencial y probatorio. Realiza la recolección de datos e información con el propósito de probar hipótesis a través de la medición numérica y análisis estadísticos. Los fenómenos observados no tienen influencia por el investigador, por lo que debe evitar la subjetividad para que esta no repercuta en los resultados del estudio o afecte los procesos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

El presente proyecto de investigación propone elaborar una guía de exportación para la empresa Frutabona S.A., por lo que es necesario analizar datos numéricos relacionados con los costos del proceso de realización y estadísticas sobre el producto que se desea exportar para tener un análisis previo de su aceptación en el mercado español y la forma en la que pueden implementarse estrategias que estén acorde a sus necesidades en relación con el producto.

Tipo de investigación

La investigación puede clasificarse de acuerdo con su propósito, es decir los objetivos que se han planteado en el estudio, el tipo de datos que se van a utilizar para el desarrollo del proyecto, sean estos de enfoque cualitativo o cuantitativo (Molina, 2021).

De acuerdo con Tomalá (2016), la investigación según el nivel de profundización en su contenido, puede clasificarse en: exploratoria, descriptiva, correlacional y explicativa. Otras formas de estudio son el teórico y aplicado, que hacen referencia al propósito de este y al tipo de recopilación de los datos para el cumplimiento de sus objetivos. Así mismo, puede ser clasificada de acuerdo con su temporalidad como longitudinal y transversal.

Adicionalmente, se encuentran otros tipos de investigación de acuerdo al grado de manipulación de las variables, estos son experimental, cuasi-experimental y no experimental (Castillero, 2019).

Para el desarrollo del presente trabajo se utilizará un tipo de investigación descriptiva, de acuerdo con Castillero (2019), este es usado con frecuencia ya que su propósito es determinar una descripción detallada del fenómeno estudiado, midiendo sus características y los procesos que lo conforman. Así mismo, el proyecto se realizará con un diseño longitudinal, no experimental.

Se trata de un tipo de investigación longitudinal debido a que se utilizarán estadísticas relacionadas con la exportación de la pulpa de coco en el periodo de 2016-2021, y la propuesta de la implementación del plan de este proceso corresponde al año 2022. Así mismo, es no experimental dado que no se tiene control de las variables externas e internas que influyen en la internacionalización del producto, sin embargo, es posible considerarlas para su realización.

Métodos de investigación

El método de la investigación refleja la forma correcta en la que se obtiene información para su desarrollo, representa los pasos a seguir para realizar el estudio, los mismos que están estrechamente vinculados con los objetivos de este (López, García, & Reyna, 2018) . Para el desarrollo de este proyecto se utilizarán métodos teóricos y empíricos, debido a que ambos aportan a su elaboración desde una perspectiva subjetiva y objetiva respectivamente.

Método Teórico

Analítico – Sintético

Este método hace referencia de dos procesos que son inversos que funcionan de manera conjunta; mientras que el análisis es un procedimiento lógico que permite estudiar el comportamiento de las variables estudiadas, la síntesis funciona sobre la generalización de sus características y la forma en la que estas se combinan, así lo plantean Rodríguez & Pérez (2017). La unión del análisis y la síntesis tienen una base objetiva en relación a los hechos.

Desarrollar un plan de exportación implica la utilización de este método debido a que es necesario conocer y analizar las variables que lo conforman, teniendo en cuenta escenarios que pueden influir en la internacionalización de un producto, y como pueden relacionarse para garantizar el cumplimiento de los objetivos establecidos.

La guía que se propone elaborar en este trabajo de investigación requiere del análisis del mercado español en relación al consumo de pulpa de coco y la factibilidad de internacionalización de este producto por la empresa Frutabona S.A.; para ello es necesario conocer cada una de las variables que restán relacionadas con este proceso y de qué forma pueden potenciarse para garantizar el éxito de su implementación.

Histórico – Lógico

Se utiliza para estudiar una parte de la historia de las variables estudiadas que están relacionadas con el problema científico declarado, para poder así determinar su tendencia, así como las etapas más significativas de su desarrollo y sus relaciones históricas principales de manera ordenada, cronológica y lógica; así mismo, implica el estudio de la evolución del objeto determinado, sus cualidades y su diversidad que conduce a la comprensión de sus leyes de desarrollo internas y su causalidad. En este método, lo lógico debe estar fundamentado en datos históricos para poder descubrir las leyes fundamentales que rigen el desarrollo del objeto de investigación (Torres, 2020).

De manera breve se plantearán datos relacionados con la evolución de la exportación de la pulpa de coco, y algunas situaciones que la afectaron, teniendo como principal referencia los acontecimientos del año 2020 provocados por la pandemia de COVID-19, que tuvieron un impacto en el comercio internacional en general, sobre todo en sectores como el de esta fruta. Una vez recolectados estos datos, será posible descubrir la esencia del fenómeno, que es donde interviene la lógica.

Inductivo – Deductivo

Los autores Rodríguez & Pérez (2017), plantean lo siguiente:

El método inductivo-deductivo está conformado por dos procedimientos inversos: inducción y deducción. La inducción es una forma de razonamiento en la que se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales.

Adicionalmente, mencionan que este, es el método base del paradigma positivista de investigación, debido a que, al partir de evidencias empíricas, carece totalmente del subjetivismo. Es decir que la inducción y la deducción se complementan mutuamente, considerando que mediante la inducción se establecen generalizaciones a partir de lo común en varios escenarios, y luego, a partir de esta se deducen varias conclusiones lógicas.

Método Empírico

Los métodos empíricos se utilizan para dar atención a la naturaleza objeto a estudio y la relación con el problema analizado, dentro estos métodos se emplean guías y cuestionarios (Rojas, Vilaú, & Camejo, 2018). Al hacer referencia al término empírico se entiende que el investigador hace menciona a la experiencia, dentro de esta percepción se hace uso de los sentidos para generar una observación de objetos y del fenómeno del problema, aspectos físicos que darán una primera atención; también se puede apreciar como el conocimiento obtenido de la práctica, análisis y sistematización mediante la vía experimental, lo que conlleva a sensaciones, percepciones y representaciones (Rodríguez & Pérez, 2017).

Mediante la implementación de este método en el estudio se busca generar una apreciación sobre la empresa objeto a estudio mediante la implementación de instrumentos como la ficha de observación que permitan tener una visión clara de sus características y cualidades en los procesos de producción y procesos de comercio exterior.

Técnicas de la investigación y fuentes

Es posible definir a las técnicas de investigación como un conjunto de procedimientos metodológicos y ordenados cuyo propósito es garantizar el cumplimiento de los objetivos dentro del proceso investigativo. Es decir que las

herramientas que permiten concretar la metodología planteada para la realización del proyecto.

Se utilizarán dos tipos de técnicas en la realización de esta investigación, en primer lugar, la revisión documental que, de acuerdo con Ramos (2018), permite la recopilación de información para plantear las teorías que son el fundamento del estudio de los fenómenos, sus características y procesos. Incluye el uso de instrumentos definidos según la fuente documental a que hacen referencia, en este caso se trata de fuentes secundarias ya que son obtenidas de sitios web oficiales, revistas, periódicos, y demás.

La información de fuentes primarias será obtenida a través de encuestas, observación y entrevistas que, como se mencionó en el apartado anterior serán realizadas a un representante de la empresa Frutabona S.A., y a un profesional del área del comercio internacional en el país.

Entrevistas

Son herramientas que permiten una recolección de datos de carácter cualitativo sobre el sujeto que se encuentra en estudio dentro de un proyecto, esto se produce mediante una interacción oral con el participante en la entrevista y el investigador; mediante esta técnica también se genera una accesibilidad a las cualidades cognitivas de la persona que participa, lo que permitirá condicionar la realidad del fenómeno que se estudió una mejor comprensión del mismo (Troncoso & Amaya, 2017).

La entrevista se puede definir como un recurso flexible y dinámico que permite que el investigador puede utilizar para obtener datos de fuentes primarias, y se utiliza con mayor frecuencia en la investigación cualitativa, precisamente por la flexibilidad que tiene quien la realiza en cuanto al análisis e interpretación de sus resultados.

Para la elaboración del plan de exportación que es el principal objetivo de este proyecto de investigación, se realizarán entrevistas, en primer lugar, a la empresa Frutabona S.A., específicamente al encargado del área comercial o un representante que pueda proporcionar información con relación al producto que se planea exportar, y que de alguna manera pueda proveer datos importantes que se deben tener en cuenta al momento de diseñar la guía; y, finalmente, a un profesional en el ámbito del comercio exterior, para que con la información que se obtenga, se pueda garantizar el óptimo desarrollo del documento.

Se considerará un cuestionario estructurado de preguntas específicas para cada uno de los participantes, alineadas a la información que se desea obtener, en el caso del representante de la empresa Frutabona S.A., se realizarán preguntas relacionadas con el giro comercial de la compañía y la apertura para implementar el plan de exportación que se propone en esta investigación; y en el caso del profesional, se plantearán inquietudes que una vez despejadas puedan mejorar el desarrollo del proyecto y sus resultados.

La observación

Dicho termino proviene del latín “Ob” que significa opuesto o en contra; y “Servare” que significa mirar, proteger o preservar; como técnica se lo considera como la base del conocimiento científico que se genera en los estudios, su proceso requiere de la atención enfocada sobre un objeto y una capacidad para poder denotar diferencias en el fenómeno analizado (López et al., 2019).

La técnica de observación es considerada de las principales fuentes de información que permite una comprensión de los hechos que ocurren, se la puede comprender como el proceso que requiere de la atención voluntaria e inteligente hacia un elemento para poder obtener información (Tomé, 2019).

En el proceso de observación se utiliza como herramienta de recolección de datos la ficha de observación, recurso que contiene una serie de ítems o preguntas para verificar su cumplimiento dentro de la empresa Frutabona S.A., haciendo anotaciones de las características que se observan en cada uno de ítems. Esto permitirá tener una visión propia de cómo se efectúan los procesos por parte de la entidad, reconociendo fortalezas o debilidades dentro de sus gestiones.

Encuesta

Esta técnica corresponde a un acopio de información y datos fundamentados en una consulta, los que se obtienen mediante referencias de opiniones, costumbres, estados, niveles económicos, y demás datos de la actividad humana; esta herramienta puede ser estructurada al estar conformada por un listado de preguntas que se plantean por igual para todos los participantes o no estructuradas para que se vayan modificando conforme a las respuestas de cada participante (Caballero, 2017).

Esta técnica se la considera como un proceso de recolección de datos mediante la interrogación de los sujetos con el fin de obtener de forma sistemática ciertos

conceptos y apreciaciones sobre un problema expuesto a investigación, para esto se plantea un cuestionario la medición de los datos que se recolectaran (López & Fachelli, 2015).

La implementación de la encuesta dentro del corresponder a la recolección de datos que permitan tener una percepción sobre la empresa Frutabona S.A., como marca a nivel internacional, para lo cual se encuestará una muestra de clientes (importadores actuales), quienes colaborarán como participantes para determinar el impacto y aceptación que tiene la empresa.

Conforme a la técnica de la encuesta se deriva como instrumento de investigación al cuestionario, bajo el cual, ase determinar aspectos como a imagen de la empresa, la calidad de los bienes, preferencias de negociación como importadores, medios de transporte internacional que utilizan, entre otros aspectos que pueden observarse en el Anexo 1 del presente estudio.

Universo de estudio

La población de estudio para el presente proyecto se comprende de los clientes actuales de la empresa, quienes serán seleccionados con la finalidad de tener una apreciación de la empresa como marca internacional, así como aspectos que valoran en la negociación e importación.

El tipo de muestreo a aplicar dentro del estudio es No Probabilístico por Conveniencia, seleccionando a una cantidad de participantes por la accesibilidad que se tiene y bajo un criterio. El criterio de selección es que sean clientes de la empresa Frutabona S.A., en base a esto se determina una muestra de 10 personas para aplicar la encuesta del estudio.

Además, dicho muestreo se aplica para determinar a los participantes de la entrevista, en este caso se selecciona a dos personas que colaborarán en entrevistas no estructuradas y un participante en una entrevista estructurada brindando concepciones sobre la empresa en su etapa de producción y comercialización, en este caso será la persona encargada de operaciones.

Análisis de resultados

Dentro de esta sección se presentarán los resultados obtenidos dentro de las tres técnicas de investigación implementadas en el presente estudio. Los datos que se recolectaron se presentan a continuación.

Resultados y análisis de entrevista

Tabla 3

Datos del entrevistado 1 – Entrevista no estructurada

NOMBRE	Alex Tapia
FECHA	9/7/2022
CARGO	Ejecutivo de Frutabona S.A
CORREO ELECTRONICO	Alex.tapia@frutabona.com
LUGAR	Guayaquil, Samborondón
TIEMPO DE DURACION	15 min

La entrevista realizada al Sr Alex Tapia nos dio a conocer el manejo de las bodegas de la matriz en Guayaquil para su despacho internacional como nacional. Adicional a ello nos dio a conocer que los movimientos más usuales de sus productos son de manera nacional debido a la demanda interna entre asociados como las exportaciones de cada cliente del exterior que piden sus productos. También nos acoto que trabajan embarques mediante entidades de transporte de carga en diversos casos y las ofertas más solicitadas son las cajas con diversidad de frutas con manzana gala, manzana verde, kiwi, uva verde, pera forelle, piña, melón, banano, maracuyá, aguacate, limón, naranja tomate de árbol y frutilla junto con una funda de coco rallado.

Tabla 4

Datos del entrevistado 2 – Entrevista no estructurada

NOMBRE	Bryan Macias
FECHA	16/7/2022
CARGO	Inside sales de Frutabona S.A
CORREO ELECTRONICO	Sales@frutabona.com
LUGAR	Guayaquil, Samborondón
TIEMPO DE DURACION	10 min

La siguiente entrevista realizada a Bryan Macias para la coordinación a nuestra visita a Bradugon S.A fue más breve vía Telecomm y gracias a la misma nos ayudó a conocer uno de los asociados de la empresa que le ayuda a suministrar ciertos productos como su recolecta y procesamiento. Adicional a ello nos acoto que los servicios de exportación internacional se revisan caso a caso con las entidades de transporte o líneas marítimas que puedan proveer los equipos necesarios para el transporte de los productos y que los mismos tengan el tiempo adecuado para su debido consumo.

Análisis de la entrevista

A información expuesta dentro de la entrevista permite determinar que la empresa sí tiene una buena estructura para la producción de coco, puesto que, tiene una amplia cantidad de hectáreas destinadas para el cultivo de frutos, además, del conocimiento y experiencia en la producción de dicho fruto, considerando que describieron detalles de cuanto tuvieron que esperar para que una palma de producción, así como la afectación que podrían afectar el cultivo como la presencia de un insecto. Por lo tanto, el personal está preparado para intervenir en la producción de pulpa de coco.

Dentro de los procesos de comercio exterior se puede resaltar que sí estructuran un área que se encarga de dichas funciones, además tiene planificaciones para los mercados actuales que intervienen, lo que promueve una secuencia en los procesos internos de exportación que realizan.

Entre las debilidades que tiene la empresa está la falta de análisis de mercados internacionales, lo que debe sumarse dentro de las responsabilidades del área de comercio exterior para tener opciones de búsquedas de nuevos nichos para incrementar la cartera de clientes actuales, también se observa una necesidad de contar con un plan de exportación para intervenir en el mercado español, aspecto que busca ser cubierto con la propuesta del presente estudio que generara una guía para dicha entidad.

Resultados y análisis de la observación

Observación directa

Fue efectuada en la sede de la empresa con su sede en Guayaquil. La misma fue representativa y gracias a aquello me permitió aprender de primera mano del proceso de la

fabricación de la pulpa de coco rallado seco con código arancelario 0801100. Resumiendo, los días observados se puede mencionar lo siguiente:

El sábado 9 de julio pudimos tener una visita a la sede en Guayaquil y observar la infraestructura de donde se almacena y cargan los productos para su cargado en contenedores o camiones según la demanda entrante para su debido despacho con un resumen de sus exportaciones de sus productos y se nos dio la oportunidad de poder estar presentes en la cosecha de uno de sus productos en Manta cerca de la ciudad de Calceta conjunto con uno de sus asociados Bradugon S.A en la cosecha de Malanga-Taro y coco.



Figura 8 Infraestructura de almacenamiento y carga de Frutabona S.A.

Fuente: Frutabona S.A.

En el siguiente sábado 16 procedimos a ir a visitar el lugar indicado por Frutabona y confirmación de asistencia previamente informada a Alex Tapia para la debida notificación a Bradugon S.A por nuestra visita. Pudimos observar de primera mano el proceso de la recolección del coco y su procesamiento. Mas no nos pudieron muchos más productos a poder ver su procedimiento de cosecha y el proceso del secado de la pulpa de coco como su rallado siendo este más simple de lo esperado.



Figura 9 Cosecha de producción de Frutabona S.A.

Fuente: Frutabona S.A.

Análisis de la ficha de observación

Los datos obtenidos dentro de la ficha de observación permitieron evidenciar la entidad realiza controles y seguimiento a sus plantaciones de coco, lo que le garantiza obtener cultivos de cocos de calidad al final de la producción, por ende, brindara productos de calidad a los mercados que expende el bien, además, que las hectáreas que posee son bastas y le permiten realizan diferentes cultivos de frutos, lo que evidencia sus conocimientos y experiencia en la actividad agraria.

Se pudo verificar mediante la revisión del área de exportación que no existen planificaciones de estudios de mercados, que la entidad sustenta sus intervenciones o negociaciones en base referencias de clientes y mediante contactos que recibe por su plataforma digital actual. Siendo un aspecto a resolver y reforzar por parte de los directivos para buscar alternativas de mercados para intervención.

Dentro de las planificaciones de exportaciones se pudo comprobar que en la actualidad no cuentan con un plan en físico o digital para intervenir en el mercado español, comprobando con esto la necesidad de elaborar una guía que le sirva para tener

lineamientos a seguir para poder ejecutar procesos de exportaciones con importadores de aquella nación europea.

Análisis de encuesta

1. ¿Considera que el mercado ecuatoriano es apropiado para realizar negocios de comercio exterior como las importaciones?

Tabla 8
Percepción sobre el mercado ecuatoriano

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	4	40,00%
De acuerdo	6	60,00%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0,00%
En desacuerdo	0	0,00%
Totalmente en desacuerdo	0	0,00%
Total	10	100,00%

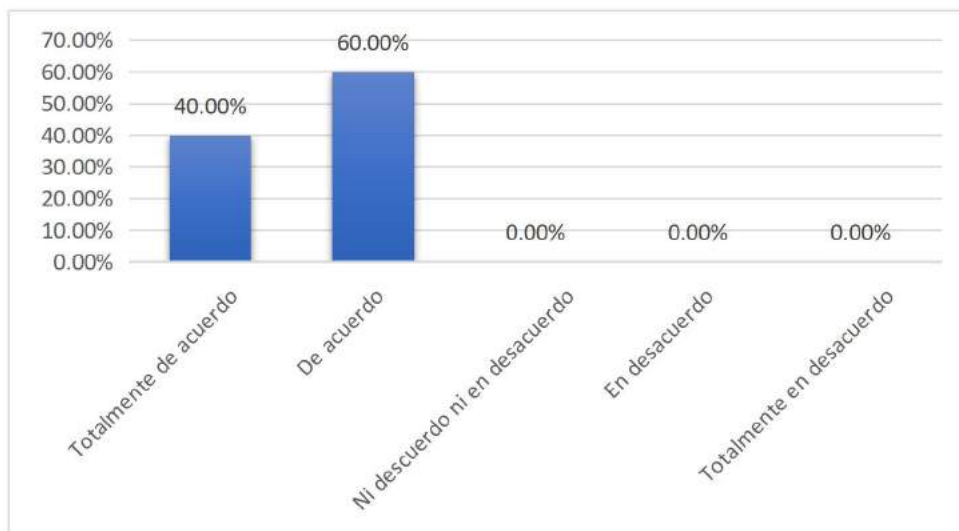


Figura 10 Percepción sobre el mercado ecuatoriano

El primer interrogante de la encuesta sirve para generar una apreciación de los distribuidores del mercado internacional (clientes/importadores actuales de la empresa) sobre el mercado ecuatoriano como proveedor de bienes en general. En base a esto, se puede apreciar un resultado positivo considerando que el 60% está de acuerdo con que es una nación apropiada para realizar negocios de comercio exterior, por lo tanto, se

tiene una buena imagen en el mercado internacional que proporcionaría la intervención o negociación con empresarios de otros mercados.

2. ¿Cómo calificaría a la marca Frutabona a nivel internacional?

Tabla 9
Percepción sobre Frutabona

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	4	40,00%
Buena	6	60,00%
Regular	0	0,00%
Mala	0	0,00%
Muy mala	0	0,00%
Total	10	100,00%

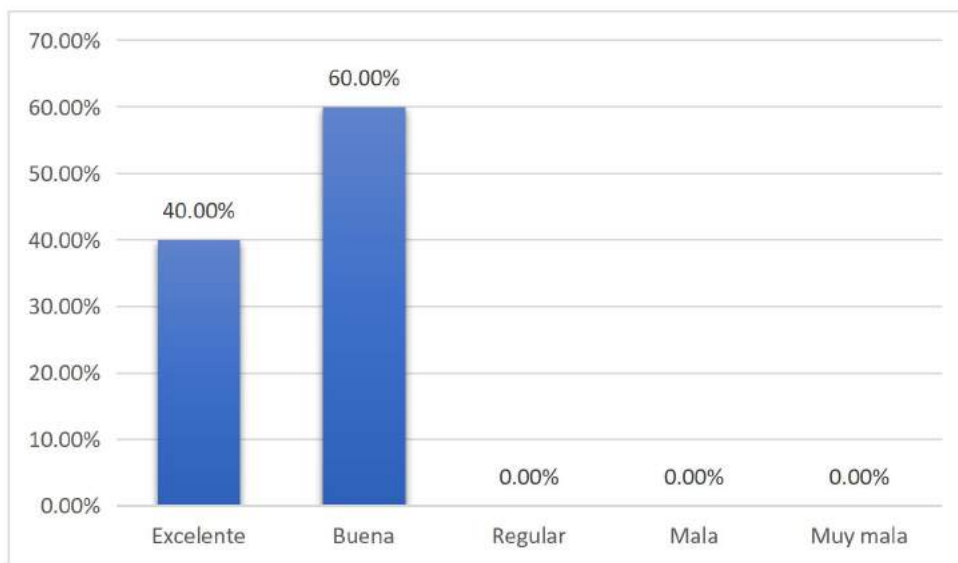


Figura 11 Percepción sobre Frutabona

La siguiente interrogante busca tener la apreciación que tienen los clientes de la empresa objeto a estudio como marca en el contexto internacional, en base a esto se puede verificar que la mayoría de los clientes la califican como buena con un 60% y un 40% como excelente, es decir, que tienen una buena aceptación como imagen en el contexto de negocios con mercados internacionales.

Esto es pertinente porque permite reconocer la capacidad que ha tenido la empresa para posicionarse ante los compradores de mercados internacionales, al no

observarse resultados negativos se entiende que la difusión y comercialización que ha sido eficiente, permitiendo cumplir con la expectativa de los clientes.

3. ¿Qué percepción tiene de la calidad de los productos que expende Frutabona?

Tabla 10

Percepción sobre la calidad de los productos de Frutabona

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	4	40,00%
Buena	6	60,00%
Regular	0	0,00%
Mala	0	0,00%
Muy mala	0	0,00%
Total	10	100,00%

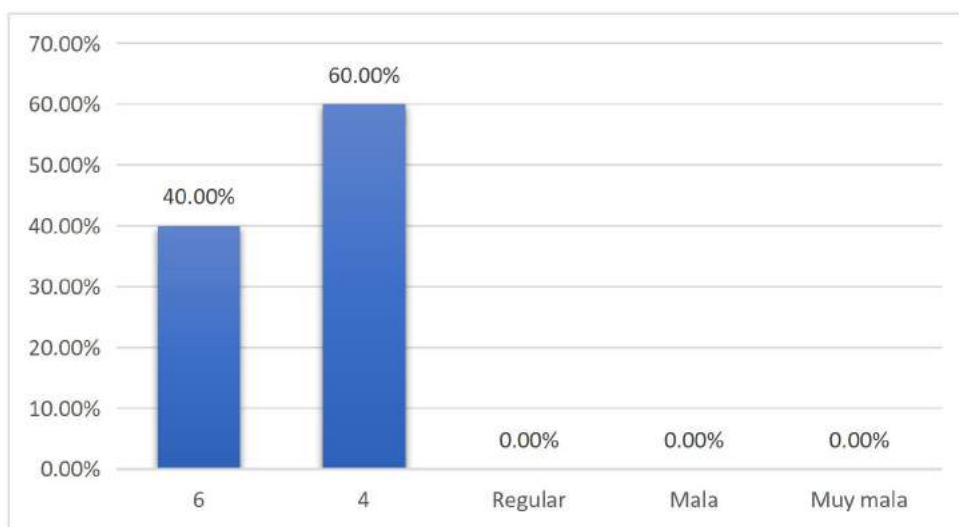


Figura 12 Percepción sobre la calidad de los productos de Frutabona

Sobre la calidad de los bienes que ofertan se observa una calificación algo semejante a la interrogante anterior, es decir, un 40% lo califica como bueno y un 60% como excelente, por lo tanto, los productos que han ofertado han cumplido con las expectativas de los clientes y, por esto, se han generado resultados positivos en la apreciación de la calidad de los diferentes frutos que se exportan.

El saber que percepción de calidad tienen los clientes permitirá a comprender y verificar que la empresa tiene un potencial suficiente para poder competir en el mercado

internacional, en este sentido, el aval de la calidad por certificados se comprueba también en la buena calificación de los clientes.

4. ¿Cuál de los siguientes atributos valora al seleccionar proveer internacional de productos?

Tabla 11

Atributos que valoran los clientes para buscar proveedores internacionales

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
La calidad	4	40,00%
La marca	0	0,00%
El precio	4	40,00%
La cercanía geográfica	0	0,00%
Los acuerdos comerciales entre las naciones	2	20,00%
Total	10	100,00%

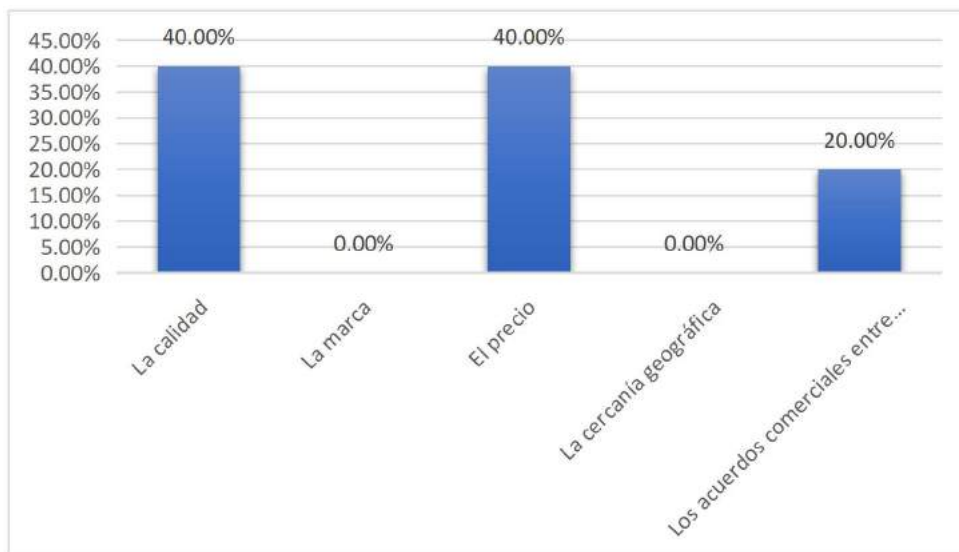


Figura 13 Atributos que valoran los clientes para buscar proveedores internacionales

Sobre los atributos que consideran relevante como importadores se menciona que hay un empate entre dos de las opciones brindadas, un 40% menciona a la calidad como lo más relevante, y otro 40% al precio que ofrecen los exportadores, a esto se le añade con un 20% los acuerdos comerciales entre a las sanciones. Información que permitirá estimar que características resaltar al ofertar el bien ante el público objetivo,

esto les sirve a los directivos el momento de negociar con proveedores, al reconocer sus apreciaciones de cualidades que valoran del bien a comprar.

5. ¿Cuáles son los términos de negocios internacional bajo los que suele comerciar?

Tabla 12

Términos de negocios internacional de preferencia de los clientes

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
FOB	10	100,00%
CIF	0	0,00%
Otros	0	0,00%
Total	10	100,00%

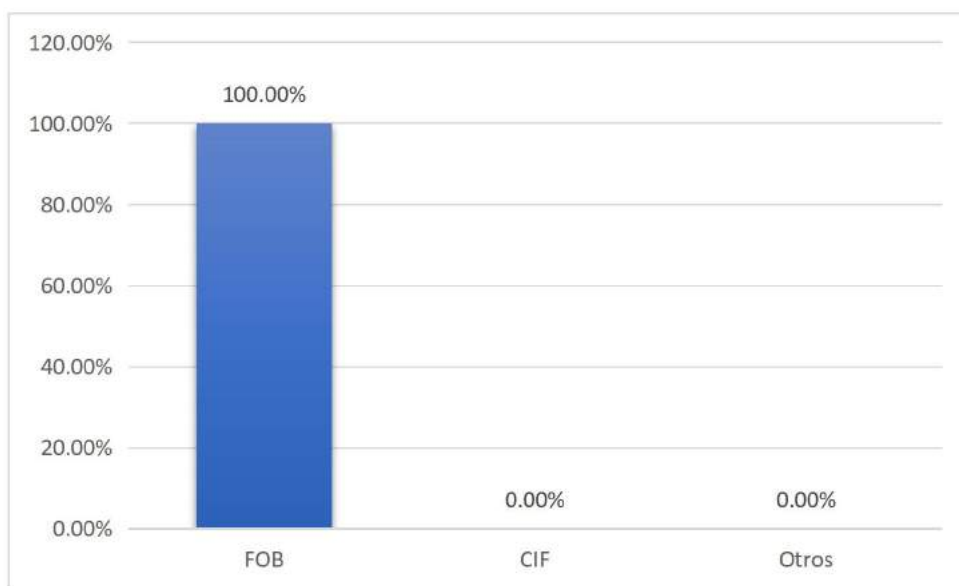


Figura 14 Términos de negocios internacional de preferencia de los clientes

Uno de los elementos claves al realizar negocios internacionales es el término de negociación Incoterm a referenciar dentro de estas transacciones, se observa que el 100% de los importadores seleccionan al FOB como la variable de negocio a utilizar en estas transacciones, por lo tanto, debería ser el medio a efectuar para generar las operaciones de exportación.

Este dato se debe comparar con el tipo de negociación internacional que suele utilizar la entidad Frutabona S.A. al intervenir en mercados internacionales, llegando a

una sinergia entre ambos aspectos para determinar la mejor forma para exportar el bien en términos del Incoterm más conveniente para las partes.

6. ¿Qué medio de transporte es el pertinente el momento de negociar internacionalmente?

Tabla 13
Medios de transporte de preferencia

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Marítimo	10	100,00%
Aéreo	0	0,00%
Total	10	100,00%

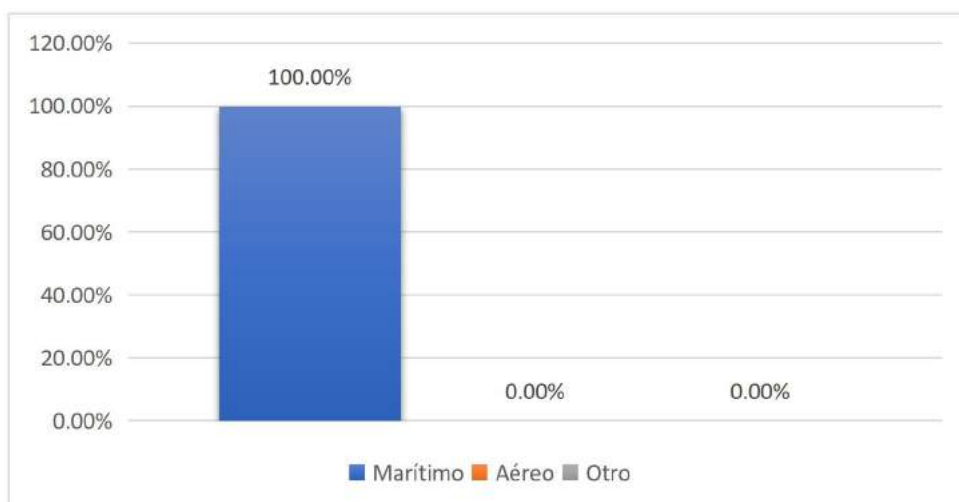


Figura 15 Medios de transporte de preferencia

Conforme al tipo de incoterm que seleccionaron, se menciona que el medio de transporte que suelen utilizar es el marítimo, eso se expone con un 100% en los resultados de la encuesta. Es decir, que es en base a este medio de transporte con el que se debería estimar los negocios internacionales, también se debe indicar que esto se debe a que medios como el aéreo muestran un mayor costo para las partes negociantes.

Considerando lo mencionado, se debe indicar que el medio de transporte más eficiente para llegar a España sin encarecer el producto es el marítimo, por lo tanto, el hecho que se mantenga entre la primera opción por parte de los importadores actuales, demuestra la ventaja de estos medios.

7. ¿Cuáles de los siguientes medios son pertinente para promocionar los productos de la entidad? En caso de escoger redes sociales pase a la pregunta 8, caso contrario, pase a la pregunta 9.

Tabla 14
Medios para promocionar el producto

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Página web	3	30,00%
Google	0	0,00%
Correos electrónicos	1	10,00%
Redes sociales	6	60,00%
Total	10	100,00%

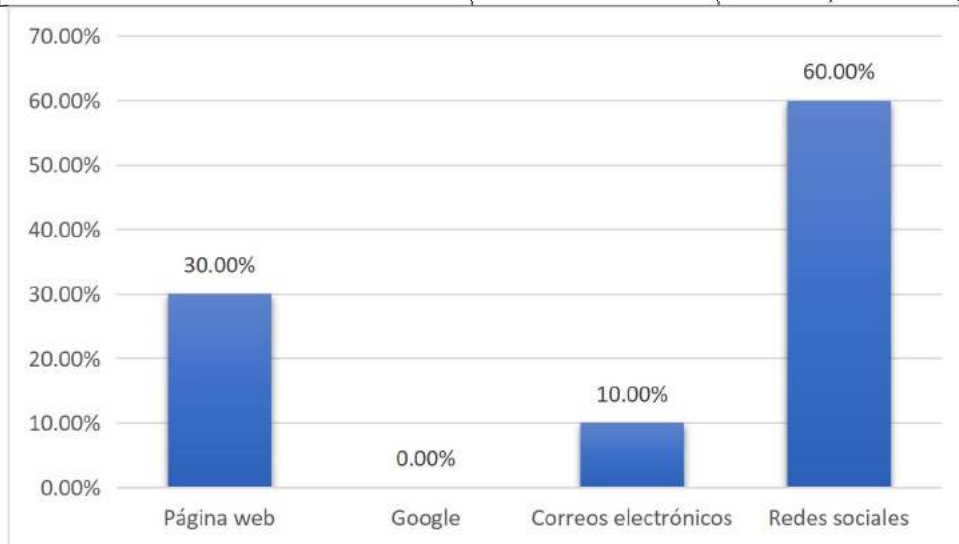


Figura 16 Medios para promocionar el producto

También se consultó sobre la forma correcta de promocionar los bienes en el mercado internacional, en este caso, se menciona que los medios digitales son los más idóneos dado que el 60% expone a las redes sociales y el 30% considera que serían pertinentes mediante las plataformas web, siendo estos los mecanismos a incurrir para lograr promocionar el bien que se desea hacer conocido para los proveedores. Esto conlleva a que los directivos estructuren plataformas digitales que permitan un adecuado posicionamiento de la marca como proveedora internacional de frutos.

8. ¿Qué redes sociales serían pertinentes?

Tabla 15
Redes sociales de preferencias

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	7	70,00%
Instagram	3	30,00%
Tik Tok	0	0,00%
Otros	0	0,00%
Total	10	100,00%

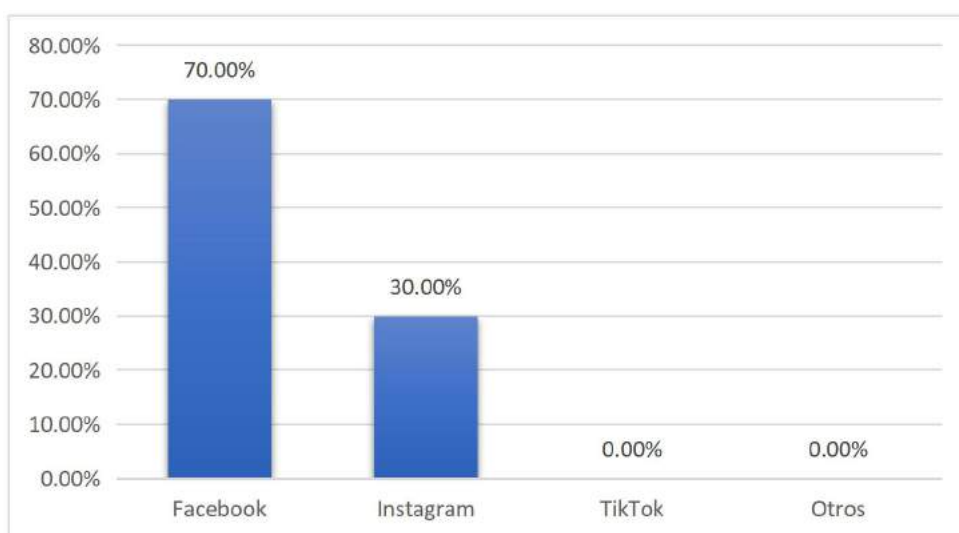


Figura 17 Redes sociales de preferencias

Entre las redes sociales, se ponderan dos como las mayormente idóneas, éstas son Facebook (70%) e Instagram (30%), por lo tanto, se puede utilizar estas plataformas como canales para realizar promociones de los beneficios del producto que se desea expender en un contexto internacional.

Aunque las redes seleccionadas son medios masivos de comunicación, se debe indicar que las mismas solo se ejecutan como mecanismo para dar a conocer el fruto y la marca como exportadora para ganar adeptos que brinden una primera visión positiva de la profesionalidad, calidad y acogida que tienen sus productos por las personas.

- ¿Qué percepción tiene del coco como fruta de venta en mercados internacionales?

Tabla 16
Percepción del coco en el mercado internacional

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Excelente fruto	6	60,00%
Indiferente	2	20,00%
No tendría acogida	2	20,00%
Total	10	100,00%

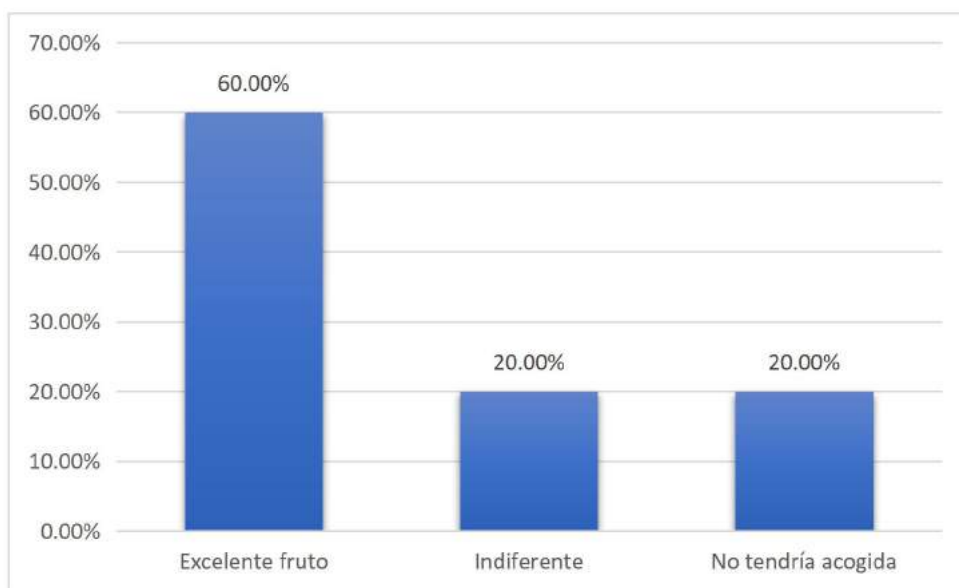


Figura 18 Percepción del coco en el mercado internacional

La presente interrogante busca definir la percepción de los importadores sobre del coco como fruto a negociar en un contexto internacional, un 20% no lo considera como un bien que tendría acogida, mientras que otro 20% se mantiene al margen. Por su parte, un 60% lo observa como un bien potencial que podría ser aceptado dentro de los mercados internacionales.

En base a esto se denota que existe mayor acogida por parte de estos distribuidores a negociar por este bien. Se comprende que el fruto es apetecido como un bien a adquirir para comercializar en los mercados extranjeros y, por ende, se podría negociar con importadores.

10. ¿Compraría pulpas de coco ofertados por la empresa Frutabona S.A.?

Tabla 17
Importadores que comprarían este bien de Frutabona S.A.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	80,00%
No	2	20,00%
Total	10	100,00%

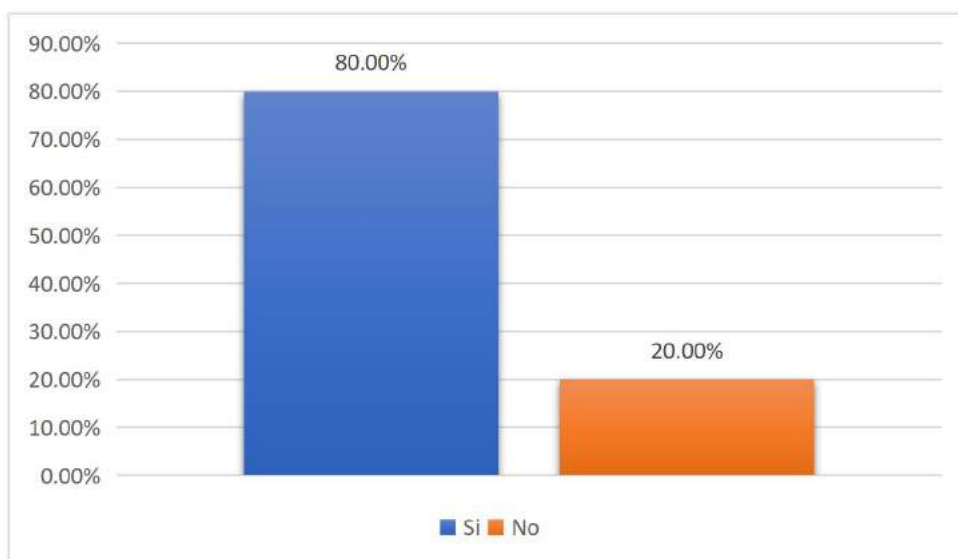


Figura 19 Importadores que comprarían este bien de Frutabona S.A.

Sobre la cantidad de clientes que aceptarían comprar los bienes (coco) que promueve la empresa Frutabona en el mercado internacional, se puede observar que un 80% mencionaron una respuesta positiva. En base a esto se esperaría una aceptación positiva por parte de los posibles clientes a adquirir este bien para promocionarlo y comercializarlos en sus mercados.

Los resultados expuestos dentro de las encuestas sirven para tener la apreciación de la empresa en el contexto internacional en base al conocimiento de los clientes actuales, permitiendo observar resultados positivos sobre los frutos que promociona y de la marca, además, de observar una comprensión de como considerar al fruto (coco) como bien de exportación.

Análisis FODA

Obtenida información del macroentorno y la recolectada de las técnicas de investigación, se estructura el siguiente FODA:

Tabla 22
FODA de Frutabona

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Hectáreas para producción agropecuaria. • Certificados de calidad. • Controles internos para conservación de las palmas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios de mercados no estructurados. • Planificación de exportación para mercado español no diseñado. • No cuenta con una guía de planificación de estos procesos.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdos comerciales entre las naciones. • Demanda de cocos en España. • Ferias para promocionar productos ecuatorianos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia internacional. • Exigencias de control de calidad de productos agropecuarios. • Riesgos de daño de producción por insectos.

Se puede observar que la empresa tiene características apropiadas para la producción de cocos que permitirán brindar una producción constante de este fruto, así como una calidad apropiada. Las debilidades se centran en procesos de planificaciones, por lo tanto, es la cualidad a fortalecer con el diseño de la presente guía.

A nivel externo se destacan aspectos gubernamentales como los acuerdos comerciales y el apoyo del gobierno en ferias para promocionar bienes producidos en Ecuador, mientras que las amenazas corresponden principalmente a empresas de otras naciones reconocido como exportadores de coco.

Análisis CAPA

Es una herramienta de mejora que puede mejorar el sistema de gestión de calidad de una empresa. Deben existir sistemas, procesos y productos de calidad para la mejora continua y, nuevamente, deben establecerse mecanismos para identificar problemas de calidad emergentes o potenciales, tomar las medidas necesarias para investigarlos y resolverlos y, en última instancia, garantizar que no surjan problemas o repetir.

A pesar de que existen varias conceptualizaciones sobre el proceso de acciones correctivas y preventivas (CAPA), una definición apropiada es la que se incluye en ISO 13485:

- a. **Acción correctiva.** - Las organizaciones deben tomar medidas para eliminar la raíz de la inconformidad para evitar que vuelva a ocurrir. Cualquier acción correctiva necesaria se debe tomar inmediatamente. Las acciones correctivas son proporcionales al impacto de las desviaciones detectadas.
- b. **Acción preventiva.** - La organización debe contar con medidas para eliminar las causas de las inconformidades potenciales con el fin de evitar que ocurran. Las medidas preventivas serán proporcionales al impacto de los problemas potenciales.

Son una parte importante del Sistema de Gestión de Calidad ISO 13485 ya corregir las no conformidades requiere hacer algo diferente a la acción que las causó (The ISO 13485 Store, 2016).

Dentro de la matriz FODA de Frutabona S.A, se identificaron dos problemas principales en los que se pueden aplicar acciones correctivas y preventivas, en primer lugar, el retraso en la entrega de los productos debido a complicaciones con la exportación de sus productos por falta de planificación y diseño, adicionando que no cuenta con una guía de planificación de estos procesos.

Tabla 23
Acciones Correctivas aplicadas a Frutabona S.A.

NO CONFORMIDAD	ACCIÓN CORRECTIVA
Planificación de exportación para mercado español no diseñado.	Se hace referencia a complicaciones técnicas de las exportaciones a España.

	Paso 1. Proceder con estudios de mercado como demanda de España con posibles compradores de la pulpa de coco seca rallada.
	Paso 2. Realizar procesos de revisión y capacitación del proceso de exportación a España
	Paso 3. Incluir instrucciones de los procedimientos a considerar paso a paso.

Adicionalmente, es probable que dentro de la planta de Frutabona S.A, puedan presentarse accidentes laborales para ello se plantean algunas acciones preventivas:

Tabla 24

Acciones Preventivas aplicadas a Frutabona S.A.

NO CONFORMIDAD	ACCIÓN CORRECTIVA
Riesgo de accidentes dentro del sector agropecuario	Se hace referencia a accidentes laborales dentro de la planta de uno de los asociados de Frutabona S.A, Bradugon S.A
	Paso 1. Analizar procesos y espacios dentro del sector, en los que puedan darse accidentes laborales.
	Paso 2. Investigar la gravedad de un accidente dentro del sector para el personal.
	Paso 3. Regulación y leyes que aplican en caso de haber accidentes.
	Paso 4. Tener una zona de primeros auxilios para los trabajadores
	Paso 5. Proceder con los pagos del Seguro Social para los colaboradores y su atención oportuna.

Tabla 25
CAPA del proyecto

Corrección	Acción correctora
<ul style="list-style-type: none"> • Dar seguimiento de controles de plaga en los asentamientos agropecuarios • Tener sistemas de procesamiento de los productos a exportar. • Agilizar el envío de las asociaciones a Frutabona para su abastecimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Dar seguimiento de estudios de mercado de diferentes oportunidades y países junto con sus exigencias de los productos a considerar su demanda. • Diseñar la guía de exportación de productos a España • Dar explicación de procesos junto a la guía para su futura aplicación
Prevención	Acción preventiva
<ul style="list-style-type: none"> • Solicitar un feedback del servicio y productos hacia los clientes • Tener en cuenta los procesos necesarios para cada producto y su exportación previa con Agrocalidad • Mejorar los empaques de los productos y sacos en su exportación 	<ul style="list-style-type: none"> • Tomar en cuenta los comentarios de los clientes y optimizar los procesos requeridos • Cumplir con las exigencias de control de calidad de productos con Agrocalidad. • Tomar control de plagas en su debido tiempo y que las mismas no afecten a la producción y calidad de los cultivos

Análisis PEST

El análisis comprende una apreciación del macroentorno al que se intervendrá dentro del mercado español, entre los elementos a profundizar están: Político,

Económico, Social y Tecnológico. La descripción de los puntos a profundizar se resume en la siguiente tabla:

Tabla 18
Elementos a profundizar en el Análisis PEST

Elementos del PEST	Elementos a examinar
Político	<ul style="list-style-type: none"> • Descripción de las relaciones entre ambas naciones (Ecuador – España)
Económico	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo económico – Balanza de pagos. • Importaciones generadas en compra de coco.
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo del empleo dentro del contexto de la sociedad española.
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión en temas de tecnologías dentro de los mercados.

Cada uno de los puntos expuesto en la tabla anterior se profundizan a continuación:

a) Factor político

España ha mantenido relaciones bilaterales exitosas con Ecuador desde hace varios años, en la actualidad ambas naciones se benefician del Acuerdo Comercial Multipartes, mediante este documento se delimita la exoneración de diversos bienes originados en ambas naciones para que tengan preferencia arancelaria en su comercialización dentro de los mercados (Oficina de Información Diplomática, 2021).

Gracias a estos acuerdos los importadores y exportadores de ambas naciones promueven bienes con preferencias arancelarias que permiten la generación de entrada de divisas a sus mercados y la generación de inversión extranjera, esta variable muestra un aspecto positivo para intervención en el mercado español.

b) Factor económico

Entre los periodos del 2021 al 2020, el mercado español muestra en su balanza comercial una tendencia a ser mayor importador que exportador, para febrero del 2021 las exportaciones le representaron \$23.542 millones de euros y las importaciones \$24.623,8 millones de euros, y dentro de toda la evolución hasta el 2022, las cifras

muestran una tendencia similar, para febrero del 2022 se reflejó en exportaciones un valor de \$29.920 millones de euros y las importaciones un valor de \$34.172,2 millones de euros, esta tendencia puede observar en la siguiente figura:

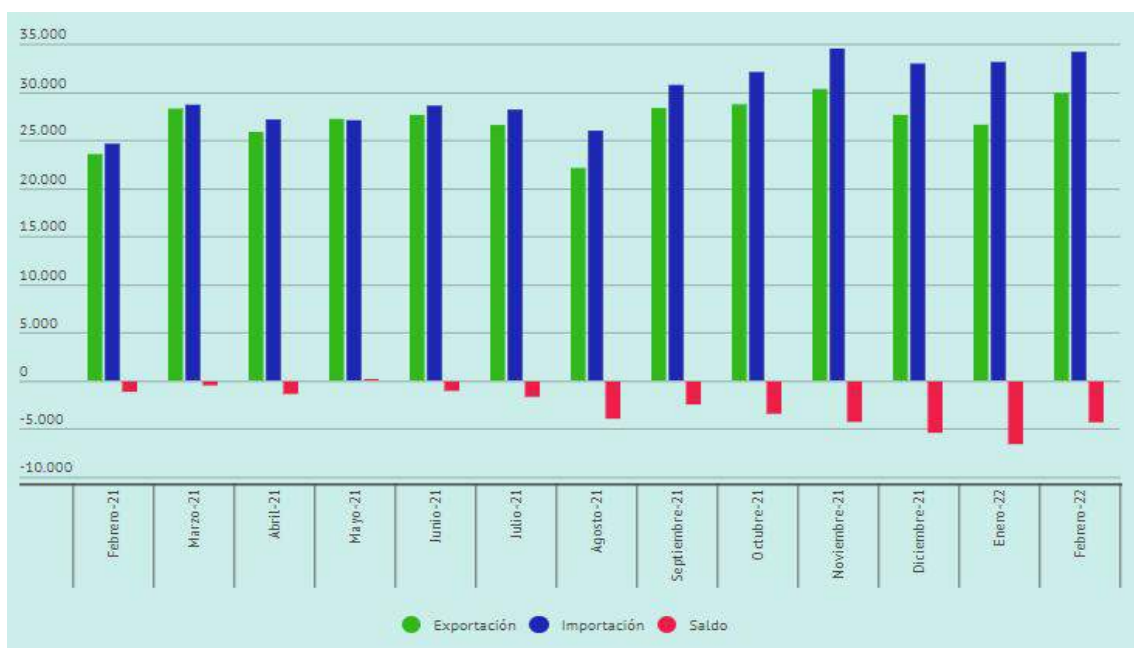


Figura 21 Balanza Comercial de España (2021-2022)

Fuente: ICEX (2022)

Como ya se mencionó, se observa un mercado mayormente importador, en lo que respecta a su consumo de frutas se puede indicar que el mercado español ha crecido, según la Federación española de asociaciones de productores exportadores de frutas, hortalizas, flores y plantas vivas (FEPEX, 2020) el consumo en los hogares creció en un 10% al ser comparado con el 2019, equivalente en el 2020 a 4.611 millones de euros. Por su parte, para reconocer el consumo de coco, se presenta el siguiente dato sobre los principales importadores de coco del mundo:

Tabla 19

Principales importadores del mundo de Coco

Países importadores	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019	Valor importado en 2020
Viet Nam	\$2.578.089,00	\$1.995.422,00	\$1.795.107,00	\$1.591.405,00
Estados Unidos de	\$1.812.920,00	\$1.692.078,00	\$1.386.587,00	\$1.271.872,00

América				
India	\$1.492.000,00	\$1.755.385,00	\$1.166.516,00	\$1.121.713,00
Alemania	\$665.023,00	\$616.734,00	\$579.343,00	\$602.593,00
China	\$247.438,00	\$327.341,00	\$494.973,00	\$490.280,00
Países Bajos	\$546.030,00	\$497.527,00	\$401.186,00	\$429.862,00
Tailandia	\$240.344,00	\$145.153,00	\$140.616,00	\$226.981,00
Reino Unido	\$325.128,00	\$307.382,00	\$256.830,00	\$226.677,00
Francia	\$159.697,00	\$175.041,00	\$154.448,00	\$160.918,00
Emiratos Árabes Unidos	\$222.829,00	\$204.404,00	\$166.228,00	\$140.083,00
Canadá	\$176.951,00	\$184.649,00	\$163.428,00	\$138.871,00
Australia	\$190.695,00	\$161.318,00	\$144.705,00	\$135.447,00
Japón	\$118.379,00	\$122.003,00	\$101.352,00	\$102.458,00
Malasia	\$76.836,00	\$78.689,00	\$78.491,00	\$94.266,00
Bélgica	\$151.132,00	\$177.054,00	\$131.416,00	\$93.495,00
España	\$95.901,00	\$104.030,00	\$105.326,00	\$92.257,00

Fuente: Trade Map (2022)

Se puede observar que España está entre los principales 16 importadores del fruto (coco), el consumo ha crecido conforme se observa en estos datos, pasando de \$95.901,00 en el 2017 a \$105.326,00, solo con una caída en periodo de pandemia donde representó \$92.257,00. Esta tendencia de incremento revela que es un mercado propicio para intervenir con un producto derivado de este fruto, un ejemplo de un producto derivado del coco que se consume es el aceite, que muestra la siguiente evolución:

Tabla 20

Principales Importadores de aceite de coco

Países importadores	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019	Valor importado en 2020
Mundo	\$7.639.550,00	\$6.772.210,00	\$4.884.955,00	\$5.182.681,00
Estados Unidos de	\$1.392.496,00	\$1.187.768,00	\$881.820,00	\$889.335,00

América				
China	\$1.063.599,00	\$947.558,00	\$806.044,00	\$728.013,00
Países Bajos	\$850.858,00	\$720.343,00	\$507.512,00	\$490.046,00
Alemania	\$810.782,00	\$717.278,00	\$445.071,00	\$479.832,00
Malasia	\$535.009,00	\$490.281,00	\$343.309,00	\$454.022,00
Brasil	\$279.181,00	\$221.889,00	\$156.296,00	\$179.084,00
Italia	\$192.403,00	\$188.869,00	\$126.808,00	\$129.668,00
Japón	\$180.390,00	\$151.249,00	\$101.416,00	\$106.667,00
India	\$120.310,00	\$127.708,00	\$106.404,00	\$102.966,00
Rusia, Federación de	\$120.340,00	\$99.688,00	\$84.592,00	\$98.208,00
Bélgica	\$159.493,00	\$125.730,00	\$92.704,00	\$90.431,00
Sri Lanka	\$15.523,00	-	\$4.674,00	\$90.384,00
México	\$124.113,00	\$94.075,00	\$61.383,00	\$89.210,00
España	\$128.355,00	\$116.774,00	\$84.806,00	\$84.292,00
Turquía	\$127.559,00	\$94.450,00	\$69.619,00	\$83.832,00

Fuente: Trade Map (2022)

En uno de los derivados de este fruto, también se observa que España se mantiene entre los primeros 15 importadores de esta clase de bienes con valores que representan un promedio mayor de \$100.000,00; de igual forma se puede visualizar que en periodos de pandemia se vio afectaciones para los bienes. La tendencia de compras del fruto como de sus derivados demuestran un mercado atractivo para intervenir.

Factor social

Uno de los factores a considerar en un mercado es el desarrollo del empleo considerando que el desempleo es un elemento que afecta a la sociedad, en base a esto se muestra los siguientes datos:

Tabla 21
Tasa de desempleo de España

España: Paro		
	2019	2018
Tasa de desempleo	13,9%	14,5%
Desempleo hombres	12,4%	12,8%
Desempleo mujeres	15,7%	16,4%

Fuente: Tomado de Datos Macro (2020)

La información refleja un desarrollo positivo de la nación español puesto que la tasa de desempleo bajo de 14,5% a 13,9%, por lo tanto, existe una mayor cantidad de personas empeladas, a su vez, esto significa una mayor cantidad de clientes que tienen la posibilidad de comprar y adquirir bienes. Para el primer trimestre del 2022 el Instituto Nacional de Estadísticas de España (INE, 2022), la tasa de desempleo corresponde a 13,65%, reflejando una mejoría en comparación al 2018.

Factor tecnológico

Para el año 2021 el presidente de la Republica del Ecuador viajó a España para promover inversiones tecnológicas para la nación, para permitir que el mercado español provea de inversiones en temas de innovación, telecomunicaciones e internet de las cosas para el mercado local (Ecuador) (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2021). Lo que permite evidenciar las relaciones positivas que mantienen ambas naciones.

Además, Barcelona y Madrid están entre las ciudades que mayor inversión en tecnología realizan, han invertido para el 2021 \$2.300 millones de dólares (Fernández, 2022). La inversión en innovación y tecnología permitirá la accesibilidad a mejores canales de comunicación para el desarrollo de negociaciones entre los proveedores internacionales, por lo tanto, esta variable demuestra un aspecto resaltante para el negocio.

Capítulo III

Desarrollo de la propuesta

Título de la Propuesta

Guía de plan de exportación de pulpa de coco de la empresa Frutabona S.A., hacia España.

Objetivo de la Propuesta

Elaborar una guía para garantizar el óptimo proceso de exportación de pulpa de coco realizado por la empresa Frutabona S.A., con destino hacia España.

Factibilidad de la propuesta

Factibilidad operativa: El sector agricultor del Ecuador tiene el potencial y la experiencia para intervenir en el cultivo y producción de cocos, además, la infraestructura se sustenta en la riqueza territorial en flora y fauna que permite a cosecha de diversidad de fruto a lo largo del país, por lo tanto, operativamente puede incursionar en la comercialización del coco. De igual forma, la empresa Frutabona S.A. tiene las hectáreas para producción de este fruto, además del personal para realizar la cosecha bajo buenas prácticas manufactureras.

Factibilidad administrativa: El establecimiento de la guía de exportación hacia el mercado español fortalecerá los conocimientos del personal administrativo, que en la actualidad no realiza operaciones hacia ese mercado, por lo tanto, el recurso aportará para mejorar las operaciones de la empresa en la internacionalización de uno de sus productos (pulpa de coco).

Factibilidad técnica: El supervisor de comercio exterior de la empresa Frutabona S.A. será el encargado de transmitir y retroalimentar el proceso de exportación hacia España al resto de colaboradores del área. La guía brindará un apoyo en la mejoría del tecnicismo del proceso de exportación por delimitar requisitos a considerar dentro del proceso.

Factibilidad comercial: Dentro de la fase comercial se puede generar una ventaja competitiva mediante una economía a escala, porque Ecuador es productor de materia prima, lo que facultará encontrar los recursos a mejor precio para la producción y cultivo de coco.

Factibilidad económica: El proyecto no requerirá de una inversión en infraestructura considerando que la empresa Frutabona S.A. en la actualidad tiene los recursos para realizar el cultivo del coco, los costos a incurrir serán los costos por temas de exportación y producción.

Factibilidad social: La intervención en nuevos mercados haría que incremente la capacidad productiva de la empresa Frutabona S.A., lo que conlleva a la contratación de nuevo personal, contribuyendo en el sector agrícola del Ecuador con nuevas fuentes de empleo.

Factibilidad legal: No se observan restricciones legales del producto, por lo tanto, se pueden realizar las exportaciones. Además, en el marco legal, los acuerdos comerciales entre las naciones favorecen a las operaciones de comercio exterior (Importador y Exportador), para realizar estas transacciones.

Descripción de la Propuesta

Este proyecto tiene como finalidad principal desarrollar una guía de exportación de pulpa de coco, para que la empresa Frutabona S.A., pueda implementarla para el correcto proceso de internacionalizar de este producto con destino a España, y contribuir a la reactivación económica del país relacionada con el comercio internacional, que se vio afectado en el año 2020 debido al escenario de crisis que ocasionó la pandemia por COVID-19.

Se conoce que Frutabona S.A., es una compañía ecuatoriana, productora, comercializadora y exportadora de banano, principalmente, y que realiza sus operaciones desde el 2005, caracterizándose por la calidad, frescura de las frutas que ofrece y su excelente servicio al cliente. Además de este bien agropecuario, la entidad cultiva otros frutos como la frutilla, mango o coco, siendo este último que se plantea como bien a comercializar.

Para dar cumplimiento a los objetivos que se plantean en este trabajo de investigación se utilizarán recursos científicos con un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) y un diseño de tipo longitudinal y no experimental. Las herramientas con las que se recolectarán los datos necesarios serán las técnicas de revisión documental y entrevistas.

Con el análisis que se obtenga de esta información se considerarán estrategias para la elaboración del plan de exportación garantizando a la empresa Frutabona S.A.,

una guía óptima para internacionalizar su producto al mercado español, determinando canales logísticos, requerimientos y demás aspectos que se debe considerar por la organización. La propuesta a desarrollar seguirá el siguiente esquema:



Figura 20 Esquema de la propuesta

La figura revela los puntos a tratar dentro del desarrollo de la propuesta, se busca visualizar entre los primeros puntos como se desarrolla el mercado al que se dirige el producto, para tener una percepción de las características que tiene el nicho español, su economía y consumo de los bienes.

El segundo punto permitirá visualizar la oferta por parte del Ecuador en lo que respecta a la producción de coco, comprendiendo como se encuentra este sector dentro del contexto local, y generar aportaciones de su importancia para la economía ecuatoriana.

Posterior a este análisis situacional que dará una visión del mercado exportador e importador, se genera una visualización de todos los requisitos locales que deben cumplirse por parte de la empresa para poder generar un correcto proceso aduanero, así

como los requerimientos que piden la Unión Europea para poder ingresar las mercancías dentro de las naciones que la conforman.

Perfil del mercado español

España es una de las naciones que conforma la Unión Europea (UE), de acuerdo con el Banco Mundial (2020) su población en el 2020 corresponde a 47.351.567 habitantes; cuenta con 17 regiones y su capital es Madrid, su tasa de crecimiento demográfico representa el 0,5%, y su Producto Interno Bruto (PIB) para el 2020 equivalió a \$1,281 billones.

Perfil logístico de España

- Vía aérea

En el mercado español existe un total de 152 aeropuertos, de esta cantidad solo 35 son internacionales, entre los que destacan: Barcelona- El Prat, Madrid-Barajas, Málaga, Sevilla, Valencia, y Zaragoza; aerolíneas como Avianca, Iberia y Air Europa van de forma directa hacia el mercado español (Pro Colombia, 2021).

- Vía marítima

Dentro de los servicios marítimos se resaltan dentro de España un total de 53 puertos internacionales, la infraestructura que se destaca está en el mediterráneo donde se ubican tres grandes puertos especializados con gestiones de contenedores que son Algeciras, Barcelona y Valencia, además, se destaca el puerto del norte Puerto de Bilbao (Pro Colombia, 2021).

- Aspectos adicionales relacionados a la logística de España

Los envíos de carácter comercial hacia España requieren de la presentación de dos facturas comerciales, certificados de origen del bien, licencia de importación por parte del comprador y licencia de importación del ministerio de comercio exterior (Pro Colombia, 2021).

Ubicación del proyecto

Macro localización

La macro localización corresponde a la provincia del Guayas, es considera el sector territorial con mayor población en Ecuador, se conforma de 25 cantones, 56 parroquias del ámbito urbano y 29 rurales; geográficamente es favorecida por una

diversidad en clima, suelo, etnia y recursos hídricos, centrado principalmente en actividades económica de comercio y agricultura (Prefectura del Guayas, 2022). En la siguiente figura puede observar la macro localización del proyecto:



Figura 22 Macro localización - Provincia de Manabí

Fuente: (Google Maps, 2022)

Micro localización

La micro localización del proyecto está situada en la ciudad de Samborondón, específicamente en el Km1.5 Vía Samborondón, dirección donde se ubica en la actualidad le empresa Frutabona. El cantón se localiza en la cuenca baja de la provincia del Guayas, se encuentra separado entre Guayaquil y Duran por los ríos Daule y Babahoyo, centra sus actividades económicas en la agricultura (Arroz principalmente), además, de la ganadería, alfarería y la construcción, dentro de su composición territorial consta de una parroquia rural que es Tarifa y dos urbanas que son La Puntilla y Samborondón como cabecera cantonal (Prefectura del Guayas, 2022).

Los límites territoriales del cantón reflejan que se limita al norte con la provincia de Los Ríos y el cantón Daule; al sur con Buijo hasta Palo de Jabón; al este con parte del cantón Daule y al oeste con el cantón Yaguachi. La micro localización del proyecto puede observarse en la siguiente figura:



Figura 23 Macro localización - Ubicación De Montecristi

Fuente: (Google maps, 2022) Elaborador por: El autor.

Descripción de la empresa

Historia de la Empresa Frutabona

Frutabona es una empresa ecuatoriana, productora, comercializadora y exportadora de banano, fundada el 2005, que se caracteriza por la calidad, frescura del producto y excelente servicio al cliente. Nuestras frutas provienen de granjas propias y/o cultivadores asociados cumpliendo con los estándares de calidad, requeridos por el mercado internacional (Frutabona, 2021).

La evolución y el desarrollo constante son permanentes, y su prioridad es satisfacer las necesidades de mercados internacionales. En la actualidad buscan incrementar la cartera de los productos que ofrecen como el cacao y sus derivados, además de frutas y verduras congeladas, pulpas y otros como el puré de frutas. Es reconocida también por los estándares de calidad, eficiencia y eficacia que brindan en los servicios que prestan, en mercados como el de la Federación Rusa, Europa y Asia, a los que han podido ingresar gracias a los años de experiencia adquirida en exportación.

De acuerdo con sus clientes, esta marca cuenta con principios que garantizan su seriedad, eficiencia, prestigio y calidad, gracias a los años de experiencia e innovación constante, ya que esta empresa busca mejorar y adaptarse a las necesidades de los mercados. Además de contar con un excelente equipo de trabajo, de alto nivel y con experiencia en áreas de comercio exterior, logística, verificación de calidad y verificación antinarcóticos para garantizar el envío de la fruta con los mejores estándares de seguridad y calidad (Frutabona, 2021).

Productos de Frutabona

Los productos que ofrece esta empresa son generalmente el banano Cavendish, baby banana, banano rojo y el banano orgánico. Dentro de su sección de cartera de productos la empresa formula secciones centradas al banano, frutas y verduras congeladas, pulpa de fruta, y frutas exóticas, en la cual se puede observar los siguientes frutos: Pitahaya Amarilla, Pitahaya Roja, Jengibre, Cúrcuma, Coco Seco, Malanga Blanca, Malanga Lila, Mango y Piña



Figura 24 Frutas que comercializa Frutabona

Fuente: Frutabona (Frutabona, 2022)

En base a lo expuesto, se puede observar que la empresa Frutabona cuenta con una cartera de 10 frutos, además, se puede observar que en la actualidad tiene dentro de su producción al coco, por lo tanto, cuenta con la experiencia para el cultivo, cosecha y comercialización de pulpa de coco.

Producción de pulpa de coco

La producción de coco se basa en las siguientes etapas:



Figura 25 Producción de pulpa de coco

- Cosecha: Se procede a la revisión de las palmas para seleccionar las palmas con mejores rendimientos para la recolección de coco, observando los frutos con mejor maduración, las semillas de estas palmas servirán para plantaciones posteriores.

- **Revisión de cocos:** Los cocos recolectados son revisados para verificar que no existan malezas o afectaciones de algún tipo, con la finalidad de brindar un producto de calidad. Los cocos en mal estado o dañados pasan a la sección de desecho de la empresa.
- **Lavado y secado:** Los frutos recolectados y en buen estado pasan a la sección de lavado y secado. Se lava el fruto para eliminar las impurezas como tierra y demás elementos que pudieron añadirse al momento de la recolección. Como el objetivo de la producción es la pulpa, el secado que se realiza es mediante un proceso de horneados que permite la eliminación de la humedad,
- **Corte:** Mediante la utilización de un descorchador y machete, se procede con el corte de la cascara del coco, y se procede a extraer la pulpa de coco del fruto.



Figura 26 Imagen referencial de pulpa de coco

Fuente: Frutabona (2022)

- **Rayado de pulpa:** Se procede a rayar el lado fino del fruto para obtener una presentación de pulpa de coco rayada.
- **Horneado de la pulpa:** Se hornea a 210°F (100°C) de 1 hora a 1 hora y media o hasta que podamos sentir al tacto que las virutas han perdido su humedad. Se remueve cada 20 minutos para que se horneen pareja
- **Empaquetado:** Obtenido la pulpa de coco, estos se almacenan en sacos, las presentaciones pueden variar de acuerdo a las especificaciones del cliente, pueden ir desde fundas con pulpa de 1 libra o mayor a 5 libras.

Guía de plan de exportación

Responsable:	Supervisor de comercio exterior	Año:	2022
---------------------	---------------------------------	-------------	------

Área:	Comercio exterior – área de exportación de la empresa Frutabona S.A.	Pág.:	1
--------------	--	--------------	---

Guía de plan de exportación a España

Introducción:

La presente guía tiene la finalidad de brindar un direccionamiento al área de comercio exterior de la empresa Frutabona S.A. para realizar procesos de exportación al mercado español, delimitando pautas de las etapas a considerar dentro de los requerimientos de la aduana y los estipulados conforme al producto (Pulpa de coco) que se desea comercializar.

Dentro de la presente guía se describirá el flujo del proceso a seguir en el proceso de exportación, requerimientos del producto en temas de aranceles y relaciones al país de destino (España, así como los costos que pueden incurrirse por la realización del plan de exportación.

Responsable:	Supervisor de comercio exterior	Año:	2022
Área:	Comercio exterior – área de exportación de la empresa Frutabona S.A.	Pág.:	2

Guía de plan de exportación a España

Responsable y objetivos:

Responsable:

- Supervisor del área de comercio exterior
- Funciones:

- Diseñar las guías de exportación según el mercado de destino.
- Actualizar los requerimientos de las guías de exportación conforme a las modificaciones en los requerimientos legales de las naciones.
- Comunicar el proceso de exportación que debe seguir cada uno de los miembros del área.

Objetivo de la guía de exportación:

- Brindar unas directrices sobre los requerimientos, procesos y elementos a considerar dentro de la exportación de pulpa de coca desde el Ecuador hacia el mercado español.

Responsable:	Supervisor de comercio exterior	Año:	2022
Área:	Comercio exterior – área de exportación de la empresa Frutabona S.A.	Pág.:	3

Guía de plan de exportación a España

Incoterm:

FOB:

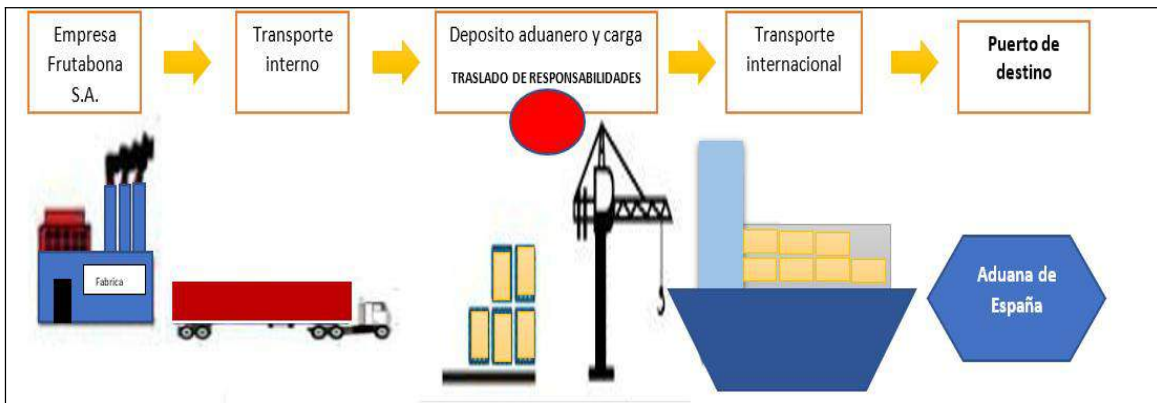


Figura 27 Logística del INCOTERM a utilizar

El termino internacional de negociación a estipular dentro de las negociaciones con los importadores del mercado español será FOB o Franco A bordo, entre las características están las siguientes:

1. Solo se incurrirá en gastos de transporte interno y gastos inherentes al traslado de las mercancías hasta el borde del buque de carga.
2. El transporte internacional y seguro lo cancela el importador.
3. El traslado de la responsabilidad de la carga se hará cuando las mercancías sean entregadas por el exportador a borde del buque designado por el importador como medio de transporte internacional.

Responsable:	Supervisor de comercio exterior	Año:	2022
Área:	Comercio exterior – área de exportación de la empresa Frutabona S.A.	Pág.:	4

Guía de plan de exportación a España

Información del producto:

COCO SECO	DATOS DE EXPORTACIÓN
Nombre Científico	Cocos nucifera
Tipo de Producto	Agrícola
Época de cultivo	Todo el año
Presentación del Producto	Sacos
Temperatura Requerida	0C°-2°C
Ventilación Requerida	25 CBM
Cantidad por Empaque	40 Libras
Cantidad por Contenedor	800 Sacos
Pallets por Contenedor	40 Sacos

Figura 28 Información del producto a exportar

Fuente: Frutabona (2022)

Clasificación arancelaria:

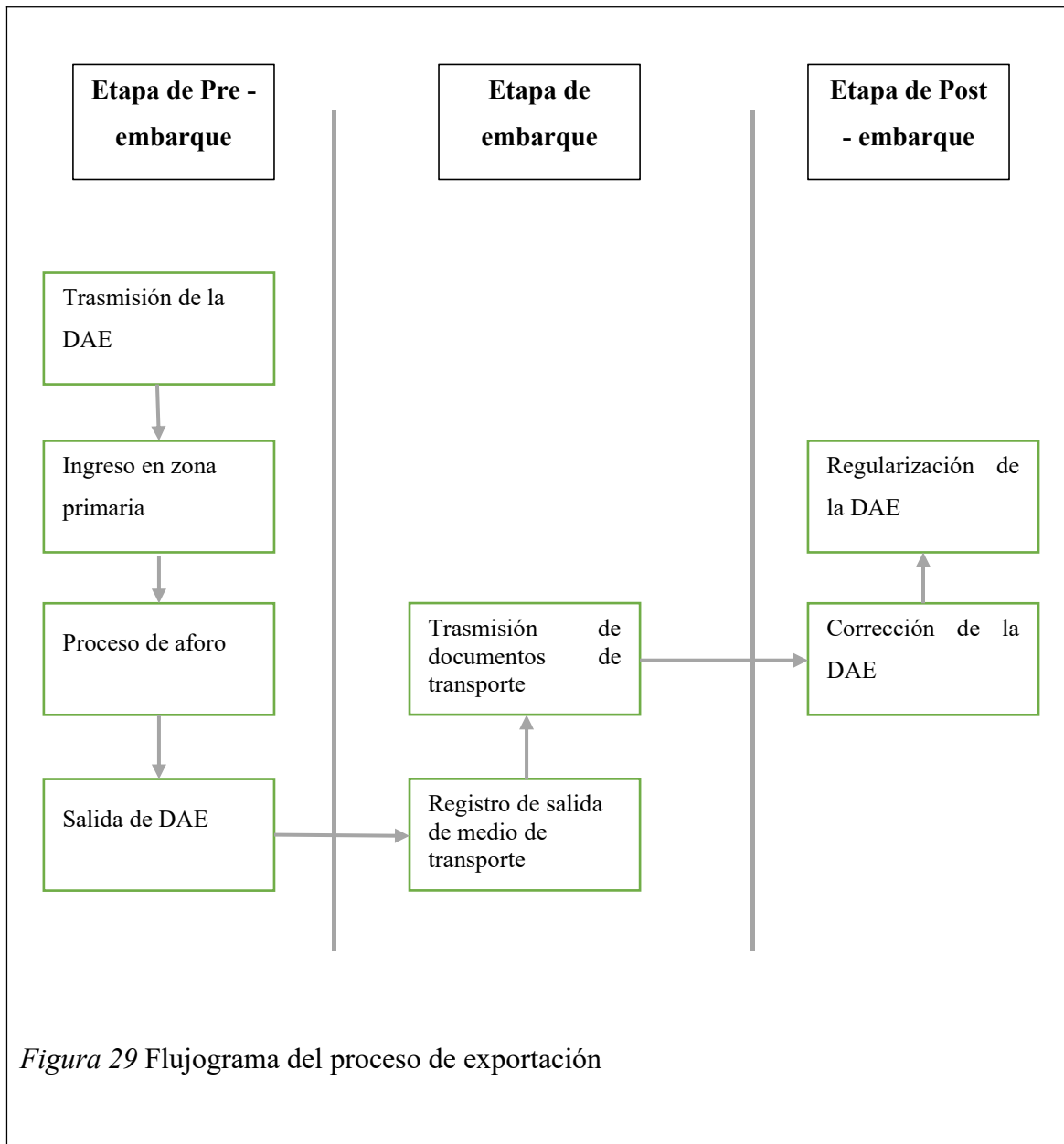
- 0801110000 – Cocos deshidratados
- Arancel: 0%
- Remedios comerciales: No aplica.

Responsable:	Supervisor de comercio exterior	Año:	2022
Área:	Comercio exterior – área de exportación de la empresa Frutabona S.A.	Pág.:	5

Guía de plan de exportación a España

Proceso de exportación:

Flujograma:



Responsable:	Supervisor de comercio exterior	Año:	2022
Área:	Comercio exterior – área de exportación de la empresa Frutabona S.A.	Pág.:	6

Guía de plan de exportación a España
Proceso de exportación:
Etapa de Pre - Embarque:

1. Trasmisión electrónica a de la DAE: Como primer, paso se debe ingresar al portal de Ecuapass previamente instalado en la computadora, utilizando el usuario y clave que tiene la empresa como Operador de Comercio Exterior. Dentro del portal debe transmitir la Declaración Aduanera de Exportación o DAE. En dicha declaración se debe contener la siguiente información:
 - a. Del exportador o declarante.
 - b. Descripción de mercancía por ítem de factura.
 - c. Datos del consignante.
 - d. Destino de la carga.
 - e. Cantidades.
 - f. Peso u otros datos referentes a la mercancía (pulpa de coco).

2. De forma conjunta a la DAE, deben adjuntarse los siguientes documentos de acompañamiento:
 - a. Factura comercial o proforma.
 - b. Packing list.
 - c. Certificado de origen.

Responsable:	Supervisor de comercio exterior	Año:	2022
Área:	Comercio exterior – área de exportación de la empresa Frutabona S.A.	Pág.:	7

Guía de plan de exportación a España

Proceso de exportación:

Etapa de Pre - Embarque:

3. Ingreso a zona primaria o deposito temporal: Cuando las mercancías ingresen a zona primaria se notificará a la empresa Frutabona S.A. mediante el portal Ecuapass. Estará dentro de esta sección mientras se procede con el registro y revisión de documentación.
4. Proceso de aforo: Las mercancías (pulpa de coco) para por procesos de revisión o proceso de aforo. Pueden generarse tres escenarios:
 - a. Aforo automático donde se brinda la salida autorizada de forma inmediata.
 - b. Aforo documental que requiere de la revisión de documentos de las mercancías.
 - c. Revisión física, que requiere la revisión de documentación y mercancías.
5. Salida de la DAE: Cuando la autoridad aduanera verifique que todo se encuentra en regla, el sistema procede a notificar la “salida autorizada” para el embarque de las mercancías.

Responsable:	Supervisor de comercio exterior	Año:	2022
Área:	Comercio exterior – área de exportación de la empresa Frutabona S.A.	Pág.:	8

Guía de plan de exportación a España

Proceso de exportación:

Etapa de Pre - Embarque:

1. Registro de la salida del medio de transporte: Los encargados del depósito temporal proceden a brindar el registro de salida de las mercancías hacia el medio de transporte asignado por el exportador.
2. Transmisión de documentos de transporte (máster e hijos) de la empresa transportista: La agencia naviera contratada se encargará los documentos de transporte a la autoridad aduanera.

Etapa de Post - Embarque:

4. Corrección de la DAE: Se verifica los datos consignados de la DAE conforme a lo expresado en la factura comercial definitiva.
5. Regularización de la DAE: La empresa Frutabona S.A. brindará la confirmación sobre los datos declarados para que la DAE pase a estado de “Regularizada”. Cuando se deba corregir algún dato se hace una DAE sustitutiva.

Responsable:	Supervisor de comercio exterior	Año:	2022
Área:	Comercio exterior – área de exportación de la empresa Frutabona S.A.	Pág.:	9

Guía de plan de exportación a España

Proceso de exportación:

Exigencias del mercado español:

Para poder realizar exportación hacia las naciones de la Unión Europea y que las mercancías puedan circular en el territorio español se debe brindar los siguientes documentos:

- a. Certificado EUR-1: Corresponde a un certificado de origen que solicitan los países miembros de la Unión Europea para que las mercancías importadas tengan libre circulación en las naciones. Mediante la EUR-1 se pueden acoger a beneficios arancelarios suscritos en el Acuerdo multipartes entre el Ecuador y las UE.
- b. Declaración en factura: Es la segunda forma de conseguir una libre circulación de las mercancías en el territorio español, consiste en un documento comercial juramentado donde se efectúan descripciones suficientes de las mercancías.

Responsable:	Supervisor de comercio exterior	Año:	2022
Área:	Comercio exterior – área de exportación de la empresa Frutabona S.A.	Pág.:	10

Guía de plan de exportación a España

Proceso de exportación:

Certificado EUR-1:

Para obtener el certificado de origen EUR-1 se deben seguir los siguientes pasos:

- Ingresar al portal web Ecuapass.
- Dirigirse a la sección de Ventanilla Única Ecuatoriana.
- Seleccionar: Certificados de Origen y DJO.
- Escoger la opción de “Elaboración de DJO”, donde se procede a llenar los campos que solicita la Aduana de Ecuador y se firma con el Token de Frutabona S.A.

No	Descripción (Nombre Técnico)	Descripción de Subpartida	País de origen	País de procedencia	Unidad de Medida	Cantidad	Por Unidad Comercial del Producto Valor CIF \$	Valor Planta \$

Figura 30 Pantalla de DJO

Fuente: SENA (2022)

- Quando se llene los campos, se procede a emitir la solicitud de “CERTIFICADO DE CIRCULACIÓN DE MERCANCÍAS” por parte del Ecuapass, esta se firmará por parte de la empresa o por la persona que actué en su nombre.

Responsable:	Supervisor de comercio exterior	Año:	2022
Área:	Comercio exterior – área de exportación de la empresa	Pág.:	11

	Frutabona S.A.		
<p>Guía de plan de exportación a España</p> <p>Proceso de exportación:</p> <p>Certificado EUR-1:</p> <p>f. Ingresando en la sección “CO” certificados de Origen, se selecciona el Certificado ERU-1. Los datos a considerar son los siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Detallar completamente, razón social, nombre, domicilio y país de exportación. II. Debe indicarse país o grupo de países que conforman el territorio de exportación e importación. “Certificado utilizado entre: “ III. Llenar nombre completo, dirección y país de destinatario. IV. Debe indicarse país o grupo de países que conforman el territorio de exportación e importación nuevamente en la sección 4 y 5. V. Detalles del transporte, este paso es opcional VI. Descripción de las mercancías VII. Indicarse la masa bruta que puede ser expresado en KG o en otra medida. VIII. Debe indicarse la factura del proceso, es opcional. IX. Indicar los datos relacionados al lugar y fecha de expedición, autoridad gubernamental competente o Entidad Habilitada en el país de expedición. X. Firmado y fechado por el exportador. 			

Responsable:	Supervisor de comercio exterior	Año:	2022
---------------------	---------------------------------	-------------	------

Área:	Comercio exterior – área de exportación de la empresa Frutabona S.A.	Pág.:	12
--------------	--	--------------	----

Guía de plan de exportación a España

Proceso de exportación:

Requisitos fitosanitarios - Agrocalidad:

Al ser un producto alimenticio y agrícola, debe ser verificado por parte de las autoridades locales correspondiente, en este caso, Agrocalidad, que dentro de su plataforma de consulta permite denotar que los requisitos del mercado español en este sentido son los siguientes:



Figura 31 Requisitos fitosanitarios específicos para exportar a España - Agrocalidad

Fuente: Agrocalidad (2022)

Responsable:	Supervisor de comercio	Año:	2022
---------------------	------------------------	-------------	------

	exterior		
Área:	Comercio exterior – área de exportación de la empresa Frutabona S.A.	Pág.:	13

Guía de plan de exportación a España

Proceso de exportación:

Certificado Fitosanitario de Exportación- Agrocalidad:

De forma general, los productos alimenticios deben obtener certificados fitosanitarios, para esto, Agrocalidad ofrece revisiones y aprobaciones de la forma de manufactura que tienen las empresas ecuatorianas para los bienes que producen, para obtener el Certificado Fitosanitario de Exportación se deben seguir los siguientes pasos:

- 1) Ingresar al portal de Aduana del Ecuador, Ecuapass.
- 2) Ir a la Ventanilla Única del Ecuador.
- 3) Ingresar en la parte de elaboración de solicitud.
- 4) En la sección de “Documentos de Soporte” se selecciona la opción de Listado de Documentos de Soporte.
- 5) En la lista de instituciones seleccionar “Agrocalidad”, click en “Consultar” y click en “Certificado Fitosanitario de Exportación”.
- 6) Se procede a llenar los campos solicitados por la plataforma como: Datos del consignatario, puertos de origen y destino, ciudad de emisión de solicitud, producto, entre otros elementos.
- 7) Se adjuntan los documentos pertinentes como el Reporte de Inspección fitosanitaria.

Nota: Agrocalidad debe inspeccionar de forma previa la producción del bien a exportar para generar el Certificado Fitosanitario de Exportación.

Responsable:	Supervisor de comercio exterior	Año:	2022
Área:	Comercio exterior – área de exportación de la empresa Frutabona S.A.	Pág.:	14

Guía de plan de exportación a España

Contenerización de la carga:

Dimensión Interna

Medidas	Longitud	Ancho	Altura
Milímetros	11,599	2,290	2,425
Pies	38' 1/4"	7' 6 1/8"	7' 11 1/2"

Apertura de la Puerta

Medidas	Ancho	Altura
Milímetros	2,290	2,557
Pies	7' 6 1/8 "	8' 4 5/8 "

Peso

Medida	Max Bruto	Tara	Capacidad Max
Kilogramos	34,000	4,420	29,580
Libras	74,956	9,744	65,212

Figura 32 Dimensión interna, apertura de la puerta y peso

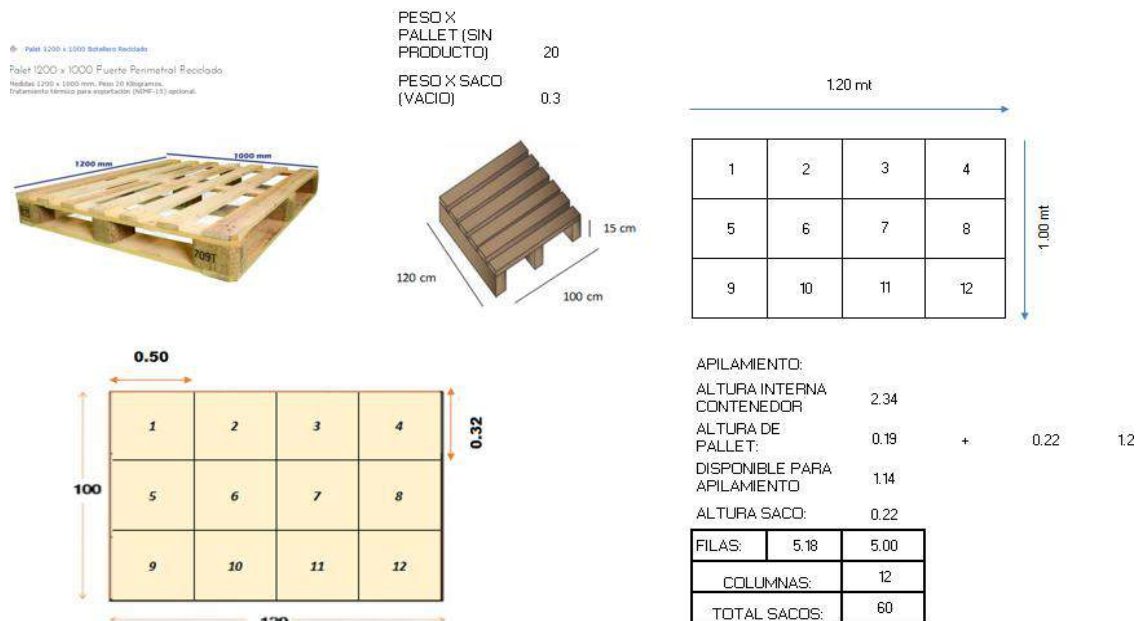


Figura 33 Medida y pesos de Pallets y Caja Al Vacío

Responsable:	Supervisor de comercio exterior	Año:	2022
Área:	Comercio exterior – área de exportación de la empresa Frutabona S.A.	Pág.:	15

Guía de plan de exportación a España

Contenerización de la carga:

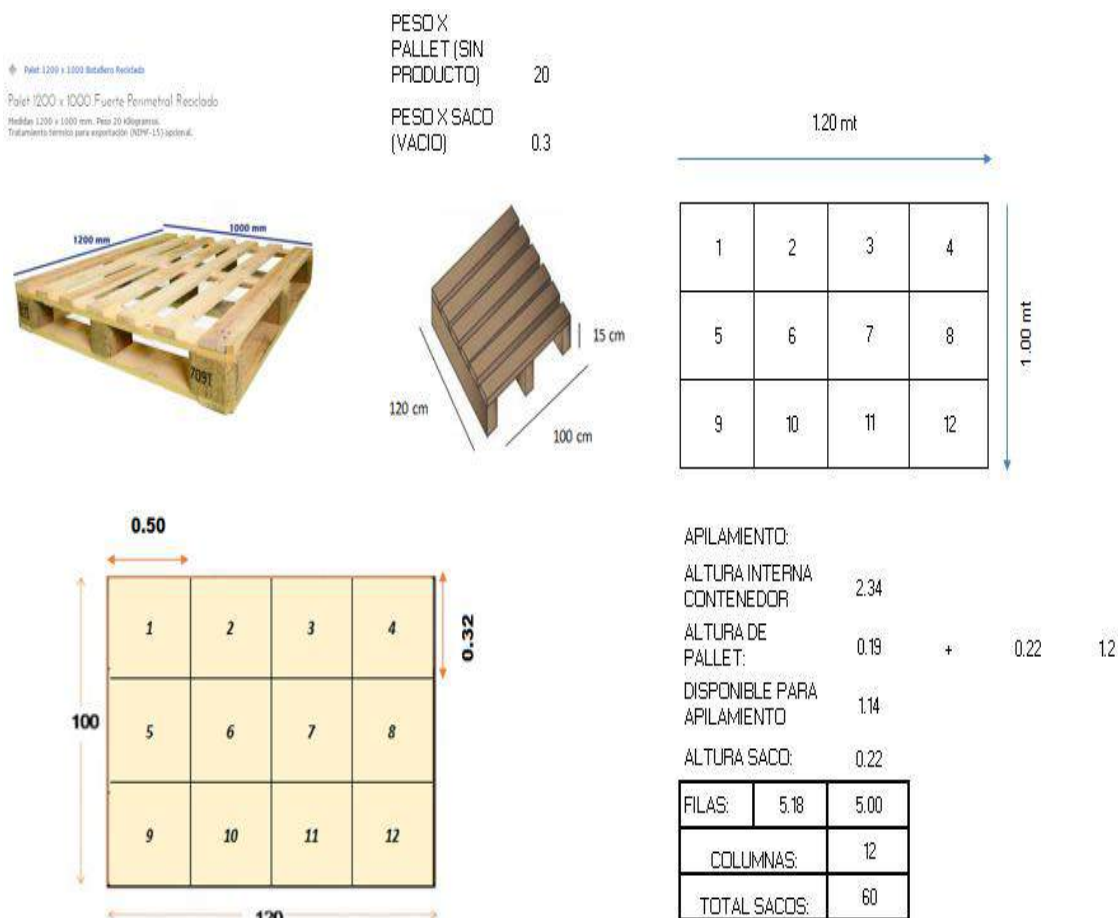


Figura 34 Medidas De Apilamiento Por Pallets

Se ha efectuado el cálculo de la cantidad de pallets que entrarían en el contenedor de 40 reefer y verificado su ubicación dentro del contenedor, considerando las dimensiones de los pallets y el nivel de apilamiento.

Estos cálculos fueron efectuados considerando las dimensiones de los pallets, las medidas de los sacos y pallets, considerando el nivel de apilamiento para que quepan sin problema dentro del contenedor de 40 reefer.

Responsable:	Supervisor de comercio exterior	Año:	2022
Área:	Comercio exterior – área de exportación de la empresa Frutabona S.A.	Pág.:	16

Guía de plan de exportación a España

Costos incurridos:

a) Costos de Flete a España - Referencial

Tabla 26

Costos de Flete a España - Referencial

PUERTO DE SALIDA: GUAYAQUIL Termino (INCOTERM): Termino: FOB GYE TIPO DE CARGA (Suelta/Contenerizada) (1x 40' REF)			
DESCRIPCION SERVICIOS		NAVIERA ASIA SHIPPING S.A.	
DESCRIPCION FLETE	TIPO DE CARGA	X Contenedor / Embarque	TOTAL APROX
TARIFA FLETE MARITIMO		Por Contenedor	\$ 8.203,00
THC DESTINO		Por Contenedor	\$ 120,00
ISP		Por Embarque	\$ 0,00
SELLO		Por sello	\$ 0,00
TOTAL APROX FLETE			\$ 8.323,00
GASTOS EN ORIGEN ECUADOR	VALOR	IVA	TOTAL APROX
B/L FEE (por B/L)	\$ 70,00	\$ 8,40	\$ 78,40
DEPOT GATE (ECHO EXPORTACIÓN) Cntr	\$ 30,00	\$ 3,60	\$ 33,60
SERVICIO DE PROCESAMIENTO (Cntr)	\$ 50,00	\$ 6,00	\$ 56,00
COORDINACIÓN LOGÍSTICA	\$ 80,00	\$ 9,60	\$ 89,60
TOTAL APROX GTOS.EN ORIGEN ECUADOR			\$ 257,60
CONSIDERACIONES IMPORTANTES			
FREQUENCY	SEMANAL (NAPORTEC)		
PUERTO DE LLEGADA	GUAYAQUIL		
TRANSIT	35 DIAS APROX		
DIAS LIBRES DE DEMORAJE	5		
DIAS LIBRES	30		
VALIDEZ DE LA OFERTA	30-jul-22		
TOTAL APROX FLETE Y GASTOS EN DESTINO			\$ 8.580,60
TOTAL FLETE X UNIDAD			\$ 0,0343

Se cotizó un flete en contenedor de 40 Reefer con destino a Barcelona-España, el término de negociación fue FOB.

Responsable:	Supervisor de comercio exterior	Año:	2022
Área:	Comercio exterior – área de exportación de la empresa Frutabona S.A.	Pág.:	17

Guía de plan de exportación a España

Costos incurridos:

b) Costos de logísticos de exportación

Tabla 27

Costos de logísticos de exportación

COSTOS LOGÍSTICOS DE EXPORTACIÓN POR CONTENEDOR TÉRMINO FOB				
TIPO DE COSTO	RUBRO	VALOR SIN IVA	IVA	VALOR CON IVA
COSTOS BÁSICOS	RECEPCIÓN PORTEO/CONTENEDOR	\$85,00	\$10,20	\$95,20
	TRANSPORTE INTERNO U. VACÍO / LLENO (LCL)	\$350,00	\$0,00	\$350,00
	COURIER	\$80,00	\$9,60	\$89,60
TOTAL BÁSICO				\$534,80
COSTOS VARIABLES	MANEJO BL (CORRECCION MULTA, TRANSMISION B/L)	\$120,00	\$14,40	\$134,40
	INSPECCIÓN POLICIA ANTINARCÓTICOS	\$170,00	\$20,40	\$190,40
	ALMACENAJES (10 días)	\$180,00	\$21,60	\$201,60
TOTAL COSTOS VARIABLES				\$526,40
SUMA OTROS COSTOS POR CONTENEDOR (FOB)				\$1.061,20
COSTOS LOGISTICOS DE EXPORTACION POR CONTENEDOR (POR UNIDAD)				\$0,0042

Considerando los costos que se dan al ingreso de la carga a Zona Primaria Aduanera antes de su exportación, estos son los rubros que cobra el almacén temporal cuando la carga permanece en las instalaciones de los mismos hasta que se complete el proceso de exportación y se proceda con la salida autorizada

Responsable:	Supervisor de comercio exterior	Año:	2022
Área:	Comercio exterior – área de exportación de la empresa Frutabona S.A.	Pág.:	18

Guía de plan de exportación a España

Costos incurridos:

c) Costos de agente de aduana

Tabla 28

Costos de agente de aduana

SERVICIO DE DESPACHO DE ADUANA EXPORTACION MARITIMA				
RUBRO	TARIFA SIN IVA	IVA	TOTAL TARIFA CON IVA	COMENTARIOS
ENVIO ELECTRONICO DAE EXPORTACION MARITIMA	\$150,00	\$18,00	\$168,00	POR CADA TRAMITE
TOTAL DESPACHO DAE.....			\$168,00	
OTROS TRAMITES DE EXPORTACION (VARIABLES EN CASO DE APLICAR)				
ANULACION DE DAE	\$45,00	\$5,40	\$50,40	POR CADA DAE
ELABORACION DE CERTIFICADO DE ORIGEN	\$35,00	\$4,20	\$39,20	POR CADA CERTIFICADO
ELABORACION DE AISV	\$30,00	\$3,60	\$33,60	POR CADA AISV
COORDINACION DE TRANSPORTE LOCAL	\$25,00	\$3,00	\$28,00	POR TRAMITE
GESTION DE COORDINACION POR INSPECCION ANTINARCOTICOS HASTA EL ALMACEN TEMPORAL	\$60,00	\$7,20	\$67,20	POR TRAMITE
REGULARIZACION DE DAE	\$50,00	\$6,00	\$56,00	POR CADA DAE REGULARIZADA
DJO (DECLARACION JURAMENTADA DE ORIGEN)	\$60,00	\$7,20	\$67,20	POR CADA DECLARACION JURAMENTADA
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$455,00	\$54,60	\$509,60	(PUEDEN GENERARSE O NO EN LA EXPORTACION)
...				
COSTO AGENTE DE ADUANA X UNIDAD			\$0,0020	

Se consideran los principales servicios y gestiones que debe de efectuar el agente aduanal en el proceso de exportación, el mismo que luego es dividido para la cantidad de equipos exportados.

Responsable:	Supervisor de comercio exterior	Año:	2022
Área:	Comercio exterior – área de exportación de la empresa Frutabona S.A.	Pág.:	19

Guía de plan de exportación a España

Costos incurridos:

d) Resumen de costos y utilidad

Tabla 29

Resumen de costos y utilidad

<i>COSTOS DE FLETE POR UNIDAD</i>	<i>\$0,03432</i>
<i>COSTOS LOGISTICOS POR UNIDAD</i>	<i>\$0,00424</i>
<i>COSTOS DE DESPACHO DE ADUANA POR UNIDAD</i>	<i>\$0,00204</i>
COSTOS LOGISTICOS TOTALES POR UNIDAD	\$0,04061
<i>COSTO DEL PRODUCTO POR UNIDAD</i>	<i>\$0,10800</i>
<i>COSTOS LOGÍSTICOS TOTALES X UNIDAD</i>	<i>\$0,04061</i>
<i>TOTAL COSTOS POR UNIDAD</i>	<i>\$0,14861</i>
<i>UTILIDAD 55 % X UNIDAD</i>	<i>\$0,08173</i>
PRECIO DE VENTA X UNIDAD	\$0,23034
UTILIDAD NETA POR IMPORTACION	\$20.433,27

Finalmente, se considera la suma de todos los costos logísticos con la finalidad de poder sumar al costo de producción de cada unidad de sacos de coco rallado seco y determinar la utilidad, de esta forma obtenemos el PVP UNITARIO, que luego se multiplica por 4000 kg ya que la unidad comercial de venta al exterior es en KGS que son 2.20 libras.

El cálculo de la utilidad está en unidades en el cuadro, multiplicado por la cantidad de unidades a exportar (20,000.00 KGS) nos arroja la utilidad por importación de \$20,433.27

Conclusiones

Con la realización del estudio se diseñó una guía de plan de exportación que contiene una estructura delimitada por aspectos de términos de negociación bajo el cual deben negociarse con el importador español, en este caso se sostiene un enfoque FOB para no encarecer los costos por parte de Frutabona S.A., además se delimita entre los requisitos la obtención de un certificado de origen denominado EUR-1 que es una de las exigencias por las naciones de la UE para la circulación de las mercancías y favorecimiento de los beneficios arancelarios de los acuerdos.

En la revisión teórica se pudo determinar los tipos de exportaciones que se contemplan en el ámbito local, la que se utiliza por parte de la empresa Frutabona S.A. es la Exportación definitiva, que estipula que las mercancías se trasladan (venta) a otra nación para su comercialización y consumo. Además, se denota que en los procesos de exportación se requiere de forma previa el registro como operador de comercio exterior.

El análisis situacional del mercado español denota que es un mercado que se caracteriza por ser comprador o importador, además, se observa una tendencia de consumo de coco donde destaca Estados Unidos como uno de sus principales proveedores y que se convierte en una competencia directa para Ecuador. Dentro de este análisis se destaca los acuerdos comerciales entre las naciones que favorecen que productos ecuatorianos sean competitivos y entren con beneficios arancelarios, en este caso, el coco entra con un arancel del 0%.

En la guía para el desarrollo del plan de exportación a España se señala un flujograma de los pasos a seguir dentro de las fases de preembarque, embarque y postembarque, en base a esto el directivo reconocerá los documentos y pasos que deberá seguir conforme vaya avanzando el proceso de exportación. También se indica como obtener el certificado EUR-1, así como el certificado fitosanitario de exportación que servirá para sustentar la calidad de las mercancías.

Recomendaciones

Concluido el estudio es pertinente que los directivos de la empresa Frutabona S.A., inviertan en un estudio de mercado dentro del nicho español para obtener una perspectiva del público objetivo sobre el consumo de coco y de la marca, esto se lo puede realizar mediante encuestas estructuradas, que permitirá obtener información de las características y preferencias del consumidor final, así como la imagen que tienen de los productos ecuatorianos y de la empresa Frutabona S.A.

Debe capacitarse de forma periódica al área de comercio exterior de la empresa Frutabona S.A., esto puede ejecutarse ante las posibles modificaciones que existan en temas aduaneros por parte de Ecuador y los países con los que mantiene relaciones comerciales, buscando que los empleados siempre tengan un conocimiento actualizado y conforme a las variaciones de las exigencias de los mercados.

Deben plantearse estudios de satisfacción del cliente posterior a un año de puesta en marcha el proyecto para medir la percepción que tienen los consumidores españoles del fruto que se comercializa por parte de la empresa Frutabona S.A., esto permitirá tener perspectiva para mejorar aquellos aspectos que los clientes consideren negativo dentro del bien que se comercializa.

Es pertinente que se planteen indicadores financieros de rentabilidad para medir la utilidad que genera la intervención de exportación de coco dentro del mercado español, para comprobar que la producción destinada a dicho nicho está generando las suficientes ganancias para la empresa.

Bibliografía

- Banco Mundial. (2020). *España. País de Europa*. Obtenido de Data Commons:
https://datacommons.org/place/country/ESP?utm_medium=explore&mprop=country&popt=Person&hl=es
- BCE. (2021). *Evolución de la Balanza Comercial Enero – Diciembre 2020*. Obtenido de Subgerencia de Programación y Regulación Dirección Nacional de Síntesis Macroeconómica:
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc202102.pdf>
- Caballero, L. (2017). *El camino del éxito de las encuestas y entrevistas*. Bogotá: Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia.
- Carabajo, J., & Manzano, K. (2018). *Plan de exportación de conserva de pechiche de la compañía PLANHOFA hacia el mercado de New York –EEUU*. Obtenido de Universidad Laica Vicente Rocafuerte:
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2152/1/T-ULVR-1951.pdf>
- Castillero, O. (2019). *Los 15 tipos de investigación (y características)*. Obtenido de Psicología y Mente: <https://psicologiaymente.com/miscelanea/tipos-de-investigacion>
- CEDIA. (2021). *Exportaciones ecuatorianas, Exportaciones 2020-2021*. Corporación Ecuatoriana para el Desarrollo de la Investigación y la Academia.
- Centro de Estudios Asia-Pacífico. (2 de Septiembre de 2021). *Pandemia golpeó las exportaciones y venta de coco en Ecuador; el sector aún se está recuperando*. Obtenido de ESPOL: <https://www.datasur.com/pandemia-golpeo-las-exportaciones-y-venta-de-coco-en-ecuador-el-sector-aun-se-esta-recuperando/>
- Centro de Estudios Asia-Pacífico. (2021). *Pandemia golpeó las exportaciones y venta de coco en Ecuador; el sector aún se está recuperando*. ESPOL.
- CEPAL. (2020). *Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Cisneros, M., & Varela, L. (Abril de 2015). *Plan de exportación de frutas no tradicionales procesadas al mercado de Santiago, Chile*. Obtenido de

Universidad Politécnica Salesiana:

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10444/1/UPS-GT001374.pdf>

Coba, G. (17 de Diciembre de 2020). *Exportaciones no petroleras se recuperan con fuerza en octubre*. Obtenido de Primicias:

<https://www.primicias.ec/noticias/economia/exportaciones-recuperan-fuerza-octubre-ecuador/>

Cofone, M. (1 de Marzo de 2006). *Diseño de exportación: herramienta de crecimiento económico*. Obtenido de Escritos en la Facultad N°1 - Universidad de Palermo:

https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_publicacion.php?id_libro=5

Constitución de la República del Ecuador. (2021). *Registro Oficial 449*. Obtenido de

https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf

COPCI. (2018). *Código Orgánico De La Producción, Comercio E Inversiones*.

Obtenido de Registro Oficial Suplemento 351:

<https://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>

Datos Macro. (2020). *Desempleo de España*. Obtenido de

<https://datosmacro.expansion.com/paro/espana?dr=2020-02>

Fáraez, J. (2020). *Estudio de la evolución del comercio exterior del Ecuador en función de apertura comercial en el periodo de 2007-2017*. Obtenido de Universidad Salesiana sede Cuenca:

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/18590/1/UPS-CT008720.pdf>

Federación Ecuatoriana de Exportadores. (Octubre de 2021). *Reporte estadístico*

mensual de comercio exterior. Obtenido de Federación Ecuatoriana de Exportadores: <https://www.fedexpor.com/reportes-estadisticos/>

FEPEX. (2020). *Consumo frutas y hortalizas*. Obtenido de Federación española de

asociaciones de productores exportadores de frutas, hortalizas, flores y plantas vivas: <https://www.fepe.es/datos-del-sector/consumo-frutas->

Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas de España:

https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176918&menu=ultiDatos&idp=1254735976595

INEC. (2022). *Ficha Técnica de Agricultura - Copra (cocotero)*. Obtenido de Sistema Integrado de Consulta de Clasificaciones y Nomenclaturas (SIN):
https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/co_agricola.php?id=01499.00.01

INEC. (2022). *Ficha Técnica de Agricultura - Fibras de coco en bruto*. Obtenido de Sistema Integrado de Consulta de Clasificaciones y Nomenclaturas (SIN) del INEC:
https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/co_agricola.php?id=01929.01.03

Jiménez, F. (3 de Noviembre de 2015). *EXPORTACIÓN TEMPORAL PARA PERFECCIONAMIENTO PASIVO*. Obtenido de Comunidad Todo Comercio Exterior:
<https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/exportacion-temporal-para-perfeccionamiento-pasivo-51-1>

Loor, J. (2021). *TRANSFORMACIÓN DE LOS PRODUCTOS DERIVADOS DEL COCO Y SUS PERSPECTIVAS DE EXPORTACIÓN AL MERCADO CHILENO*. Obtenido de UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ:
<http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3199/1/TESIS-TRANSFORMACION%20DE%20LOS%20PRODUCTOS%20DERIVADOS%20DEL%20COCO%20Y%20SUS%20PESRPECTIVAS%20DE%20EXPORTACION%20AL%20MERC.pdf>

López et al. (2019). La observación. Primer eslabón del método clínico. *Revista Cubana de Reumatología*, 1-9.

López, C., & Rodríguez, S. (Diciembre de 2019). *LOS INCOTERMS 2020*. Obtenido de Actualidad Jurídica:
<https://www.uria.com/documentos/publicaciones/6851/documento/esp05.pdf?id=9337>

- López, M., García, Y., & Reyna, S. (2018). MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA. SU SIGNIFICACIÓN EN LA EVALUACIÓN DE EGRESADOS DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR. *Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa*, 173-183. Obtenido de Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.
- López, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Map Carta. (23 de 05 de 2020). *open data*. doi:<https://mapcarta.com/es/19653786>
- Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana. (2016). "*Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y sus estados Miembros, por una parte, y Colombia y el Perú, por otra*" y anexos. Obtenido de https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/03/02_RO-808-Consolidado_opt.pdf
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2021). *El Gobierno del Encuentro promueve inversiones tecnológicas para Ecuador, en España*. Obtenido de Boletín Oficial N° 28: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/el-gobierno-del-encuentro-promueve-inversiones-tecnologicas-para-ecuador-en-espana/>
- Molina, J. (23 de Septiembre de 2021). *Tipos de investigación*. Obtenido de Tesis y Másters Colombia: <https://tesisymasters.com.co/tipos-de-investigacion/>
- Moreno, A., Narváez, D., & Sancho, S. (2016). *Regional Teorías del comercio Internacional*. Obtenido de Documento Técnico De Integración Monetaria Y Financiera: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/doctec11.pdf>
- Mosquera, A. (2020). *Análisis de la incidencia del acuerdo comercial Ecuador-UE en la variación de la importación de vehículos de turismo referenciado al periodo 2008- 2018*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Ecuador: <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/2055/1/MOSQUERA%20ACOSTA%20ANGELO.pdf>

- MPCEIP. (2020). *COVID-19: Impacto en las exportaciones de organizaciones de pequeños productores afectaciones, desafíos y oportunidades*. Obtenido de Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca:
<https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2020/12/Doc-completo-Impacto-Exportaciones-EPS.pdf>
- MPCEIP. (2020). *COVID-19: Impacto En Las Exportaciones De Organizaciones De Pequeños Productores Afectaciones, Desafíos Y Oportunidades*. Obtenido de Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca:
<https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2020/12/Doc-completo-Impacto-Exportaciones-EPS.pdf>
- Nanot, R. (Mayo de 2020). *Incoterm 2020 DAP (Delivered at Place) | ¿Qué es y cuándo utilizarlo?* Obtenido de Guía fácil de Incoterms 2020:
<https://internacionalmente.com/incoterm-2020-dap/>
- Narváez, N. (2018). *Análisis de la ventaja absoluta y ventaja comparativa relacionada con la producción de banano y camarón entre Ecuador Y Colombia*. Obtenido de Universidad Técnica de Machala:
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/11936/1/ECUACE-2018-AE-CD00247.pdf>
- Oficina de Información Diplomática. (2021). *Ficha País Ecuador República del Ecuador*. Obtenido de
https://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/ECUADOR_FICHA%20PAIS.pdf
- Olinda, A. (2018). *Establecimiento de protocolos para el intercambio de Germoplasma de cocotero resistente a amarillamiento letal en América Latina y el Caribe*. Obtenido de Centro de Investigación Científica de Yucatán, A.C.:
https://cicy.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1003/1183/1/PCB_BT_M_Tesis_2018_Skeete_Analesa.pdf
- Ordóñez, D. (2012). *El comercio exterior del Ecuador: análisis del intercambio de bienes desde la colonia hasta la actualidad*. Obtenido de Observatorio de la Economía Latinoamericana:
<https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2012/ddoi.html>

- Ovando, W., Canales, R., & Munguía, G. (2017). Comercio interregional de bienes manufacturados en los países de la Alianza del Pacífico desde la Teoría de Linder. *Revista Desafíos*, 29(2), 169-197.
doi:<http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/desafios/a.4876>
- Paillacho, B. (2007). *Proyecto de prefactibilidad para la exportación de coco en fresco al mercado de Bélgica bruselas período 2007 - 2016*. Obtenido de UTE:
http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/6446/1/32013_1.pdf
- Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025 . (2021). *Registro Oficial Suplemento 544*. Obtenido de Consejo Nacional de Planificación:
<http://www.eeq.com.ec:8080/documents/10180/36483282/PLAN+NACIONAL+DE+DESARROLLO+2021-2025/2c63ede8-4341-4d13-8497-6b7809561baf>
- Prefectura del Guayas. (2022). *Demografía*. Obtenido de <https://guayas.gob.ec/historia/>
- Prefectura del Guayas. (2022). *Samborondón* . Obtenido de <https://guayas.gob.ec/cantones-2/samborondon/>
- Pro Colombia. (2021). *Perfil de logística desde Colombia hacia España*. Obtenido de file:///C:/Users/user/Downloads/perfil_logistico_de_espana_2.pdf
- Pro Ecuador. (30 de Noviembre de 2018). *Nuevas opciones de pulpa de frutas en el mercado italiano*. Obtenido de Pro Ecuador:
<https://www.proecuador.gob.ec/nuevas-opciones-de-pulpa-de-frutas-en-el-mercado-italiano/>
- Pro Ecuador. (2021). *Anuario de Exportaciones del Sector Asociativo y Comercio Justo 2020*. Obtenido de Ministerio de Producción, Comercio exterior, Inversiones y Pesca: <https://www.uasb.edu.ec/observatorio-pyme/wp-content/uploads/sites/6/2021/05/ANUARIO-COMERCIO-JUSTO-2020-VF-5.pdf>
- Ramos, E. (Julio de 2018). *Métodos y técnicas de investigación*. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/>
- Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción. (2018). *Decreto Ejecutivo 757*. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp->

content/uploads/2019/05/Literal-3.-Reglamento-del-Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones-COPCI.pdf

Robalino, S. (2019). *Las teorías del comercio internacional: Análisis de las ventajas absolutas de las relaciones comerciales entre Ecuador y Colombia*. Obtenido de Universidad Técnica de Machala:
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/13451/1/ECUACE-2019-AE-DE00456.pdf>

Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, núm. 82, 1-26.

Rojas, D., Vilaú, Y., & Camejo, M. (2018). La instrumentación de 2018 los métodos empíricos en los investigadores potenciales de las carreras pedagógicas. *MENDIVE Revista de Educación*, 238-246.

Romero, V., Rosado, G., Sablón, N., & Burbano, L. (2020). Análisis de la cadena agroalimentaria del coco (cocos nucifera) en la provincia de Manabí, Ecuador. *Revista de las Agrociencias*, 43-72.

Ruiz, P. (2020). El teorema Heckscher-Ohlin y la economía mexicana. Una visión crítica de la economía neoliberal. *Revista El Trimestre Económico*, vol. LXXXVII (1), núm. 345, 99-131.

Sánchez, M. (2021). *Cocotero (Cocos nucifera)*. Obtenido de Jardinería ON:
<https://www.jardineriaon.com/cocos-nucifera.html>

SENAE. (2022). *Instructivo para la expedición del Certificado De Circulación De Mercancías – EUR. 1*. Obtenido de Servicio Nacional de Aduana del Ecuador:
<https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2016/INSTRUCTIVO%20PARA%20LA%20EXPEDICION%20DEL%20CERTIFICADO%20DE%20CIRCULACION%20EUR-Exportador.pdf>

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2020). *Regímenes Aduaneros*. Obtenido de Servicio Nacional de Aduana del Ecuador:
<https://www.aduana.gob.ec/regimenes-aduaneros/>

- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (Noviembre de 2021). *Para Exportar*.
Obtenido de Servicio Nacional de Aduana del Ecuador:
<https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- Solistica. (10 de Diciembre de 2021). *El plan de exportación y su importancia para la logística*. Obtenido de Solistica: <https://blog.solistica.com/el-plan-de-exportacion-y-su-importancia-para-la-logistica>
- TIBA Team. (2 de Enero de 2020). *Incoterms 2020*. Obtenido de TIBA Team:
<https://www.tibagroup.com/blog/incoterms-2020?lang=es>
- Tomalá, O. (2016). *Tipos de investigación*. Obtenido de Sites Google:
<https://sites.google.com/site/misitioweboswaldotomala2016/tipos-de-investigacion>
- Tomé, M. (2019). *Observación sistemática y análisis de contexto para la innovación y la mejora en Educación*. Madrid: Ediciones Parainfo, S.A.
- Torres, T. (2020). En defensa del método histórico-lógico desde la Lógica como ciencia. *Revista Cubana de Educación Superior*.
- Trade Map. (2022). *Lista de los importadores para el producto seleccionado. Producto: 0801 "Cocos, nueces del Brasil y nueces de marañón [merey, cajuil, anacardo, ""cajú""], frescos*. Obtenido de ITC:
https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c0801%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
- Trade Map. (2022). *Lista de los importadores para el producto seleccionado. Producto: 1513 "Aceites de coco ""de copra"" , almendra de palma o babasú, y sus fracciones, incl. refinados*. Obtenido de ITC:
https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c1513%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
- TRANSEOP. (Diciembre de 2021). *Incoterms 2020: ¿Qué son? Clasificación y Tipos*. Obtenido de TRANSEOP: <https://www.transeop.com/blog/Tipos-de-Incoterms-en-el-Transporte-mar%C3%ADtimo/35/>
- Troncoso, C., & Amaya, A. (2017). Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. *Revista de la Facultad de Ciencias*

Médicas. Vol. 65 No. 2, 329-332.

doi:<http://dx.doi.org/10.15446/revfacmed.v65n2.60235>

Zapata, B. (2 de Septiembre de 2021). *Pandemia golpeó las exportaciones y venta de coco en Ecuador; el sector aún se está recuperando*. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/pandemia-golpeo-las-exportaciones-y-venta-de-coco-en-ecuador-el-sector-aun-se-esta-recuperando-nota/>

Anexos

Anexo 1. Cuestionario de encuestas

El presente cuestionario de encuesta tiene una finalidad académica y busca despejar dudas sobre la percepción que tiene los clientes (importadores) de Frutabona S.A. sobre la marca y productos que expende, entre otros aspectos de relevancia.

Instrucciones:

- Marque con (X) según considere.
- Responda con sinceridad cada interrogante.

El tiempo de duración de la encuesta des de 5 minutos, por su colaboración, gracias de antemano.

1. ¿Considera que el mercado ecuatoriano es apropiado para realizar negocios de comercio exterior como las importaciones?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni descuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo.

2. ¿Cómo calificaría a la marca Frutabona a nivel internacional?

Excelente

Buena

Regular

Mala

Muy mala

3. ¿Qué percepción tiene de la calidad de los productos que expende Frutabona?

Excelente

Buena

Regular

Mala

Muy mala

4. ¿Cuál de los siguientes atributos valora al seleccionar proveer internacional de productos?

La calidad

La marca

El precio

La cercanía geográfica

Los acuerdos comerciales entre las naciones

5. ¿Cuáles son los términos de negocios internacional bajo los que suele comerciar?

FOB

CIF

Otros

6. ¿Qué medio de transporte es el pertinente el momento de negociar internacionalmente?

Marítimo

Aéreo

7. ¿Cuáles de los siguientes medios son pertinente para promocionar los productos de la entidad? En caso de escoger redes sociales pase a la pregunta 8, caso contrario, pase a la pregunta 9.

Página web

Google

Correos electrónicos

Redes sociales

8. ¿Qué redes sociales serían pertinentes?

Facebook

Instagram

Tik Tok

Otros

9. ¿Qué percepción tiene del coco como fruta de venta en mercados internacionales?

Excelente fruto

Indiferente

No tendría acogida

10. ¿Compraría pulpas de coco ofertados por la empresa Frutabona S.A.?

Si

No

Anexo 2. Cuestionario de entrevista

Tabla 5

Resultados de la entrevista estructurada

<p>1. ¿Cuál es el proceso de producción de cocos de la empresa?</p>
<p>Para iniciar, antes de la producción, se debe estimar el cultivo de la palma, en este caso, palma de coco (Cocos Nucífera L) que demora entre cinco o seis años para generar producción. Se procede primero con la selección de la semilla de la palma y el alistamiento de los viveros, el periodo de crecimiento varia, puede alcanzar entre 12 metros hasta 30 metros en su etapa de mayor madurez (10 años).</p> <p>Las semillas del coco se pueden obtener directamente del fruto cuando se obtenga la producción y se quita la corteza, se selecciona las palmas con frutos con mejor producción y que no hayan presentado algún inconveniente. Las palmas de coco deben permanecer en 27°C con variaciones de 5 a 7°C, durante toda su vida.</p> <p>Las palmas se verifican semanalmente porque pueden verse infectadas por el Strategus aloeus, (insecto que la persigue en la etapa inicial del cultivo de la palma). También se le hecha fertilizantes, y se verifica las condiciones del clima, debe tener una insolación de dos mil horas al año dividido mensualmente. Cuando se obtenga el fruto se verifica el estado, las palmas con mejores producciones y que no hayan sido afectadas por temas de insectos o insecticidas, para asegurar la calidad del bien.</p>
<p>2. ¿Qué certificados de calidad avalan a la empresa para sus procesos de producción?</p>
<p>Se cuenta con certificados de Agrocalidad que permite certificados fitosanitarios a nivel nacional. Certificado FDA que garantiza que los frutos han sido inspeccionados, así como sus aditivos. Certificado GLOBAL G.A.P para ratificar Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) a nivel internacional.</p>
<p>3. ¿Con cuanto territorio cuenta en la actualidad para intervenir en la producción de este fruto?</p>

En la actualidad se cuenta con 5803 hectáreas.
4. ¿Qué problemas tiene para intervenir en mercados internacionales?
La falta de estudios o análisis de mercado nuevos, considerando que en la actualidad la empresa se centra en su cartera actual. Y se basa en planificaciones de los mercados actuales como el norteamericano.
5. ¿Bajo qué término negocia con los importadores?
El termino de negociación es FOB, es el más usado para los exportadores en general, la obligación corresponde básicamente la producción y transporte interno y ya dentro del embarque pasa a ser responsabilidad del importador.
6. ¿Cómo lleva a efecto su planificación de exportación?
Se tiene un área de gestión de exportaciones, los procesos de planificación se ejecutan de forma empírica, ya se cuenta con un conocimiento previo de los mercados actuales como el estadounidense, por lo tanto, a no ser que exista un cambio entre las naciones, ya se sigue una secuencia de pasos.
7. ¿Cómo analiza mercados internacionales a los cuales intervenir?
En la actualidad no se efectúa estudios de mercados nuevos.
8. ¿Considera que los acuerdos comerciales contribuyen en la elección de los mercados que puede intervenir su negocio?
Sí, los importadores tendrás mejores precios y se podrá competir con otro mercado de la región como Colombia o Brasil. Por lo que las ventajas de acuerdos comerciales aumentarían la competitividad local.
9. ¿Cuenta con un plan de exportación para el mercado de España?
No, en la actualidad no se estructurado un plan de exportación para comercializar en dicho mercado.
10. ¿Considera que la empresa tiene la necesidad de contar con un plan de negocio de exportación para el mercado español?

Sí, es un mercado atractivo para intervenir, sobre todo por el lenguaje que facultaría una mejor negociación. Además, los acuerdos comerciales de la nación benefician a la comercialización de los importadores.

Anexo 3. Ficha de observación

Enunciados	¿Cumple?		Observaciones
	Si	No	
1. ¿Tiene hectáreas para la producción de coco?			
2. ¿Tiene recursos y personal para la producción de coco?			
3. ¿Efectúan controles en la producción del fruto?			
4. ¿Cuentan con certificados de calidad para la producción de coco?			
5. ¿Las palmas se mantienen en ambientes climáticos aceptables?			
6. ¿Tiene segmentado un área de exportación?			
7. ¿Cuenta el área de comercio exterior con lineamiento de funciones?			
8. ¿Intervienen en el mercado español?			
9. ¿Cuentan con una planificación de exportación en sus clientes (importadores) actuales?			
10. ¿Cuenta con una planificación de exportación para el mercado español?			
11. ¿Analizan nuevos mercados?			
12. ¿Existen desconocimientos en los procesos de exportación al mercado español?			

Anexo 4. Guía de observación

Guía de observación

Conforme a las visitas realizadas hacia la empresa Frutabona S.A. y sus establecimientos se construye el siguiente resumen de guía de observación:

a

NOMBRE	JESUS JIMENEZ PAREDES			
TEMA DE INVESTIGACION	Diseñar una guía de Plan de exportación de pulpa de coco de la empresa Frutabona S.A., para la comercialización en el mercado de España, mediante la identificación de requisitos y procesos a seguir			
TEMA DE LA BITACORA	OBSERVACION DEL PROCESO DE EXPORTACION Y PROCESAMIENTO			
FECHA	DESCRIPCION DE LA OBSERVACION	DATOS RECABADOS	OBSERVACIONES	CONCLUSION
9/7/2022	Alex Tapia nos ayuda con la visita programada para poder observar de primera mano el proceso de cotizaciones via mail y exportaciones desde sus bodegas en sede de guayaquil	Se nos dio un breve resumen de las exportaciones y visita a bodegas como proceso de estiba y empaques junto con envio de una de sus ordenes	Pudimos conocer el proceso de estiba de carga para envio nacional	Se realizo un cargado en camion para envio nacional de productos en bodegas
10/7/2022	El Sr Tapia nos ayuda con una programacion de visita a una de sus compañías asociadas para poder observar la recolecta de ciertos productos como fabricacion	Se nos dio un contacto para la visita a tomar para las fechas del 16-17/07 a Bradugon S.A ubicada en manta junto con la confirmacion de asistencia para dicha fecha	Pudimos conocer mas puntos de contactos que complementan la empresa como sus asociaciones con otras para sus abastecimientos	Una vez confirmado nuestra asistencia a Bradugon se nos ayuda con puntos de contacto para poder conocer la recolecta de ciertos productos
16/07/2022	Viajamos a Manta, Calceta para nuestra visita a Bradugon y poder observar la recolecta de productos	Pudimos observar la recolecta de Malanga/ Taro y papas dentro del recinto	Los procesos de recoleccion de estos tuberculos son a mano con ayuda de ciertos instrumentos como guantes y hoces para los Taros y malangas	Las recolectas de estos productos son rudimentarios pero efectivos para evitar los mayores daños posibles en los productos
17/07/2022	Se nos india los procesos a considerar para el secado del coco con pulpas ya retiradas de la fruta del coco y rallandolas para su debido secado mediante	El procedimiento del secado del coco es mas simple que el esperado	El horneado de la pulpa de coco debe de darse posterior al rallado del mismo	El procedimiento del secado del coco es mas facil que el del esperado como su ralladura con el producto final