



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL LOGRO DE EXPORTACIÓN DE
CAMARÓN HACIA ESPAÑA DESDE LA EMPRESA PACIFILAB S.A DE
MACHALA EN EL 2022**

**BRAVO PEREZ CARLOS ALEJANDRO
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**MOTOCHE CONZA JENNIFER MISHELLE
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL LOGRO DE EXPORTACIÓN DE
CAMARÓN HACIA ESPAÑA DESDE LA EMPRESA PACIFILAB
S.A DE MACHALA EN EL 2022**

**BRAVO PEREZ CARLOS ALEJANDRO
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**MOTOCHÉ CONZA JENNIFER MISHALLE
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA
2022**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ANÁLISIS DE CASOS

**PLAN ESTRATÉGICO PARA EL LOGRO DE EXPORTACIÓN
DE CAMARÓN HACIA ESPAÑA DESDE LA EMPRESA
PACIFILAB S.A DE MACHALA EN EL 2022**

**BRAVO PEREZ CARLOS ALEJANDRO
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**MOTOCHÉ CONZA JENNIFER MISHELLE
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

AGUILAR ORDOÑEZ LUIS RAMIRO

**MACHALA
2022**

PLAN ESTRATÉGICO PARA EL LOGRO DE EXPORTACIÓN DE CAMARÓN HACIA ESPAÑA DESDE LA EMPRESA PACIFILAB S.A. DE MACHALA EN EL 2022

por Bravo Pérez Carlos Alejandro Motoche Conza Jennifer Mishelle

Fecha de entrega: 09-may-2023 05:01p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2088933203

Nombre del archivo: ESPA_A_DESDE_LA_EMPRESA_PACIFILAB_S.A_DE_MACHALA_EN_EL_2022.pdf (1.17M)

Total de palabras: 12058

Total de caracteres: 66486

PLAN ESTRATÉGICO PARA EL LOGRO DE EXPORTACIÓN DE CAMARÓN HACIA ESPAÑA DESDE LA EMPRESA PACIFILAB S.A. DE MACHALA EN EL 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Técnica de Machala Trabajo del estudiante	2%
2	repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet	1%
3	docplayer.es Fuente de Internet	1%
4	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	<1%
5	www.593dp.com Fuente de Internet	<1%
6	ecotec.edu.ec Fuente de Internet	<1%
7	www.revflacso.uh.cu Fuente de Internet	<1%

9	dialnet.unirioja.es Fuente de Internet	<1 %
10	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Ecuador - PUCE Trabajo del estudiante	<1 %
11	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	P HENDERSON. "Cocoa, finance and the state in Ecuador, 1895?1925", Bulletin of Latin American Research, 1997 Publicación	<1 %
13	www.revistaespacios.com Fuente de Internet	<1 %
14	www.sica.gov.ec Fuente de Internet	<1 %
15	repositorio.ute.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
16	"Relación entre la formación inicial, las creencias y las prácticas de instrucción matemática desplegadas por docentes en formación de educación básica.", Pontificia Universidad Catolica de Chile, 2020 Publicación	<1 %
17	dspace.esPOCH.edu.ec Fuente de Internet	<1 %

18	dspace.ucacue.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
19	www.gestiopolis.com Fuente de Internet	<1 %
20	hdl.handle.net Fuente de Internet	<1 %
21	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
22	sites.google.com Fuente de Internet	<1 %
23	www.aquanoticias.cl Fuente de Internet	<1 %
24	www.rms.cl Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 8 words

Excluir bibliografía

Activo

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Los que suscriben, BRAVO PEREZ CARLOS ALEJANDRO y MOTOCHÉ CONZA JENNIFER MISHALLE, en calidad de autores del siguiente trabajo escrito titulado PLAN ESTRATÉGICO PARA EL LOGRO DE EXPORTACIÓN DE CAMARÓN HACIA ESPAÑA DESDE LA EMPRESA PACIFILAB S.A DE MACHALA EN EL 2022, otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Los autores declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Los autores como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



BRAVO PEREZ CARLOS ALEJANDRO

0705899334



MOTOCHÉ CONZA JENNIFER MISHALLE

0750515512

PENSAMIENTO

“El comercio une al mundo en una común hermandad de dependencia mutua y de intereses recíprocos.”

-James A. Garfield

AGRADECIMIENTO

Primero que todo agradecemos a Dios por habernos permitido llegar hasta este momento tan importante de nuestra formación profesional.

Yo Jennifer Motoche agradezco a mi madre Sarita María Conza Sánchez y abuela Ubaldina de Jesús Sánchez Suarez por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias, a mi amada hija Alice Leilanny Jaramillo Motoche por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme día a día y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro lleno de éxitos, a mi hermana Scarleth Lisseth Motoche Conza y hermano Luis Alfredo Flores Conza que los amo infinitamente, a mis tíos por estar siempre apoyándome en cada uno de mis objetivos y a nuestro docente tutor Ing. Luis Ramiro Aguilar que nos han brindado su tiempo y asesoramiento para el correcto desarrollo de nuestro proyecto.

RESUMEN

El presente análisis de caso es de gran importancia ya que le brinda información relevante a la empresa Pacifilab S.A de la ciudad de Machala dando un visión interna y externa de factores que ayudan de manera estratégica para que pueda empezar a exportar, logrando ingresar al mercado español, haciendo conocer su langostino tanto por calidad como economía, uno de sus objetivos fundamentales es lograr la exportación de camarón hacia el mercado español desde la empresa Pacifilab S.A de Machala en el 2022, mediante la aplicación de un plan estratégico de exportación, empleando métodos teóricos que ayudan al proceso de dar solución a la problemática y a su vez orientan las estrategias a emplear por otra parte se emplean los métodos empíricos que ayudan al desarrollo del presente mediante el aspecto cuantitativo y aplicación de los instrumentos de investigación como lo son la encuesta enfocada en Cieza - Murcia, la revisión documentaria, observación y entrevista realizada a la empresa, área productiva y socios, por lo tanto uno es para la obtención de datos y los otros para la interpretación de los mismos. Generando resultados altamente positivos para la empresa, reflejando el mercado factible y potencial que es España para la economía y desarrollo de la empresa en el ámbito exterior, se puede determinar el tipo de empaque, el consumo, la preferencia que tiene el consumidor español, el contenido por empaque reflejando alto consumo de camarón por ello se lo puede denominar mercado potencial que puede ser para la empresa Pacifilab S.A. La empresa es altamente competitiva por la calidad del producto que oferta, se recomienda seguir innovándose, de tal manera que su crustáceo ya no solo se logre exportar, sino que también pueda posicionar su marca en el mercado y a su vez pueda segmentar una sucursal en el mercado europeo y posterior a ellos expandirse por los demás países.

PALABRAS CLAVES: Consumidores, Exportación, Mercado, Metodología, Producto.

ABSTRACT

The present case analysis is of great importance since it provides relevant information to the company Pacifilab S.A of the city of Machala, giving an internal and external vision of factors that help strategically so that it can start exporting, managing to enter the Spanish market. , publicizing its shrimp both for quality and economy, one of its fundamental objectives is to achieve the export of shrimp to the Spanish market from the company Pacifilab S.A de Machala in the year 2022, through the application of a strategic export plan, using theoretical methods that help the process of solving the problem and in turn guide the strategies to be used, on the other hand empirical methods are used that help the development of the present through the quantitative aspect and application of research instruments such as the survey focused on Cieza - Murcia, documentary review, observation and interview conducted with the company, productive area and partners, therefore one is for data collection and the other for its interpretation. Generating highly positive results for the company, reflecting the feasible and potential market that is Spain for the economy and development of the company abroad, it is possible to determine the type of container, the consumption, the preference that the Spanish consumer has, the content per container reflecting a high consumption of shrimp, therefore it can be called a potential market that can be for the company Pacifilab S.A. The company is highly competitive due to the quality of the product it offers, it is recommended to continue innovating, in such a way that it's The crustacean can no longer only be exported, but it can also position its brand in the market and in turn can segment a branch in the European market and then expand to other countries.

KEYWORDS: *Product, Market, Consumers, Methodology, Export.*

ÍNDICE GENERAL

Contenido	pág.
INTRODUCCIÓN	12
CAPÍTULO I: DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	16
1.1 Antecedentes Históricos	16
1.1.1 Comercio Internacional	16
1.1.2 Inicios (1960- 1999)	17
1.1.3 Desarrollo (2007-2014)	18
1.1.4 Actualidad (2019-2022)	19
1.2 Antecedentes conceptuales y referenciales	19
1.2.1 Comercialización internacional	19
1.2.2 Gestión estratégica de la exportación	21
1.3 Antecedentes contextuales	22
1.3.1 Descripción Física:	24
1.3.2 Descripción Demográfico:	25
1.3.3 Descripción Social:	25
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	26
2.1 Tipo de investigación	26
2.2 Paradigma o perspectivageneral	26
2.3 Población y Muestra	26
2.4 Métodos teóricos	27
2.4.1 Método Histórico - Lógico	27
2.4.2 Método Analítico-Sintético	27
2.4.3 Método Inductivo – Deductivo	28
2.4.4 Método Sistémico	28

2.5 Métodos Empíricos	28
2.6 Métodos Estadísticos	28
CAPITULO III: DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	30
3.1 Situación actual de la empresa.....	30
3.2. Presentación y análisis de resultados	30
3.2.1 Entrevista.....	30
3.2.2 Revisión Documental	31
3.2.3 Observación.....	32
3.2.4 Encuesta	34
3.3 Desarrollo del plan estratégico	44
3.3.1 Mercado Español.....	44
3.3.2 Meta del proyecto.....	45
3.3.3 Análisis FODA.....	45
3.3.4 Acuerdo comercial de Ecuador-Unión europea	46
<u>3.3.5 Exigencias del mercado español</u>	46
<u>3.3.6 Producto</u>	47
<u>3.3.6.1 Logo</u>	47
<u>3.3.6.2 Empaque.....</u>	48
<u>3.3.6.3 Embalaje.....</u>	48
<u>3.3.6.4 Estimaciones</u>	49
<u>3.3.7 Proceso de exportación</u>	49
<u>3.3.7.1 Requisitos para obtener el certificado de firma digital o token</u>	49
<u>3.3.7.2 ECUAPASS</u>	50
<u>3.3.7.3 Certificado de origen.....</u>	50
<u>3.3.7.4 Certificado sanitario</u>	50
<u>3.3.7.5 Proceso</u>	51

CAPITULO IV: DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	52
CONCLUSIONES.....	53
RECOMENDACIONES.....	55
BIBLIOGRAFÍA.....	56

LISTA DE ILUSTRACIONES

Figura 1.	Exportaciones de camarón Ecuador (2010-2021).....	23
Figura 2.	Participación de las empresas según sus actividades económicas.	23
Figura 4.	Ubicación GPS y fotografía de la piscina.	24
Figura 5.	Representación porcentual de trabajadores H- M.....	25
Figura 6.	Organigrama de la empresa Pacifilab S.A.....	25
Figura 7.	Fórmula de muestreo simple.....	27
Figura 8.	¿El camarón forma parte de su dieta alimenticia?	34
Figura 9.	¿Con que frecuencia consume camarón?.....	35
Figura 10.	¿Cuánta cantidad de camarón consume mensualmente?	36
Figura 11.	¿En qué estado prefiere adquirir el camarón?.....	37
Figura 12.	¿Dónde suele comprar los camarones que consume?	37
Figura 13.	¿Cuáles son las preferencias que tiene usted al adquirir camarón?	38
Figura 14.	¿Cuál de los siguientes medios usted ha visto o escuchado usted publicidad anunciando la venta de camarón en su localidad?	39
Figura 15.	¿Suele escoger alguna marca en especial al momento de adquirir camarones en supermercado?	40
Figura 16.	¿Cuál de las siguientes características es la más influyente en su compra? ...	40
Figura 17.	¿Qué tamaño de camarón prefiere en sus compras?	41
Figura 18.	La procedencia de origen del camarón blanco del pacifico, que prefiere es de: 42	
Figura 19.	¿Qué tipo de empaque desearía que tuviera el camarón?	43
Figura 20.	¿De cuántos Kg le gustaría que tenga cada empaque?	44
Figura 21.	Tendencias de los 10 principales importadores de camarón.....	44
Figura 22.	Logo de la empresa	47
Figura 23.	Modelo de empaque.....	48
Figura 24.	Caja de cartón corrugado resistente al agua de mariscos.....	48

LISTA DE TABLAS

Tabla 1.	Principales indicadores económicos de Ecuador (década de los ‘90)	17
Tabla 2.	Exportaciones por producto principal de Ecuador 2001-2006	17
Tabla 3.	Personal de Pacifilab S.A.....	25
Tabla 4.	Tabla de puntuación.....	32
Tabla 5.	Tabla de puntuación con resultados.....	33
Tabla 6.	Pregunta 1. ¿El camarón forma parte de su dieta alimenticia?	34
Tabla 7.	Pregunta 2. ¿Con que frecuencia consume camarón?.....	35
Tabla 8.	Pregunta 3. ¿Cuánta cantidad de camarón consume mensualmente?	36
Tabla 9.	Pregunta 4. ¿En qué estado prefiere adquirir el camarón?.....	36
Tabla 10.	Pregunta 5. ¿Dónde suele comprar los camarones que consume?.....	37
Tabla 11.	Pregunta 6. ¿Cuáles son las preferencias que tiene usted al adquirir camarón? .	38
Tabla 12.	Pregunta 7. ¿Cuál de los siguientes medios usted ha visto o escuchado usted publicidad anunciando la venta de camarón en su localidad?	39
Tabla 13.	Pregunta 8. ¿Suele escoger alguna marca en especial al momento de adquirir camarones en supermercado?	39
Tabla 14.	Pregunta 9. ¿Cuál de las siguientes características es la más influyente en su compra?	40
Tabla 15.	Pregunta 10. ¿Qué tamaño de camarón prefiere en sus compras?.....	41
Tabla 16.	Pregunta 11. La procedencia de origen del camarón blanco del pacifico, que prefiere es de:.....	42
Tabla 17.	Pregunta 12. ¿Qué tipo de empaque desearía que tuviera el camarón?.....	43
Tabla 18.	Pregunta 13. ¿De cuántos Kg le gustaría que tenga cada empaque?	43
Tabla 19.	Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la empresa PACIFILAB S.A.....	45
Tabla 20.	Estimaciones de exportación	49

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1.	Solicitud hacia la empresa	63
Anexo 2.	Aceptación de la empresa	64
Anexo 3.	Guía de entrevista	65
Anexo 4.	Estudio de documentos	66
Anexo 5.	Guía de observación.....	67
Anexo 6.	Encuesta en línea	70
Anexo 7.	Evaluación de los instrumentos a aplicar por un profesional	74

LISTA DE ABREVIATURAS Y SÍMBOLOS

- S.A. Sociedad Anónima
- TIC. Tecnología de la Información y Comunicación
- UE. Unión Europea
- BCE. Banco Central del Ecuador
- CNA. Cámara Nacional de Acuicultura
- INE. Instituto Nacional de Estadística
- KG. Kilogramo
- FAO. Organización de Naciones Unidas
- RUC. Registro Único del Contribuyente
- MIPRO. Ministerio de Comercio Exterior Inversiones y Pesca
- DAE. Declaración Aduanera de Exportación

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de estudio de caso titula “Plan estratégico para el logro de exportación de camarón hacia el mercado español desde la empresa Pacifilab S. A, Machala en el 2022”, en el que se detallara la situación y actividades económicas que esta realiza, Pacifilab inicio sus actividades productivas y comercializadoras de camarón en el año 2019, solo se dedica a la venta nacional y ahora quiere incursionar a la venta en el mercado exterior dando a conocer el producto de alta calidad que esta puede ofrecer a los demás países. Una publicación realizada por el Ministerio de Producción detalla que, Ecuador, es el primer productor de camarón a nivel mundial. En enero y octubre del año 2021 existieron reportes de salidas con 1.669 millones de libras de camarón, representa el 20% más comparado a años anteriores, de acuerdo a datos de la cartera del estado. Los primeros potenciales destinos de expedición de este crustáceo son: Francia, España, China, Italia y Estados Unidos.

Su importancia radica en que permite reflejar las actividades económicas, el esfuerzo y conocimiento de la empresa que está comprometida con los consumidores en brindarles un producto de calidad, pero en la actualidad hace falta que el gobierno ayude a impulsar el comercio local y que estas a su vez puedan hacer conocer su producto a nivel internacional, se conoce que el camarón es una de las fuentes económicas más representativos de El Oro con similitud al banano. A pesar de contar con la posibilidad de ingresar al mercado internacional e ingresar su crustáceo la empresa PACIFILAB S.A del cantón Machala en el 2022, el sector enfrenta obstáculos, como los bajos precios que les pagan a los pequeños y medianos productores, carencia de normas o estándares para el ingreso al mercado internacional, desconocimiento de los gustos y cultura española, la empresa no cuenta con una plataforma para la búsqueda de posibles clientes en el mercado español, desatención en ayudar al sector acuícola por parte del gobierno y pocos canales de distribución de camarón hacia el exterior, afectando así negativamente la utilidad y a su vez restando competitividad. España no solo es un gran consumidor de langostino ecuatoriano, sino también una empresa productora de capital español. La demanda nacional e internacional de productos del mar congelados españoles es sustancial y constante. La globalización y las TIC hacen que los consumidores sean más exigentes e informados. La industria se encuentra actualmente en

proceso de reestructuración y se volverá más estable a corto plazo, con un aumento significativo del papel de la distribución. El problema científico corresponde a dar solución o respuesta a la siguiente interrogante; ¿Cómo conseguir exportar camarón al mercado español desde Pacifilab S.A. de Machala?

El objeto de estudio que se trabajara para el desarrollo del presente es el proceso de comercialización internacional del camarón, brindando un enfoque más amplio y a su vez situando diversos autores con sus respectivas teorías y definiciones. Las causas que originan el problema científico son el miedo por empezar a exportar hacia un mercado fuera de Ecuador y sobre todo el desconocimiento del proceso que se debe desarrollar para exportar, ya que implica la superación de controles sanitarios, técnicos, legales y hasta culturales, debido a que la empresa comercializa a nivel nacional es por ello que una de las causas más relevantes es el miedo por empezar a vender al mercado internacional, debido a que es un proceso de negociación y responsabilidades.

Para su respectivo logro se han planteado objetivos tanto general como específicos que ayudaran a direccionar la investigación para poder tener información clara, y eficaz que permita a la empresa a lograr exportar hacia el mercado objetivo, el objetivo fundamental en el que está enfocado el presente estudio de caso es conseguir que la empresa Pacifilab S.A. exporte camarón al mercado español, mediante la aplicación de un plan estratégico de exportación. La investigación detallara de manera interna la actividad actual del mercado ecuatoriano, y de manera externa las exportaciones que tenga con España. Así mismo está acompañado de los objetivos específicos que permiten un mejor direccionamiento para lograr el objetivo general; Determinar la evolución de la gestión estratégica de la exportación en el proceso de comercialización internacional del camarón, caracterizar gnoseológica, económica y administrativa del proceso de comercialización internacional del camarón; valorar la situación actual de exportación de camarón al mercado español desde la empresa Pacifilab S.A. de Machala en el 2022; fundamentar teóricamente el plan estratégico de exportación; elaborar el plan estratégico de exportación.

El campo de acción en el cual se desarrollará es la gestión estratégica de la exportación, ya que se está buscando brindarle un plan estratégico de exportación a la empresa, y que este a su vez les brinde información detallada para el logro de la exportación reflejando confianza para el buen funcionamiento de sus actividades económicas. Dentro de los antecedentes

históricos se detallará como se ha desarrollado la evolución referente a la parte de gestión estratégica de las exportaciones en la sucesión de comercialización internacional del camarón en relación con la expedición de este producto al mercado español desde la empresa Pacifilab S.A de Machala en el 2022.

Los antecedentes conceptuales constituyen el núcleo fundamental del marco teórico detallando y adoptando una teoría de la interpretación gnoseológica, económica, y administrativa del proceso de comercialización internacional del camarón y de la caracterización gnoseológica y metodológica de la gestión estratégica de la exportación. La hipótesis que direccionara la investigación es que, si se aplica un plan estratégico de exportación, entonces se logra la exportación de camarón hacia el mercado español desde la empresa Pacifilab S.A de Machala en el 2022. Se utilizarán dos variables para el desarrollo de la investigación, una independiente para el plan estratégico de exportación y la dependiente para lograr la exportación de camarón hacia el mercado español, permitiendo seguir conectado a Ecuador con España mediante exportaciones de camarón.

Los métodos para la investigación son; teóricos conformados por histórico-lógico, analítico-sintético, inductivo-deductivo, sistémico; empíricos empleando encuesta, entrevista, observación, revisión documentaria; y estadísticos utilizando la aplicación Excel para la interpretación de la información. Gracias a las técnicas aplicadas se ha podido obtener información de carácter esencial respecto a los gustos y preferencias enfocadas en el consumidor, que permiten el desarrollo del aporte practico hacia la empresa Pacifilab. La empresa está completamente regularizada, tiene experiencia de ventas al por mayor y menor, tiene todas las capacidades para empezar a exportar cumpliendo con los requisitos necesarios, le sería de gran beneficio económico y crecimiento empresarial empezar a exportar, con ello genera posicionamiento, pero a su vez se le recomendaría estar constantemente actualizado y al tanto del consumidor para ganar competitividad en el mercado.

La investigación se encuentra estructurada acorde a los lineamientos de análisis de caso requeridos por la universidad, dentro del primer capítulo se detalla la situación y conceptualización del estudio, el siguiente capítulo corresponde a la metódica implementada para recolectar los datos, en el capítulo tres descripción y análisis de los resultados, posterior a ello tenemos el capítulo cuatro con la disputa de los resultados, y, finalmente conclusión, recomendación, bibliografía y anexos. Para su respectivo desarrollo se utilizaron fuentes de

canales oficiales seguros, libros, revistas científicas, información brindada por la empresa, recopilación de datos mediante el uso de métodos empíricos, asesoramiento de los docentes, etc.

CAPÍTULO I: DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1 Antecedentes Históricos

1.1.1 Comercio Internacional

El negocio internacional o también denominado comercio exterior, por medio de la compra y envío de mercancías, influye en actividades económicas, empleo, así como la fijación de precios en los países de la región, está sujeto a las normas relativas, acuerdos comerciales, fijación de cuotas arancelarias y las medidas de protección contra países extranjeros. Bajo este contexto, Guardiola y Rivas (2010) mencionaron, la importancia del comercio radica en el intercambio de mercancías entre naciones, pues, ambas partes se enriquecen y aprovechan al máximo la adquisición de recursos y mercancías en función a la necesidad o en su defecto lo que no pueden producir.

La fragmentación gradual de procedimientos productivos a nivel internacional y una serie de otros factores han llevado a cambios relevantes en las negociaciones mundiales, modificando supuestos de análisis y patrones históricos denominados tendencias predominantes en la comunicación internacional luego de la segunda guerra mundial. Esto no es solo de naturaleza económica, sino que tiene implicaciones significativas en las naciones, en especial las que están desarrollándose constantemente, ya que muestran una vulnerabilidad muy alta a las modificaciones de la dinámica y estructura del comercio mundial (Romero, 2015). Los grupos externos económicos son fundamentales en el desarrollo económico y social porque se beneficia mediante el ingreso de divisas.

En Ecuador, la importación y expedición comprenden áreas críticas, debido a que las demandas de mercancías de las naciones con amigos poderes adquisitivos puede tener o no un impacto. El comercio exterior de Ecuador se somete principalmente a las exportaciones de petróleo, por otro lado, las compras de materia primaria, recursos y bienes de consumo (Montesino, 2007). Por tal razón, el estado debería apoyar a los grupos productores independiente de su tamaño, porque aquellos se pueden convertir en grandes exportadores y generadores de divisas para el país.

Tabla 1. *Principales indicadores de la economía ecuatoriana en los años '90*

Indicadores/ Periodos	1990-1997	1997-1999
Crecimiento PIB (%)	3,2	-3,5
PIB (MM US\$)	9,4	-16,5
PIB per capita (US\$)	7,8	-0,6
Inflacion anual (%)	36,8	44,9
Devaluacion anual (%)	27,3	90,8
Salario minimo vital (US\$)	14,2	-20,9
Exportaciones (MM US\$)	9,9	-8
Importaciones (MM US\$)	15,4	-22
Inversion extranjera directa (MM US\$)	27,6	-4,3
Deuda externa publica (MM US\$)	0,6	4,6
Deuda externa privada (MM US\$)	47	0,2
Deuda externa (MM US\$)	3,1	3,8
Deuda externa / PIB (%)	92,5	92,6
Cartera vencida/cartera total (%)	13,1	47,7
(Deficit o Superavit Fiscal) / PIB (%)	-0,9	-4,3
Hombres ocupados (%)	88,6	88,1
Hombres sub-ocupados (%)	5,1	4,3
Hombres desempleados (%)	6,3	7,7
Mujeres ocupadas (%)	82,7	80,8
Mujeres sub-ocupadas (%)	5,5	4,9
Mujeres desempleadas (%)	11,8	14,4
Poblacion bajo la linea de pobreza (%)	56	70

Fuente: Banco Central del Ecuador Elaborado por: (Montesino, 2007).

Tabla 2. *Exportaciones por producto principal de Ecuador 2001-2006*

Productos	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Total exportaciones	4.678.437	5.036.121	6.222.693	7.752.892	10.100.031	12.362.907
Total primarios	3.431.875	3.716.006	4.534.529	6.024.637	7.852.539	9.708.345
Petroleo crudo	1.722.332	1.839.024	2.372.314	2.372.314	5.396.840	6.913.956
Banano y platano	864.515	969.340	1.100.800	1.023.610	1.084.394	1.212.312
Café	15.049	10.320	11.144	14.531	25.480	29.175
Camaron	281.386	252.718	298.964	329.793	457.539	552.940
Cacao	55.048	90.990	119.994	103.045	118.050	133.563
Abaca	6.669	7.943	8.909	9.388	7.765	7.906
Madera	24.028	30.887	42.127	48.115	53.680	60.653
Atun	65.208	59.937	62.700	47.899	65.600	50.707
Pescado	22.090	28.009	34.839	34.201	49.375	53.283
Flores Naturales	238.050	290.326	398.738	354.817	397.907	415.870
Otros	137.501	146.512	174.000	160.730	195.810	277.981
Total industrializados	1.246.562	1.310.115	1.688.184	1.728.254	2.247.492	2.654.562
Derivados del petroleo	177.662	215.964	234.505	335.484	473.010	610.166
Café elaborado	29.055	31.369	59.279	69.605	66.769	67.075
Elaborados de cacao	31.563	38.067	49.647	51.190	57.976	26.559
Harina de pescado	22.262	11.913	19.152	20.402	22.052	38.934
Elaborados del mar	272.345	346.050	412.296	372.752	497.783	503.067

Fuente: Banco Central del Ecuador Elaborado por: (Montesino, 2007).

1.1.2 Inicios (1960- 1999)

De acuerdo a Gonzaga y Morán (2017) el grupo camaronero es relevante en la economía de una nación, ya que tiene gran producción a nivel nacional y compradores potenciales en el

mercado exterior, generando divisas en el país, por ello se debe destacar los inicios de la dirección estratégica en los procesos comerciales internacionales del camarón. Para Gonzabay et al., (2021) la actividad camarones del Ecuador va más allá de cincuenta años de posicionamiento de producción, pues comprende un sector relevante en la economía del país con un rango mayor al 40% de exportaciones. Ecuador presenta ventaja comparativa en el mercado internacional, por componentes climáticos que ayudan a la obtención del langostino y a su vez mejora las cosechas, lo que duplica su producción destacándose de los competidores.

La industria camaronera ecuatoriana se dio a finales de la década de 1960, con la realización de las primeras piscinas comerciales en 1969, destacándose como líder con grandes volúmenes. En 1982 contaba con la mayor área de producción del mundo y era la actividad más importante de nuestro país, sólo superada por las exportaciones petroleras en cuanto a exportaciones. Ayala et al., (1991) señala que en 1965, la pesca marina aportó el 85 por ciento de las 5.000 toneladas de camarón exportadas. En 1999, el sector fue afectado por la Mancha Blanca, lo que ocasiono que la competitividad y posicionamiento del Ecuador en el mercado internacional se viera reducida, y por ende sus exportaciones, generando una grave situación en el panorama económico y social, ya que muchas personas subsistían por la actividad de este sector (Marriot, 2003).

1.1.3 Desarrollo (2007-2014)

A partir del surgimiento de convenios multilaterales entre Ecuador y Unión Europea que tuvieron lugar en junio del 2007, luego de una pausa temporal en 2009, y fin de una segunda fase de negociación en julio del 2014, se logra ratificar y dar camino a los nuevos convenios mercantiles de multiparte por Ecuador y Unión Europea desde el 1 de enero del 2017 (Ministerio de Comercio Exterior, 2015). Según varios reportes oficiales realizados por parte de BCE, La Cámara Nacional de Acuicultura, ProEcuador, han permitido evidenciar de forma estadística la vigencia del tratado comercial, el cual ha potenciado las oportunidades dentro del proceso de comercialización internacional, ha reducido sus costos de manera muy significativa, además de respetar la guía de desarrollo, permitiendo la protección de sectores más vulnerables (Villagómez, 2011).

Tanto la producción y exportación de camarón influye de manera esencial dentro de los distintos cánones económicos y las diferentes actividades comerciales dentro de todo el país, y sobre todo en la provincia de El Oro.

1.1.4 Actualidad (2019-2022)

Loayza et al., (2022) señalan que el surgimiento del virus COVID-19 ha provocado que la industria camaronesa, al igual que otros muchos sectores productivos presentaron ciertos obstáculos, dado eso se mantienen protocolos estrictos de bioseguridad que cumplan con los requerimientos de los diferentes mercados y así lograr salvaguardar la inocuidad y calidad del langostino ecuatoriano. En lo que se refiere a camarón, actualmente la industria ha tenido una evolución favorable en los últimos 5 años, tanto es así que en el periodo 2020 se evidencia el crecimiento en ventas del camarón a comparación del banano, posicionando al langostino como el número uno en expediciones no petroleras.

Para Jiménez et al., (2021) este hito se consiguió por el arduo trabajo de investigación y desarrollo, logrando la obtención de camarones resistentes a enfermedades, siendo este un gran atractivo dentro del mercado internacional.

En base a información del Banco Central del Ecuador, las exportaciones de enero a marzo de 2022 suman \$537.7 MM, de los cuales 6% de estos valores corresponden al mercado español (Corporación Financiera Nacional, 2022). Según Riofrio et al., (2019) en el país Ibérico existen comunidades tal como Valencia, Barcelona, Sevilla, Madrid entre otras que destacan por su alto consumo de camarón. Dada esta gran demanda del crustáceo, España ocupa el tercer puesto de compradores de camarón ecuatoriano, por ello varias empresas ecuatorianas han optado ese mercado como una fuente potencial de ingresos económicos y divisas para el país.

1.2 Antecedentes conceptuales y referenciales

1.2.1 Comercialización internacional

López y Hernández (2021) indican que la filosofía de comercializar sostiene que las empresas deben centrar todos sus esfuerzos en satisfacer a los clientes y obtener beneficios. Esto requiere reorientar la forma en que las empresas hacen sus operaciones. Las organizaciones orientadas al marketing se centran en vender lo que los clientes quieren, antes que hacerlos adquirir lo que fabrican; pues, el comercio internacional obliga a una empresa a deliberar en lo que hacen y por qué, para luego crear planes que permitan el alcance de objetivos,

inspirando un esfuerzo combinado de los factores que influyen en dicha situación. El objetivo de comercializar comprende adquirir y retener clientes mientras que los compradores existentes están más dispuestos a hacer negocios con una empresa relacionada que con un competidor (García, 1997).

De acuerdo a Contreras y Ríos (2020) “Exportar es una negociación internacional de producción nacional sobre producción nacional. Un aspecto destacable es que, gracias a las exportaciones, la gran mayoría de los países han logrado equilibrar la balanza comercial, lo que ayuda a cosechar innumerables beneficios en las economías de estos países.”

Referente a exportaciones Macías et al., (2020) indican: “La importancia de las exportaciones radica en su impacto en el crecimiento económico, la productividad y el empleo de los países involucrados”

Por otra parte, el Ministerio de producción, comercio exterior, producción y pesca (2019) plantea: “las exportaciones son importantes porque: aumentar la cantidad y calidad de los bienes y servicios consumidos en el mundo, se pueden aprovechar mejor las ventajas de la especialización en la producción, las innovaciones tecnológicas se pueden difundir más fácil y rápidamente por el mundo, y también es propicio para la creación y aumento de la competitividad”

En las tres aportaciones nos hablan de las exportaciones y de sus efectos dentro del país, Contreras y Ríos definen adecuadamente a expediciones como negocios internacionales de aquellas mercancías nacionales que exceden su fabricación nacional, sin embargo, el único impacto que los autores han identificado que ocurren con la comercialización internacional es dentro de la balanza comercial, es decir un efecto económico. Y tomado en cuenta de lo que nos dicen Macías et al., y de manera acertada, las exportaciones impactan en el aumento económico y productivo de la nación, no obstante, resultan ser muy poco específicos acerca de los beneficios reales de la comercialización internacional, los cuales el MPCEIP, señalan aspectos como mejoramiento en calidad de las mercancías a comercializar, innovación tecnológica, y el fortalecimiento de la competitividad.

Según Carreño et al., (2020) en Ecuador la acuicultura forma parte de las actividades económicas relevantes, donde la producción camaronera se ha destacado en los últimos 50 años. Debido a esto, es necesario desarrollar planificaciones de perfeccionamiento en los

procesos, de esta forma competir en mercados internacionales con productos de altos estándares de calidad.

Los autores Varela et al., (2017) destacan: “La producción y exportación de camarón paga un precio enorme en los proyectos económicos y actividades comerciales en el territorio nacional, región, especialmente en la provincia de El Oro”.

Lo expuesto por los autores y de manera correcta, es el reconocer la influencia positiva que ha generado la fabricación y exportación del langostino en rubros económicos para el país, sin embargo, dentro de su conceptualización no precisa la necesidad de planes o estrategias para lograr un mayor desarrollo de esta actividad económica, como si lo mencionan Carreño et al., En donde enfatizan la necesidad de planes que logren mejorar los procesos y lograr de esa manera la competitividad internacional con un bien de alta calidad.

1.2.2 Gestión estratégica de la exportación

Según Malmierca (2016) citado por Águila y Díaz (2020) plantea que “Las actividades de comercio exterior traen problemas al plan de importación y exportación, en ocasiones por razones objetivas, como el comportamiento de los precios en el mercado internacional de algunos rubros de exportación, la ineficiencia de la logística interna de transporte, que afecta a toda la cadena, y las restricciones financieras que enfrentamos. Pero también inciden otros temas subjetivos, cuya solución está en nuestras manos, como las deficiencias existentes en la gestión de cobranza, el mal uso del crédito externo disponible, las deficiencias en las ventas internacionales y el abastecimiento a la economía nacional, así como el apoyo a la investigación de mercado y adecuada gestión de carteras de proveedores y estructuras de inteligencia empresarial poco desarrolladas.”

Por su parte Águila y Díaz (2020) formula que “La gestión estratégica de las exportaciones es un proceso complejo, pues involucra otros procesos en sus operaciones, como la gestión empresarial, la producción o abastecimiento, la logística, y por supuesto las necesarias relaciones con el entorno, encaminadas a ingresar o posicionarse en un mercado objetivo o potencial, por lo que alcanzar esos objetivos requiere dedicación, entusiasmo y preparación”

Por otra parte Silva (2010) nos dice: la dirección estratégica es realmente las habilidades y responsabilidades que todo miembro de una organización debe tener en un rol directivo. Ya no es un grupo seleccionado de personas (planificadores), sino que este debe ser producto

del trabajo del equipo directivo en el ámbito corporativo, que podrá generar decisiones que orienten cada proceso funcional o negocio de la empresa.

Las tres aportaciones de los diversos autores presentados, están basadas en la gestión estratégica de la exportación, cada uno lo detalla de manera específica y clara dando a conocer que es un proceso un poco complejo, y que el mal manejo de los recursos pueden hacer que este no funcione de manera correcta, por ello se requiere de una buena organización empresarial, para poder guiar y segmentar las estrategias que se tomaran a cabo, para dirigir cada uno de los procesos empresariales tanto logísticos, prestación de servicios, negociaciones internacionales, cobros, créditos, compraventa internacional, economía interna y estudios de mercado implicando en posicionar la marca en lugares potenciales, para ello es necesario la organización, preparación y entusiasmo.

1.3 Antecedentes contextuales.

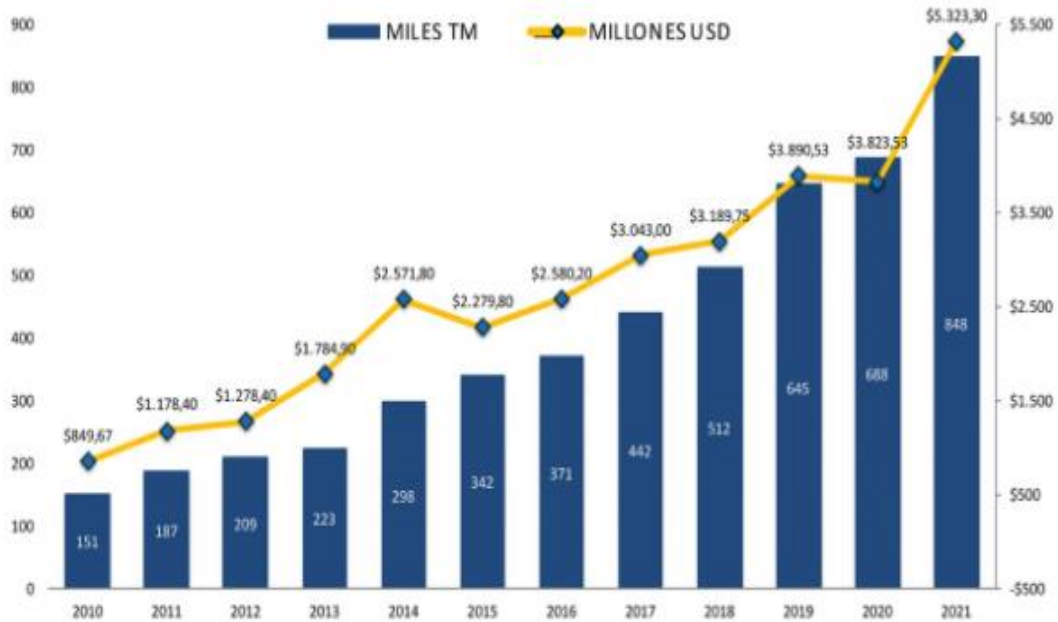
Larvas del Pacifico Pacifilab S.A. es una empresa ecuatoriana, con una sucursal principal ubicada en Machala. Opera en el sector productor de moluscos. Fundada el 14 de junio del 2019. Actualmente la empresa emplea a 17 personas. Se destaca el último reporte financiero en el cual Pacifilab S.A. había reportado un aumento en sus ingresos netos de 38,69% en 2021. Su activo total notifico un crecimiento de 86,61%. El margen neto de la empresa aumentó un 1,98% en 2021 (Isi Emerging Markets Group, 2022).

Actualmente la empresa Pacifilab S.A únicamente se dedica a producir y comercializar a nivel nacional el camarón, pero quiere empezar a exportar su producto a nivel internacional, y tratar de destacarse frente a la competencia, resaltando su calidad y cumpliendo todos los requisitos necesarios para una exportación segura y confiable.

Ecuador día a día sigue destacándose por su camarón de calidad en los mercados internacionales.

Ecuador mantuvo su estatus a escala mundial como el primer exportador de camarón en función a información reflejada en Cámara Nacional de Acuicultura (CNA), cerrando 2021 con 1,847.730.819 de libras exportadas y generando millones de dólares en divisas, importantes para la economía de la nación y a su vez fomentando que la población se agrupe a la producción y comercialización del mismo, además, aporta a crear fuentes laborales.

Figura 1. *Exportaciones de camarón Ecuador (2010-2021)*

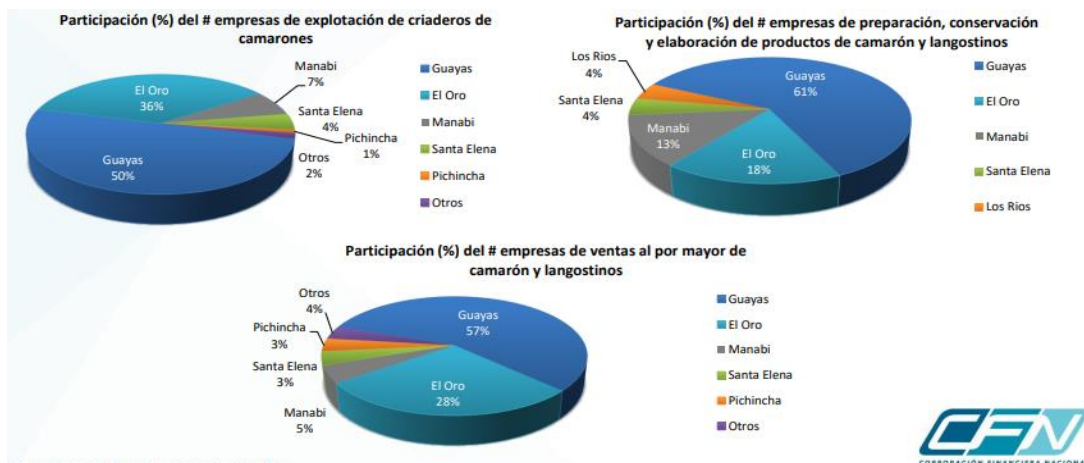


Fuente: (Camara Nacional de Acuicultura, 2021)

En los siguientes gráficos estadísticos se detallan la participación de mercado según la participación de las empresas y sus actividades económicas referentes al camarón, presentadas acordes a su participación en el mercado.

- -Empresas criadoras de camarón.
- -Empresas de gestación y mantenimiento de camarón.
- -Empresas de ventas al por mayor.

Figura 2. *Participación de las empresas según sus actividades económicas.*



Fuente: (Corporación Financiera Nacional, 2020)

1.3.1 Descripción Física:

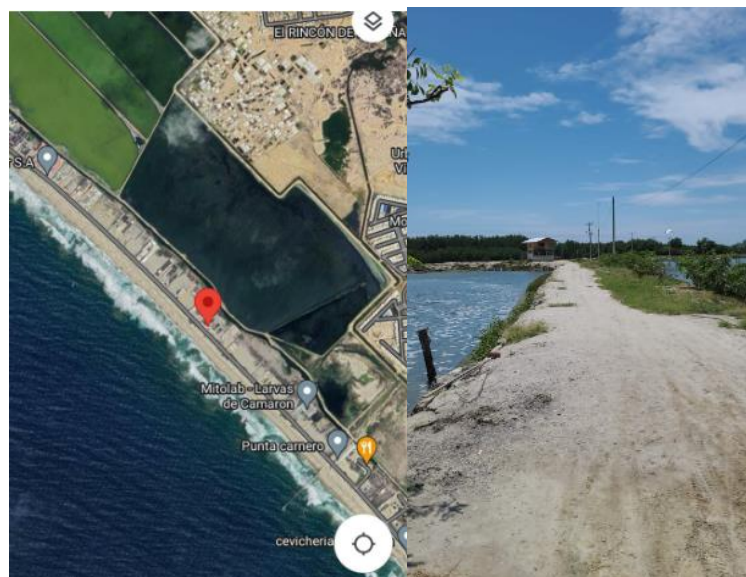
La empresa Pacifilab S.A esta situada en la ciudad de Machala correspondiente a la provincia de El Oro, su oficina se encuentra en Unioro Local #46, en salinas se encuentra la producción en conjunto Verona Q1 es una zona caracterizada por varias piscinas camaroneras de fuerte actividad acuícola, cuenta con una población socioeconómica de media a alta.

Figura 3. *Entrada de la empresa Pacifilab S.A.*



Fuente: Captura tomada por los propietarios.

Figura 4. *Ubicación GPS y fotografía de la piscina.*



Fuente: Fotografía brindada por la empresa.

1.3.2 Descripción Demográfico:

Actualmente la empresa cuenta con 17 trabajadores, cada uno se desempeña en cada área correspondiente. Entre ellos 5 mujeres y 7 hombres con edades diferentes.

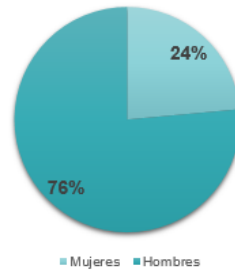
Tabla 3. *Personal de Pacifilab S.A*

Personal de PACIFILAB S.A	
Mujeres	4
Hombres	13
Total	17

Fuente: Elaborado por los autores

Figura 5. *Representación porcentual de trabajadores H- M*

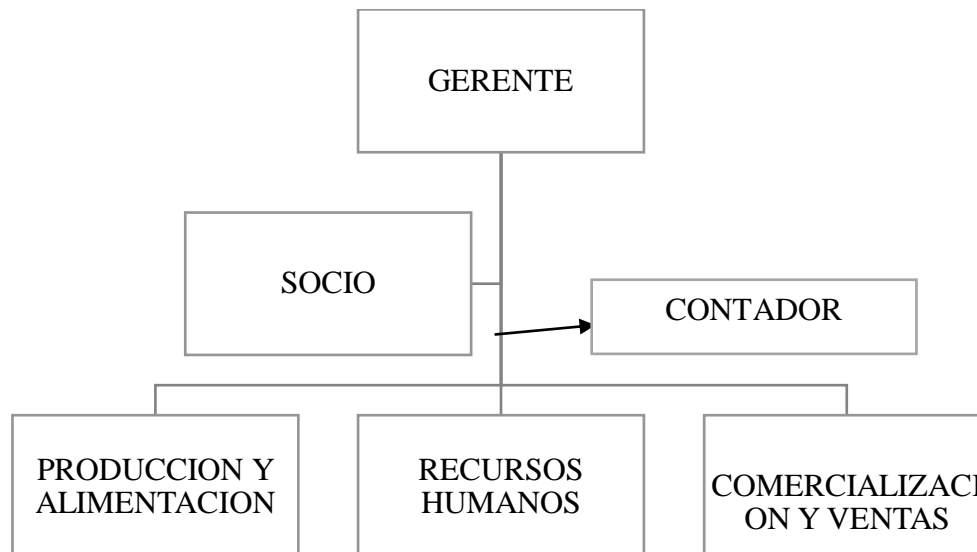
Personal Pacifilab S.A



Fuente: Elaborado por los autores.

1.3.3 Descripción Social:

Figura 6. *Organigrama de la empresa Pacifilab S.A*



Fuente: Elaborado por los autores

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1 Tipo de investigación

Pastora et al., (2020) se centran en seguir una secuencia metodológica a fin de que permita el desarrollo de investigaciones de forma coherente y ordenada, con el fin de que los resultados finales aporten al lector confiabilidad en la información expuesta, además, la metodología a aplicar debe estar relacionada a lo que indica las normas universitarias en función al desarrollo de proyectos.

En función a lo expuesto por los autores, se afirma que la investigación bajo la temática exportación de camarón al mercado español desde Pacifilab S.A, de acuerdo a la finalidad es de tipo aplicada ya que permite la resolución de problemas (Lozada, 2014), en relación al objetivo gnoseológico es explicativa porque da respuesta a la interrogante y en función a ello brinda acciones prácticas de aplicación (Ramos, 2020), también es de campo Arias y Covinos (2021) indican que se desarrolla en un único lugar, según el control de las variables es experimental porque se manipula una variable real (Ramos, 2021), en base a la orientación de tiempo es longitudinal porque se basa en la revisión de una serie de estudios (Montes , 2012), y, bajo el contexto de Soto y Escribano (2019) en función al nivel de generalidad es un caso de estudio porque se centra en un sitio en específico.

2.2 Paradigma o perspectiva general

La exploración centrada en la exportación de camarón al mercado español desde la empresa Pacifilab S.A de Machala en el 2022. El paradigma de la investigación es cuantitativo para explicar la solución del problema en base a la recolección de información o aplicación de instrumentos empíricos.

2.3 Población y Muestra

De acuerdo al INE (2022) la localidad española aumentó en 182.141 hasta los 47.615.034 durante el primer semestre del año, esto se debió al ingreso de migrantes.

La población de análisis es Murcia con 1531,878 personas, la muestra comprende el municipio de Cieza, según el INE indica que en el año 2022 Cieza cuenta con una población de 35,298 ciudadanos de género masculino y femenino.

En la determinación de la muestra se aplicarán encuestas junto al muestreo aleatorio simple porque se tiene el dato del tamaño de la población, mediante el uso de la fórmula detallada a continuación:

Figura 7. *Fórmula de muestreo simple*

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Fuente: (Torres & Paz, s.f.)

N: tamaño o número de población

Z = nivel de certeza

P = posibilidad de éxito

Q = posibilidad de fracaso

D = error admitido

$$n = \frac{35298 \times 1,96^2 \times 0,05 \times 0,5}{0,05^2 \times (35298 - 1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = 380,0347$$

$$n = 381$$

Por lo tanto, se aplicarán 381 encuestas al municipio de Cieza, correspondiente a la Región de Murcia, España.

2.4 Métodos teóricos

2.4.1 Método Histórico - Lógico

El histórico-lógico para la determinación de la evolución de la gestión estratégica de la exportación en el proceso de comercialización internacional del camarón en relación con la exportación de camarón hacia el mercado español desde la empresa Pacifilab S.A de Machala en el 2022.

2.4.2 Método Analítico-Sintético

El analítico – sintético para la caracterización gnoseológica, económica, y administrativa del proceso de comercialización internacional del camarón; para la caracterización gnoseológica y metodológica de la gestión estratégica de la exportación; para la valoración de la situación actual de la exportación de camarón hacia el mercado español desde la empresa Pacifilab S.A

de Machala en el 2022 y para la valoración de la incidencia del plan estratégico de exportación en el logro de la exportación de camarón hacia el mercado español desde la empresa Pacifilab S.A de Machala en el 2022.

2.4.3 Método Inductivo – Deductivo

El inductivo-deductivo para la caracterización gnoseológica, económica, y administrativa del proceso de comercialización internacional del camarón; para la caracterización gnoseológica y metodológica de la gestión estratégica de la exportación; para la valoración de la situación actual de la exportación de camarón hacia el mercado español desde la empresa Pacifilab S.A de Machala en el 2022; para fundamentar teóricamente el plan estratégico de exportación y para la valoración de la incidencia del plan estratégico de exportación de camarón al mercado español desde Pacifilab S.A de Machala en el 2022.

2.4.4 Método Sistémico

Elaborar un plan estratégico para el logro de exportación de camarón hacia el mercado español desde la empresa Pacifilab S.A, Machala en el 2022

2.5 Métodos Empíricos

Para obtener los resultados deseados se aplicaron métodos empíricos como lo son: observación, entrevista, encuesta y estudio de documentos.

La observación está enfocada en el departamento de producción y alimentación, recopilando información del proceso de producción que realiza la empresa; la encuesta direccionada al municipio de Cieza correspondiente a la Región de Murcia, permitiendo obtener información del consumidor y factores que posibiliten que la exportación sea factible, la entrevista se realizara a los socios de la empresa para obtener información del porque ese mercado objetivo y empezar a internacionalizarse.

Por último, el estudio de documentos que se llevara a cabo brindara un análisis de la comercialización nacional del camarón, con el fin de valorar la situación de la exportación del langostino y la incidencia de la planificación estratégica de camarón al mercado español desde Pacifilab S.A de Machala en el 2022.

2.6 Métodos Estadísticos

Uso del Excel, mediante esta aplicación podemos recopilar la información de las encuestas, ordenarlas y registrar los datos correspondientes acordes a cada pregunta, al mismo tiempo

que nos permitirá generar gráficos estadísticos en representación de los datos obtenidos de los encuestados del municipio de Cieza.

Hoy en día, los datos tienen una enorme importancia y potencial para ser utilizados cuando se conectan a la información en el contexto adecuado. Estos datos no tienen la capacidad de comunicarse para ello, deben ser transformados, pues solo así podrán originar conocimiento y apoyar en la elección de decisiones. La estadística es de gran relevancia pues se ha convertido en un medio para adquirir pleno conocimiento y tomar mejores decisiones, se usan informes, mapas, archivos, registros, bases de datos para extraer datos de varias fuentes y relacionarlos matemáticamente en apoyo de investigaciones y/o proyectos que afectan muchos aspectos de la vida cotidiana (Velazquez, 2017).

Y, para Rendón et al., (2016) la estadística descriptiva es parte esencial en el desarrollo para el análisis de los resultados, porque esta los refleja por medio de la interpretación de recolección de información mediante encuestas, observación, conclusión de resultados, puede enfocarse en diversos aspectos, indagación de mercado, para la viabilidad o factibilidad de un producto, controles de calidad, investigaciones en el ámbito de salud, etc.

CAPITULO III: DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

3.1 Situación actual de la empresa

PACIFILAB S.A emplea alrededor de 17 personas distribuidas en área administrativa y zona productiva. Su casa matriz se encuentra ubicada en Machala con dirección de Conjunto Verona Q1 y zonas de producción en la ciudad de Salinas. Es una empresa comprometida con el bienestar del consumidor por ello brinda un producto de calidad cumpliendo con las expectativas del consumidor, actualmente solo se dedica a la comercialización nacional del camarón, es por ello que tiene la visión de empezar a exportar al mercado de España ofertando camarón de calidad, más conocido en el mercado español como gambas.

3.2. Presentación y análisis de resultados

3.2.1 Entrevista

Tejero (2021) se centra en preguntas abiertas donde las respuestas varían en función al pensamiento de cada entrevistado. Bajo este contexto, será aplicada a un socio de la empresa PACIFILAB S.A, la cual se desarrolló en la ciudad de Machala el día jueves 12 de enero del 2023, generando los siguientes resultados con su respectivo análisis.

1. ¿Cuál es su posición sobre el concepto de lograr internacionalizar su producto?

La idea de internacionalizar la producción de camarón resulta interesante, y no solo por los beneficios económicos que se pueden llegar a alcanzar, sino también el obtener posicionamiento internacional que nos permita la expansión gradual del negocio a corto y mediano plazo, entendiendo que el lograr internacionalizar un producto permite a las empresas seguir creciendo, y evita el estancamiento empresarial, el cual suele llevar a las organizaciones a una fase de declive, y un consecuente cierre de la empresa.

2. ¿Cuáles son, según su criterio, los factores que toman los clientes al momento de adquirir sus productos?

En la industria camaronera, los factores que inciden en los clientes al momento de adquirir el camarón son: el peso, tamaño, el sabor (debido a que hay bacterias que alteran su sabor), su textura, que esté libre de vibrio (bacteria), libre de antibióticos y libre de patógenos en

general, esto deja notar lo estricto que puede llegar a ser el mercado camaronero, tanto en los aspectos físicos del crustáceo como que exista la total inocuidad del mismo.

3. ¿Cuenta con alguna certificación del producto?

Actualmente la empresa cuenta con las certificaciones, estudios técnicos, requerimientos y permisos ambientales para el cultivo de especies bioacuáticas. Sin embargo, por el momento no se cuenta con certificaciones internacionales sobre el producto o del proceso de producción. El no poseer este tipo de certificaciones limita el acceso a diferentes mercados y resta competitividad a la empresa.

4. ¿Cuáles son los márgenes de utilidad que maneja la empresa al mes?

El margen de utilidad que maneja la empresa mensualmente es de aproximadamente de un 30%, este valor no es constante debido a las diferentes variables que afectan el precio del camarón, o inconsistencias en la producción.

5. ¿La empresa tiene capacidad en satisfacción de la demanda del mercado internacional?

La empresa cuenta con unas 50 hectáreas destinadas a la producción de camarón, y cada hectárea produce en promedio unos 150 000 camarones. Teniendo esos numero en mente, la empresa tendría una oferta inicial internacional de casi 44000 a 60 000 kg de camarón dependiendo del gramaje.

6. ¿Tiene conocimiento de los requisitos para poder exportar su producto?

La empresa tiene ciertas nociones acerca de los requisitos necesarios para lograr exportar, sin embargo, no dispone por el momento con un departamento destinado al comercio exterior que le permita gestionar los aspectos relacionados con la exportación, y el abrir esta área será el proyecto a futuro que tomará la empresa.

3.2.2 Revisión Documental

Sánchez et al., (2021) indican que la revisión documental implica el estudio de una serie de documentos con el fin de obtener información relevante, aquello se desarrolló en la ciudad de Machala el día jueves 12 de enero del 2023, en base a la revisión se generaron los siguientes resultados con su respectivo análisis.

La actividad acuícola demanda de inversión, dedicación y responsabilidad con el consumidor. En 50 hectáreas siembran alrededor de 5 millones de larvas dando como resultado un gasto de \$310000 (balanceado, fertilizante, cal, diésel, comida del personal,

bacterias, etc.), luego en su comercialización generan ganancias actualmente de \$500 por hectárea.

3.2.3 Observación

Para Campos y Lule (2012) la observación refiere a la indagación, registro de los acontecimientos para luego ser analizados. Se desarrolló en la ciudad de Salinas el día sábado 14 de enero del 2023 a la parte productiva, en base a la observación se generaron los siguientes resultados con su respectivo análisis.

Tabla 4. *Tabla de puntuación*

Muy satisfactoriament e	Se cumple satisfactoriament e	Se cumple insatisfactoriament e	No se cumple	No existe
4	3	2	1	0

Fuente: Elaborado por los autores.

Punto 1. Se logró evaluar el área y el espacio que la empresa tiene destinado la producción, lo cual reflejo una ponderación de tres, siendo así que la empresa cuenta con la estructura propicia para la producción del crustáceo, teniendo un espacio considerablemente amplio y muy bien organizado en las diferentes fases del proceso productivo, aspectos que resultan esenciales en la obtención del camarón.

Punto 2. Se evaluó si el personal cuenta con los implementos de bioseguridad requeridos, y se evidenció que una parte de los trabajadores no utilizan mascarilla en espacios cerrados, sin embargo, en las áreas destinadas a la producción del crustáceo todos los colaboradores utilizan guantes, mascarillas y trajes que mantienen la inocuidad en la cadena de producción. Por lo que se considera que se cumple satisfactoriamente en este punto, porque si todo el personal utilizara las mascarillas seria denominación de cumplimiento muy satisfactorio.

Punto 3. En cuanto a las piscinas, la empresa denota un estricto control de estos espacios, en donde se drena el agua, se limpian las distintas compuertas de entrada y salida, quedando libre de broma (crustáceos) y bivalvos. Estos minuciosos controles en las piscinas permiten que estas se encuentren en óptimo estado, cumpliendo de manera muy satisfactoria los estándares requeridos.

Punto 4. La evolución de este criterio es de 2, es decir, que se cumple con un padrón del ingreso y salida de insumos, sin embargo, no existe una persona en específico encargada de

llevar ese control, son los mismos empleados que anotan de forma manual en registros físicos los insumos y las cantidades utilizadas semanalmente. El no digitalizar este registro perjudica la administración y control de los insumos por parte de la empresa.

Punto 5. La empresa en este criterio tiene una ponderación de 4, ya que cuentan con la autorización y permisos para el cultivo de especies bioacuáticas los cuales son entregados por MPCEIP.

Punto 6. El criterio de evaluación de este punto es de 3, debido que la empresa en los últimos meses ha invertido en nuevos equipos e implementos como por ejemplo aireadores eléctricos, logrando la tecnificación en varias áreas productivas, sin embargo, aún existen equipos que pueden ser reemplazados por nuevos, ese sería el plan a corto plazo que tiene planteado la empresa.

Punto 7. La valoración de este criterio es de 0, es decir, no hay estrategias establecidas para el mejoramiento de los procesos logísticos, esto se debe a que no cuenta con el financiamiento, ni las negociaciones necesarias para la aplicación de un plan logístico, esto limita la comercialización y la obtención de potenciales nuevos clientes.

Punto 8. Este criterio es esencial en la empresa, hemos logrado identificar que varios colaboradores tienen pleno conocimiento sobre las distintas áreas y procesos enfocados en la producción, debido esto, la ponderación aplicada a este punto es de 4, siendo satisfactoria. Por otro lado, el capacitar constantemente al personal en más áreas, por ejemplo, en el ámbito comercialización aportará una mayor recepción de clientes y establecimiento en el mercado.

Tabla 5. *Tabla de puntuación con resultados*

N.º	Factores	Ponderación
Punto 1	Infraestructura requerida	Cumple satisfactoriamente
Punto 2	Normas de Bioseguridad	Cumple satisfactoriamente
Punto 3	Proceso de producción	Muy satisfactoriamente
Punto 4	Proceso administrativo	Cumple Insatisfactoriamente
Punto 5	Permisos y Autorizaciones	Muy Satisfactoriamente
Punto 6	Equipos Técnicos	Cumple Satisfactoriamente
Punto 7	Estrategias empresariales	No existe
Punto 8	Capacitación del Personal	Cumple Satisfactoriamente

Fuente: Elaborado por los autores.

3.2.4 Encuesta

Para Falcón et al., (2019) consiste en la consulta de información mediante preguntas cerradas; mantuvo interrogantes puntuales que reflejan parte importante para la exportación del camarón, permitiendo conocer factores para que la empresa tome en cuenta y sea factible la exportación conociendo de las preferencias que tiene el consumidor al momento de adquirir o comprar el producto antes mencionado, por ello la encuesta fue aplicada el día 18 de Diciembre del 2022 a las 9:30am, mediante la implementación de las encuestas en drive dando lugar a la generación de un enlace, el cual se les envió, vía redes sociales a las personas del municipio de Cieza perteneciente a la Región de Murcia-España, generando como resultados los siguientes datos:

Tabla 6. *Pregunta 1. ¿El camarón forma parte de su dieta alimenticia?*

	Resultados
Si	289
No	92
Total	381

Fuente: Elaborado por los autores.

Figura 8. *¿El camarón forma parte de su dieta alimenticia?*



Fuente: Elaborado por los autores.

Los encuestados consumen camarón representado un 76% del 100%, estos resultados permiten estar más cerca del consumidor y tener factores en cuenta. Por otra parte, se

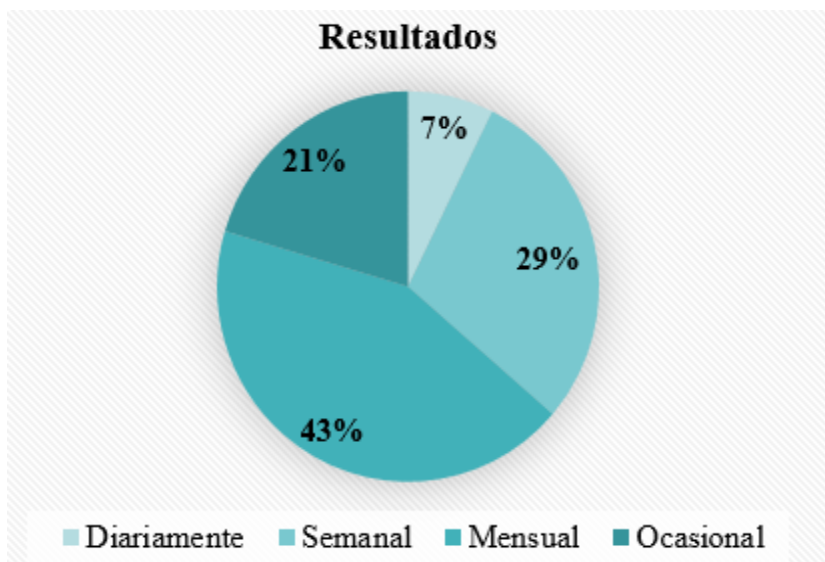
encuentra el 24% de personas que no agregan en su dieta el camarón, sin embargo, puede ser que al resto de la familia si le guste implementarlo, dados los resultados es una zona potencialmente con posibles futuros clientes para la empresa.

Tabla 7. *Pregunta 2. ¿Con que frecuencia consume camarón?*

	Resultados
Diariamente	21
Semanal	84
Mensual	125
Ocasional	59
Total	289

Fuente: Elaborado por los autores.

Figura 9. *¿Con que frecuencia consume camarón?*



Fuente: Elaborado por los autores.

Gran parte de personas incluyen el camarón en su dieta alimenticia reflejan un potencial consumo de este crustáceo de manera mensual, representado por un 43%, por otra parte, tenemos un 7% que lo consume a diario. Se conoce que la población española genera gran demanda del crustáceo ya que es uno de los platillos más apetecidos por su nación, es una población con gran gusto por los mariscos. El 21% y el 29% de los encuestados consumen camarón de manera ocasional y semanal.

Tabla 8. *Pregunta 3. ¿Cuánta cantidad de camarón consume mensualmente?*

	Resultados
1-2 kg	91
3-5 kg	120
6 kg o mas	78
Total	289

Fuente: Elaborado por los autores.

Figura 10. *¿Cuánta cantidad de camarón consume mensualmente?*



Fuente: Elaborado por los autores.

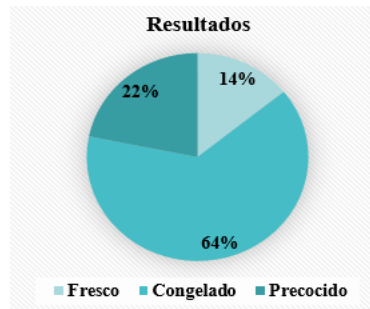
La comunidad española tiene buen gusto por el camarón dadas las encuestas aplicadas se ha determinado el consumo mensual del camarón por ello es que el 42% de las personas consumen un aproximado de 3 a 5 kg, de 6 kg a mas refleja el 27% y por último el 31% consumen mensualmente entre 1 a 2kg.

Tabla 9. *Pregunta 4. ¿En qué estado prefiere adquirir el camarón?*

4. ¿En qué estado prefiere adquirir el camarón?	Resultados
Fresco	41
Congelado	185
Pre cocido	63
Total	289

Fuente: Elaborado por los autores.

Figura 11. ¿En qué estado prefiere adquirir el camarón?



Fuente: Elaborado por los autores.

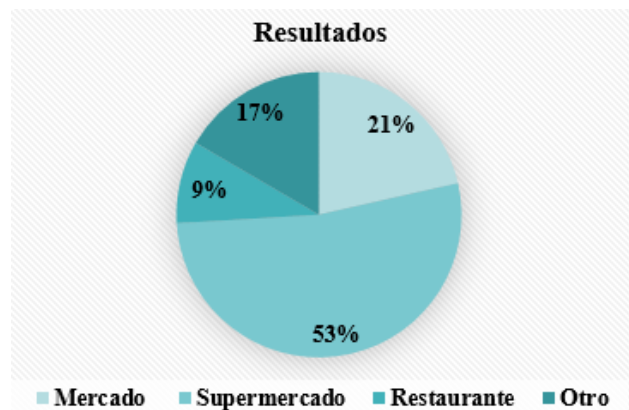
Mediante las encuestas aplicada podemos determinar que el mayor porcentaje de las personas de Cieza prefieren adquirir camarón congelado, mientras que el menor porcentaje prefiere adquirirlo en estado fresco, son diversos factores por el cual las decisiones varían: duración, ahorro de tiempo, sabor, gustos, etc.

Tabla 10. Pregunta 5. ¿Dónde suele comprar los camarones que consume?

	Resultados
Mercado	62
Supermercado	152
Restaurante	27
Otro	48
Total	289

Fuente: Elaborado por los autores.

Figura 12. ¿Dónde suele comprar los camarones que consume?



Fuente: Elaborado por los autores.

La información obtenida por medio de la técnica aplicada indica el análisis de gran parte de los ciudadanos reflejadas en un 53% adquieren este crustáceo en supermercados, el 21% en los mercados, el 17% en otro tipo de lugares y un 9% en restaurantes.

Tabla 11. *Pregunta 6. ¿Cuáles son las preferencias que tiene usted al adquirir camarón?*

	Resultados
Entero	70
Sin Cabeza	60
Pelado y desvenado	137
Otro	22
Total	289

Fuente: Elaborado por los autores.

Figura 13. *¿Cuáles son las preferencias que tiene usted al adquirir camarón?*



Fuente: Elaborado por los autores.

Lo obtenido permite determinar que las preferencias de las personas encuestadas, al momento de adquirir camarón se ven reflejadas en un 47% siendo la parte más representativa prefieren el camarón pelado y desvenado, el 24% camarón entero, el 21% camarón sin cabeza, y el 8% tienen otro tipo de preferencias.

Tabla 12. *Pregunta 7. ¿Cuál de los siguientes medios usted ha visto o escuchado publicidad anunciando la venta de camarón en su localidad?*

	Resultados
Televisión	29
Radio	21
Prensa escrita	28
Redes sociales	111
Todos	100
Total	289

Fuente: Elaborado por los autores.

Figura 14. *¿Cuál de los siguientes medios usted ha visto o escuchado publicidad anunciando la venta de camarón en su localidad?*



Fuente: Elaborado por los autores.

Se determina que la mayoría ha visto o escuchado publicidad de venta de camarón, mediante redes sociales, lo cual está reflejado en un 38%, el 35% mediante todos los medios descritos, el 10% mediante prensa escrita y televisión, y finalmente un 7% mediante radio.

Tabla 13. *Pregunta 8. ¿Suele escoger alguna marca en especial al momento de adquirir camarones en supermercado?*

	Resultados
Si	24
No	205
Tal vez	60
Total	289

Fuente: Elaborado por los autores.

Figura 15. ¿Suele escoger alguna marca en especial al momento de adquirir camarones en supermercado?



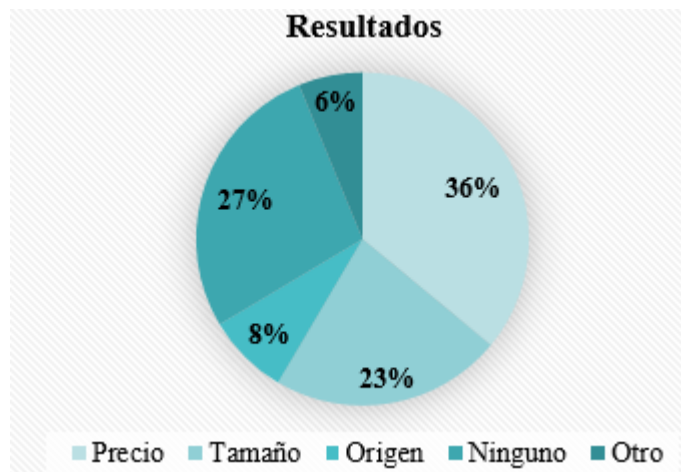
Fuente: Elaborado por los autores.

Tabla 14. Pregunta 9. ¿Cuál de las siguientes características es la más influyente en su compra?

	Resultados
Precio	104
Tamaño	65
Origen	23
Ninguno	79
Otro	18
Total	289

Fuente: Elaborado por los autores.

Figura 16. ¿Cuál de las siguientes características es la más influyente en su compra?



Fuente: Elaborado por los autores.

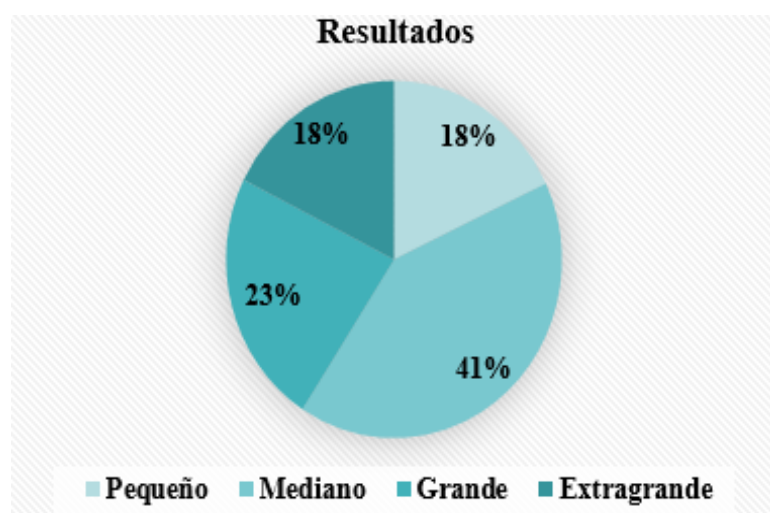
Las características más influyentes en la compra de camarón para los encuestados están representadas en un 36% siendo el mayor porcentaje destacando el precio, el 23% en tamaño, el 27% en ningún factor, el 8% enfocado en el origen y el 6% toman en cuenta otro tipo de factores.

Tabla 15. *Pregunta 10. ¿Qué tamaño de camarón prefiere en sus compras?*

	Resultados
Pequeño	52
Mediano	119
Grande	67
Extra grande	51
Total	289

Fuente: Elaborado por los autores.

Figura 17. *¿Qué tamaño de camarón prefiere en sus compras?*



Fuente: Elaborado por los autores.

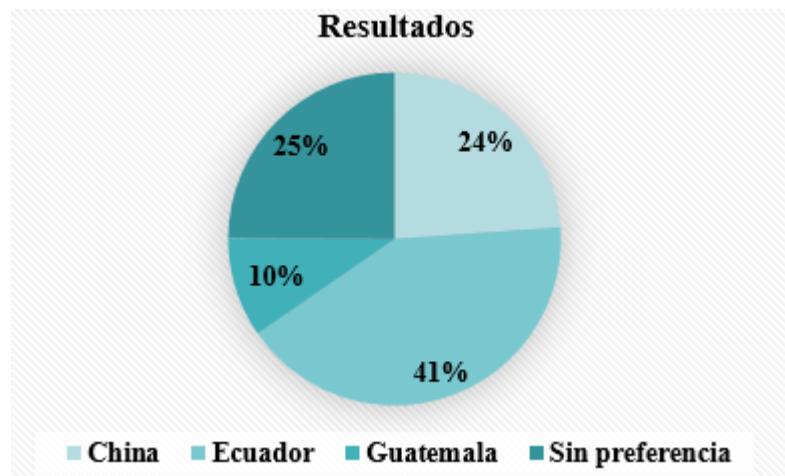
Los consumidores al momento de comprar camarón tienen en cuenta el tamaño dependiendo del tipo de comida que vayan a realizar, dadas las encuestas se puede determinar que el mayor porcentaje reflejado en 41% prefieren el camarón mediano, el 23% camarón grande y el 18% prefieren pequeño y extra grande.

Tabla 16. *Pregunta 11. La procedencia de origen del camarón blanco del pacifico, que prefiere es de:*

	Resultados
China	69
Ecuador	120
Guatemala	28
Sin preferencia	72
Total	289

Fuente: Elaborado por los autores.

Figura 18. *La procedencia de origen del camarón blanco del pacifico, que prefiere es de:*



Fuente: Elaborado por los autores.

Los encuestados del municipio de Cieza optan por la procedencia del camarón que adquieren sea de Ecuador lo cual está reflejado en un 41%, el 25% no tiene ninguna preferencia de origen, el 24% y 10% prefieren que sea de China y Guatemala. Al momento de elegir el camarón pueden estar inmersos muchos factores dependiendo de los gustos y preferencias de origen del consumidor, pueden ser por su nacionalidad, por confianza en potencias

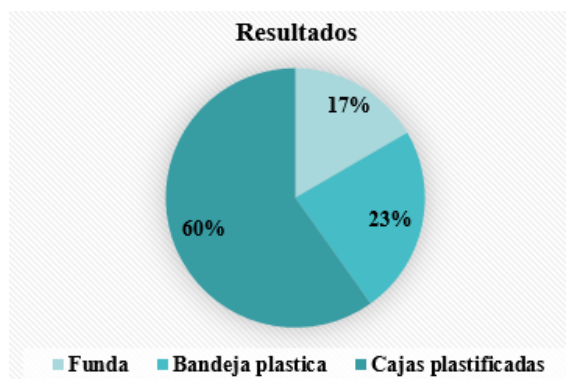
económicas, sabor, costos, tiempo, forma de producción, certificaciones, trayectoria en el mercado, etc.

Tabla 17. *Pregunta 12. ¿Qué tipo de empaque desearía que tuviera el camarón?*

	Resultados
Funda	48
Bandeja plástica	68
Cajas plastificadas	173
Total	289

Fuente: Elaborado por los autores.

Figura 19. *¿Qué tipo de empaque desearía que tuviera el camarón?*



Fuente: Elaborado por los autores.

El tipo de empaque es un factor esencial que brinda seguridad al consumidor, dependiendo de los gustos o preferencias que tenga; las encuestas han permitido determinar que el 60% de los encuestados siendo el porcentaje más grande prefieren cajas plastificadas, el 23% bandeja plástica y el 17% fundas o bolsas.

Tabla 18. *Pregunta 13. ¿De cuántos Kg le gustaría que tenga cada empaque?*

	Resultados
1 kg	97
2 kg	112
3 kg	44
4 kg o mas	36
Total	289

Fuente: Elaborado por los autores.

Figura 20. ¿De cuántos Kg le gustaría que tenga cada empaque?



Fuente: Elaborado por los autores.

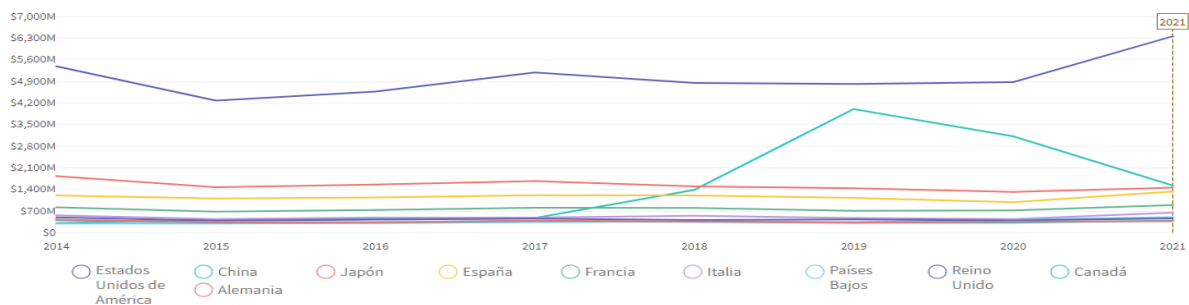
A través de la técnica de recolección aplicada, se evidencia que un 34% prefieren que el contenido en kg del empaque sea de 2kg, por otra parte, tenemos el 31% prefieren que tenga un contenido de 1kg, el 17% y 18% prefieren que tenga un contenido de 3kg y 4kg o más, esto nos permite conocer la cantidad desea por los futuros posibles clientes y lograr una exportación y acogida exitosa por parte del mercado meta.

3.3 Desarrollo del plan estratégico

3.3.1 Mercado Español

España es uno de los países con un alto consumo de camarones, es por ello que se encuentra en el 4 lugar dentro del top 10 de los países con alto índice de demanda de este crustáceo o también denominado gambas por la comunidad europea, los datos se ven reflejados en el siguiente gráfico:

Figura 21. Tendencias de los 10 principales importadores de camarón.



Fuente: (Tridge, 2021).

En España, la gamba blanca del Pacífico es la más grande junto con la gamba roja argentina y la gamba tigre africana. Algunos chefs y consumidores prefieren los camarones capturados

en la naturaleza a los camarones de cultivo. Tanto por la procedencia del producto, como por el color más oscuro del langostino rojo argentino y tigre africano. Estos consumidores suelen optar por productos capturados en la naturaleza si la diferencia de precio no es significativa. Sin embargo, cuanto mayor sea la diferencia de precio, más probable es que los clientes elijan una opción más barata, generalmente camarones blancos del Pacífico (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2020).

Dos empresas potenciales compradoras de camarón en España son Compesca y Gambafresh, tienen un alto índice de influencias para ingresar y comercializar el camarón es la localidad española. Este mercado es muy beneficioso para exportar debido a su alto índice de demanda, algunas empresas anualmente importan más de 1.000.000.00 de euros.

3.3.2 Meta del proyecto

Exportar camarón al mercado español desde PACIFILAB S.A, permitiéndole a la empresa realizar sus primeras exportaciones, colocando un promedio de 1 contenedor al mes, de esta manera la empresa ya no solo comercializará su producto en el mercado nacional, sino también estará inmerso en el mercado internacional, llegando al consumidor con un crustáceo de alta calidad, cubriendo gustos de color, tamaño, presentación, cantidad, etc.

3.3.3 Análisis FODA

Tabla 19. *Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de PACIFILAB S.A.*

Fortalezas	Oportunidades
Producto de calidad	Alta demanda del camarón en España.
Terrenos de cultivo propios	Preferencia de camarón congelado
Producción propia	Convenio mercantil entre Ecuador-
Personal capacitado	Unión Europea
Responsabilidad con el consumidor	Estrategia de exportación
Insumos de calidad	Crecimiento para la empresa tanto en reconocimiento como
Medios de negociación adecuados	económicamente.
Debilidades	Amenazas
Limitada experiencia en la exportación del producto.	Desconocimiento de Pacifilab en el mercado

Elevados costos de insumos de
producción.

Rivalidad frente a marcas o empresas
pioneras en el mercado.

Fuente: Elaborado por los autores.

3.3.4 Acuerdo comercial de Ecuador-Unión europea

El convenio asegura liberar insumos agroexportadores históricos ecuatorianos de forma inmediata correspondiente al 99,7% y 100% productos industriales. El banano ingresará con aranceles preferenciales. Los productos que se benefician en función al convenio, son: café, frutas (albahaca, papaya, maracuyá, melón, mango, piña, Pitahaya, guayaba y frutos congelados), rosas, cacao, camarón, atún, madera, plásticos y textiles (Vicepresidencia de la República del Ecuador , 2017).

Rivadeneira (2022) Presidente de la Federación Ecuatoriana de Exportadores (Fedexpor), señaló: “mediante el acuerdo Multipartes de Ecuador y la UE ha generado un incremento del 31% de comercio bilateral. Ecuador ha ido escalando y subiendo de posiciones por sus productos, en el caso de las flores del 5al 4 lugar, cacao en grano del 6 al 5 lugar, Ecuador mantiene su estatus como el proveedor principal de banano, plátano y camarón a la UE.”

Embajador de la Unión Europea en Ecuador, indico: “durante 2017-2021, debido al acuerdo comercial, las exportaciones de Ecuador a la UE aumentaron un 21%, de € 2.831 millones a € 3.439 millones, dando como resultado un superávit comercial generando para Ecuador € 4.650 millones entre los cinco países, representando un incremento del 85% del 2017 al 2021.El fortalecimiento de las relaciones comerciales ha superado con éxito serios desafíos internacionales con importantes impactos en los ámbitos empresarial, económico y social, como la pandemia sin precedentes de Covid-19 o la brutal agresión de Rusia" (Charles, 2022).

3.3.5 Exigencias del mercado español

Según el manual “Cómo exportar camarones a la Unión Europea” publicado por (Export Helpdesk, s.f.), detalla que los productos pesqueros deben pasar por un control tras la llegada a un puesto de inspección en la UE. En primer lugar, Ecuador debe estar como país autorizado para exportar productos pesqueros a la Unión Europea, los camarones se pueden importar siempre y cuando cumplan con establecimientos autorizados e inspeccionados por las

autoridades correspondientes de Ecuador. Por ello la exportación de camarón hacia España debe estar acompañado del registro sanitario expedido por la autoridad ecuatoriana.

El camarón debe llegar a la UE a través de un puesto de control fronterizo autorizado, donde los veterinarios inspeccionarán los camarones (es decir, comprobarán la documentación, la identidad y las características físicas). Luego de pasar el control el camarón podrá ingresar a UE.

En la exportación de camarones de cultivo se requieren controles específicos sobre residuos de medicamentos veterinarios. Para ser autorizado a exportar productos de la acuicultura al mercado europeo, los países deben demostrar Anteriormente, el programa anual de seguimiento de residuos de la UE.

En los productos pesqueros, la etiqueta también debe incluir:

- El nombre comercial y científico del camarón. Hay una lista aceptada por la UE.
- Métodos de cuidados en la producción (cría en acuicultura), terminología utilizada.
- Área de captura. Si fue capturado en el mar, una de las áreas determinadas internacionalmente debe estar cubierta por FAO. Si es de acuicultura, se debe indicar el país correspondiente.

3.3.6 Producto

3.3.6.1 Logo

El logo que puede emplear la empresa es el que ya cuenta como identificativo de la empresa PACIFILAB S.A.

Figura 22. *Logo de la empresa*



Fuente: Empresa PACIFILAB S.A

3.3.6.2 Empaque

Dadas las encuestas realizadas a los ciudadanos del municipio de Cieza la mayoría de las personas encuestadas prefieren que el empaque sean cajas plastificadas las cuales tendrán un contenido de 3kg de camarón congelado, las mismas que han sido determinadas por las encuestas aplicadas, enfocadas en el consumidor.

Figura 23. *Modelo de empaque*



Fuente: (Auz, 2022)

Caja para camarones personalizada con bandeja y tapa, cada una de ellas tendrá un contenido de 2kg, con camarones de 11gr.

3.3.6.3 Embalaje

El embalaje que puede emplear la empresa son cajas de cartón, lo cual permite que los empaques se encuentren seguros de posibles daños por transporte o manipulación de los mismos y que estos a su vez sean resistentes al agua de mariscos, cada caja tendrá una capacidad máxima de 200kg.

Figura 24. *Caja de cartón corrugado resistente al agua de mariscos*



Fuente: (Alibaba, s.f.)

3.3.6.4 Estimaciones

Se estima una exportación de 10000 cajas de camarón congelado con un peso unitario de 2kg y un precio de \$14 cada una, teniendo una visión anual de colocar mes a mes un contenedor con las cantidades anteriormente mencionadas en el mercado de España.

La plataforma del diario El Universo (2023), expresa que según data de fedExpor indican que en los meses de enero-octubre del 2022 el camarón de exportación tuvo un precio de \$7,02 por kilogramo. Mientras que en tiendas españolas y supermercados de mariscos los precios por kg oscilan entre los 59,98 Euros por kg de gamba mediana (la sirena) y 60 Euros por kg de camarón mediano (fresco y del mar).

Tabla 20. *Estimaciones de exportación*

Ítems	Cantidad	Precio Unitario	Total
Cajas	10000	0,4	\$4.000,00
Embalaje	100	0,8	\$80,00
Pallets	20	7	\$140,00
Flete	1	2500	\$2.500,00
Imprevistos		1000	\$1.000,00
		Total gastos	\$7.720,00
Venta	10000	\$14	\$140.000,00
		Ingreso mensual	\$132.280,00
		Ingreso anual	\$1.587.360,00

Elaborado por: Los autores

3.3.7 Proceso de exportación

3.3.7.1 Requisitos para obtener el certificado de firma digital o token

Según el Banco Central del Ecuador (2022), mediante el informe emitido para guía de las personas que deseen obtener la firma electrónica o actualizar datos lo pueden realizar mediante el siguiente enlace www.eci.bce.ec/web/guest el mismo que también les muestra el manual para la obtención del mismo o en Security Data: <https://www.securitydata.net.ec/>.

Registrar el negocio en el sistema, tener conocimiento del RUC, cedula o pasaporte en formato digital a color, certificado de votación excepto las personas de la tercera edad,

ecuatorianos que residan en el extranjero, militares, policías o discapacitados), certificado laboral con firma del representante y a su vez tenerlo en formato digital, se debe tener en cuenta que la autorización sea dirigida al director vigente.

3.3.7.2 ECUAPASS

Se debe descargar el sistema de ECUAPASS e instalarlo, registrarse como exportador o actualizar datos en el siguiente enlace (<https://portal.aduana.gob.ec/>), crear usuario y clave con caracteres seguros, aceptar los términos, registrar el token, se debe conocer si el producto objeto de exportación tiene restricciones (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2021).

3.3.7.3 Certificado de origen

Según el instructivo publicado por Ministerio de Comercio Exterior (2019), se debe ingresar al Ecuapass, posterior a ello dirigirse a “Ventanilla única”, seleccionar “Elaboración de DJO”, generando que el exportador apertura la declaración juramentada para la salida del producto, y así obtener certificado de origen, luego de determinar si el producto cumple con todos los requerimientos para la obtención del mismo. Luego volver a ventanilla única y seleccionar elaboración del Certificado de Origen, se debe llenar los campos en línea y posterior retirar el certificado en MIPRO.

3.3.7.4 Certificado sanitario

Según el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2021), detalla los siguientes requerimientos para la obtención del certificado sanitario y para obtener más información ingresar al enlace <https://www.gob.ec>.

- a. El nombre comercial o marca del producto;
- b. Formas de presentación o presentación comercial;
- c. Material del envase primario y secundario;
- d. Contenidos netos;
- e. Razón social del fabricante y del titular del producto, en caso de que no sea el mismo titular del producto;
- f. Ciudad y dirección del solicitante/exportador;
- g. Correo electrónico y dirección del titular del producto/exportador;
- h. Dirección de la planta procesadora fabricante;
- i. Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) del titular del producto y del fabricante, en caso de que no sea el mismo titular del producto;

- j. Número de permiso de funcionamiento;
- k. Número de factura del exportador;
- l. Puerto de salida;
- m. Nombre o razón social de destinatario;
- n. Dirección del destinatario;
- o. Nombre del país a exportar el alimento procesado;
- p. Número(s) de lote(s) y cantidad a exportar;
- q. Vida útil del producto;
- r. Condiciones de almacenamiento;

3.3.7.5 Proceso

La exportación inicia con la DAE la cual debe contener lo siguiente:

- Información del exportador
- Descripción de la mercancía
- Información del importador
- Destino
- Cantidad y peso de mercancía objeto de negociación.

Documentos de acompañamiento: Factura original, autorización previa, certificado de origen.

Ingreso a zona primaria o depósito temporal.

Registro del ingreso de la mercancía por parte del depósito.

El Ecuapass asigna el canal de aforo para la mercancía.

Salida autorizada

Embarque y transmisión de los documentos necesarios de transporte

Solicitud para realizar alguna corrección a la DAE.

Regularizar la DAE.

CAPITULO IV: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El sector camaronero representa grandes márgenes de ganancia siempre y cuando se tenga un buen manejo de los recursos administrativos.

España es un mercado potencial para enlazar vínculos comerciales de venta de camarón de la empresa Pacifilab S.A lo cual representaría márgenes de ganancia positivos para el crecimiento de la empresa. La presente investigación ha permitido evidenciar lo expuesto por Jiménez et al., (2021), lo que ha permitido determinar que en efecto la industria camaronera ha venido evolucionando durante los últimos cinco años, implementando una mejor alimentación y cuidados para el camarón lo que ha generado que este sea muy atractivo para el mercado internacional, tanto por resistencia a enfermedades, calidad, gramaje, color así como sabor.

Es relevante mencionar que durante la pandemia el camarón al inicio se vio afectado debido a que los sistemas de revisión de calidad aumentaron para proteger la salud de la humanidad, por ello la gran mayoría de los países adoptaron medidas sanitarias y de bioseguridad, pero Ecuador acorde transcurría el tiempo se acopló a las medidas implementadas y logró mantener sus exportaciones de camarón a pesar de lo ocurrido con China.

El estudio estuvo enfocado bajo carácter cuantitativo, permitió corroborar con el objetivo planteado (Sánchez, 2019). Los datos estadísticos obtenidos de las encuestas nos han permitido desarrollar el plan estratégico y a su vez la factibilidad que este tendrá, entablando relación con la observación realizada a la parte de producción y alimentación del camarón de la empresa y con la revisión documental, que permiten generar la oferta exportable, presentación, y calidad al consumidor.

CONCLUSIONES

Al investigar, diagnosticar y derivar los diferentes objetivos a implementar en nuestra propuesta, podemos definir las siguientes conclusiones:

- Para lograr la exportación de la actividad camaronera hacia el mercado español desde la empresa Pacifilab S.A de Machala en el 2022, se logró aplicar un plan estratégico de exportación, la implementación del proyecto permite el surgimiento de fuentes de empleo junto al crecimiento empresarial de manera anual, resaltando su calidad y cumpliendo todos los requisitos necesarios para una exportación segura y confiable.
- La proyección del estudio, permitió determinar la transformación de la gestión estratégica centrada en la exportación en procesos de negociación internacional del camarón; ya que este dentro de sus últimos 5 años ha demostrado ser un producto de gran demanda, superando incluso en la venta del banano. En función a la información obtenida frente a la situación actual del mercado ecuatoriano, y de manera externa las exportaciones que tenga con España, se refleje la confianza por el buen funcionamiento de su gestión estratégica.
- La propuesta que involucra caracterizar gnoseológica, económica, y administrativa el proceso comercial internacional del langostino, es considerada beneficiosa debido a que la exportación de camarón, puesto que en la actualidad cuenta con el equipo y las máquinas necesarias para realizar dicha exportación.
- La proyección de describir gnoseológica y metodológica la gestión estratégica de expedición permite la generación de rentabilidad ventajosa para el negocio, la recuperación de inversión comprende 2 años y medio, además, crea una propuesta de gran interés.
- La propuesta implica la valoración de la situación real de exportación de camarón al mercado español desde Pacifilab S.A de Machala en el 2022, ya que el margen de aplicación aumentaría la demanda del langostino, corroborando el objetivo específico planteado en la investigación.

- Finalmente, hemos podido generar un plan estratégico de exportación que sirve como puerta de entrada al mercado de España, permitiendo un aumento relevante a la empresa, ofreciendo productos rentables y la creación de propuestas cautivadoras para un nivel internacional, recuperado fuerza en uno de los sectores más importante del país.

RECOMENDACIONES

- El presente plan estratégico de exportación es factible para la empresa, ya que le generaría márgenes de ganancia para su crecimiento ya su vez posicionamiento en el mercado internacional, por ello se recomienda a la empresa Pacifilab S.A aplicar lo propuesto a fin de exportar el producto, permitiéndole ya no solo comercializar en el mercado nacional, sino que ya empezaría a exportar al mercado internacional.
- Se recomienda a la empresa seguir manteniendo sus estándares de calidad y a su vez ir implementando certificaciones internacionales lo que haría su crustáceo sea apetecido por otros países el mercado internacional, permitiéndole expandirse por cada rincón del mundo.
- Se recomienda mantenerse al tanto de acuerdos comerciales y a su vez de ferias internacionales ya que impulsarían a que su camarón sea conocido y captar posibles clientes para la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2021). *Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP)*. Obtenido de Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP): <https://www.gob.ec/mpceip/tramites/emision-remision-certificado-sanitario-exportacion-productos-pesqueros-acuicolas>
- Águila, & Díaz. (2020). Las estrategias de exportaciones en cuba, un procedimiento para su implementación en Cementos Cienfuegos S. A. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(6), 292-302. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n6/2218-3620-rus-12-06-292.pdf>
- Alibaba. (s.f.). *Alibaba*. Obtenido de Alibaba: https://es.made-in-china.com/co_carton-box/product_Custom-5-Colors-Flexo-Printing-Waterproof-Corrugated-Paper-Steak-Frozen-Seafood-Shrimp-Meat-Chicken-Pork-Beef-Mutton-Fish-Packing-Packaging-Carton-Box_uosyenhng.html
- Arias , J., & Covinos , M. (2021). *Diseño y metodología de investigación*. Perú: ENFOQUES CONSULTING EIRL. Obtenido de http://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/2260/1/Arias-Covinos-Dise%c3%bl_o_y_metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Auz, A. (2022). *Coroflot*. Obtenido de <https://www.coroflot.com/a3cauz/packaging>
- Ayala, B. L., Bucheli, P., Chiang, X., & Hirono, Y. (1991). Contribucion. 81.
- Ayala, B. L., Bucheli, P., Chiang, X., & Hirono, Y. (1991). Contribucion. 81.
- Banco Central del Ecuador. (2022). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <https://www.eci.bce.ec/solicitud-de-certificado-requisitos>
- Camara Nacional de Acuicultura. (2021). *Camarón – Reporte de Exportaciones Ecuatorianas Totales*. ECUADOR: CNA. Obtenido de <https://www.cna-ecuador.com/estadisticas/>

- Campos, G., & Lule, N. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Revista Xihmai*, 7(13), 45-60. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3979972.pdf>
- Carreño, M., Erazo, J., Narvaez, C., & Moreno, V. (2020). La responsabilidad social en las empresas camaroneras. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinoía*, 5-10.
- Charles, M. G. (2022). *Conmemoración del Quinto Año del Acuerdo Comercial Unión Europea - Ecuador*. Obtenido de Delegation of the European Union to Ecuador: https://www.eeas.europa.eu/delegations/ecuador/conmemoraci%C3%B3n-del-quinto-a%C3%B1o-del-acuerdo-comercial-uni%C3%B3n-europea-ecuador_en?s=161
- Coba, G. (2022). *PRIMICIAS*. Obtenido de El sector camaronero toma más crédito y aumenta sus inversiones: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/camaron-credito-inversion-exportaciones-ecuador/#:~:text=El%20precio%20internacional%20de%20la,al%20mismo%20mes%20de%202021.>
- Contreras, & Rios. (2020). La Dinámica Exportadora Manufacturera. *Como Restricción Al Crecimiento En México Mediante El Análisis De La Productividad*, 9(17), 35-43. Obtenido de <http://www.scielo.org.ar/pdf/cadmin/n17/2314-3738-cadmin-17-34.pdf>
- Corporación Financiera Nacional. (2020). *INFORME SECTOR CAMARON*. ECUADOR: CFN. Obtenido de https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2020/ficha-sectorial-3-trimestre-2020/FS_Camaron_3T2020.pdf
- Corporacion Financiera Nacional. (2022). *GRICULTURA, GANADERÍA, SILVICULTURA Y PESCA. COMERCIO*.
- El universo. (1 de Enero de 2023). Exportación no petrolera se afianza con el camarón, el producto estrella del 2022 en Ecuador. *Exportación no petrolera se afianza con el camarón, el producto estrella del 2022 en Ecuador*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/exportacion-no-petrolera-se-afianza-con-el-camaron-el-producto-estrella-del-2022-en-ecuador-nota/>

- Export Helpdesk. (s.f.). *Export Helpdesk*. Obtenido de Export Helpdesk: <https://www.competitividad.org.do/wp-content/uploads/2009/01/C%C3%B3mo-exportar-camarones-a-la-Uni%C3%B3n-Europea.pdf>
- Falcón, V., Pertile, V., & Ponce, B. (2019). *La encuesta como instrumento de recolección de datos sociales: Resultados diagnóstico para la intervención en el Barrio Paloma de la Paz (La Olla) - ciudad de Corrientes (2017-2018)*. Ensenada, Argentina: Ensenada : Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Obtenido de https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.13544/ev.13544.pdf
- García, V. (1997). La comercialización de productos y servicios de información en el sector bibliotecario-informativo. *Scielo*, 5(3), 15. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94351997000300004#:~:text=El%20concepto%20de%20comercializaci%C3%B3n%20sostiene,la%20empresa%20hace%20las%20cosas.
- Gonzabay, Á., Vite, H., Garzón, V., & Quizhpe, P. (2021). Análisis de la producción de camarón en el Ecuador para su exportación a la Unión Europea en el período 2015-2020. *Polo del conocimiento*, 6(9), 1040-1058. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8094522.pdf>
- Gonzaga, S., & Morán, G. (2017). Análisis exploratorio de buenas prácticas de manufactura del sector camaronero. “Asociación APROCAM JK” Estudio de Caso. *Universidad y Sociedad*, 9(1), 28-35. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n1/rus04117.pdf>
- Guardiola, J., & Rivas, J. B. (2010). Comercio internacional y crecimiento económico: ¿cómo influyen en el hambre de América Latina? *Scielo*, 25, 30. Obtenido de https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-16112010000900007
- INE. (1 de Julio de 2022). *Instituto Nacional de Estadística*. Obtenido de https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176951&menu=ultiDatos&idp=1254735572981
- Isi Emerging Markets Group. (2022). Obtenido de EMIS: https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Larvas_del_Pacifico_Pacifilab_SA_es_9651740.html

- Jiménez, N. J., Carvajal, R. H., & Vite, C. H. (2021). Análisis del pronóstico de las exportaciones del camarón en el Ecuador a partir del año 2019. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 55-61.
- Loayza , C., Pastor, J., Salcedo, V., & Sotomayor, J. (2022). Efecto covid-19 en las determinantes de las exportaciones del sector camaronero del Ecuador, año 2020. *ECA Sinergia*, 13(1), 21-32. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5885/588569800002/html/>
- López, L., & Hernández, E. (2021). Comercio internacional, prosperidad y desigualdad en la globalización. *Apuntes del CENES*, 40(71), 133 - 164. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cenes/v40n71/0120-3053-cenes-40-71-133.pdf>
- Lozada, J. (2014). Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria. *Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 3(1), 47-50. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6163749.pdf>
- Macías, L., Mero, C., Montalvan, J., & Granoble, P. (2020). Exportaciones ecuatorianas: un análisis a la producción no afectada por la emergencia sanitaria. *Polo del conocimiento*, 5(10), 89-103. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7659429.pdf>
- Malmierca, R. (2016). Nuestra Cámara debe desempeñar un importante rol en la actualización de nuestro modelo. *Cuba Foreign Trade*, 2, 14-16.
- Marriot, F. (2003). *Análisis del sector camaronero*. Quito.
- Ministerio de Comercio Exterior. (2015). *Negociación del Acuerdo Multipartes UE-Ecuador*. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2014/09/UEINFORME-SOBRE-NEGOCIACIONES-FORMATO.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2019). *Ministerio de Comercio Exterior*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior: https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/06/instructivo_para_la_certificaci%C3%93n_de_origen_no_preferencial_para_el_exportador1.pdf
- Ministerio de de producción, Comercio Exterior, Producción y Pesca. (2019). *Exportaciones*

- Ministerio de Relaciones Exteriores. (2020). *Ministerio de Relaciones Exteriores*. Obtenido de Ministerio de Relaciones Exteriores: https://www.cbi.eu/sites/default/files/el_potencial_del_mercado_europeo_para_el_camaron_blanco_del_pacifico_def_0.pdf
- Montes , I. (2012). Investigación longitudinal de los hábitos de estudio en una cohorte de alumnos universitarios. *Revista Lasallista de Investigación*, 9(1), 96-110. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/695/69524955005.pdf>
- Montesino, J. L. (2007). LA ECONOMÍA ECUATORIANA DEL SIGLO XXI Y SUS PERSPECTIVAS DE COMERCIO. *Revista de Estudios Transfronterizos*, 6(1), 71-107. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3379/337930326004.pdf>
- Pastora, A. B., Fuentes, A. A., Rivero, P. Y., & Falco, G. P. (2020). Importancia de la asignatura metodología de la investigación para la formación investigativa del estudiante universitario. *Conrado*, 16(73), 22. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442020000200295
- Ramos, C. (2020). LOS ALCANCES DE UNA INVESTIGACIÓN. *CienciAmérica*, 9(3), 1-5. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7746475.pdf>
- Ramos, C. (2021). Diseños de investigación experimental. *CienciAmérica*, 10(1), 1-7. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7890336.pdf>
- Rendón, M., Villasís, M., & Miranda, M. (2016). Estadística descriptiva. *Revista Alergia México*, 63(4), 397-407. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755026009.pdf>
- Riofrio, C., Piloza, P. K., & Suárez, H. M. (2019). Plan Logístico de exportación para la empresa Expomar. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1-13.
- Rivadeneira, F. (2022). *Delegation of the European Union to Ecuador*. Obtenido de https://www.eeas.europa.eu/delegations/ecuador/comercio-bilateral-entre-la-uni%C3%B3n-europea-y-ecuador-creci%C3%B3n-un-16-en-2021_en?s=161
- Romero, A. (2015). El comercio internacional actual y la inserción externa de países en desarrollo: desafíos para la economía cubana. *Scielo*, 153, 30. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842015000100012
- Sánchez , M., Fernández, M., & Diaz, J. (2021). Técnicas e instrumentos de recolección de información: análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo.

- Uisrael*, 8(1), 113-128. Obtenido de <https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/rcui/article/download/400/197/2332>
- Sánchez. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1), 102-122. Obtenido de <http://www.scielo.org.pe/pdf/ridu/v13n1/a08v13n1.pdf>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (Noviembre de 2021). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de SENAE: <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- Silva, R. (2010). Enfoque conceptual de la dirección estratégica. *Perspectivas*(26), 153-178. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941230008.pdf>
- Soto, E., & Escribano, E. (2019). El método estudio de caso y su significado en la investigación educativa. *REDIECH*, 203-221. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7042305.pdf>
- Tejero, J. (2021). *Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y sociosanitario*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha. Obtenido de <https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/28529/04%20TECNICAS-INVESTIGACION-WEB-4.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Torres, M., & Paz, K. (s.f.). *TAMAÑO DE UNA MUESTRA*. Obtenido de TAMAÑO DE UNA MUESTRA: http://moodlelandivar.url.edu.gt/url/oa/fi/ProbabilidadEstadistica/URL_02_BAS02%20DETERMINACION%20TAMA%20C3%91O%20MUESTRA.pdf
- Tridge. (2021). *Tridge*. Obtenido de <https://www.tridge.com/es/intelligences/shrimp-prawn/import>
- Varela, H., Elizalde, B., & Solorzano, S. (2017). Exportación de camarón de la provincia de El Oro en el contexto del Tratado Comercial con la Unión Europea. *Espacios*, 38(61), 24. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a17v38n61/a17v38n61p24.pdf>
- Velazquez, P. L. (2017). *Estadística descriptiva y probabilidad con Excel*. Mexico: Velp & Co. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=eJ8vDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR2>

&dq=Excel&ots=oZzHP4K2ob&sig=ZZT-
q8z_sz509J9k1Wvb47lIDZk#v=onepage&q=Excel&f=false

Vicepresidencia de la República del Ecuador . (2017). *Vicepresidencia de la República del Ecuador* . Obtenido de ECUADOR FIRMA ACUERDO COMERCIAL CON LA UNIÓN EUROPEA: <https://www.vicepresidencia.gob.ec/ecuador-firma-acuerdo-comercial-con-la-union-europea/>

Villagómez, M. (2011). Acuerdo comercial multipartes Ecuador - Unión Europea. *AFESE*, 56.

ANEXOS

Anexo1. *Solicitud hacia la empresa*

Machala, 22 de Junio del 2022

INGENIERO
DANTE JAVIER VERDAGUER
GERENTE PROPIETARIO
En su despacho

De nuestra consideración:

Nosotros, Motoche Conza Jennifer Mishelle con número de identificación 0750515512; Bravo Pérez Carlos Alejandro, con identificación 0705899334, estudiantes de Séptimo Semestre Paralelo "B" de la Carrera de Comercio Exterior de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica de Machala, acudimos ante usted muy respetuosamente.

Somos estudiantes de los últimos niveles de nuestra carrera, y como requisito indispensable con fines de titulación debemos realizar una investigación, por lo que hemos considerado a su prestigiosa empresa PACIFILAB S.A la cual, usted muy acertadamente dirige, para realizar una investigación titulada "PLAN ESTRATÉGICO PARA EL LOGRO DE EXPORTACIÓN DE CAMARÓN HACIA EL MERCADO ESPAÑOL DESDE LA EMPRESA PACIFILAB S.A, MACHALA EN EL 2022" y presentar criterios que coadyuven a la mejor toma de decisiones, poniendo en práctica lo cursado en nuestros años de estudios.

Por lo anteriormente expuesto, solicitamos a usted, se nos autorice realizar dicha investigación en su empresa y posteriormente la publicación de los hallazgos o resultados encontrados en virtud de la información que se recabe en el transcurso de nuestra investigación. Estos resultados serán publicados en el repositorio de la UTMACH la misma que es de acceso abierto para fines de investigación. Cabe recalcar, que la información recabada será utilizada estrictamente con fines investigativos de índole académica con fines de titulación.

Esperando contar con su autorización favorable, les anticipamos nuestro agradecimiento.

Atentamente,

	
MOTOCHE CONZA JENNIFER MISHELLE	BRAVO PEREZ CARLOS ALEJANDRO
C.I 0750515512	C.I 0705899334
jmotoche3@utmachala.edu.ec	cbravo4@utmachala.edu.ec
0982779465	0991529629

Anexo2. *Aceptación de la empresa*



"LARVAS DEL PACIFICO PACIFILAB S.A."

RUC: 0791821703001

**LABORATORIO DE LARVAS DE CAMARON SECTOR MAR BRAVO
OFICINA MACHALA: CENTRO COMERCIAL UNIORO LOCAL # 56**

CELULAR: 0995647923

Ing. Miriam Fárez
Docente de la Universidad Técnica de Machala
Carrera de Comercio Internacional

Por medio de la presente, hago constar que las JOVENES CARLOS ALEJANDRO BRAVO PÉREZ, MISHELLE JENNIFER MOTOCHÉ CONZA, estudiantes de Comercio Exterior de 7mo semestre paralelo "15", nocturna, han solicitado autorización para realizar un proyecto de índole académico en la empresa Larvas del Pacífico Pacifilab S.A se dedica a la producción larvas de camarón, para lo cual informo que la petición ha sido aceptada.

Si desean más información, estoy a su disposición para lo que necesiten.

Sin otro particular, reciban un cordial saludo.

Atte.

Ing. Dante Javier Verdaguer Feijoo
Gerente General

**LARVAS DEL PACÍFICO
PACIFILAB S.A.**
RUC: 0791821703001

Anexo 3. Guía de entrevista

GUIA DE ENTREVISTA

ENTREVISTA	
a. Indicar elementos formales	
Institución donde se realiza	PACIFILAB S.A.
Lugar de la entrevista	Oficina
Fecha- Hora	12 Enero 2023 - 14:00
Entrevistadores	Carlos Alejandro Bravo Pérez Jennifer Mishelle Motoche Conza
b. Objetivo de la entrevista	
Recopilar información sobre la situación actual de la empresa en el ámbito de la incursión en la exportación, y obtener una mejor apreciación de las oportunidades de poder posicionar el crustáceo en el mercado español.	
c. Tipos de entrevista	
<ul style="list-style-type: none"> Entrevista estructurada 	
d. Establecer condiciones	
La entrevista se realizará desde las 14: 00 hasta las 14:25 horas.	
Se contará un con guion estructurado.	
Vestimenta adecuada.	
Se realizará en un sitio tranquilo y neutro	
Uso de grabadora para facilitar el posterior análisis de las respuestas obtenidas.	
e. Diseño del cuestionario	



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
Calidad, Pertinencia y Calidez
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR



ENTREVISTA AL GERENTE DE LA EMPRESA PACIFILAB S.A.

Le extiendo un cordial saludo. Mi nombre es Carlos Bravo estudiante de la Carrera de Comercio Exterior de la Universidad Técnica de Machala, el motivo del presente estudio es para la elaboración de un plan estratégico de exportación de camarón hacia el mercado de español desde la empresa Pacifilab S.A. Agradezco el tiempo prestado para poder realizarle una entrevista, con el propósito de recabar información de primera mano sobre la viabilidad de la empresa para la exportación de camarón.

Tema: Exportación de camarón

Objetivo de la entrevista

Recopilar información sobre la situación actual de la empresa en el ámbito de la incursión en la exportación de camarón hacia el mercado español.

Desarrollo

PREGUNTAS

- ¿Cuál es su posición sobre el concepto de lograr internacionalizar su producto?
- ¿Cuáles son, según su criterio, los factores que toman los clientes al momento de adquirir sus productos?
- ¿Cuenta con alguna certificación del producto?
- ¿Cuáles son los márgenes de utilidad que maneja la empresa al mes?]
- ¿La empresa tiene la capacidad de satisfacer la demanda del mercado internacional?
- ¿Tiene conocimiento de los requisitos para poder exportar su producto

Anexo 4. *Estudio de documentos*

a. Elementos formales del estudio de documentos

Institución	Empresa PACIFILAB S.A.
Lugar	Provincia de El Oro, Cantón Machala
Fecha	12/01/23
Hora	14h45
Observadores	<ul style="list-style-type: none">• Jennifer Mishelle Motoche Conza• Carlos Alejandro Bravo Pérez

b. Objetivo:

Observar y analizar los documentos relevantes a la investigación para obtener, organizar y sistematizar datos de los documentos, de manera que ayuden a recopilar datos necesarios en base al objeto de estudio.

c. Tipo de encuesta:

Según su estructura: Análisis de contenido

d. Establecer condiciones para la realización de la encuesta

Hora y fecha acordada

Realizar la revisión de documentos con previa cita

Indumentaria adecuada

Equipo completo

Facturas

Libros

e. Guía para el estudio de documentos:

Documento: Nombre

Externo: Características, pasta, paginas, etc.

Interno: Información

Controlar el estudio de documentos

Para concretar se procede a evaluar el análisis realizado, mediante la observación de expertos en este tipo de estudio para que analicen lo elaborado de tal manera que se genere confianza del resultado obtenido de la investigación.

Anexo 5. *Guía de observación*

a) Indicador de los elementos de la observación:

Nombre de la Empresa	Pacifilab
Lugar de Observación	Área de Producción y Empaquetado
Fecha en la que se realiza	14 de Enero 2023
Hora	Entre las 8:00 y 14:00 horas
Observadores	Carlos Alejandro Bravo Pérez Jennifer Mishelle Motoche Conza

b) Objetivo de la observación:

Recopilar información acerca de la capacidad productiva que maneja la empresa, para luego poder definir una posible oferta exportable.

Tipo de Observación.

Se considera una observación directa debido a que cumple con los siguientes elementos:

Según el papel del investigador:	No Participante
Según los medios utilizados:	Estructurada
Según el lugar donde se realiza:	Real y Oportuna
Según la participación de los sujetos:	Grupal
Según la posición del observador:	Abierta
Según su dimensión temporal:	Transversal

c) Condiciones para desarrollar la investigación.

• A partir de las 8:00 am hasta las 14:00pm
• Solo personal autorizado.
• Utilización de mascarilla y alcohol.
• Los datos obtenidos serán expuestos de forma anónima
• Indumentaria Adecuada

d. Herramientas para registrar los datos observados:

• Fotos
• Videos
• Grabaciones de vos
• Ficha de observación

e. Observación.

Objetivo de la observación: Recopilar información acerca de la capacidad productiva que maneja la empresa, para luego poder definir una posible oferta exportable.

Institución donde se realiza: Pacifilab S.A.

Lugar: Machala

Instrucciones: Observar si la ejecución de las actividades marcando con una (x) el cumplimiento de acuerdo con la escala establecida (4,3,2,1 y 0)

Muy satisfactoriamente	Se cumple satisfactoriamente	Se cumple insatisfactoriamente	No se cumple	No existe
4	3	2	1	0

No.	ASPECTOS A EVALUAR	OBSERVACIÓN	EVALUACIÓN					
			4	3	2	1	0	
1	Poseen la estructura necesaria para la correcta producción del crustáceo.							

2	El personal cuenta con los implementos de bioseguridad requeridos.						
3	Las piscinas se encuentran en condiciones óptimas						
4	Existe un registro contable de los insumos que entran y salen de la empresa.						
5	Cuentan con la autorización para el cultivo de especies bioacuáticas.						
6	La camaronera cuenta con los equipos técnicos adecuados.						
7	Existe un plan estratégico que permita mejorar los procesos logísticos y operativos.						
8	Existe personal capacitado en el área de producción.						



UTMACH

ENCUESTA

Un equipo de estudiantes de la Universidad Técnica de Machala está desarrollando una investigación con el objetivo lograr la comercialización de camarón hacia España desde la empresa PACIFILAB S.A. en el 2022 mediante la aplicación de un plan de exportación. Debido a ello se hace necesario determinar la efectividad de exportar el producto hacia el mercado de España por ello es necesario realizar la presente encuesta..

A continuación, se ofrece un cuestionario el cual debe responder con una sola respuesta cada pregunta. La información que usted nos ofrezca será de gran utilidad para los resultados a obtener. El equipo de trabajo le garantiza confidencialidad con la información, a pesar del carácter anónimo de la encuesta.

Muchas gracias.



jmotoche3@utmachala.edu.ec (no compartidos)

[Cambiar de cuenta](#)



*Obligatorio

1. ¿Su dieta alimenticia está compuesta por camarón? *

SI

No

2. ¿Con que frecuencia consume camarón?

- Diario
- Semanal
- Mensual
- Ocasional

3. ¿Cuánta cantidad de camarón consume mensualmente?

- 1 a 2kg
- 3 a 5kg
- 6kg o más
- 5

4. ¿En qué estado prefiere adquirir el camarón?

- Crudo
- Precocido
- Otro

5. ¿Dónde suele comprar los camarones que consume?

- Supermercado
- Mercado
- Restaurante
- Otro

6. ¿Cuáles son las preferencias que tiene usted al adquirir camarón ?

- Camarón entero
- Camarón sin cabeza
- Camarón pelado y desvenado
- Otro

7. ¿Cuál de los siguientes medios usted ha visto o escuchado usted publicidad anunciando la venta de camarón en su localidad?

- Television
- Radio
- Prensa escrita
- Redes Sociales
- Todos

8. ¿Suele escoger alguna marca en especial al momento de adquirir camarones en supermercado?

- Sí
- No
- Tal vez

9. ¿Cuál de las siguientes características es la más influyente en su compra?

- Precio
- Tamaño
- Origen
- Ninguno
- Otro

10. ¿Qué tamaño de camarón prefiere en sus compras?

- Pequeño
- Mediano
- Grande
- Extragrande

11. La procedencia de origen del camarón blanco del pacifico, que prefiere es de

- China
- Ecuador
- Guatemala
- Sin preferencia

12. ¿Qué tipo de empaque desearía que tuviera el camarón?

- Funda
- Bandeja plastica
- Cajas Plastificadas

13. ¿De cuantos Kg le gustaría que tenga cada empaque?

- 1kg
- 2kg
- 3kg
- 4kg o más

Anexo 7. Evaluación de los instrumentos a aplicar por un profesional



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA

**COMERCIO EXTEIOR
ASPECTOS DE VALIDACION**

TEMA: EXPORTACIÓN DE CAMARÓN HACIA ESPAÑA DESDE LA EMPRESA PACIFILAB S.A DE MACHALA EN EL 2022

INDICADORES	CRITERIOS	Deficientes 00-1%	Regular 2-4%	Buena 5-6%	Muy Buena 7- 8%	Excelente 9- 10%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					10,00%
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conducta observables.					9,00%
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología				8,00%	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica				8,00%	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					10,00%
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de la investigación a realizar				7,00%	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos del tema de investigación				8,00%	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					9,00%
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				7,00%	
10. PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					10,00%
TOTAL						86,00%

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, y nuevamente validado

VALORACION 86%

DATOS GENERALES DEL EXPERTO INFORMANTE

Nombres y Apellidos: Geovanna Elizabeth Pérez Astudillo
 Título Profesional: Ingeniera en Banca y Finanzas
 Nivel Académico: Tercer Nivel
 Lugar y fecha: Machala, 14 de Diciembre del 2022

Telefono Celular: 0964116457

Firma: