



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

TÍTULO:

PLAN DE EXPORTACIÓN PARA EL PROCESO DOCUMENTARIO DE LA  
ASOCIACIÓN UROCAL EN LA PROVINCIA DE EL ORO

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA  
EN COMERCIO INTERNACIONAL

AUTOR:

ROMERO ALVAREZ MARYURY DEL PILAR

TUTOR:

ÍÑIGUEZ MORENO JENNY ISABEL

MACHALA - EL ORO

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, ROMERO ALVAREZ MARYURY DEL PILAR, con C.I. 0702755513, estudiante de la carrera de COMERCIO INTERNACIONAL de la UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA, en calidad de Autora del siguiente trabajo de titulación PLAN DE EXPORTACIÓN PARA EL PROCESO DOCUMENTARIO DE LA ASOCIACIÓN UROCAL EN LA PROVINCIA DE EL ORO

- Declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional. En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad del mismo y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto, asumiendo la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera EXCLUSIVA.
- Cedo a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA de forma NO EXCLUSIVA con referencia a la obra en formato digital los derechos de:
  - a. Incorporar la mencionada obra al repositorio digital institucional para su democratización a nivel mundial, respetando lo establecido por la Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0), la Ley de Propiedad Intelectual del Estado Ecuatoriano y el Reglamento Institucional.
  - b. Adecuarla a cualquier formato o tecnología de uso en internet, así como incorporar cualquier sistema de seguridad para documentos electrónicos, correspondiéndome como Autor(a) la responsabilidad de velar por dichas adaptaciones con la finalidad de que no se desnaturalice el contenido o sentido de la misma.

Machala, 11 de noviembre de 2015

ROMERO ALVAREZ MARYURY DEL PILAR  
C.I. 0702755513

PLAN DE EXPORTACIÓN PARA EL PROCESO DOCUMENTARIO DE LA  
ASOCIACIÓN UROCAL EN LA PROVINCIA DE EL ORO

ROMERO ALVAREZ MARYURY DEL PILAR  
AUTOR(A)

C.I. 0702755513  
maryury10@hotmail.com

ÍÑIGUEZ MORENO JENNY ISABEL  
TUTOR

C.I. 0703445965  
jiniguez@utmachala.edu.ec

Machala, 11 de noviembre de 2015

## CERTIFICAMOS

Declaramos que, el presente trabajo de titulación PLAN DE EXPORTACIÓN PARA EL PROCESO DOCUMENTARIO DE LA ASOCIACIÓN UROCAL EN LA PROVINCIA DE EL ORO elaborado por el estudiante ROMERO ALVAREZ MARYURY DEL PILAR, con C.I. 0702755513, ha sido leído minuciosamente cumpliendo con los requisitos estipulados por la Universidad Técnica de Machala con fines de titulación. En consecuencia damos la calidad de APROBADO al presente trabajo, con la finalidad de que el Autor continúe con los respectivos trámites.

### Especialistas principales

---

DIAZ CUEVA JIMMY GABRIEL

C.I. 0702000043

---

ELIZALDE RAMOS BERTHA AGRIPINA

C.I. 0700648066

---

JARAMILLO CHUMBI ELSA YARIXA

C.I. 0704127232

### Especialistas suplentes

---

PLAZA GUZMAN JORGE JAVIER

C.I. 0702414237

---

ZAMORA CAMPOVERDE MICHAEL ANDRES

C.I. 0702415456

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a Dios por haberme dado la vida y permitirme llegar hasta este momento de mi formación profesional, me ha dado fortaleza para continuar en los momentos más difíciles de mi vida, por ello para ti mi creador con todo mi corazón.

A mi hijo por el inmenso amor y cariño que nos tenemos, Él es mi apoyo incondicional que ha estado junto a mi brindándome su compañía y hemos compartido momentos buenos y malos, por ti y para ti hijo, mis éxitos son tuyos.

Maryury Del Pilar Romero Álvarez

## **AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento a la Universidad Técnica de Machala, Unidad Académica de Ciencias Empresariales en la carrera de Comercio Internacional por la apertura que ha sabido brindarnos para llegar a feliz término con la especialidad.

Mi gratitud a La Unión Regional de Organizaciones Campesinas del Litoral UROCAL, por facilitar con la información y brindar el apoyo necesario y dar paso al proceso de titulación.

A los socios de UROCAL, que han sabido aportar con sus opiniones y versiones y poder presentar el respectivo informe con sus debidas conclusiones y recomendaciones.

A todos quienes de una u otra manera han ofrecido su colaboración para la presentación del presente trabajo.

Maryury Del Pilar Romero Álvarez

## "PLAN DE EXPORTACIÓN PARA EL PROCESO DOCUMENTARIO DE LA ASOCIACIÓN UROCAL EN LA PROVINCIA DE EL ORO"

**Autora:** Maryury del Pilar Romero Álvarez

**Tutora:** Dra. Jenny Isabel Íñiguez Moreno

La finalidad del presente informe del caso práctico es ampliar los conocimientos acerca de los planes de exportación para detectar las oportunidades y la competitividad que tienen las empresas en el mercado internacional, lo importante de preparar este plan para identificar y seleccionar el mercado y que las empresas exportadoras puedan presentar y promocionar sus productos, considerando la diversificación de clientes para proteger su balanza comercial del desequilibrio y minimizar los riesgos y optimizar los resultados de operación. Además se conceptualiza datos referentes a los requisitos que intervienen en el proceso documentario en el caso de productos orgánicos. En el informe se describe el proceso de diagnóstico, el tratamiento bibliográfico, el análisis de contexto y desarrollo de la matriz de requerimientos en este caso de la Unión Regional de Organizaciones Campesinas del Litoral UROCAL, haciendo énfasis del comercio internacional en la provincia de El Oro. Las empresas exportadoras deberían de diseñar y con oportunidad su plan de exportación para la efectividad del traslado de sus productos y posicionamiento en el mercado internacional. La finalidad es que se cumpla con las normativas documentarias que exige la exportación al estar inscrito en una entidad encargada de su control y otorgamiento del visto bueno mediante la entrega oportuna de los documentos. Surge la necesidad de involucrarse en el mercado mundial por la globalización de la economía, también de buscar rentabilidad en todos los mercados internacionales para asegurar a la empresa a un largo plazo, disminuir el riesgo de estar en un solo mercado, aprovechar las ventajas y las oportunidades de mercados ampliados a través de acuerdos comerciales.

**Palabras clave:** Internacional, mercado, exportación, planes, documentos

## "EXPORT PLAN FOR DOCUMENTARY UROCAL ASSOCIATION PROCESS IN THE PROVINCE OF GOLD"

**Author:** Maryury del Pilar Romero Álvarez  
**Tutor:** Dra. Jenny Isabel Iñiguez Moreno

The purpose of this report the case study is to increase knowledge about export plans to identify opportunities and competitiveness with companies in the international market, it is important to prepare this plan to identify and select the market and that companies Exporting to present and promote their products, considering the diversification of customers to protect their trade balance imbalance and minimize risks and optimize operating results. Besides data on the requirements involved in the documentary process in the case of organic products is conceptualized. In the report the process of diagnosis, treatment literature, analysis of context and development of the matrix of requirements in this case of the Regional Union of peasant organizations coastal UROCAL described, with emphasis on international trade in the province of El Oro . Exporting companies should design and plan export opportunity for the effectiveness of transporting their products and positioning in the international market. The purpose is that it meets the standards required documentary export to be enrolled in an entity responsible for control and granting of approval by the timely delivery of documents. It arises the need to engage in the global market by globalization of the economy, also to seek profitability in all international markets for the company to ensure a long-term, lower risk of being in a single market and take advantage expanded market opportunities through trade agreements.

**Keywords:** International market, export plans, documents

## ÍNDICE

VEREDICTO DEL COMITÉ EVALUADOR.....	III
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
INDICE.....	VIII
INDICE DE TABLAS.....	IX
INTRODUCCIÓN.....	X
CAPÍTULO I.....	11
1.1 DIAGNÓSTICO DEL OBJETO DE ESTUDIO.....	11
1.1.1 Comercio Internacional.....	11
1.1.2 Comercio.....	11
1.1.3 Ecuador en el mundo.....	11
1.1.4. Productos orgánicos.....	12
1.1.5 Planes de exportación.....	12
1.1.6. Exportación.....	12
1.1.7 Requisitos de exportación de productos orgánicos.....	13
1.1.8 Cobranza extranjera.....	14
1.1.9 Pago de contado.....	14
1.2 Descripción del proceso diagnóstico.....	14
1.2.1. Tratamiento bibliográfico del plan de exportación.....	15
1.2.2. Análisis del contexto y desarrollo de la matriz de requerimientos.....	18
1.2.2.1 El comercio internacional en la provincia de El Oro.....	18
1.2.2.2 Sistema de exportaciones en el sistema ECUAPASS.....	18
1.2.3 Selección de requerimiento a intervenir.....	18
1.3 Justificación.....	19
CAPÍTULO II.....	21
2.1 PROPUESTA INTEGRADORA.....	21
2.1.1 Descripción de la propuesta.....	21
2.1.2 Objetivos de la propuesta.....	22
2.1.3 Componentes estructurales.....	22
2.1.4 Fases de implementación.....	22
2.1.5 Recursos logísticos.....	22
CAPÍTULO III.....	23
3.1 VALORACIÓN DE LA FACTIBILIDAD.....	23
3.1.1 Análisis de la dimensión Técnica de implementación de la propuesta.....	23
3.1.2 Análisis de la dimensión Económica de implementación de la propuesta.....	23
3.1.3 Análisis de la dimensión Social de implementación de la propuesta.....	23
3.1.4 Análisis de la dimensión Ambiental de implementación de la propuesta.....	23
3.2 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	24
3.2.1 Conclusiones.....	24
3.2.2 Recomendaciones.....	24
3.3 REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS.....	25
ANEXOS.....	27

## INDICE DE TABLAS

TABLA N° 1.....	19
Matriz de Requerimiento.....	19
TABLA N°2.....	21
Control de Actividades.....	21

## INTRODUCCIÓN

El comercio internacional es considerado como un factor clave para el crecimiento de las economías mediante dos factores, el capital y el trabajo y el principal objetivo es que los países intercambian tecnología y conocimiento, para ello las empresas exportadoras requieren plantear un plan de exportación para ofrecer los productos, según (Zamora, 2013) “ofrecer el mejor producto no es sinónimo de competitividad internacional; es necesario que éste atraviese por diversos procesos durante la comercialización, los cuales podrían convertirse en posibles obstáculos o bien en factores de competitividad; entre ellos se incluyen el paso por aduanas, los procesos de carga y descarga, los servicios de transporte y otros servicios logísticos. Puntos por lo que debe atravesar la mercancía para llegar a su destino”.

El Ecuador basa su economía en el petróleo y en los productos como el cacao y el banano lo que genera alta vulnerabilidad, además en los últimos años sus productos se han diversificado con productos no tradicionales como son las flores, el camarón, frutas tropicales entre otros. Lo notorio es que estos productos no presentan características particulares para competir con otros países para ganar espacio en el mercado internacional.

El Ecuador para unirse comercialmente con otros países ha firmado acuerdos para facilitar el proceso de exportación e importación, en búsqueda de obtener preferencias en los productos ecuatorianos, que sean atractivos para el resto del mundo, como son las rebajas de aranceles.

(RUALES, 2010, pág. 22) Hay otros productos ecuatorianos de reciente ingreso en el mercado de Chile, que proyectan crecimiento como las medias party, chifles de banano, calcetines de fibras sintéticas, limón y cebolla perla.

El objetivo del **PLAN DE EXPORTACIÓN PARA EL PROCESO DOCUMENTARIO DE LA ASOCIACIÓN UROCAL EN LA PROVINCIA DE EL ORO**, es alcanzar mayor mercado y rentabilidad por parte de los pequeños y medianos productores rurales para el mejoramiento de su calidad de vida identificando los documentos que hacen parte del proceso de exportación.

Frente a la problemática que presenta La Unión Regional de Organizaciones Campesinas del Litoral UROCAL, que es la competencia desleal y los costos altos de producción para la exportación de sus productos, se formula la interrogante de ¿Cómo lograr efectividad en la entrega oportuna de los documentos mediante un plan de exportación?

Lo que se aspira es conceptualizar datos generales involucrados en el proceso de exportación, conocer los pasos generales para realizar la exportación de los productos e identificar los documentos que son parte de este proceso.

Para la realización de este caso práctico se emplea una metodología investigativa en la que se analizan las necesidades de la empresa UROCAL, se sigue las normativas para el cumplimiento del trabajo y la observación por la que se logra tener bases factibles acerca del tema que se trata.

## **CAPÍTULO I**

### **1.1. DIAGNÓSTICO DEL OBJETO DE ESTUDIO**

El comercio exterior es un factor que genera mayor crecimiento en las economías debido al intercambio de bienes y servicios, considerado una fuente de producción indirecta y de ingreso de tecnología y conocimientos hacia los países para mejorar la técnica de producción.

Los planes de exportación son muy importantes dentro de las negociaciones internacionales para el posicionamiento del país en el ámbito económico internacional, siempre teniendo muy en cuenta los elementos que lo contemplan para el caso de productos inorgánicos y si es conveniente exportar banano y cacao orgánico. Verificar si la empresa exportadora administra estratégicamente la documentación a tiempo para el envío de los productos al mercado internacional.

#### **1.1.1. Comercio Internacional**

Se entiende como el intercambio de bienes y servicios entre países y mercados del mundo, se hace referencia al movimiento que tienen en la que se utilizan divisas y está sujeto a regulaciones que rigen los gobiernos de los países de origen y estos se benefician mutuamente al posicionar mejor los productos e ingresar a mercados extranjeros. Con relación al mercado de bienes, el autor (TORO & ALONSO, 2015) menciona que los tratados incluyen la eliminación inmediata o después de un periodo de desgravación de aranceles sobre todos los bienes. Sin embargo, el acceso al mercado de Estados Unidos puede verse afectado por la existencia de regulaciones sobre la calidad de los productos, procedimientos de certificación y pruebas. Es importante alcanzar mayor mercado y rentabilidad por parte de los pequeños y medianos productores rurales para el mejoramiento de su calidad de vida identificando los documentos que hacen parte del proceso de exportación conjuntamente con el cumplimiento de los tratados

#### **1.1.2 Comercio**

Es una actividad económica-social en la adquisición de mercaderías y el medio de intercambio es el dinero. Cabe indicar que el ALCA refleja el consenso de negociar con el fin de expandir los compromisos hacia nuevas áreas, más allá de la reducción de aranceles y demás barreras fronterizas. Las relaciones comerciales están regidas por la reciprocidad.

#### **1.1.3 Ecuador en el mundo**

Este es un paso muy importante, el reinicio de las conversaciones con la Unión Europea para gestionar acuerdos comerciales que se espera sea de beneficio para el país, además la intención de entrar al MERCOSUR, el Ecuador deberá medir con objetividad si es provechoso o no considerando que varios países producen lo mismo y en mayor escala, que pueden convertirse en fuertes competidores en el mercado mundial.

En una publicación del lunes 27 de octubre del 2015 (AGENCIA PUBLICA DE NOTICIAS DEL ECUADOR Y SURAMERICA, ANDES, 2015) “la embajadora en Francia, María de la Paz Donoso, señaló en entrevista con ANDES que este

año las exportaciones ecuatorianas hacia el país europeo aumentaron en un 10% y se dan pasos para elevar las inversiones francesas en esta nación andina”.

#### **1.1.4. Productos orgánicos**

Son aquellos productos que para ser producidos se utilizan técnicas no contaminantes el mismo que reúne una serie de requisitos:

- ◆ Que no use productos químicos en su elaboración
- ◆ Que se realicen prácticas para conservar la tierra y sus nutrientes
- ◆ Que cuenten con certificación vigente avalada legalmente
- ◆ Que use los recursos naturales.

Con todas estas especificaciones lo que se logra es un producto limpio de residuos químicos, con valor nutricional y que proteja el medio ambiente. La certificación es la seguridad que tiene el consumidor de que está adquiriendo un producto realmente orgánico.

El Ecuador alcanza un alto índice de exportación de banano orgánico, así lo manifiesta (SOTO, 2011) algunos proyectos de cultivo orgánico en Ecuador, con altas tecnologías de producción, alcanzan productividades de 2500 cajas por hectáreas por año, de un producto de muy buena calidad. Comenta además que todo producto considerado orgánico comercializado en mercados internacionales debe ser revisado y a la vez debe llevar el término orgánico escrito en la etiqueta.

#### **1.1.5 Planes de exportación**

El plan de exportación es el documento que guía todo el esfuerzo de la empresa, le indica hacia donde debe ir, y cómo llegar al mercado internacional. Es definir con claridad la estrategia de entrada al mercado el que tiene que ser sencillo, realista y congruente. El propósito de los planes de exportación son variados, entre ellos el utilizar al plan como guía operativa, tener el acceso a financiamiento, el atraer a los inversionistas, socios y colaboradores, es evaluar la factibilidad para el mejoramiento del proyecto, es identificar los riesgos, las oportunidades, es determinar las ventajas competitivas, definir las fortalezas y debilidades. El contenido de los planes de exportación debe constar el nombre de la empresa, el producto, a dónde va, a qué mercado internacional, las decisiones y los aspectos logísticos y financieros.

#### **1.1.6. Exportación**

Según la opinión de (ORTEGA, 2010, pág. 93), las razones que inicialmente nos pueden hacer pensar que las exportaciones son operaciones más complicadas que las ventas realizadas en el mercado doméstico son cuatro y están relacionadas con las diferencias que existen entre los distintos sistemas jurídicos, aduaneros, de comunicación, costumbre comercial y de lenguaje. Y hasta no hace mucho tiempo, también podría considerarse que se configuraba como un proceso más complicado debido a las diferentes documentaciones que eran necesarias, la existencia de mayores barreras arancelarias y trabas aduaneras, y a que el transporte resultaba costoso e incluso inseguro.

Según(BORREA, 2011, pág. 15) el vocablo “arancel” se denomina la tarifa oficial que establece las sumas a pagar por los servicios prestados por profesionales liberales.

Para tal efecto se presentan facilidades tanto externas como internas tales como: En las facilidades externas como el buen asesoramiento que ofrecen los artículos de Norte América en el ámbito arancelario y de la misma forma para el continente Europeo y los convenios comerciales bilaterales de Ecuador con otros países. Entre las facilidades internas la integran los recursos sin explotar, la mano de obra, las posibilidades de sustituir importaciones, la utilización del Draw Back, la aplicación de regímenes aduaneros especiales, el optar por el mercado andino para productos industriales con ventajas competitivas y comparativas, movilizar la capacidad de acción de los gremios con el asesoramiento de CORPEI y FEDEXPOR. En general para que las empresas puedan participar al comercio internacional también tienen que emprender acciones entre el Gobierno, gremios y empresarios que buscan lograr intensivos programas de capacitación, entrar en un mejoramiento continuo de calidad con la asistencia técnica de la cooperación internacional, y pertenecer a otras empresas que tengan afinidad y de esta manera cumplir con todas las normas que exige el trámite de exportación.

#### **1.1.7 Requisitos de exportación de productos orgánicos**

Los requisitos para exportar productos orgánicos desde Ecuador lo podemos sintetizar en:

**Solicitar registro de operador:** Registro de productor, el registro de procesadora, el registro de recolector, el registro de inspector y el registro de Agencia certificadora

**Aprobar registro:** Agrocalidad aprueba o rechaza, según la información detallada en el formulario de registro. La aprobación se realiza en un plazo de 30 días según la normativa vigente.

**Obtener certificación:** Este proceso involucra una inspección y aprobación del productor por parte de una de las 5 certificadoras autorizadas por la Agencia de aseguramiento de la calidad del Agro (AGROCALIDAD) en el país.

Explica el (REGISTRO OFICIAL SUPLEMENTO 351, 2010) que para el Fomento de exportación, en el Art. 93 señala que el Estado fomenta la producción con miras a exportaciones y promueve mecanismos con la ayuda de normas legales que son programadas por el Gobierno, como es el acceso a los programas de preferencias arancelarias derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para todos los países asignados sean estos regionales, bilaterales, multilaterales y para aquellos que cumplen con los requisitos.

#### **1.1.8 Cobranza extranjera**

Se trata de la mutua confianza entre el importador y el exportador.

Firmar el contrato de compraventa donde se acuerdan las condiciones de la operación y cobranza, el exportador efectúa el embarque de la mercadería y entrega los documentos a su banco remitente junto con la orden de cobro que

contiene las instrucciones sobre el manejo de los mismos, el banco remitente verifica que todos los documentos se encuentren en orden y los envía a uno de sus corresponsales en el país del importador, transcribiendo las instrucciones sobre el manejo de la cobranza, el banco presentador avisa la cobranza al importador e indica las condiciones, el importador acepta los términos de la cobranza, el importador procede a la aceptación o al pago del valor de los documentos y el banco los entrega, el banco presentador de la remesa remitente, el pago efectuado por el importador, el banco cobrador pone a disposición del exportador el valor recibido.

### **1.1.9 Pago de contado**

El exportador envía las mercaderías al extranjero bajo el compromiso de que el importador pagará en el momento de que las reciba o en un plazo previamente acordado, el proceso de pago será a través de giros bancarios, transferencia de fondos, abonos en la cuenta corriente del exportador u otras modalidades, se emplea esta forma de pago cuando existe plena confianza entre exportador e importador.

Los pasos a seguir son:

El exportador se contacta con el importador y elaboran un contrato de compra venta, el exportador despacha la mercadería, el exportador envía los documentos, el importador recibe los documentos de la exportación y envía a Chile el pago de la mercadería, el exportador recibe el pago, el contrato de compra venta entre el exportador y el importador puede hacerse vía factura pro forma o mediante una llamada telefónica.

## **1.2 Descripción proceso diagnóstico**

El tipo de estudio del presente trabajo es de carácter descriptivo donde se analiza el problema actual frente a la exportación de sus productos, se realiza un análisis crítico comparativo de artículos científicos con relación a las actividades propias de UROCAL frente al tema propuesto, además se revisan diversas fuentes de información bibliográfica a fin de recabar la mayor cantidad posible de información útil al problema a solucionar.

La técnica de investigación empleada son los documentales, con la información que proporciona la empresa en base al nivel de acción que ha llevado desde su inicio, para desarrollar mejor la investigación. También la técnica de campo al realizar visitas en el lugar de la empresa y se procede a la observación e indagación a un socio fundador de la Unión Regional de Organizaciones Campesinas del Litoral, con muchos años de experiencia, en relación al tema propuesto.

Hoy en día en el mercado mundial, especialmente el europeo está creando conciencia en el consumo de productos orgánicos y esto ha sido el motivo de que se incursione en la producción de banano y cacao orgánico, y las mejores condiciones globales es la creación de cadenas de comercialización que permiten la aplicación de modelos de comercio justo, siendo el agricultor el beneficiario de este proceso.

A nivel nacional, El Ecuador impulsa la creación de un consorcio de exportadores de banano de comercio justo bajo la administración del Instituto de Promoción de Exportaciones PRO ECUADOR, con certificaciones de comercio justo en Guayaquil, conformado por la UROCAL, por la Corporación San Miguel y la Asociación de Bananeros Cerro Azul.

En la provincia de El Oro, concretamente en la Unión Regional de Organizaciones Campesinas del Litoral UROCAL los productos que tiene para exportar son el banano orgánico, el cacao orgánico, manteca de cacao, y polvo de cacao.

El comercio internacional tiene sus ventajas al especializar en los productos que tiene mayor eficiencia y utiliza sus recursos productivos para elevar su productividad. Los precios tienen a ser más estables. Hace posible la oferta de productos que exceden el consumo a otros países y en otros mercados. Equilibra la escasez y el exceso. Las entradas y salidas de mercaderías dan lugar a la balanza en el mercado internacional. Una de las potencialidades, que posee El Ecuador es la pequeña industria a las que hay que aprovecharlas, en lo que se refiere a los factores claves para generar riqueza y empleo, a dinamizar la economía, se requiere de costos menores de inversión, tiene la posibilidad de obtener nichos de exportación para bienes no tradicionales y finalmente es flexible para asociarse y enfrentar las exigencias del mercado.

### **1.2.1. Tratamiento bibliográfico del plan de exportación.**

En el tratamiento bibliográfico que trata sobre los planes de exportación, el trabajo está sustentado bajo el criterio de varios autores y a la vez la producción del banano y cacao orgánico exportado a Alemania, Canadá, Estados Unidos y Francia: En el marco normativo institucional, bajo el criterio de (GÓMEZ & MORALES, 2012) en la que exponen que la regulación correspondiente a agricultura orgánica tiene especificaciones estrictas que varían según mercados.

La agricultura orgánica para (GARCIA, SALAZAR, ORONA, FORTIS, & TREJO, 2010) no implica solo el hecho de fertilizar con abonos orgánicos, tales como composta, fermento, lombricomposta, entre otros, el suelo, sino conlleva un cambio de conciencia, un camino con muchos pasos, donde el primero está en la cabeza de cada uno, el querer creer y cambiar.

(GONZALEZ, 2011) Las economías de escala interna existen si al aumentar los gastos en factores se incrementa la cantidad producida en un porcentaje mayor. Por lo tanto, el coste medio de producir cada unidad de producto disminuye cuando la producción aumenta. Situaciones como esta son muy frecuentes porque las empresas se enfrentan a una serie de costes fijos (instalaciones, maquinaria, etcétera) que tienen que pagar independientemente de lo que produzcan. Por lo que si aumenta el nivel de producción, los costes fijos se distribuyen entre un mayor número de unidades y, en consecuencia, los costes medios de producción de la empresa disminuyen.

La certificación es un instrumento fundamental para participar en el mercado internacional de productos orgánicos. Los diferentes compradores de estos productos tienen sus respectivas exigencias. Así se tienen los protocolos y requisitos que establece el Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA), así como las respectivas agencias reguladoras de Canadá, Europa y Asia. Por lo tanto, los productores tienen que invertir para atender estos requisitos de calidad e inocuidad. Ello se traduce en su costo fijo importante para los productores.

Según los resultados de (BERNAL & CECCHINI, 1998, pág. 178) mientras las exportaciones tradicionales crecieron a una tasa del 6,9% anual durante el periodo comprendido entre 1983 y 1995, la no tradicionales a terceros países lo hicieron a una tasa del 20,3% por año, lo cual refleja la importancia que ha tenido el programa de promoción de este tipo de exportaciones en Costa Rica. Las exportaciones no tradicionales opina (GÓMEZ & MOTIVA, 2010), que las exportaciones no tradicionales, conocidas históricamente como “otras exportaciones” aumentaron su participación dentro del total de las exportaciones colombiana a partir de la década del setenta. Sin embargo, esta clasificación ha ido cambiando a través del tiempo. El banano orgánico es producido principalmente por pequeños agricultores, a nivel mundial. Comenta (AGUILAR, BLANCAS, & YULAN, 2012) que el mercado ecuatoriano muestra un gran crecimiento en los últimos 4 años la tasa promedio de crecimiento anual ha sido de 50%. En el año 2002 las exportaciones de banano orgánico fueron de 141.500 toneladas métricas, representando el 1.16% de las exportaciones totales.

El autor (CEDEÑO & ROSADO, 2012) menciona que El Ecuador, es un país con un alto nivel de dependencia agrícola que dentro de sus oportunidades al realizar cultivos de cacao orgánico está tomado en cuenta que es el mayor productor de cacao fino de aroma, que tiene una historia relevante en la economía nacional y ha sido desde siempre la base de la economía familiar campesina. La Unión Europea es donde existe mayor parte de la demanda industrial del cacao orgánico como es Alemania, Holanda y Francia y Estados Unidos se provee a través de los importadores europeos.(AVELLANEDA, NIETO, ORTIZ, & ORJUELA, 2012) la gestión de la actividad exportadora de las empresas colombiana y en particular de las pequeñas y medianas, es un campo de estudio precariamente observado desde el punto de vista empírico, persistiendo grandes vacíos acerca de las prácticas y principios desarrollados o adaptados por las empresas exportadoras y de cómo estos influyen en sus resultados.

(OLIVERA & VIURRARENA, 2011) en su opinión la Organización Mundial de Aduana (OMA) es un organismo internacional cuya finalidad es apoyar a los países miembros (174 integrantes) en la cooperación y comunicación para el desarrollo y mejora de la actividad aduanera, por medio del establecimiento de procedimientos aduaneros consensuados y a la asistencia técnica. En cuanto a los medios de pago documentarios utilizados por el exportador para dar paso a la mercadería y al pago correspondiente, opina (SERANTES, 2011) que los documentos comerciales que dan acceso a la mercancía (factura, conocimiento de embarque, etc.) son entregados por el exportador en su banco para que

directamente proceda a su entrega a éste último siempre y cuando realice su pago o suscriba el compromiso de pago futuro si así es lo acordado.

La importancia del comercio latinoamericano, radica en los beneficios que brinda el comercio internacional(MENDOZA, HERNÁNDEZ, & PEREZ, 2014)comenta permitir a un país que cuente con mayores bienes que los que podrían producirse, con la utilización escasa de recursos productivos, que es más favorable la relación real de intercambio para un país, y que sea beneficio para el comercio internacional en comparación con los demás países. Los términos de comercialización, mercadotecnia o marketing son sinónimos; todos ellos hacen referencia a aquellas actividades de la empresa que tienen como objetivo conocer cuáles son las necesidades de los clientes y satisfacerlas. Cabe destacar que el empresario debe contar con un plan de mercadeo para las operaciones locales y dentro del plan estratégico de la compañía y para el desarrollo de la información se debe tener muy en cuenta cuál es el mercado meta, de cómo se distribuye el producto, tipo de promoción.

Para la preselección de mercados, (CONTRERAS, 2013) señala el autor que para delimitar un mercado objetivo es necesario realizar una matriz de pre escogimiento de mercados. En lo que se refiera a los acuerdos bilaterales entre países de América Latina y países desarrollado, (BÁRCENA, 2010) manifiesta en su libro que desde que entró en vigor el TLCAN en 1994, convirtiéndose así en el primer acuerdo de libre comercio del mundo entre países desarrollados y en desarrollo que incluía disposiciones sobre el comercio de servicios, en las Américas se han celebrado otros acuerdos que continuaron esta tendencia. Con relación a la implementación del regionalismo abierto (SERBIN, MARTINEZ, & RAMANZINI) concluye que ha sido en primer lugar altamente parcial y selectiva. A pesar de la ampliación de la agenda a diferentes áreas de política, la liberación comercial ha sido el tema más importante y sus resultados han sido disímiles. MERCOSUR, CAN Y SICA establecieron áreas de libre comercio con una amplia cobertura en bienes, pero un número de excepciones y barreras no arancelarias aún permanecen.

(FERRARO & STUMPO, 2010) El programa Brasil Exportador, inaugurado en noviembre de 2003, es el gran “paraguas” de las actividades de inserción externa. Tiene por finalidad desburocratizar y reducir los costos, aumentar la intensidad tecnológica y diversificar las exportaciones.

## **1.2.2 Análisis del contexto y desarrollo de la matriz de requerimientos.**

La agricultura orgánica se presenta como una actividad económica emergente e importante, en la que participa un número creciente de pequeños productores, como es el caso de UROCAL ilustra el carácter diversificado de la producción ecológica y ello responde al criterio de articular la conservación y manejo adecuado de los servicios de los ecosistemas con una producción agrícola que genere beneficios económicos. En efecto UROCAL atraviesa en los actuales momentos por costos de producción altos y una competencia desleal, además de tener que cumplir con los requisitos tal y como lo ilustran Ebel, R; Fuglie, K; Korb, P; Livinston, M, Nickerson, C & Sandretto C., sobre los protocolos y requisitos que establece el departamento de agricultura de Estados Unidos como también las agencias reguladoras de Canadá, Europa y Asia y que los productores tienen que invertir para atender las exigencias y esto les ocasiona un costo fijo importante.

### **1.2.2.1 El comercio internacional en la provincia de El Oro**

La Unión Regional de Organizaciones Campesinas del Litoral UROCAL, obtuvo su vida jurídica en el contexto de la Reforma agraria y el proceso de legalización de tierras en El Ecuador, en el año 1973.

Desde 1993 la UROCAL se plantea la puesta en marcha de una estrategia que le permita pasar de la sobrevivencia hacia condiciones de desarrollo humano sostenible, guardando una relación armónica con el ambiente, redefiniendo su rol, lograr el apalancamiento de procesos de desarrollo socio-económico y/o de ejecución de programas y proyectos específicos. La Unión Regional de Organizaciones Campesinas del Litoral UROCAL es una organización regional de pequeños y medianos productores rurales, su finalidad es el desarrollo humano, busca mercados y rentabilidad, ejecuta proyectos de producción limpia, en armonía con el ambiente, está dedicada a la protección y mejoramiento de la situación de determinados grupos para el mejoramiento de su calidad de vida. Esta organización tiene sus principales mercados de exportación Alemania, Canadá, Estados Unidos y Francia y aspira abrir más mercados con sus productos orgánicos de buena calidad en el mundo. UROCAL cubre tres zonas importantes del Sur del Ecuador: El Oro, Guayas y Azuay. EL ORO: Santa Rosa: Tamarindo, Bella María, Talaburo; El Guabo: Chimborazo, Tendales, Barbones, Pagua; Machala: La Iberia, Pajonal, Rosa de Oro, Corralitos, La María, Porvenir. GUAYAS: Puerto Inca: Costa Azul, Lechugal, Mata de Plátano; Balao: Calderón, Las Palmas, La Libertad, Río Balao, La Florida, San Antonio, San Juan. AZUAY: Ponce Enríquez: Shumiral, Independencia. Actualmente son 600 socios y socias de organizaciones productoras de banano, cacao, asociación de mujeres, de jóvenes, caja de ahorro y crédito. Llevan a cabo el programa de capacitación de promotores y promotoras en agricultura sostenible y soberanía alimentaria, apoyado por la entidad Alemana "PAN PARA EL MUNDO", la organización de feria locales y sistemas de comercialización solidaria. Los productores Agro-ecológicos de UROCAL, han creado el primer negocio de esta modalidad logrando la aceptación masiva de la gente, que ve con buenos ojos la comercialización de productos directamente con los productores.

<b>MATRIZ DE REQUERIMIENTOS</b>			
<b>NECESIDADES</b>	<b>NIVEL DE CUMPLIMIENTO</b>	<b>ARGUMENTACIÓN</b>	<b>ALTERNATIVA</b>
El incremento de mercados de exportación.	No se realiza planes para el incremento de mercados internacionales	Demostrar que UROCAL está en la capacidad de satisfacer las necesidades planteadas.	Realizar un plan de exportación
Posicionamiento en el ámbito económico internacional.	No se realiza estrategias de entrada a otros mercados.		Alcanzar mayor mercado y rentabilidad

### **1.2.2.2 Sistema de exportaciones en el sistema ECUAPASS**

La declaración aduanera de exportación es el formulario en el que se registran las exportaciones que se deben presentar en el distrito aduanero para formalizar la exportación, donde se anexan los documentos de soporte necesarios para la exportación. Se realizará la declaración aduanera de exportación DAE 40. La declaración de exportación se presenta después de salida la mercadería del aeropuerto o puerto. Con este sistema ECUAPASS, se establece que lo primero a realizar es la declaración y una vez que la mercadería haya ingresado al depósito temporal se procederá al Aforo de los productos, luego la salida y finalmente la presentación de manifiesto.

### **1.2.3 Selección de requerimientos a intervenir**

De las necesidades de UROCAL se han seleccionado las dos temáticas presentadas en la matriz porque con el plan de exportación considerado para el proceso documentario, se logra alcanzar mayor mercado y rentabilidad para la Unión Regional de Organizaciones Campesinas del Litoral:

- a) La empresa mantiene una competencia desleal
- b) Los costos de producción son altos

### **1.3. Justificación**

El presente trabajo se lo realiza por la importancia que éste representa, al desarrollarse planes de exportación para el mejoramiento en la presentación de documentos de los productos a ser enviados a otros países y mercados. Al realizar las operaciones comerciales e internacionales, se benefician mutuamente los países involucrados al posicionar mejor sus productos e ingresar a mercados extranjeros. Como lo menciona (BOZA & FERNANDEZ, 2014, pág. 67) que no se genere obstáculos innecesarios al comercio internacional. El plan de exportación asiste en la planeación de la viabilidad de la empresa, determina mercados, competencias, precios del mercado internacional, productos en demanda, logística y otras actividades necesarias durante la exportación. (COELLO, 2014, pág. 17) recalca que los países latinoamericanos deberían empezar por fortalecer las políticas económicas nacionales para poder alcanzar el desarrollo, preocupándose por las

necesidades locales, para después abrirse a mercados internacionales. La estructura del plan de exportación consta los objetivos, los antecedentes, situación de la empresa, evaluación de oportunidades de mercados existentes, creados y futuros.

En el plan de acción se describe el producto, las ventas y la promoción. Es necesario mencionar la macro rueda de negocios de Ecuador, una decisión muy acertada tanto para estimular el aparato económico del país como para el crecimiento individual de las empresas que participan en ella.

Familiarizar a UROCAL con el Servicio de Desarrollo Empresarial (SDE) para el proceso de formulación de un plan de exportación como instrumento de gestión en el que se establecen objetivos y metas de exportación, además del programa de futuras acciones o actividades técnicas y de gestión que alcanzar en un determinado periodo de tiempo. Lo que motiva a desarrollar el presente informe es lograr el éxito en la gestión moderna de negocios internacionales que el empresario debe mejorar en su planeamiento y ejecución del proceso de inserción internacional.

## CAPÍTULO II

### 2.1 PROPUESTA INTEGRADORA.

#### 2.1.1 Descripción de la propuesta.

Para que la presente propuesta se la realice eficazmente, denominada PLAN DE EXPORTACIÓN PARA EL PROCESO DOCUMENTARIO DE LA ASOCIACIÓN UROCAL EN LA PROVINCIA DE EL ORO, es necesario cumplir con el orden ya establecido para tal efecto.

- a) Objetivos y metas de exportación en términos de productos, volúmenes, valor y mercados
- b) Actividades técnicas y de gestión
- c) Análisis de la viabilidad económica y financiera.

La propuesta involucra parámetros aplicados en la actualidad para ganar mercados internacionales, el mismo que se logra ofertando productos de muy buena calidad. La formulación y ejecución del plan de exportación para UROCAL se requiere de creatividad, capacidad de síntesis, vocación de trabajo y capacidad de seguimiento, considerando que el plan de exportación es un documento de trabajo sencillo, concreto y dinámico, siempre sujeto a ser mejorado continuamente. En el plan de exportación para el proceso documentario se define y se describe las actividades a desarrollar en cada área de gestión registrados en un cronograma con sus respectivas responsabilidades. Seleccionar ferias y misiones comerciales dentro del plan de mercadeo y a la vez presupuestar estas actividades, definir las actividades que permitan cumplir con los objetivos y metas establecidas tales como el desarrollo de productos, diseño, insumos, costos, mejorar los procesos, organización, tecnología, programación y control, diseño del sistema de embalaje y rotulado, análisis de mercados y los canales comerciales, definición de planes de cuentas, analizar costos y precios de exportación, elaboración de estados financieros proyectados, cuantificación de necesidades de capital de trabajo e inversiones. capacitación al personal y socios. Logística de la distribución física internacional y el transporte internacional de carga.

Actividad	Mes 1				Mes 2				Mes 3			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Producción y gestión de calidad</b>												
Mejoras de sistemas de producción y distribución de planta												
Diagnóstico de Gestión de Calidad												
Implementación de programas de control de producción y calidad												
<b>Mercadeo</b>												
Análisis de mercado												
Implementación de Unidad de Comercio Exterior												
Preparación de agenda para feria												
<b>Capacitación</b>												
Capacitación de RRHH en Buenas Prácticas de Envase y Embalaje												

### **2.1.2 Objetivos de la propuesta.**

Alcanzar mayor mercado y rentabilidad por parte de los pequeños y medianos productores rurales para el mejoramiento de su calidad de vida con la presentación oportuna de los documentos que hacen parte del proceso de exportación.

### **2.1.3 Componentes estructurales.**

La dirección del proceso para exportar los productos orgánicos de UROCAL se detallan:

- ❖ Analizar la vocación productiva
- ❖ Identificar la oferta actual y potencialmente exportable
- ❖ Establecer la competitividad en la especialización y reducción de productos y mercados.
- ❖ Evaluar la gestión integral de UROCAL
- ❖ Evaluar los recursos humanos y materiales que dispone
- ❖ Identificar los mercados internacionales y sus requerimientos.

### **2.1.4 Fases de implementación.**

Para la implementación de la propuesta se consideran los siguientes puntos:

- ❖ Determinar la situación actual de UROCAL
- ❖ La selección de productos
- ❖ Selección de mercados
- ❖ Metas de exportación
- ❖ Plan de trabajo
- ❖ Análisis de viabilidad financiera y económica
- ❖ Impacto esperado

### **2.1.5 Recursos logísticos.**

Incluye elaborar tareas de planificación y gestión de recursos.

Se planifica y se establece estrategias para conocer las expectativas que puedan tener los clientes y para lograr ingresar a nuevos mercados es necesario saber cuáles son los niveles de satisfacción, como se forman las expectativas y en qué consiste el rendimiento percibido de los clientes.

Entre las principales expectativas sobre la empresa UROCAL y los productos se refiere a:

- a) La calidad: buena calidad del producto
- b) Precio: Los compradores prefieren precios bajos
- c) Garantías: Tener servicios de pre y post venta
- d) Accesibilidad: Facilitar a los clientes el contacto con la empresa
- e) Comunicación: comunicación con el cliente
- f) Seguridad: Mantener al cliente libre de riesgos y dudas

## **CAPÍTULO III**

### **3.1 VALORACIÓN DE LA FACTIBILIDAD**

Se comprueba la relación que existe entre la apertura a mercados internacionales con el crecimiento económico para el Ecuador que es precisamente lo económico ligada a las exportaciones. Al sustentar la economía básicamente en las exportaciones de allí la importancia de la diversidad y la cantidad de importaciones al país se complica a la hora de financiar las compras al extranjero.

#### **3.1.1 Análisis de la dimensión Técnica de implementación de la propuesta.**

El análisis técnico es necesario para la implementación de la propuesta porque identifica las inversiones para conocer cuándo entrar a operar, es una herramienta para prever el comportamiento de los mercados financieros.

#### **3.1.2 Análisis de la dimensión Económica de implementación de la propuesta.**

Para implementar la propuesta en mención, se requiere de recursos humanos, físicos, económicos y organización del tiempo, incluyendo el aspecto logístico.

Lugar de investigación: Machala

Período de la investigación: 20 días

Recursos utilizados:

- a) Humanos: La investigadora
- b) Físicos: Lapto, impresora, hojas bond A4
- c) Recursos económicos: Presupuesto y financiamiento
- d) Cronograma:

#### **3.1.3 Análisis de la dimensión Social de implementación de la propuesta.**

El comercio internacional juega un papel importante en el crecimiento de la economía de nuestro país, lo que es conocido que gracias al comercio El Ecuador recibe no sólo productos sino también tecnología y conocimientos necesarios para incrementar y mejorar la producción nacional.

#### **3.1.4 Análisis de la dimensión Ambiental de implementación de la propuesta.**

Para el diseño del plan de exportación no se requiere del análisis de la dimensión ambiental para la implementación de la propuesta, pero si UROCAL debe contar con un plan de política ambiental y dar seguimiento a los diferentes impactos ocasionados por la empresa.

## **3.2 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.**

### **3.2.1 Conclusiones**

- ❖ El mercado de productos certificados es una oportunidad para la inclusión de pequeños productores afectados por las estructuras tradicionales del comercio internacional.
- ❖ Debido a los costos, las posibilidades de ingresar a nuevos mercados son muy poco accesibles si es en forma individual al no poder completar los volúmenes para exportar.
- ❖ UROCAL presenta desmejoramiento en la productividad y en la tecnología y por consiguiente decadencia en la capacitación a los productores que debe ser de forma permanente.
- ❖ No mantienen alianzas más firmes con el Gobierno en la aplicación de nuevas políticas y leyes que existen en el país.

### **3.2.2 Recomendaciones**

- ❖ Mantener relaciones directas, sin ninguna intervención con el apoyo de los acuerdos comerciales con importadores directos que les permita el comercio con un valor estable de sus productos.
- ❖ Mantener el equipo de trabajo y socios que tiene UROCAL para poder ingresar al mercado internacional con el volumen completo de producción
- ❖ Mejoramiento en la productividad e innovación tecnológica y a la vez la respectiva capacitación a los productores.
- ❖ Que sean implementadas las nuevas políticas y leyes que existen en el país para el mejoramiento de las condiciones de vida de banano y del cacao.

### 3.3 REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

#### Bibliografía

- REGISTRO OFICIAL SUPLEMENTO 351. (29 de 12 de 2010). Obtenido de <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/03/C%C3%B3digo-Org%C3%A1nico-de-la-Producci%C3%B3n-Comercio-e-Inversi%C3%B3n.pdf>
- AGENCIA PUBLICA DE NOTICIAS DEL ECUADOR Y SURAMERICA, ANDES. (26 de 10 de 2015). Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/ecuador-en-el-mundo>
- AGUILAR, L. M., BLANCAS, E., & YULAN, N. (2012). *PROYECTO DE INVERSION PARA EL DESARROLLO DE LA PRODUCCION DE BANANO ORGANICO ECUATORIANO Y SU EXPORTACION A HAMBURGO-ALEMANIA*. GUAYAQUIL.
- AVELLANEDA, R., NIETO, M., ORTIZ, W., & ORJUELA, C. (2012). *COMO LOGRAR EL EXITO EN EL JUEGO EXPORTADOR GLOBAL. PYMES EXPORTADORAS QUE PERDURAN Y SOBRESALEN EN COLOMBIA*. COLOMBIA-BOGOTA: UNIVERSIDAD EAN.
- BÁRCENA, A. (2010). *TEMAS CONTROVERSIALES EN NEGOCIACIONES COMERCIALES NORTE-SUR*. CHILE: CEPAL.
- BERNAL, R., & CECCHINI, P. (1998). INTEGRACION Y COMERCIO. *INSTITUTO PARA LA INTEGRACION DE AMERICA LATINA Y EL CARIBE*.
- BORREA, B. P. (2011). LA LEY DE PROMOCIÓN Y DEFENSA DE LA COMPETENCIA No. 18.159 FRENTE A LA POTESTAD DE AL ASOCIACION DE ESCRIBAMOS DEL URUGUAY RESPECTO DEL ARANCEL . *CONFLICTOS JURIDICOS APARENTES*.
- BOZA, S., & FERNANDEZ, F. (2014). CHILE FRENTE A LA REGULACIÓN SOBRE MEDIDAS NO ARANCELARIAS DE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO. *ESTUDIOS INTERNACIONALES-UNIVERSIDAD DE CHILE*, 82.
- CEDEÑO, E., & ROSADO, R. (2012). *EL CACAO ORGANICO COMO PRODUCTO DE FORTALECIMIENTO SOCIOECONÓMICO EN EL RECINTO FUMISA*. Guayaquil.
- COELLO, C. D. (2014). *ESTUDIO DE MERCADO DE EXPORTACION DE PALMITO EN CONSERVA A SINGAPUR*. GUAYAQUIL.
- CONTRERAS, J. (2013). *FACTIBILIDAD DE CREAR UNA EMPRESA PRODUCTORA, COMERCIALIZADORA Y EXPORTADORA DE BOCADILLO (DULCE DE GUAYABA) BOCADILLO CANDELAREÑO HACIA MIAMI ESTADOS UNIDOS*. CALI.
- FERRARO, C., & STUMPO, G. (2010). *POLITICAS DE APOYO A LAS PYMES EN AMERICA LATINA*. SANTIAGO DE CHILE: NACIONES UNIDAS CEPAL.

- GARCIA, J. L., SALAZAR, E., ORONA, I., FORTIS, M., & TREJO, H. (2010). *AGRICULTURA ORGANICA*. MEXICO: DURANGO.
- GÓMEZ, H., & MOTIVA, M. (04 de 2010). INSTITUCIONALIDAD Y ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO EXPORTADOR Y LA INNOVACION EN COLOMBIA:DIAGNOSTICO INICIAL. *COMISION ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (CEPAL)*.
- GÓMEZ, R., & MORALES, M. (2012). LA AGRICULTURA ORGANICA: LOS BENEFICIOS DE UN SISTEMA DE PRODUCCIÓN SOSTENIBLE.
- GONZALEZ, R. (2011). *DIFERENTES TEORIAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL*. ICE.
- MENDOZA, S., HERNÁNDEZ, J., & PEREZ, J. (2014). *LA IMPORTANCIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL EN LATINOAMERICA*.
- OLIVERA, A., & VIURRARENA, P. (2011). *GESTION DE LA SEGURIDAD EN EL COMERCIO INTERNACIONAL COMO UNA HERRAMIENTA DE COMPETITIVIDAD*. NORTEAMERICA: INNOTEK GESTION.
- ORTEGA, G. A. (03 de 2010). LA INTERNACIONALIZACION DE LA EMPRESA ESPAÑOLA Y AL DECISION DE EXPORTAR COMO SOLUCIÓN A LA CRISIS. *REVISTA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURIDICAS DE ELCHE*, 88-111.
- RUALES, A. (2010). GUIA COMERCIAL DE CHILE.
- SERANTES, S. P. (2011). *EL COBRO SEGURO DE LA EXPORTACIÓN. LOS MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES*. ESPAÑA: ICEX.
- SERBIN, A., MARTINEZ, L., & RAMANZINI, H. (s.f.). EL REGIONALISMO POST LIBERAL EN AMERICA LATINA Y EL CARIBE:NUEVOS ACTORES, NUEVOS TEMAS,NUEVOS DESAFIOS. *ANUARIO DE LA INTEGRACION REGIONAL DE AMERICA LATINA Y EL GRAN CARIBE 2012*.
- SOTO, M. (10 de 2011). NUEVAS TECNOLOGIAS SOBRE DESARROLLO SOSTENIBLE EN EL CULTIVO DEL BANANO. *BRAS FRUTIC JABOTICABAL*.
- TORO, J., & ALONSO, G. (2015). EL IMPACTO DEL TRATADO LIBRE COMERCIO CON ESTADOS UNIDOS (TLC)EN LA BALANZA DE PAGOS HASTA 2010.
- Zamora, T. A. (2013). *COMPETITIVIDAD DE LA ADMINISTRACIÓN DE LAS ADUANAS EN EL MARCO DEL COMERCIO INTERNACIONAL*.

# **ANEXOS**

## **GLOSARIO**

### **COMERCIALIZACIÓN**

Es la acción y efecto de comercializar, poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta.

### **COMERCIO INTERNACIONAL**

Suele ser utilizado como sinónimo mundial o comercio exterior. Esta modalidad comercial implica la existencia de economías abiertas.

### **ESTRATEGIA COMERCIAL**

Están relacionadas principalmente con el comercio exterior ya que a través del mismo se da la transacción de bienes, pero para que un país pueda lograr abarcar el mercado es necesario mantener una constante renovación en la aplicación de las estrategias debido a que los avances generados diariamente conllevan a que la competitividad entre los países sea reñida.

### **ESTRATEGIA COMPETITIVA**

Consiste en desarrollar una amplia fórmula de cómo la empresa va a competir, cuáles deben ser sus objetivos y qué políticas serán necesarias para alcanzar tales objetivos.

### **EXPORTACIÓN**

Implica transferir legalmente el dominio de una mercancía nacional o nacionalizada para su uso o consumo en el exterior, abarcando los servicios, el transporte y otras figuras asimiladas por ley.

### **PLANES DE EXPORTACIÓN**

Es una herramienta imprescindible para cualquier empresa que quiera iniciar o consolidar su posición en mercados exteriores. El objetivo del plan es dar respuesta a las principales cuestiones que se plantan en la elaboración y puesta en práctica de la estrategia comercial internacional

### **PRODUCTOS ORGÁNICOS**

Llamados también productos ecológicos o biológicos, son productos vegetales, animales o sus derivados, que se producen y elaboran con sustancias naturales.

MyWay x Universidad Técnica de I x Red de Revistas Científicas x MjUrkund 7% de similitud x D16042337 - TRABAJO TI x Outlook.com - isabel771 x

← → C <https://secure.orkund.com/view/16093800-892384-897439#DcdxCoAwDAXQuZT+SILWmPQq4IBFpYND0op318d7685UVob88aKQB8UyKCBhMTmGFY48rotKu3s9W914h>

**URKUND**

Document: [TRABAJO TITULACION MARYURY.docx](#) (D16042337)

Submitted: 2015-11-05 14:30 (-05:00)

Submitted by: maryury10@hotmail.com

Receiver: jiriquet.2ubnac@analysis.orkund.com

Message: trabajo titulación Maryury [Show full message](#)

7% of this approx. 15 pages long document consists of text present in 6 sources.

**List of sources**

Rank	Path/Filename
1	<a href="#">Informe conecta final.docx</a>
2	<a href="#">Jacome.docx</a>
3	<a href="http://www.andes.info.ec/es/ecuador-en-el-mundo">http://www.andes.info.ec/es/ecuador-en-el-mundo</a>
4	<a href="#">TESIS MAHEWA VELEZ.docx</a>
5	<a href="http://vmlon.niod.com/Planestrategia ESTRATEGIA_conco.pdf">http://vmlon.niod.com/Planestrategia ESTRATEGIA_conco.pdf</a>
6	<a href="http://www.scsm.gov.ec/wp-content/uploads/2013/03/C4fC3983d9g-0rghC394bnc0-de-1">http://www.scsm.gov.ec/wp-content/uploads/2013/03/C4fC3983d9g-0rghC394bnc0-de-1</a>

300% Active ✓ External source: <http://www.andes.info.ec/es/ecuador-en-el-mundo> 100%

la embajadora en Francia, María de la Paz Donoso, señaló en entrevista con ANDES que este año las exportaciones ecuatorianas hacia el país europeo aumentaron en un 10% y se dan pasos para elevar las inversiones francesas en esta nación andina". 1.1.4.

Productos orgánicos Son aquellos productos que para ser producidos se utilizan técnicas no contaminantes el mismo que reúne una serie de requisitos: • Que no use productos químicos en su elaboración • Que se realicen prácticas para conservar la tierra y sus nutrientes • Que cuenten con certificación vigente avalada legalmente • Que use los recursos naturales. Con todas estas especificaciones lo que se logra es un producto limpio de residuos químicos, con valor nutricional y que proteja el medio ambiente. La certificación es la seguridad que tiene el consumidor de que está adquiriendo un producto realmente orgánico. El Ecuador alcanza un alto índice de exportación de banana orgánica, así lo manifiesta CITATION SOT10 \l12298 (SOTO, 2011) algunos proyectos de cultivo orgánico en Ecuador, con altas tecnologías de producción, alcanzan productividades de 2500 cajas por hectáreas por año, de un producto de muy buena calidad. Comenta además que todo producto considerado orgánico comercializado en mercados internacionales debe ser revisado y a la vez debe llevar el término orgánico escrito en la etiqueta. 1.1.5 Planes de exportación El plan de exportación es el documento que guía todo el esfuerzo de la empresa, le indica hacia donde debe ir, y como llegar al mercado internacional. Es definir con claridad la estrategia de entrada al mercado el que tiene que ser sencillo, realista y congruente. El propósito de los planes de exportación son variados, entre ellos el utilizar al plan como guía operativa, tener el acceso a financiamiento, el atraer a los inversionistas, socios y colaboradores, es evaluar la factibilidad para el mejoramiento del proyecto, es identificar los riesgos, las oportunidades, es determinar las ventajas competitivas, definir las fortalezas y debilidades. El contenido de los planes de exportación debe constar el nombre de la empresa, el producto, a dónde va, a qué mercado internacional, las decisiones y los aspectos logísticos y financieros. 1.1.6 Exportación Según la opinión de CITATION ORT1102 \p93 \l12298 (ORTEGA, 2010) párr. 93. las razones que inicialmente nos pueden hacer pensar que las exportaciones son operaciones más

21:53 05/11/2015