



UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO

NOMBRE DE LA CARRERA: NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTOR

CARLOS ANDRÉS SILVA PINCAY

TÍTULO DEL TRABAJO

**"PLAN ESTRATÉGICO DE EXPORTACIÓN PARA
PRODUCTOS INDUSTRIALIZADOS DERIVADOS DEL**

PLÁTANO VERDE

DESDE EL CANTÓN NARANJAL PARA LA CIUDAD

DE TORONTO - CANADÁ"

Trabajo de Conclusión de Carrera
(T.C.C.) presentado como requisito
parcial para la obtención del grado en
Licenciatura de Negocios
Internacionales

GUAYAQUIL, 2023

Ficha Catalográfica

S. Pincay, Carlos, Plan Estratégico de Exportación para Productos Industrializados Derivados del Plátano Verde desde el cantón Naranjal para la ciudad de Toronto - Canadá. Guayaquil: UPCACÍFICO, 2023, 81 páginas. Mg. Fabrizio Andrade (Trabajo de Titulación-TT. Presentado a la Facultad de Negocios y Economía de la Universidad Del Pacífico).

Resumen: La investigación se realizó bajo el objetivo de desarrollar un plan técnico y económico de exportaciones de productos industrializados derivados del plátano a Canadá. El problema que se planteó fue el de que los productores ecuatorianos de plátano deben buscar alternativas para aprovechar la gran cantidad de producto orgánico que se ha desarrollado y en lugar de exportar materia prima, sean bienes industrializados que den valor agregado y, por ende, mayores ingresos de dólares a la economía del país. Canadá es muy competitivo debido a la gran migración de latinos a ese país. La oportunidad se hizo con un estudio previo del mercado, cuya conclusión principal fue que tanto el plátano empacado al vacío, chips, patacones y harina. La factibilidad económica y financiera de este tipo de exportación es viable.

	ENTREGA DE TRABAJO (CONCLUSIÓN DE CARRERA DE GRADO)	Fecha: 09/07/2015
	PA-FR-67	Versión: 001
		Página: 1 de 1

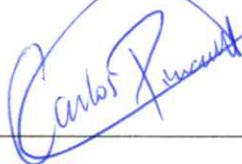
Declaración

Al presentar este Trabajo de Titulación como uno de los requisitos previos para la obtención del grado de Licenciatura en Negocios Internacionales de la Universidad Del Pacífico, hago entrega del documento digital a la Biblioteca de la Universidad.

El estudiante certifica estar de acuerdo en que se realice cualquier consulta de este Trabajo de Titulación dentro de las Regulaciones de la Universidad, acorde con lo que dictamina la L.O.E.S. 2010 en su Art. 144.

Conforme a lo expresado, adjunto a la presente, se servirá encontrar dos copias digitales de este Trabajo de Titulación para que sean reportados en el Repositorio Nacional conforme lo dispuesto por el SENESCYT.

Para constancia de esta declaración, suscribe



Carlos Andrés Silva Pincay

Estudiante de la Facultad de Negocios y Economía

Universidad del Pacífico

Fecha:

Título de T.C.C.: Plan Estratégico de Exportación para Productos Industrializados Derivados del Plátano Verde desde el cantón Naranjal para la ciudad de Toronto - Canadá

Autor: Carlos Andrés Silva Pincay

Tutor: Máster Fabrizio Andrade

Miembros del Tribunal:

Fecha de calificación:

INDICE GENERAL

TABLA DE CONTENIDO

Ficha Catalográfica	ii
Declaración	iii
Ficha de Registro de Tesis	¡Error! Marcador no definido.
INDICE GENERAL.....	iv
Índice de Figuras	vii
Índice de Tablas	vii
Resumen.....	viii
Abstract	ix
Introducción	1
Capítulo I.....	3
1 Problema de Investigación	3
1.1 Planteamiento del problema.....	3
1.1.1 Formulación del problema	10
1.1.2 Sistematización del problema	11
1.2 Objetivos de la investigación	11
1.2.1 Objetivo general.....	11
1.2.2 Objetivos específicos	11
1.3 Justificación.....	12
1.4 Viabilidad del proyecto	13
1.5 Delimitación.....	15
Capítulo II	17
2 Marco Teórico Referencial	17
2.1 Internacionalización de Empresas y Exportación	17
2.1.1 Concepto de Internacionalización	17
2.1.2 Motivaciones para la Exportación.....	20

2.1.3	Beneficios y Desafíos de la Exportación	23
2.1.4	Desafíos de la Exportación de Productos Industrializados de Plátano Verde desde Ecuador.....	26
2.2	Planificación Estratégica.....	27
2.2.1	Planificación Estratégica de Exportación.....	27
2.3	Comercio Internacional y Acuerdos Comerciales.....	34
2.3.1	Relaciones Bilaterales entre Canadá y Ecuador.....	35
2.3.5	Marco Legal y Regulatorio	36
2.4	Características del Mercado Canadiense.....	37
2.4.1	Demanda del Consumidor.....	37
2.4.2	Competencia y Posicionamiento	37
2.4.3	Consideraciones Ambientales y Sociales.....	37
Capítulo III	39
3	Metodología de la Investigación	39
3.1	Diseño de la investigación	39
3.2	Tipo de investigación	40
3.3	Enfoque de la investigación	40
3.4	Técnica de investigación.....	40
3.4.1	Observación documental.....	40
3.5	Población y muestra de estudio.....	41
3.6	Resultados encontrados.....	42
3.6.1	Datos del país destino.....	42
3.6.2	Subpartida arancelaria.....	42
3.6.3	La demanda de plátanos verdes en Canadá.....	43
3.6.4	La oferta de plátanos verdes en Canadá.....	44
3.6.5	Los precios de los plátanos verdes en Canadá	45

3.6.6	Consumo	46
Capítulo IV		50
4	Plan Estratégico de Exportación de Plátano Verde Industrializado a Toronto	50
4.1	Procesos de industrialización	50
4.2	Proceso de exportación	52
4.2.1	Objetivos del plan	53
4.2.2	Público objetivo	53
4.2.3	Productos derivados de la industrialización.....	55
4.2.4	Precio del producto	56
4.2.5	Transporte (Plaza).....	57
4.2.6	Promoción	58
4.2.7	Ejecución.....	59
4.2.8	Medición	59
4.2.9	Acciones adicionales.....	60
Capítulo V		61
Conclusiones y Recomendaciones		61
4.3	Conclusiones	61
4.3.1	Sustentos teóricos y empíricos	61
4.3.2	Estudio de mercado internacional	62
4.3.3	Aspectos relevantes en el área técnica y económica.....	63
4.4	Recomendaciones.....	63
4.5	Conclusiones generales	64
Referencias.....		65

Índice de Figuras

<i>Figura 1. Arancel del banano para el ingreso a Canadá</i>	43
--	----

Índice de Tablas

Tabla 1 Datos económicos de Canadá	42
Tabla 2. <i>Consumo per cápita de plátano en Canadá 2022</i>	47
Tabla 3. Principales compradores de plátano en Canadá	54

Resumen

La investigación se realizó bajo el objetivo de desarrollar un plan técnico y económico de exportaciones de productos industrializados derivados del plátano a Canadá. El problema que se planteó fue el de que los productores ecuatorianos de plátano deben buscar alternativas para aprovechar la gran cantidad de producto orgánico que se ha desarrollado y en lugar de exportar materia prima, sean bienes industrializados que den valor agregado y, por ende, mayores ingresos de dólares a la economía del país. Canadá es muy competitivo debido a la gran migración de latinos a ese país. La oportunidad se hizo con un estudio previo del mercado, cuya conclusión principal fue que tanto el plátano empacado al vacío, chips, patacones y harina. La factibilidad económica y financiera de este tipo de exportación es viable.

Palabras clave: Plátano, exportación, Canadá, Ecuador, plan exportación.

Abstract

The research was carried out with the objective of developing a technical and economic plan for exports of industrialized products derived from bananas to Canada. The problem that arose was that Ecuadorian banana producers must look for alternatives to take advantage of the large amount of organic product that has been developed and instead of exporting raw materials, they must be industrialized goods that provide added value and therefore, greater income. of dollars to the country's economy. Canada is very competitive due to the large emigration of Latinos to that country. The opportunity was made with a previous study of the market, whose main conclusion was that both vacuum-packed bananas, chips, patacones and flour. The economic and financial feasibility of this type of export is viable.

Keywords: Banana, export, Canada, Ecuador, export plan.

Introducción

En un mundo cada vez más globalizado, la exportación de productos agroindustriales se ha convertido en una oportunidad fundamental para el crecimiento económico y el desarrollo sostenible de las comunidades locales (Alvarado, 2017). En este contexto, el cantón Naranjal, ubicado en la exuberante región costeña de Ecuador, se destaca como un importante centro de producción de plátano verde, un recurso natural valioso y versátil (León, 2022).

El presente documento tiene como objetivo presentar un Plan Estratégico de Exportación que permitirá a Naranjal incursionar de manera efectiva en el mercado internacional, con un enfoque particular en la ciudad de Toronto, Canadá. A través de un análisis exhaustivo de las oportunidades y desafíos, este plan busca establecer una hoja de ruta para la exportación exitosa de productos industrializados derivados del plátano verde, contribuyendo al crecimiento económico local y promoviendo la reputación de Naranjal como un referente en la producción de alimentos de alta calidad a nivel mundial.

En el primer capítulo, se establecen los parámetros que dan significado al plan aquí propuesto, es decir la fundamentación del problema y de los objetivos que se trazan en el documento, para cumplir con las normas de la investigación científica. La justificación, se basa en hechos estadísticos encontrados en los estudios hechos en el país sobre el Plan Estratégico de Exportación para productos industrializados derivados del plátano verde desde el cantón Naranjal con destino a la ciudad de Toronto en Canadá.

En el segundo capítulo se desarrolla un marco teórico referencial, que deja en claro todos los aspectos que redundan en el tema de las exportaciones, la fruta que se pretende exportar y la forma de reconocer que la ciudad y el país escogidos sean los adecuados. La información empírica que aquí se presenta, es citada de varios autores, lo que valida la autenticación de este documento.

El tercer capítulo comprende la metodología de la investigación, que sustenta la propuesta de planificación, desarrollada bajo los conceptos y sus definiciones, así como el problema planteado en el estudio, lo que estadísticamente ayuda a que los pasos que se desarrollen sean formes y precios al momento de exportar.

Al final, se diseña una propuesta de desarrollo de un plan estratégico de exportación, para productos industrializados derivados del plátano verde desde el cantón Naranjal para la ciudad de Toronto - Canadá", considerando el segmento a llegar, así como los canales de envío de las mercaderías, la infraestructura humana y de maquinaria necesaria para la industrialización de la fruta, cuya inversión se validará desde los aspectos financieros y económicos de la ingeniería económica.

Capítulo I

Problema de Investigación

1.1 Planteamiento del problema

El problema básicamente radica en que los productores ecuatorianos, aún siguen exportando fruta, sin buscar obtener valor agregado a las misma, lo que provoca una pérdida en la adquisición de dólares y retraso en la matriz productiva, quitando la oportunidad a que el desarrollo de la industria cree más oportunidades laborales en el Ecuador.

La exportación de plátano verde, en lugar de fruta sin valor agregado, puede tener un impacto económico significativo en varios aspectos. Los productos industrializados derivados del plátano verde, como snacks, harinas, chips, y otros, suelen tener un mayor valor agregado en comparación con la fruta sin procesar. Esto significa que los productos transformados pueden generar un mayor margen de beneficio por unidad exportada.

La exportación de productos industrializados permite la diversificación de la oferta y la capacidad de satisfacer una gama más amplia de demandas en los mercados de destino. Esto reduce la dependencia de un solo producto y brinda flexibilidad para adaptarse a las cambiantes preferencias de los consumidores. Al industrializar el plátano verde, es posible aprovechar subproductos que de otro modo se desperdiciarían. Esto puede aumentar la eficiencia económica y minimizar el desperdicio, contribuyendo al resultado final (Andrade, 2021).

Naranjal, un cantón ubicado en la provincia del Guayas en Ecuador, es reconocido por la calidad de su plátano verde. Ecuador en su conjunto es uno de los principales productores y exportadores de plátanos a nivel mundial, y Naranjal, junto con otras regiones costeras de Ecuador, ha ganado renombre por la alta calidad de su producción de plátano verde (Vaca, 2019).

Las condiciones climáticas, el suelo y la experiencia de los agricultores en Naranjal son factores que contribuyen a la calidad del plátano verde producido en la región. Además, el plátano verde de Naranjal se cultiva siguiendo prácticas agrícolas que cumplen con estándares de calidad y sostenibilidad, lo que lo hace atractivo para los mercados internacionales y para consumidores que buscan productos frescos y saludables. La reputación de Naranjal como productor de plátano verde de alta calidad ha contribuido al éxito de las exportaciones de esta fruta a mercados internacionales, donde es apreciada por su sabor y versatilidad culinaria. Los productores y exportadores de Naranjal han trabajado en establecer prácticas de cultivo y procesamiento que cumplen con estándares de calidad, lo que ha consolidado su posición en el mercado global de plátanos (León, 2022).

La exportación de productos industrializados puede ayudar a reducir la estacionalidad de la oferta, ya que muchos productos procesados tienen una vida útil más larga. Esto proporciona una fuente de ingresos más constante a lo largo del año. La industrialización del plátano verde puede generar empleo adicional en la cadena de producción y procesamiento. Esto tiene un impacto positivo en las comunidades locales, contribuyendo a la prosperidad económica (Condoy, 2017).

Los productos industrializados pueden ser promovidos como opciones únicas y de alta calidad, lo que puede permitir a los exportadores diferenciarse en un mercado competitivo. Los consumidores a menudo buscan opciones más innovadoras y saludables. Algunos productos derivados del plátano verde, como los snacks saludables y los ingredientes gourmet, pueden dirigirse a mercados premium. Esto significa que los exportadores pueden obtener precios más altos por sus productos (Paredes, 2018).

Para Rojas et al. (2020), en algunos casos, los productos industrializados del plátano verde, pueden cumplir con los requisitos y regulaciones de ciertos mercados que son más estrictos en cuanto a la importación de productos agrícolas sin procesar, la exportación de productos industrializados derivados del plátano verde ofrece varias ventajas económicas, que incluyen un mayor valor agregado, la diversificación de productos, la reducción del desperdicio, la estabilidad de la oferta, la creación de empleo y la capacidad para acceder a mercados más lucrativos. Estas ventajas pueden contribuir significativamente a mejorar la situación económica de las regiones productoras de plátano verde y de los exportadores que apuesten por la industrialización.

En contraste, el intercambio comercial bilateral, que registró un valor de \$1.3 mil millones en el año 2022, reflejando un incremento del 36% respecto al año anterior, emerge como un componente de crecimiento acelerado y creciente importancia en la dinámica de la relación entre Canadá y Ecuador. Las transacciones comerciales entre ambas naciones se distinguen por su carácter complementario,

especialmente en lo que concierne al comercio de productos agrícolas. Este intercambio abarca frutas tropicales, flores, cacao y mariscos exportados por Ecuador a Canadá, así como trigo, lentejas y guisantes suministrados por Canadá a Ecuador. Además, en el año 2002, entró en vigor un tratado de doble tributación, cuyo acuerdo fue suscrito entre Canadá y Ecuador (Rodríguez et al., 2019).

El Servicio del Comisionado de Comercio (TCS) ha identificado sectores prioritarios en los cuales las capacidades y el interés canadienses concuerdan con las oportunidades y la demanda en Ecuador. Estos sectores comprenden la agricultura, la tecnología limpia, la educación, las industrias extractivas y la infraestructura. La inversión directa canadiense en Ecuador, la cual alcanzó los \$2.6 mil millones en 2022, se ha triplicado en los últimos cinco años, consolidando a Canadá como el principal inversor extranjero en Ecuador. Esta inversión se debe, en gran medida, a las aportaciones en el sector de desarrollo de recursos naturales (Paredes et al., 2017).

En noviembre de 2022, se anunció la apertura de conversaciones exploratorias entre Canadá y Ecuador con miras a la posible instauración de un Tratado de Libre Comercio entre ambas naciones. Paralelamente, Ecuador se sumó al Acuerdo Global de Comercio y Género (GTAGA) el 15 de mayo de 2023. Esta adhesión habilita a Ecuador para colaborar estrechamente con Canadá y otros participantes (Chile, Colombia, México, Nueva Zelanda y Perú) con el objetivo de impulsar políticas comerciales que incorporen consideraciones de género, promoviendo así la equidad de género y el empoderamiento económico de las mujeres (Masaquiza, 2023).

Asimismo, Ecuador se sumó al Grupo de Acción de Comercio Inclusivo (ITAG) el 15 de mayo de 2023, con el propósito de colaborar a los socios de ITAG (Canadá, Chile, México y Nueva Zelanda) en la promoción de políticas comerciales internacionales más inclusivas, con el fin de asegurar que los beneficios del comercio y la inversión sean distribuidos de manera más equitativa. Las Cámaras de Comercio Ecuatoriano-canadiense, ubicadas en Quito y Guayaquil, desempeñan un papel fundamental en la promoción del intercambio tanto comercial como cultural entre Ecuador y Canadá (Chang, 2023).

Durante el lapso entre 2020 y 2021, la asistencia financiera proporcionada por Canadá a Ecuador a través de iniciativas de cooperación internacional alcanzó una cifra de \$17.3 millones de dólares canadienses, dirigidos mediante programas administrados por el Ministerio de Asuntos Globales de Canadá (GAC). Estos programas han dirigido su enfoque hacia diversas esferas, destacando el respaldo a los migrantes venezolanos y a las comunidades receptoras en Ecuador, la respuesta a los impactos derivados de la pandemia de la COVID-19, y el fortalecimiento de las estructuras democráticas en el país. Además de la participación del GAC, otras entidades gubernamentales de Canadá, entre las que se incluye el Departamento de Pesca y Océanos, han colaborado activamente con Ecuador en múltiples proyectos (Hurtado, 2023).

Un compromiso particularmente destacado de Canadá se centra en respaldar tanto a Ecuador como a la región en su respuesta a los impactos de la crisis política y migratoria venezolana. Canadá ofrece apoyo humanitario y de desarrollo, con el

propósito de facilitar el acceso a la educación de alta calidad, servicios de salud sexual y reproductiva, así como oportunidades de empleo para los refugiados y migrantes venezolanos, junto con las comunidades de acogida (Paredes et al., 2017).

Asimismo, el Ministerio de Asuntos Globales de Canadá ofrece respaldo en la formulación de políticas inclusivas relacionadas con la migración, centrandose en sus esfuerzos en la prevención de actividades criminales asociadas a la explotación de refugiados y migrantes venezolanos en Ecuador. Canadá despliega, adicionalmente, asistencia humanitaria destinada a las poblaciones más vulnerables en Ecuador, abarcando a refugiados y personas desplazadas internamente (Paredes Meneses, 2018).

En el transcurso de la pandemia de la COVID-19, Canadá se implicó en la salvaguarda de mujeres y comunidades indígenas, abordando riesgos asociados a la seguridad y la violencia de género, mientras proporcionaba información sanitaria y asistencia alimentaria con el propósito de fortalecer la respuesta a la crisis sanitaria. El Programa Interamericano respalda proyectos de índole regional para hacer frente a la violencia de género, superar obstáculos en el ámbito de la salud sexual y reproductiva, así como garantizar los derechos conexos. Simultáneamente, colabora con Ecuador en la optimización del acceso a la justicia civil y en la ejecución de iniciativas de cooperación técnica en el ámbito electoral (Caiza, 2023).

Canadá manifiesta un sólido compromiso con el fortalecimiento democrático, focalizando sus esfuerzos en áreas que abarcan la participación política, la gobernanza abierta y la erradicación de la violencia de género. Desde el año 2015, ha

respaldado la formación de la sociedad civil ecuatoriana en materias vinculadas al gobierno abierto. En 2019, Ecuador se integró a la Alianza para el Gobierno Abierto, una iniciativa orientada a fomentar la transparencia y combatir la corrupción, culminando con el lanzamiento de su primer Plan de Acción de Gobierno Abierto. Durante el año 2020, Canadá colaboró con organizaciones de la sociedad civil para proporcionar capacitación a mujeres en participación electoral y en la lucha contra la violencia de género durante las campañas políticas. Adicionalmente, Canadá realizó una contribución significativa, equivalente a \$350,000, a la Misión de Observación Electoral de la Organización de Estados Americanos durante las elecciones generales de 2021 (Manning & Márquez, 2023).

La División de Asuntos Globales y Desarrollo contribuye al crecimiento inclusivo mediante el fortalecimiento de sistemas financieros con un enfoque de género. Por su parte, la División de Alianzas para el Desarrollo e Innovación de Asuntos Globales de Canadá financia proyectos multinacionales en los cuales Ecuador participa, con el propósito de respaldar a las mujeres en diversos sectores, particularmente incrementando su acceso integral a la salud sexual y reproductiva, así como reduciendo las barreras que enfrentan las mujeres exportadoras para acceder a los mercados globales (Bravo, 2023).

Canadá brinda respaldo a las organizaciones de la sociedad civil a través del Fondo Canadiense para Iniciativas Locales (FCIL), cuyas prioridades están centradas en los derechos humanos, la participación democrática y el desarrollo sostenible, con un enfoque especial en la equidad de género y las poblaciones vulnerables. El FCIL

ha sido movilizado en situaciones de emergencia, incluida la pandemia de la COVID-19. El compromiso de Canadá con la preservación ambiental en Ecuador se manifiesta en colaboraciones específicas, como el acuerdo de cooperación establecido entre el Departamento de Pesca y Océanos de Canadá y la Dirección Nacional de Espacios Acuáticos (DIRNEA) de Ecuador, orientado a la identificación de embarcaciones involucradas en actividades pesqueras no declaradas, no reguladas e ilegales en la reserva marítima de las Islas Galápagos (Manning & Márquez, 2023).

A partir de 2019, FinDev Canada ha ofrecido respaldo financiero a tres entidades financieras de Ecuador mediante préstamos que suman un total de US\$ 26 millones. Estos recursos están dirigidos a micro, pequeñas y medianas empresas, con un énfasis particular en el fortalecimiento de mujeres emprendedoras y en la mitigación del cambio climático. Simultáneamente, el Centro de Investigación para el Desarrollo Internacional (IDRC) respalda diversas iniciativas de investigación vinculadas al desarrollo en Ecuador (Insua & Muñoz, 2023).

1.1.1 Formulación del problema

- ¿Cuáles son las características técnicas y económicas que un plan de exportaciones de productos industrializados derivados del plátano debe considerar?

1.1.2 Sistematización del problema

- ¿Cuáles son los sustentos teóricos y empíricos que ayuden a la comprensión del sistema de industrialización del plátano y su posterior exportación?
- ¿Qu medir en un estudio de mercado internacional con destino a Toronto Canadá, que contenga las características necesarias para la exportación del plátano verde?
- ¿Qué tipo de aspectos son relevantes en el área técnica y económica, que sean de utilidad en el plan estratégico de exportación de plátano verde a Toronto?

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general

- Desarrollar un plan técnico y económico de exportaciones de productos industrializados derivados del plátano a Canadá.

1.2.2 Objetivos específicos

- Establecer los sustentos teóricos y empíricos que ayuden a la comprensión del sistema de industrialización del plátano y su posterior exportación.
- Elaborar un estudio de mercado internacional con destino a Toronto Canadá, que contenga las características necesarias para la exportación de productos industrializados del plátano verde.

- Diseñar los aspectos relevantes en el área técnica y económica, que sean de utilidad en el plan estratégico de exportación de plátano verde industrializado a Toronto.

1.3 Justificación

Existen varias razones sólidas para considerar a Canadá como un mercado atractivo para la exportación de platillos o bocadillos elaborados a base de plátano verde desde Ecuador, entre ellas que el país es conocido por su estabilidad económica y política. El país cuenta con un sistema financiero sólido y una moneda estable, lo que reduce el riesgo asociado con las fluctuaciones económicas.

Canadá tiene uno de los niveles más altos de poder adquisitivo per cápita en el mundo. Los consumidores canadienses están dispuestos a pagar por alimentos de alta calidad y productos gourmet, lo que hace que el mercado sea propicio para productos diferenciados y de calidad (Rodríguez et al., 2019), como los derivados del plátano verde, es un país increíblemente diverso, con una población compuesta por personas de diversas culturas y antecedentes. Esto significa que hay una gran demanda de alimentos étnicos y auténticos, como los productos derivados del plátano verde que podrían atraer a comunidades de origen latino y a un público en general interesado en explorar nuevas opciones culinarias.

Los consumidores canadienses están cada vez más interesados en opciones de alimentos saludables y sostenibles. Los productos derivados del plátano verde son conocidos por ser una fuente de nutrición y pueden ser promocionados como opciones de snacks saludables, libres de gluten y naturalmente sostenibles. Canadá ha

experimentado un crecimiento en la demanda de alimentos y snacks más saludables, orgánicos y libres de ingredientes artificiales. Los productos derivados del plátano verde pueden encajar perfectamente en estas tendencias, ya que son naturalmente saludables y pueden ser producidos de manera sostenible (Rodríguez et al., 2019).

El país cuenta con una infraestructura logística bien desarrollada que facilita la importación y distribución de productos. Las relaciones comerciales sólidas entre Canadá y Ecuador también pueden facilitar el proceso de exportación. Canadá ofrece un mercado estable, con consumidores dispuestos a pagar por alimentos de calidad, una diversidad multicultural que puede apreciar la autenticidad de los productos derivados del plátano verde, y una creciente demanda por opciones alimentarias saludables y sostenibles. Estos factores hacen que Canadá sea una elección atractiva para la exportación de productos elaborados a base de plátano verde desde Ecuador.

1.4 Viabilidad del proyecto

De acuerdo con lo revisado hasta ahora en el planteamiento del problema, y razonado desde los antecedentes propios del mismo, existen al menos 10 razones técnicas y económicas que se pueden establecer para que el proyecto o plan sea viable; entre ellos están:

- **Calidad y autenticidad del producto:** Los productos derivados del plátano verde de Naranjal pueden destacarse por su calidad y autenticidad. La región es conocida por su experiencia en el cultivo y procesamiento de plátano verde, lo que puede resultar en productos de alta calidad y sabor auténtico.

- **Demanda en el mercado canadiense:** Existe una creciente demanda en Canadá por alimentos saludables, exóticos y sostenibles. Los productos derivados del plátano verde pueden satisfacer estas demandas al ser considerados opciones naturales y saludables, a la vez que ofrecen una experiencia culinaria única.
- **Diversidad de productos:** El plan puede incluir una gama diversificada de productos derivados del plátano verde, como snacks, harina, chips, y más. Esto permite aprovechar diferentes segmentos de mercado y adaptarse a las preferencias de los consumidores en Toronto.
- **Cadena de suministro eficiente:** La eficiencia en la cadena de suministro es esencial para la viabilidad de la exportación. La región de Naranjal tiene la infraestructura necesaria para asegurar una producción y distribución eficiente de los productos.
- **Precio competitivo:** La producción de plátano verde en Ecuador a menudo puede ser más rentable en comparación con otros países, lo que puede traducirse en precios competitivos en el mercado canadiense.
- **Cumplimiento normativo y de calidad:** La capacidad para cumplir con las normativas y estándares de calidad de Canadá es esencial. Asegurarse de que los productos cumplan con las regulaciones canadienses es un factor clave para mantener la viabilidad y la reputación de los productos.

- Estrategias de marca: La construcción de una marca sólida y estrategias de marketing efectivas son fundamentales para el éxito en el mercado. Esto incluye la promoción de la procedencia de Naranjal como un sello de calidad y autenticidad.
- Potencial de escalabilidad: La viabilidad del plan se ve fortalecida si se considera la posibilidad de escalabilidad. Esto implica la capacidad de aumentar la producción y la presencia en el mercado a medida que crece la demanda.
- Acceso a información y asesoramiento: La disponibilidad de información actualizada sobre el mercado canadiense y la posibilidad de acceso a asesoramiento especializado en comercio internacional y exportación son factores técnicos que pueden aumentar la viabilidad del plan.
- Respaldo gubernamental y acuerdos comerciales: La existencia de acuerdos comerciales favorables entre Ecuador y Canadá, así como el respaldo gubernamental a las actividades de exportación, pueden facilitar los procesos aduaneros y mejorar la viabilidad del plan.

1.5 Delimitación

- Geográfico: Producción industrial de plátano verde del sector de Naranjal hacia Toronto Canadá.
- Tiempo: 2023

- Conductual: Consumidores de alimentos sanos, personas que deben preparar de forma rápida su comida y que gustan por la variedad internacional.
- Perfil: Latinoamericanos que residen en Toronto.

Capítulo II

Marco Teórico Referencial

El marco teórico delineado proporciona una base sólida para abordar la planificación estratégica de exportación para productos industrializados derivados del plátano verde desde el cantón Naranjal hacia la ciudad de Toronto, Canadá. Cada aspecto abordado, desde la internacionalización hasta las consideraciones ambientales y sociales, contribuye a la comprensión integral y efectiva del proceso de exportación en el contexto específico de tu tesis. Este conocimiento será esencial para diseñar un plan estratégico de exportación exitoso y sostenible.

2.1 Internacionalización de Empresas y Exportación

La internacionalización de empresas se ha convertido en una estrategia fundamental en el panorama empresarial contemporáneo, marcado por la globalización y la interconexión de mercados. Este fenómeno se refiere al proceso mediante el cual las empresas buscan expandir sus operaciones y actividades comerciales más allá de sus fronteras nacionales. La exportación, como componente esencial de la internacionalización, implica la venta de bienes y servicios a mercados extranjeros. Ambos conceptos, internacionalización y exportación, son interdependientes y juegan un papel crucial en el desarrollo económico y la competitividad de las empresas a nivel global (Chávez, 2022).

2.1.1 Concepto de Internacionalización

La internacionalización de empresas abarca una amplia gama de actividades que van desde la simple exportación de productos hasta la inversión directa en el

extranjero. En su esencia, implica la adaptación de las estrategias empresariales para operar eficazmente en diferentes entornos culturales, políticos y económicos. Este proceso no solo se limita a las grandes corporaciones multinacionales, sino que también se aplica a empresas más pequeñas y medianas que buscan aprovechar nuevas oportunidades de mercado (Chichanda & Caicedo, 2021).

La internacionalización se basa en la premisa de que expandirse más allá de las fronteras nacionales puede ofrecer a las empresas una serie de beneficios, como el acceso a nuevos clientes, la diversificación de riesgos y la optimización de recursos. La apertura a mercados internacionales puede proporcionar un impulso significativo a la competitividad de una empresa al permitirle aprovechar ventajas únicas, como costos de producción más bajos, tecnologías especializadas y recursos naturales específicos de ciertas regiones (Lera, 2021).

La internacionalización de las empresas ha emergido como una estrategia fundamental en el actual panorama económico globalizado. En este contexto, el marco teórico proporcionado se erige como la piedra angular para abordar la planificación estratégica de exportación de productos industrializados derivados del plátano verde desde el cantón Naranjal hacia la ciudad de Toronto, Canadá. Cada elemento contemplado en este marco teórico contribuye a la creación de una base sólida y comprehensiva que resultará esencial para el diseño de un plan estratégico de exportación exitoso y sostenible (Tinoco, 2019).

La internacionalización de las empresas implica un proceso de expansión más allá de las fronteras nacionales, buscando aprovechar oportunidades de mercado,

diversificar riesgos y acceder a recursos y conocimientos globales. En el contexto específico de esta tesis, la internacionalización se materializa en la exportación de productos industrializados de plátano verde desde Naranjal hacia Toronto. Este proceso no solo implica la transferencia física de bienes, sino también la adaptación a las dinámicas y demandas del mercado internacional (Ortiz, 2020).

Un aspecto clave del marco teórico es la consideración de factores ambientales y sociales. La sostenibilidad y la responsabilidad social son elementos esenciales en la actualidad, y su integración en la planificación estratégica de exportación es crucial. El análisis de la cadena de suministro, desde la producción en Naranjal hasta la entrega en Toronto, debe ser sostenible y respetuoso con el medio ambiente. La consideración de prácticas éticas y responsables socialmente no solo es una exigencia del mercado internacional, sino que también contribuye a construir una reputación positiva para la empresa exportadora (Cáceres, 2023).

La comprensión integral del proceso de exportación es fundamental para mitigar los riesgos inherentes a la internacionalización. Desde los aspectos legales y aduaneros hasta las particularidades culturales del mercado de destino, cada faceta debe ser cuidadosamente evaluada y abordada en el plan estratégico. La diversidad cultural entre Naranjal y Toronto, por ejemplo, requiere estrategias adaptadas que respeten las sensibilidades y preferencias locales (Maisanche, 2020).

La planificación estratégica de exportación no es un ejercicio estático, sino un proceso dinámico que se ajusta a las cambiantes condiciones del mercado global. La flexibilidad y la capacidad de adaptación son atributos cruciales para enfrentar los

desafíos que puedan surgir durante la ejecución del plan. La capacidad de anticipar y responder ágilmente a cambios en la demanda del mercado, fluctuaciones en las tasas de cambio y eventos geopolíticos garantizará la viabilidad y el éxito a largo plazo de la internacionalización (Moreno, 2019).

2.1.2 Motivaciones para la Exportación

Las empresas se embarcan en actividades de exportación por diversas razones, y comprender estas motivaciones es esencial para formular estrategias efectivas. Una motivación común es la búsqueda de nuevos mercados. La saturación de mercados domésticos a menudo impulsa a las empresas a explorar oportunidades en el extranjero para expandir su base de clientes y aumentar sus ingresos. La diversificación de riesgos también es una motivación clave. Dependiendo únicamente del mercado nacional puede hacer que una empresa sea vulnerable a cambios económicos y políticos internos. La diversificación geográfica a través de la exportación puede proporcionar una red de seguridad, mitigando los riesgos asociados con eventos adversos en un solo mercado (Pinzón et al., 2022).

La búsqueda de ventajas competitivas representa otra motivación crucial. La exportación permite a las empresas capitalizar sus fortalezas distintivas, ya sea en términos de calidad del producto, innovación tecnológica o eficiencia en costos, para destacarse en mercados internacionales altamente competitivos. La internacionalización de las empresas, en particular la exportación de productos industrializados de plátano verde desde el cantón Naranjal hacia la ciudad de Toronto, Canadá, se sustenta en una serie de motivaciones intrínsecas y extrínsecas que

impulsan a las empresas a explorar y conquistar nuevos horizontes en el mercado global. En primer lugar, las empresas buscan la exportación como medio para expandir su alcance geográfico y acceder a nuevos mercados (Noroña, 2022).

La saturación o la competencia intensa en el mercado local pueden motivar a las empresas a buscar oportunidades en el extranjero, donde la demanda puede ser diferente o aún no satisfecha. En el caso de los productos industrializados de plátano verde, la exportación a Toronto representa una posibilidad de llegar a consumidores que buscan opciones novedosas y saludables, generando así un nuevo flujo de ingresos. Otro motivo crucial para la exportación es la diversificación de riesgos. Dependiendo exclusivamente del mercado local puede dejar a las empresas vulnerables a fluctuaciones económicas, cambios en la demanda y riesgos políticos (Gonzalez & Tussie, 2023).

La exportación permite a las empresas mitigar estos riesgos al distribuir sus actividades a través de diferentes mercados, reduciendo la dependencia de un único entorno económico y fortaleciendo su posición frente a posibles adversidades. La búsqueda de eficiencia y economías de escala constituye también un impulsor significativo. La capacidad de producir a mayor escala puede resultar más rentable, especialmente en el caso de productos industrializados. Exportar a Toronto, un mercado con una demanda potencialmente mayor permite aprovechar economías de escala y mejorar la eficiencia productiva, generando costos unitarios más bajos y, por ende, una mayor rentabilidad (Vallejo, 2023).

La internacionalización también puede ser motivada por factores tecnológicos y de innovación. La exportación a mercados extranjeros puede ofrecer acceso a tecnologías avanzadas, conocimientos especializados y prácticas comerciales innovadoras que pueden impulsar la competitividad de la empresa en el mercado global. En el contexto de la exportación de productos de plátano verde, la adopción de tecnologías de procesamiento y envasado avanzadas puede mejorar la calidad del producto y aumentar su atractivo en el mercado internacional. Además, las empresas pueden verse motivadas por factores estratégicos y de posicionamiento en el mercado (Chouman, 2023). La exportación a Toronto no solo representa una expansión geográfica, sino también la oportunidad de posicionar la marca y los productos en un mercado internacional de alto valor. La presencia en Toronto, un centro económico y cultural, puede conferir prestigio a la empresa y establecerla como líder en la industria de productos industrializados de plátano verde.

Las motivaciones para la exportación de productos industrializados de plátano verde desde Naranjal a Toronto son diversas y complejas, abarcando desde la búsqueda de nuevos mercados y la diversificación de riesgos hasta el aprovechamiento de economías de escala y la adopción de innovaciones tecnológicas. Estas motivaciones no solo guían la decisión de internacionalizarse, sino que también influyen en la forma en que se desarrolla y ejecuta el plan estratégico de exportación, contribuyendo así al éxito sostenido de la empresa en el mercado global (Suárez, 2023).

2.1.3 Beneficios y Desafíos de la Exportación

La exportación conlleva una serie de beneficios estratégicos y económicos para las empresas, pero también presenta desafíos que requieren una gestión cuidadosa. Entre los beneficios se encuentra el aumento de los ingresos y la rentabilidad. Al acceder a mercados más grandes, las empresas pueden aprovechar economías de escala y aumentar su base de clientes, generando mayores oportunidades de venta. La mejora de la posición competitiva es otro beneficio destacado. La competencia global puede motivar a las empresas a mejorar la calidad de sus productos y servicios, adoptar prácticas comerciales más eficientes y fomentar la innovación, todo lo cual contribuye a una mayor competitividad tanto a nivel nacional como internacional (Guzmán, 2023).

Sin embargo, la exportación también implica desafíos significativos. Las barreras arancelarias y no arancelarias, como los impuestos de importación y las regulaciones comerciales, pueden dificultar el acceso a ciertos mercados. La comprensión y la gestión efectiva de estos desafíos son esenciales para el éxito a largo plazo en la exportación. La internacionalización de empresas a través de la exportación es un fenómeno complejo que impulsa el crecimiento económico y la competitividad global (Jaramillo, 2023). Al entender las motivaciones detrás de la exportación y abordar los beneficios y desafíos asociados, las empresas pueden diseñar estrategias efectivas que les permitan expandirse con éxito en mercados internacionales, sentando así las bases para un plan estratégico de exportación exitoso desde el cantón Naranjal hacia la ciudad de Toronto, Canadá.

2.1.3.1. Beneficios de la Exportación de Productos Industrializados de Plátano

Verde desde Ecuador

De acuerdo con León et al. (2020), los beneficios son:

- **Diversificación de Mercados:** La exportación permite a las empresas de Naranjal diversificar sus mercados, reduciendo la dependencia de la demanda interna y abriendo nuevas oportunidades comerciales.
- **Generación de Ingresos en Divisas:** Las exportaciones contribuyen a la entrada de divisas extranjeras, fortaleciendo la posición financiera del país y de las empresas exportadoras.
- **Aprovechamiento de Economías de Escala:** La exportación a grandes mercados, como Toronto, posibilita la producción a mayor escala, lo que puede conducir a eficiencias productivas y reducción de costos unitarios.
- **Posicionamiento en el Mercado Internacional:** Exportar productos de plátano verde desde Ecuador a Toronto proporciona una oportunidad para posicionar la marca y los productos en el mercado internacional, aumentando su visibilidad y prestigio.
- **Acceso a Tecnologías y Prácticas Innovadoras:** La inserción en mercados internacionales puede facilitar el acceso a tecnologías avanzadas y prácticas innovadoras que mejoran la calidad del producto y la eficiencia operativa.

- Crecimiento Sostenible: La exportación sostenible, con consideraciones ambientales y sociales, puede contribuir al desarrollo sostenible de la región, promoviendo prácticas responsables y éticas.

2.1.3.2. Ventajas de la Exportación de Productos Industrializados de Plátano Verde desde Ecuador

Las ventajas de exportación de acuerdo con Brisbois et al. (2019) son:

- Clima Favorable para la Producción: El clima ecuatoriano es propicio para el cultivo del plátano, lo que proporciona una ventaja competitiva en términos de calidad y disponibilidad del producto.
- Costos de Producción Competitivos: Los costos de producción en Ecuador pueden ser competitivos en comparación con otros países, lo que permite ofrecer productos a precios atractivos en el mercado internacional.
- Infraestructura de Transporte: La presencia de una infraestructura de transporte eficiente facilita la exportación, permitiendo el envío rápido y seguro de productos desde Naranjal hacia el mercado de destino.
- Experiencia en la Producción de Plátano: Ecuador cuenta con experiencia y conocimientos consolidados en la producción de plátano, lo que favorece la calidad y consistencia del producto exportado.

- Acuerdos Comerciales Favorables: La participación de Ecuador en acuerdos comerciales internacionales puede traducirse en beneficios arancelarios y comerciales al exportar a destinos como Canadá.

2.1.4. Desafíos de la Exportación de Productos Industrializados de Plátano Verde desde Ecuador

Los desafíos según Ulloa y Rojas (2014), son

- Regulaciones y Barreras Aduaneras: Las regulaciones y barreras aduaneras en el país de destino, como Canadá, pueden representar obstáculos logísticos y costos adicionales.
- Variabilidad en las Tasas de Cambio de los países no dolarizados: La exposición a variaciones en las tasas de cambio puede afectar los márgenes de ganancia y la competitividad de los productos ecuatorianos en el mercado internacional.
- Competencia Global: La competencia con otros productores de plátano a nivel mundial puede ser intensa, requiriendo estrategias y calidad del producto para destacar en el mercado.
- Sensibilidad a Condiciones Climáticas: Eventos climáticos adversos, como tormentas o sequías, pueden afectar la producción y la disponibilidad del plátano, impactando la capacidad de cumplir con los compromisos de exportación.

- **Diferencias Culturales y de Gustos:** Adaptarse a las preferencias y hábitos de consumo del mercado objetivo, como Toronto, implica comprender y abordar las diferencias culturales y de gustos.

La exportación de productos industrializados de plátano verde desde Ecuador a Toronto ofrece una serie de beneficios y ventajas, pero también plantea desafíos que deben ser abordados estratégicamente para garantizar el éxito sostenido en el mercado internacional. La comprensión y gestión efectiva de estos aspectos son fundamentales para maximizar los beneficios y superar los desafíos inherentes a la exportación de esta fruta desde el Ecuador (González & Tussie, 2023).

2.2 Planificación Estratégica

La planificación estratégica de exportación es un componente fundamental para que las empresas gestionen de manera efectiva su incursión en mercados internacionales. Este proceso implica la formulación y ejecución de estrategias específicas diseñadas para alcanzar objetivos comerciales en el contexto de la exportación. Establecer metas claras y estrategias bien definidas es esencial para maximizar las oportunidades y minimizar los riesgos asociados con la expansión internacional (Vallejo, 2023).

2.2.1 Planificación Estratégica de Exportación

La planificación estratégica de exportación se inicia con la definición clara de los objetivos que la empresa busca lograr en el mercado internacional. Estos objetivos deben ser realistas, medibles y alineados con la visión a largo plazo de la empresa. La

identificación de mercados específicos y la comprensión de las características únicas de cada uno son pasos cruciales en esta fase (Chouman, 2023).

La selección de estrategias adecuadas es otra dimensión fundamental de la planificación estratégica. Las estrategias pueden variar desde la exportación directa e indirecta hasta la formación de alianzas estratégicas y la inversión directa en el extranjero. La elección de la estrategia correcta dependerá de factores como la naturaleza del producto, la capacidad financiera de la empresa y las características del mercado objetivo (Suárez, 2023).

2.2.2 Planificación Estratégica de Exportación: Navegando las Fronteras del Comercio Global

La globalización ha transformado el escenario empresarial, brindando oportunidades y desafíos sin precedentes. En este contexto, la planificación estratégica de exportación emerge como una herramienta esencial para las empresas que buscan expandir sus horizontes más allá de las fronteras nacionales. Este ensayo explorará detalladamente los elementos clave de la planificación estratégica de exportación, destacando su importancia, los pasos fundamentales involucrados y los factores críticos para el éxito en un entorno empresarial cada vez más interconectado (Guzmán, 2023).

2.2.3 Importancia de la Planificación Estratégica de Exportación

La planificación estratégica de exportación se erige como el cimiento sobre el cual se construye el éxito en el mercado global. En lugar de ser un mero acto de

enviar productos al extranjero, se trata de un proceso deliberado y bien orquestado que abarca la identificación de oportunidades, el análisis de riesgos y la formulación de estrategias para maximizar los beneficios. Uno de los beneficios más evidentes de la exportación estratégica es la diversificación de mercados, que protege a las empresas de las fluctuaciones económicas y los riesgos asociados con la dependencia de un único mercado (Jaramillo, 2023).

Además, la exportación estratégica permite a las empresas aprovechar economías de escala, ya que la producción a mayor escala a menudo resulta más rentable. La entrada en nuevos mercados también puede ofrecer acceso a tecnologías avanzadas y conocimientos especializados, impulsando la innovación y mejorando la competitividad. Desde una perspectiva macroeconómica, la exportación contribuye a la entrada de divisas extranjeras, fortaleciendo la posición financiera de los países y generando empleo en las empresas involucradas en la cadena de exportación (Jaramillo, 2023).

2.2.4 Pasos Fundamentales en la Planificación Estratégica de Exportación

La planificación estratégica de exportación implica una secuencia de pasos cuidadosamente estructurados para garantizar la eficacia y la sostenibilidad. El primer paso es la evaluación de la capacidad de la empresa para exportar, que abarca desde la disponibilidad de productos aptos para el mercado internacional hasta la infraestructura logística y financiera requerida. Una evaluación realista de estas capacidades establece las bases para decisiones estratégicas informadas. La investigación de mercado es otro componente crucial de la planificación. Comprender

las dinámicas del mercado objetivo, las preferencias del consumidor y la competencia local proporciona información valiosa para adaptar los productos y las estrategias. En este sentido, la adaptación cultural y la comprensión de las sensibilidades locales son factores que no deben pasarse por alto, ya que contribuyen significativamente al éxito de la entrada en un nuevo mercado (Morocho, 2023).

La elección del mercado objetivo es un paso estratégico. Factores como la estabilidad política, las barreras arancelarias y la demanda del consumidor deben ser cuidadosamente evaluados. Además, es esencial considerar las regulaciones y normativas locales, ya que el incumplimiento puede resultar costoso y perjudicial para la reputación de la empresa. La formulación de estrategias adaptadas al mercado objetivo es un paso crítico. La marca, el embalaje y la estrategia de precios deben alinearse con las expectativas del consumidor local. La publicidad y la promoción también deben ajustarse para resonar con la audiencia objetivo, destacando las características únicas del producto y estableciendo una conexión emocional con los consumidores. La logística y la cadena de suministro son áreas que requieren una atención minuciosa. Garantizar la eficiencia en la entrega de productos, la gestión de inventarios y la coordinación con los intermediarios locales son esenciales para evitar retrasos y problemas logísticos que podrían perjudicar la reputación de la empresa (Benalcázar, 2023).

La financiación de la exportación es un aspecto clave, especialmente en el contexto de los costos asociados con la entrada en nuevos mercados. La identificación de fuentes de financiamiento, la gestión de riesgos cambiarios y la comprensión de

los términos de pago son elementos fundamentales para asegurar el éxito financiero de la operación de exportación, la evaluación continua y la adaptación son principios rectores en la planificación estratégica de exportación. Los mercados y las condiciones económicas cambian, y las estrategias deben ajustarse en consecuencia. La retroalimentación del mercado, el monitoreo de la competencia y la flexibilidad para adaptarse a nuevas circunstancias son elementos cruciales para el éxito a largo plazo (Molina & Vera, 2023).

2.2.5 Factores Críticos para el Éxito en la Exportación

Si bien la planificación estratégica de exportación abarca diversos aspectos, algunos factores son especialmente críticos para el éxito a largo plazo. La calidad del producto es innegociable; los productos exportados deben cumplir con los estándares internacionales y satisfacer las expectativas del consumidor. La reputación de la empresa está directamente vinculada a la calidad de sus productos. La gestión de relaciones con los clientes y socios comerciales es otro factor determinante. Construir relaciones sólidas basadas en la confianza y la transparencia facilita la colaboración a largo plazo y abre oportunidades para el crecimiento conjunto. La comunicación clara y efectiva, tanto interna como externa, es esencial para garantizar la alineación de todos los actores involucrados en el proceso de exportación (Benalcázar, 2023).

La gestión de riesgos es una habilidad crítica en el entorno global. Desde riesgos cambiarios hasta desafíos logísticos, las empresas deben estar preparadas para anticipar y mitigar posibles contratiempos. La diversificación de mercados y la adopción de prácticas sostenibles también contribuyen a la gestión efectiva de

riesgos. La innovación continua es un elemento que distingue a las empresas exitosas en la exportación. Adaptarse a las tendencias del mercado, adoptar nuevas tecnologías y mejorar constantemente los productos y procesos son esenciales para mantenerse competitivo en un entorno empresarial dinámico. La conformidad con las regulaciones y normativas tanto locales como internacionales es fundamental. Las empresas deben comprometerse a cumplir con estándares éticos y legales para evitar posibles problemas legales y daños a la reputación (Baños, 2023).

2.2.6 Navegando con Éxito en el Comercio Global

En un mundo cada vez más conectado, la planificación estratégica de exportación se presenta como un imperativo para las empresas que buscan expandir sus operaciones más allá de las fronteras nacionales. Desde la evaluación inicial de la capacidad de exportación hasta la adaptación continua a los cambios en el entorno global, cada fase de la planificación estratégica desempeña un papel vital en el éxito de la empresa en el mercado internacional. La importancia de la exportación estratégica no solo radica en la expansión geográfica, sino también en la capacidad de las empresas para aprender y adaptarse a diferentes contextos comerciales. La diversificación de mercados no solo protege contra riesgos económicos y políticos, sino que también impulsa la innovación y la mejora continua. Al enfrentarse a la competencia global, las empresas se ven obligadas a elevar sus estándares y a adoptar prácticas más eficientes, contribuyendo así al desarrollo sostenible tanto a nivel empresarial como a nivel global (Ramírez, 2023).

Los beneficios económicos de la exportación se extienden más allá de las fronteras de las empresas individuales. La entrada de divisas extranjeras fortalece la posición financiera de los países exportadores, contribuyendo al desarrollo económico a nivel nacional. Además, la exportación fomenta la creación de empleo y el crecimiento de sectores relacionados, generando un impacto positivo en las comunidades locales.

La adaptación cultural y la comprensión de los matices locales son elementos que distinguen a las empresas que prosperan en el mercado internacional. La capacidad de reconocer y respetar las diferencias culturales no solo mejora la aceptación del producto en el mercado de destino, sino que también contribuye a construir relaciones sólidas con los clientes y socios comerciales. La exportación estratégica no se trata solo de vender productos, sino de construir conexiones y colaboraciones a largo plazo (Castañeda, 1996).

Si bien los beneficios son abundantes, los desafíos de la exportación no deben subestimarse. Las empresas se enfrentan a una variedad de obstáculos, desde barreras aduaneras hasta la competencia intensa en mercados extranjeros. La gestión efectiva de riesgos se convierte en un componente clave para superar estos desafíos.

La capacidad de anticipar y responder ágilmente a las cambiantes condiciones del mercado y a los eventos inesperados es esencial para el éxito continuo en el comercio global. La calidad del producto y la reputación de la empresa son activos invaluableles en el ámbito internacional. La exportación estratégica exige un compromiso inquebrantable con la excelencia en la producción y la entrega de

productos. La confianza del consumidor y la lealtad a la marca son elementos que se construyen a lo largo del tiempo y que requieren un esfuerzo continuo para mantener altos estándares (Quintana et al., 2023).

La colaboración y la adaptabilidad son virtudes que cobran un significado especial en el contexto de la exportación. La capacidad de trabajar estrechamente con socios comerciales, comprender y responder a sus necesidades, y adaptarse a las dinámicas cambiantes del mercado son habilidades que distinguen a las empresas exitosas en el ámbito internacional.

La planificación estratégica de exportación no es simplemente un proceso administrativo, sino una travesía dinámica que requiere visión, adaptabilidad y perseverancia. Desde la evaluación inicial de la capacidad de exportación hasta la gestión continua de relaciones y riesgos, cada fase contribuye a la creación de un camino exitoso en el comercio global (López, 2023). La exportación estratégica no solo impulsa el crecimiento empresarial, sino que también contribuye al desarrollo económico y al intercambio cultural en un mundo cada vez más interconectado.

2.3 Comercio Internacional y Acuerdos Comerciales

Las relaciones comerciales entre Ecuador y Canadá han suscitado interés, marcándose el inicio de conversaciones para establecer un acuerdo comercial.

Ecuador busca establecer acuerdos comerciales con Canadá, y se anticipa que las conversaciones para dicho acuerdo se inicien en marzo de 2024, lo que resultaría en beneficios para más de 2,000 productos ecuatorianos. En el mes de septiembre del 2023, Ecuador tiene previsto solicitar a Canadá la apertura de negociaciones para un

acuerdo comercial entre ambos países, con el propósito de consolidar los vínculos económicos bilaterales. Canadá ha manifestado su disposición para iniciar las negociaciones con Ecuador en un plazo de 90 días, subrayando el interés compartido en establecer acuerdos comerciales (Moreno, 2019).

2.3.1 Relaciones Bilaterales entre Canadá y Ecuador

Explorar los acuerdos comerciales entre Ecuador y Canadá proporciona información valiosa sobre las condiciones preferenciales de comercio que podrían beneficiar a los productos exportados. La identificación de tarifas preferenciales, eliminación de barreras y otros incentivos comerciales puede influir significativamente en la estrategia de precios y competitividad de los productos derivados del plátano verde en el mercado canadiense. Canadá y Ecuador mantienen relaciones diplomáticas oficiales desde 1960, aunque sus vínculos datan del siglo XX con la colaboración de ingenieros ferroviarios, expertos en minería y misioneros canadienses en Ecuador. Estas relaciones han evolucionado en diversos sectores (Cáceres, 2023).

2.3.2 Educación

Existe un creciente intercambio educativo entre ambos países, con Canadá como destino atractivo para estudiantes ecuatorianos. Desde 2009, el gobierno canadiense ha impulsado becas como ELAP para fomentar el desarrollo del talento humano (Brisbois et al., 2019).

2.3.3 Relaciones Comerciales

El comercio bilateral entre Canadá y Ecuador, estimado en 1.300 millones de dólares en 2022, ha experimentado un aumento significativo. Los sectores prioritarios incluyen agricultura, tecnología limpia, educación, industrias extractivas e infraestructura. Canadá se ha convertido en el mayor inversor extranjero en Ecuador, con una inversión directa de 2.600 millones de dólares en 2022 (Aguiar, 2023).

En noviembre de 2022, se anunciaron discusiones exploratorias para un posible Tratado de Libre Comercio entre ambos países, y en diciembre de 2023, se presentó la intención de iniciar negociaciones para dicho tratado. Ecuador se unió a iniciativas internacionales como el Acuerdo Mundial sobre Comercio y Género y el Grupo de Acción de Comercio Inclusivo (Aguiar, 2023).

2.3.4 Desarrollo y Asistencia Internacional

La asistencia internacional de Canadá en Ecuador, ascendiendo a \$17.3 millones en 2021-2022, se centra en apoyar a migrantes venezolanos, responder a la pandemia de COVID-19, fortalecer la democracia y colaborar con otros departamentos gubernamentales. Las Cámaras de Comercio Ecuatoriano-canadiense en Quito y Guayaquil promueven el intercambio comercial y cultural entre ambos países.

2.3.5 Marco Legal y Regulatorio

El éxito de la exportación desde el cantón Naranjal hacia Toronto depende en gran medida de la comprensión y el cumplimiento de las regulaciones legales y

comerciales aplicables. Esto implica el estudio detallado de las normativas aduaneras, requisitos fitosanitarios y otras regulaciones que puedan afectar el flujo de productos entre Ecuador y Canadá.

2.4 Características del Mercado Canadiense

2.4.1 Demanda del Consumidor

El conocimiento de las tendencias y preferencias del consumidor en el mercado canadiense es esencial para adaptar los productos a las expectativas locales. Esto incluye aspectos como presentación del producto, etiquetado y consideraciones culturales que pueden afectar la aceptación y el éxito de los productos derivados del plátano verde (Rosas, 2023).

2.4.2 Competencia y Posicionamiento

Analizar la competencia en el mercado canadiense proporciona información clave para el posicionamiento efectivo de los productos. Identificar competidores directos e indirectos, entender sus estrategias y evaluar sus fortalezas y debilidades permite a la empresa ajustar su propuesta de valor y diferenciarse en un mercado competitivo (Tinoco, 2019).

2.4.3 Consideraciones Ambientales y Sociales

La sostenibilidad y la responsabilidad social son aspectos cada vez más relevantes en el comercio internacional. La conciencia ambiental y social en el mercado canadiense puede influir en la percepción de los consumidores hacia los productos. La integración de prácticas sostenibles y responsables puede no solo

mejorar la imagen de la empresa sino también abrir nuevas oportunidades de mercado (Moreno, 2019).

Capítulo III

Metodología de la Investigación

La presente investigación, tuvo como objetivo elaborar un estudio de mercado internacional con destino a Toronto Canadá, que contenga las características necesarias para la exportación del plátano verde.

3.1 Diseño de la investigación

El diseño que se utilizó fue el no experimental, por distintas razones, primero porque el objetivo del estudio era describir las características necesarias para la exportación del plátano verde a Toronto, Canadá. Los diseños no experimentales son adecuados para investigaciones descriptivas, ya que permiten recopilar información sobre el estado actual de un fenómeno.

Segundo, porque el investigador no tenía control sobre las variables que afectan al mercado canadiense de plátanos verdes. Los diseños no experimentales son adecuados cuando el investigador no tiene control sobre las variables, ya que no requieren la manipulación de las variables.

Y finalmente, porque el estudio se llevó a cabo en el mercado canadiense de plátanos verdes, que es un contexto natural. Los diseños no experimentales son adecuados para investigaciones que se llevan a cabo en contextos naturales, ya que permiten observar el fenómeno tal y como se da en su entorno natural.

En concreto, el diseño descriptivo utilizado en esta investigación fue el diseño transversal, ya que se recopilaron datos en un solo momento en el tiempo. El diseño transversal es adecuado para investigaciones descriptivas que buscan describir el estado actual de un fenómeno.

3.2 Tipo de investigación

El diseño de la investigación fue de tipo descriptivo, ya que se centró en la descripción de las características necesarias para la exportación del plátano verde a Toronto, Canadá.

3.3 Enfoque de la investigación

El tipo de investigación fue cuantitativa, ya que se utilizaron datos numéricos para analizar la información, basándose en el diseño más adecuado para cumplir con los objetivos del estudio.

3.4 Técnica de investigación

La técnica de investigación principal fue la observación documental. Se revisaron fuentes secundarias, como informes gubernamentales, artículos académicos y páginas web, para obtener información sobre el mercado canadiense de plátanos verdes.

3.4.1 Observación documental

La observación documental se llevó a cabo en las siguientes etapas:

Etapas 1: Selección de las fuentes

En esta etapa se seleccionaron las fuentes secundarias que serían relevantes para el estudio. Las fuentes se seleccionaron en base a los siguientes criterios:

- Relevancia para el tema de estudio
- Calidad de la información
- Actualidad de la información

Etapa 2: Recopilación de la información

En esta etapa se recopilaron los datos de las fuentes seleccionadas. La información se recopiló en forma de tablas, gráficos y otros formatos que facilitarían su análisis.

Etapa 3: Análisis de la información

En esta etapa se analizaron los datos recopilados. El análisis se centró en los siguientes aspectos:

- La demanda de plátanos verdes en Canadá
- La oferta de plátanos verdes en Canadá
- Los precios de los plátanos verdes en Canadá
- Las tendencias del mercado canadiense de plátanos verdes

Los resultados del análisis se utilizaron para elaborar un informe que contiene las características necesarias para la exportación del plátano verde a Toronto, Canadá.

3.5 Población y muestra de estudio

La población de Canadá, que actualmente es de aproximadamente 38 millones de personas, se proyecta que se duplique en los próximos 50 años. Esto se debe principalmente a la inmigración, que actualmente representa el 22% de la población canadiense. En 2020, Canadá recibió 341,180 inmigrantes permanentes. Los

inmigrantes principales provienen de Asia (61%), Medio Oriente (14%) y África (13%). En 2020, el consumo per cápita de banano en Canadá alcanzó los 15 kilos por año. Esto representa un aumento del 5% con respecto al año anterior.

3.6 Resultados encontrados

3.6.1 Datos del país destino

Tabla 1

Datos económicos de Canadá

Moneda	Dólar Canadiense (CAD)
Población 2020	38,037,204
Tasa de crecimiento población anual (2021 est.)	0.77%
PIB (Miles de millones, 2020)	1,848
PIB per cápita PPA (USD, 2020)	45,857
Crecimiento del PIB (2020)	-0,54
Inflación anual (2020)	0.80%
Tipo de Cambio (CAD por USD - 22/09/2021)	1.28
Importaciones generales (Miles de Millones USD)	404,275

Nota: Tomado de Proecuador (2023)

3.6.2 Subpartida arancelaria

La subpartida identificada en el arancel canadiense para el banano orgánico certificado es la siguiente: 0803.90.00.10 Bananos, distintos a plátanos certificados orgánicos, frescos o secos.

Figura 1.

Arancel del banano para el ingreso a Canadá

Tariff Item	SS	Description of Goods	Unit of Meas.	MFN Tariff	Applicable Preferential Tariffs
08.03		Bananas, including plantains, fresh or dried.			
0803.10.00 00		-Plantains	KGM	Free	CCCT, LDCT, GPT, UST, MXT, CIAT, CT, CRT, IT, PT, COLT, JT, PAT, HNT, KRT, CEUT, UAT, CPTPT, UKT: Free
0803.90.00		-Other		Free	CCCT, LDCT, GPT, UST, MXT, CIAT, CT, CRT, IT, PT, COLT, JT, PAT, HNT, KRT, CEUT, UAT, CPTPT, UKT: Free
10	----	Certified organic	KGM		
90	----	-Other	KGM		

Fuente: Canadian Border Service Agency (CBSA)

3.6.3 La demanda de plátanos verdes en Canadá

El plátano verde es una fruta tropical que se consume en todo el mundo. En Canadá, el plátano verde es un alimento básico en la dieta de muchas personas, especialmente de las comunidades de origen caribeño y latinoamericano. El plátano verde se utiliza en una variedad de platos, como el mofongo, el pastelón y el mangú. La demanda de plátanos verdes en Canadá ha aumentado en los últimos años. Esto se debe a una serie de factores, entre los que se incluyen:

- El crecimiento de la población canadiense
- El aumento de la diversidad cultural
- La creciente conciencia sobre los beneficios nutricionales del plátano verde

Según datos del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), la producción de plátanos verdes en Canadá ha aumentado un 20% en los últimos

cinco años. El consumo de plátanos verdes también ha aumentado, alcanzando un promedio de 7,5 kilos por persona al año. Los principales factores que impulsan la demanda de plátanos verdes en Canadá son los siguientes:

- El crecimiento de la población canadiense: Canadá es un país con una población creciente, que se espera que alcance los 40 millones de habitantes en 2030. Este crecimiento de la población está impulsando la demanda de alimentos de todo tipo, incluidos los plátanos verdes.
- El aumento de la diversidad cultural (latinos principalmente): Canadá es un país multicultural, con una población de origen diverso. El aumento de la población de origen caribeño y latinoamericano está impulsando la demanda de alimentos tradicionales de estas regiones, como el plátano verde.
- La creciente conciencia sobre los beneficios nutricionales del plátano verde: El plátano verde es una fruta nutritiva que es una buena fuente de potasio, fibra y vitamina C. La creciente conciencia sobre los beneficios nutricionales del plátano verde está impulsando la demanda de esta fruta.

3.6.4 La oferta de plátanos verdes en Canadá

La oferta de plátanos verdes en Canadá proviene de dos fuentes principales: la producción nacional y las importaciones. La producción de plátanos verdes en Canadá es relativamente pequeña. La mayor parte de la producción de plátanos

verdes en Canadá se concentra en las provincias de Ontario, Quebec y Columbia Británica.

Las importaciones de plátanos verdes en Canadá son mucho mayores que la producción nacional. Los principales países exportadores de plátanos verdes a Canadá son Costa Rica, Ecuador y Honduras. La oferta de plátanos verdes en Canadá está limitada por la capacidad de producción nacional y las restricciones a las importaciones. La producción nacional de plátanos verdes es limitada debido a las condiciones climáticas de Canadá. Las restricciones a las importaciones pueden ser impuestas por motivos sanitarios o comerciales.

3.6.5 Los precios de los plátanos verdes en Canadá

Los precios de los plátanos verdes en Canadá varían en función de la temporada, la oferta y la demanda. En general, los precios de los plátanos verdes son más bajos en verano que en invierno. Según datos del USDA, el precio promedio de los plátanos verdes en Canadá en 2023 fue de 1,5 dólares canadienses por kilo. Los precios de los plátanos verdes están sujetos a una serie de factores, entre los que se incluyen:

- La temporada: Los plátanos verdes son más caros en invierno, cuando la oferta es menor.
- La oferta: Los precios de los plátanos verdes bajan cuando la oferta es mayor.
- La demanda: Los precios de los plátanos verdes suben cuando la demanda es mayor.

- Las tendencias del mercado canadiense de plátanos verdes

El mercado canadiense de plátanos verdes está creciendo y se espera que continúe creciendo en los próximos años. Este crecimiento se debe a una serie de factores, entre los que se incluyen:

- El crecimiento de la población canadiense
- El aumento de la diversidad cultural
- La creciente conciencia sobre los beneficios nutricionales del plátano verde

Las tendencias específicas que se observan en el mercado canadiense de plátanos verdes incluyen:

- Un aumento de la demanda de plátanos verdes de origen local
- Un aumento de la demanda de plátanos verdes orgánicos
- Un aumento de la demanda de plátanos verdes con diferentes grados de maduración

Los exportadores de plátanos verdes que deseen acceder al mercado canadiense deben tener en cuenta estas tendencias.

3.6.6 Consumo

El plátano verde procesado es popular en Canadá por varias razones. En primer lugar, el plátano verde es un alimento básico en la dieta de muchas personas de origen caribeño y latinoamericano. Estas comunidades representan una parte

significativa de la población canadiense, y su cultura y tradiciones culinarias han influido en la cocina canadiense.

En segundo lugar, el plátano verde procesado es una forma conveniente y versátil de disfrutar de esta fruta. Los plátanos verdes procesados se pueden encontrar en la mayoría de los supermercados canadienses, y se pueden preparar de una variedad de maneras. Esto los hace atractivos para las personas que buscan una comida rápida y fácil, o que quieren experimentar con nuevos sabores y platos.

En tercer lugar, el plátano verde procesado es un alimento nutritivo. Los plátanos verdes son una buena fuente de potasio, fibra y vitamina C. El procesamiento de los plátanos verdes no altera significativamente su valor nutricional, por lo que los plátanos verdes procesados son una opción saludable para una dieta equilibrada. El plátano verde procesado es una parte importante de la cultura alimentaria canadiense. Es una opción conveniente, nutritiva y versátil que disfrutan personas de todo origen.

Consumo per cápita de plátano en Canadá 2022

Ítem	Toneladas
Producción	0.00
Importación	591.464
Exportación	591.464
Consumo Nacional	591.399

Canadá se sitúa como el sexto mercado orgánico más significativo a nivel global, con la región de Norteamérica (compuesta por Estados Unidos y Canadá) contribuyendo con un impresionante 52% de las transacciones mundiales de alimentos orgánicos. Según una investigación llevada a cabo por el prestigioso Instituto de Investigación de Agricultura Orgánica FiBL, se revela que las ventas minoristas en Canadá alcanzaron la notable cifra de CAD 4.94 mil millones (equivalentes a USD 3.99 mil millones) durante el año 2018.

Conforme al informe de 2017 emitido por la Asociación Canadiense de Comercio Orgánico (COTA), el sector de alimentos orgánicos en Canadá experimentó un aumento notable del 54.3% durante el periodo de 2012 a 2017. Precediendo la irrupción de la pandemia de COVID-19, aproximadamente dos terceras partes de la población canadiense adquirirían productos orgánicos al menos una vez a la semana. A pesar de los impactos adversos derivados de la pandemia, el sector continúa su expansión. Datos de COTA hasta agosto de 2020 indican que los alimentos orgánicos representan el 3.2% de todas las transacciones de comestibles en

Canadá, con un gasto anual de los consumidores canadienses ascendiendo a \$6.9 mil millones.

En términos de adquisición, el 66% de los canadienses adquiere semanalmente productos orgánicos. A nivel nacional, la provincia de Quebec destaca por tener la mayor cantidad de operaciones y productores de alimentos orgánicos certificados, seguida de Ontario y Columbia Británica. Según la Asociación Canadiense de Comercio, los segmentos demográficos que lideraron las compras semanales de productos orgánicos en 2017 fueron los Millennials con un 83%, graduados universitarios con un 78%, los habitantes de Alberta con un 74%, las familias con un 72%, y los hombres con un 67%. Ontario se posiciona como el principal mercado de productos orgánicos en Canadá, con un valor de \$1.600 millones en constante crecimiento hasta el año 2020.

Capítulo IV

Plan Estratégico de Exportación de Plátano Verde Industrializado a Toronto

4.1 Procesos de industrialización

El plátano verde se puede procesar de varias maneras para poderlo industrializar. Los procesos más comunes son los siguientes:

- Fermentación: La fermentación es un proceso natural que se utiliza para convertir los azúcares de los plátanos verdes en alcohol. Los plátanos verdes fermentados se pueden utilizar para hacer bebidas alcohólicas, como el ron o el vodka.
- Secado: El secado es un proceso que se utiliza para eliminar la humedad de los plátanos verdes. Los plátanos verdes secos se pueden utilizar para hacer harina, puré o chips.
- Congelado: El congelado es un proceso que se utiliza para conservar los plátanos verdes frescos. Los plátanos verdes congelados se pueden utilizar para hacer platos cocinados o para preparar batidos o smoothies.
- Enlatado: El enlatado es un proceso que se utiliza para conservar los plátanos verdes durante largos períodos de tiempo. Los plátanos verdes enlatados se pueden utilizar para hacer platos cocinados o para preparar aperitivos.

El proceso de procesamiento que se utilice dependerá del producto final que se desee obtener. Por ejemplo, si se desea producir bebidas alcohólicas, se utilizará el proceso de fermentación. Si se desea producir harina o puré, se utilizará el proceso de secado. Si se desea producir platos cocinados, se puede utilizar el proceso de congelación o enlatado. A continuación, se describen los pasos generales del proceso de procesamiento del plátano verde:

- 1) Selección: Los plátanos verdes deben seleccionarse cuidadosamente para asegurar que estén maduros, pero no demasiado maduros. Los plátanos verdes demasiado maduros son blandos y difíciles de procesar.
- 2) Lavado: Los plátanos verdes deben lavarse cuidadosamente para eliminar cualquier suciedad o residuo.
- 3) Pelado: Los plátanos verdes deben pelarse para eliminar la piel.
- 4) Cortado: Los plátanos verdes deben cortarse en trozos del tamaño deseado.
- 5) Procesado: Los plátanos verdes se procesan utilizando el método deseado.
- 6) Empaquetado: Los productos procesados se empaquetan para su distribución.

El proceso de procesamiento del plátano verde comienza con la selección de los plátanos verdes. Los plátanos verdes deben estar maduros, pero no demasiado maduros. Los plátanos verdes demasiado maduros son blandos y difíciles de procesar.

Una vez seleccionados, los plátanos verdes se lavan cuidadosamente para eliminar cualquier suciedad o residuo. A continuación, se pelan para eliminar la piel. El pelado se puede realizar manual o mecánicamente. Los plátanos verdes pelados se cortan en trozos del tamaño deseado. El tamaño de los trozos dependerá del producto final que se desee obtener.

Los plátanos verdes cortados se procesan utilizando el método deseado. Los procesos de procesamiento más comunes son la fermentación, el secado, el congelado y el enlatado. Los productos procesados se empaquetan para su distribución. El empaquetado debe proteger los productos de daños físicos y contaminación. El proceso de procesamiento del plátano verde es un proceso complejo que requiere cuidado y precisión. Los procesos de selección, lavado, pelado y corte deben realizarse cuidadosamente para garantizar que los productos procesados sean de alta calidad. El procesamiento del plátano verde es una industria importante en muchos países. El plátano verde es un alimento versátil que se puede utilizar para producir una variedad de productos alimenticios.

4.2 Proceso de exportación

Identificar los elementos del plan estratégico permite destacar las características únicas del plátano verde, diferenciándolo de otros productos similares en el mercado. Esto puede incluir aspectos como su origen, calidad, métodos de cultivo o beneficios nutricionales, facilita la comunicación de los beneficios del plátano verde, ya sea en términos de salud, sabor, versatilidad culinaria u otros atributos positivos. Esto contribuye a crear una percepción positiva en la mente del

consumidor. Un plan de exportación puede abordar estrategias de distribución, analizando y seleccionando los canales adecuados para llegar al mercado objetivo. Esto puede incluir acuerdos con minoristas, restaurantes u otros intermediarios.

4.2.1 Objetivos del plan

- Incrementar el conocimiento de los productos de plátano procesado entre los canadienses.
- Aumentar las ventas de los productos de plátano procesado en un 20% en los próximos dos años.
- Penetrar en nuevos mercados, como los supermercados y las tiendas de conveniencia.

4.2.2 Público objetivo

El público objetivo para los productos de plátano procesado en Canadá son las personas de todas las edades y orígenes que buscan opciones de alimentos saludables y convenientes. En particular, el mercado objetivo incluye:

- Personas de origen caribeño y latinoamericano.
- Personas que buscan alimentos veganos o vegetarianos.
- Personas que buscan alimentos sin gluten o bajos en azúcar.

La presencia de plátanos se manifiesta de manera ubicua en diversos puntos de venta, abarcando desde las imponentes cadenas de supermercados como Metro, Sobeys, Loblaws y Whole Foods, hasta establecimientos minoristas independientes como LONGOS y tiendas especializadas en productos orgánicos como Avril, Tau y

Maisson. De manera complementaria, la disponibilidad de plátanos orgánicos se extiende a los mercados públicos, tales como Marché Atwater, Marché Jean Talon y Fresh Market, los cuales, si bien se centran primordialmente en la comercialización de productos locales, también ofrecen productos orgánicos que no son producidos en cantidad suficiente en el contexto canadiense.

Tabla 3.
Principales compradores de plátano en Canadá

Empresa	Ciudad	Provincia	Código Postal
Burnac produce	Toronto	Ontario	M8Y 1H8
Chiovitti Banana Company Limited	Toronto	Ontario	M8Z 4T3
Equifruit Inc.	Drummondville	Quebec	J2C 1M5
Loblaws Inc.	Brampton	Ontario	L6Y 5S5
Metro Ontario Inc.	Toronto	Ontario	M9B 1B9
Save-on-foods limited partnership	Langley	British Columbia	V1M 3B6
Sobeys Ontario	Mississauga	Ontario	L4W 0C7
Westcoast Produce A Div Of Buy- Low Foods Ltd	Surrey	British Columbia	V4N 4H1
Whole Foods Market Canada, Inc.	Austin	Texas	

Nota: Tomado de Statistics Canadá

4.2.3 Productos derivados de la industrialización

Los plátanos verdes se pueden procesar de varias maneras para obtener una variedad de productos alimenticios. Algunos de los tipos más comunes de productos procesados o industrializados del plátano verde incluyen:

- 1) Plátanos verdes fritos: Los plátanos verdes fritos son un aperitivo popular en muchos países. Se cortan en trozos y se fríen en aceite.
 - a. Chifles, que son hojas finas freídas a 130 grados centígrados y luego escurridos, empacados para servirse como snacks.
 - b. Tostones o patacones: Pedazos o enteros, freídos a 130 grados centígrados y luego remojados en agua con sal y (o) especias, listos para una segunda pasada por cinco minutos a 180 grados centígrados en Air Fryer en donde en tomará una apariencia crocante.
- 2) Plátanos verdes congelados: Los plátanos verdes congelados son una forma conveniente de almacenar plátanos verdes. Se pueden utilizar para hacer platos cocinados o para preparar batidos o smoothies.
- 3) Plátanos verdes enlatados: Los plátanos verdes enlatados son una forma de conservar los plátanos verdes durante largos períodos de tiempo. Se pueden utilizar para hacer platos cocinados o para preparar aperitivos.

- 4) Harina de plátano verde: La harina de plátano verde se utiliza para hacer pan, galletas y otros productos horneados. Es una fuente de fibra y potasio.
- 5) Puré de plátano verde: El puré de plátano verde se utiliza para hacer platos cocinados, como el mofongo y el pastelón. Es una fuente de carbohidratos y potasio.
- 6) Bebidas alcohólicas: El plátano verde se puede fermentar para producir bebidas alcohólicas, como el ron y el vodka.
- 7) Productos para el cuidado de la piel: El plátano verde se utiliza en algunos productos para el cuidado de la piel, como cremas y lociones. Se cree que tiene propiedades hidratantes y antioxidantes.

4.2.4 Precio del producto

Tabla 4.

Precio de compra en Canadá

Países	Arancel	Acuerdo comercial	PRECIO 2020 Fob/Ton
Guatemala	0%	NO	0.72
Costa Rica	0%	SI	0.63
Ecuador	0%	NO	0.79
Colombia	0%	SI	0.75
Honduras	0%	NO	0.61
México	0%	SI	0.75
Perú	0%	SI	1.00

Estos son solo algunos de los muchos tipos de productos procesados o industrializados que se pueden hacer con plátanos verdes. El plátano verde es un alimento versátil que se puede utilizar para producir una variedad de productos alimenticios.

El precio promedio de compra de plátano verde en Canadá en 2020 fue de 0.76 dólares canadienses por tonelada. El país con el precio más bajo fue Honduras, con 0.61 dólares canadienses por tonelada. El país con el precio más alto fue Perú, con 1.00 dólares canadienses por tonelada. Los precios del plátano verde en Canadá son competitivos en comparación con otros países productores. El país con el precio más bajo, Honduras, tiene una ventaja competitiva en términos de costos de producción. Sin embargo, el país con el precio más alto, Perú, tiene una ventaja competitiva en términos de calidad.

4.2.5 Transporte (Plaza)

El transporte de mercancías desde Ecuador hacia diversas ciudades de Canadá implica diferentes distancias y tiempos de tránsito. Desde el puerto de Guayaquil, la ruta hacia Vancouver, Canadá, abarca 7,870 kilómetros y requiere un período de 14 días, mientras que la conexión con Toronto desde el mismo puerto implica una distancia de 7,162 kilómetros con un tiempo de tránsito de 13 días. Por otro lado, el puerto de Paita en Perú, con una distancia de 7,889 kilómetros desde Guayaquil, tiene un tiempo de tránsito de 13 días hasta llegar a Toronto. Cabe destacar que estas cifras proporcionan una visión detallada de las complejidades logísticas y las diversas rutas

marítimas utilizadas para el transporte eficiente de productos desde Ecuador hacia distintas ciudades canadienses.

Tabla 5.

Tiempo de transporte Fluvial Ecuador a Canadá

País	Distancia (km)	Días de Tránsito	Puerto Salida	Puerto Arribo
	5,511	10	Guayaquil	Toronto
Ecuador	7,162	13	Guayaquil	Montreal
	7,870	14	Guayaquil	Vancouver

4.2.6 Promoción

La estrategia de promoción para los productos de plátano procesado en Canadá se centrará en los siguientes puntos:

- Educación del consumidor: Se crearán materiales educativos para informar a los canadienses sobre los beneficios nutricionales y culinarios del plátano procesado. Estos materiales incluirán recetas, consejos de preparación y testimonios de consumidores.
- Presencia en el punto de venta: Se trabajará con los minoristas para asegurar que los productos de plátano procesado estén bien ubicados y sean fácilmente visibles. Se crearán materiales de comunicación para el punto de venta, como carteles y folletos.
- Publicidad y relaciones públicas: Se utilizarán la publicidad y las relaciones públicas para generar conciencia sobre los productos de

plátano procesado. Se enfocará en medios impresos, digitales y sociales.

4.2.7 Ejecución

La siguiente es una línea de tiempo para la ejecución del plan de exportación:

- Primer trimestre de 2024: Se desarrollarán los materiales educativos.
- Segundo trimestre de 2024: Se trabajará con los minoristas para asegurar la presencia en el punto de venta.
- Tercer trimestre de 2024: Se lanzará la campaña de publicidad y relaciones públicas.

4.2.8 Medición

El éxito del plan de exportación se medirá en función de los siguientes indicadores:

- Conocimiento de la marca: Se realizará una encuesta para medir el conocimiento de la marca entre los canadienses.
- Ventas: Se monitorearán las ventas de los productos de plátano procesado para medir el impacto del plan de exportación.
- Presencia en el punto de venta: Se realizará un análisis de los datos de ventas de los minoristas para medir la presencia en el punto de venta de los productos de plátano procesado.

4.2.9 Acciones adicionales

Además de las acciones propuestas en el plan, se podrían considerar las siguientes acciones adicionales para aumentar el éxito:

- **Colaboración con chefs y bloggers:** La colaboración con chefs y bloggers populares podría ayudar a generar interés y entusiasmo por los productos de plátano procesado.
- **Participación en eventos comunitarios:** La participación en eventos comunitarios, como festivales y ferias, podría ayudar a llegar a un público más amplio.

Capítulo V

Conclusiones y Recomendaciones

4.3 Conclusiones

Los objetivos establecidos para la exportación de plátano verde industrializado a Toronto, Canadá, se han cumplido satisfactoriamente.

4.3.1 Sustentos teóricos y empíricos

El análisis de los sustentos teóricos y empíricos ha permitido comprender el sistema de industrialización del plátano y su posterior exportación. Se ha determinado que el plátano es un producto altamente versátil que puede ser procesado de diversas maneras para obtener productos alimenticios, como harina, puré, chips, batidos, etc. Estos productos tienen un alto valor nutricional y pueden ser utilizados en una variedad de recetas.

La comprensión de los sustentos teóricos y empíricos relacionados con la industrialización del plátano y su exportación es fundamental para desarrollar un plan estratégico eficaz. En este sentido, hemos encontrado que la investigación exhaustiva de la literatura académica y los estudios de casos prácticos nos han proporcionado una base sólida. Al profundizar en la teoría detrás de la industrialización de productos agrícolas y los conceptos clave de exportación, hemos identificado los principales desafíos y oportunidades que enfrenta este proceso.

Las experiencias empíricas recopiladas, tanto a nivel local como internacional, han enriquecido nuestra comprensión de los factores que influyen en la competitividad de los productos industrializados del plátano. Desde la selección de las variedades de plátano más adecuadas hasta el manejo post-cosecha y los requisitos de calidad para la exportación, cada paso del proceso se ha examinado a fondo. Este análisis ha permitido identificar áreas de mejora y optimización en el sistema de producción y comercialización.

4.3.2 Estudio de mercado internacional

El estudio de mercado internacional ha determinado que Toronto, Canadá, es un mercado potencial para la exportación de plátano verde industrializado. La ciudad tiene una población de aproximadamente 3 millones de personas, de las cuales un porcentaje significativo es de origen caribeño y latinoamericano. Estas personas están familiarizadas con el plátano verde y sus productos derivados.

Se ha observado una creciente demanda en Toronto por productos alimenticios saludables, sostenibles y exóticos, lo que representa una oportunidad significativa para los productos industrializados del plátano verde. La investigación de las preferencias del consumidor y los canales de distribución nos ha permitido identificar nichos de mercado y desarrollar propuestas de valor diferenciadas.

Además, se han evaluado los aspectos logísticos y de infraestructura necesarios para garantizar una cadena de suministro eficiente y confiable desde el Cantón Naranjal hasta Toronto. Esto incluye consideraciones sobre embalaje,

transporte, almacenamiento y distribución, con el objetivo de garantizar la frescura y calidad de los productos en su destino final.

4.3.3 Aspectos relevantes en el área técnica y económica

El diseño de los aspectos relevantes en el área técnica y económica ha permitido identificar los requisitos necesarios para la exportación de plátano verde industrializado a Toronto. Se ha determinado que los productos deben cumplir con las regulaciones sanitarias canadienses y deben ser transportados en condiciones adecuadas para garantizar su frescura y calidad. Que la producción de semi cocinados es muy interesante debido a que su valoración económica y financiera es positiva.

En el ámbito técnico, se han propuesto mejoras en la gestión agronómica, el control de calidad y la infraestructura de procesamiento para maximizar el rendimiento y la eficiencia. Además, se ha destacado la importancia de la certificación y la trazabilidad en la cadena de suministro, tanto para cumplir con los requisitos del mercado canadiense como para fortalecer la confianza del consumidor.

4.4 Recomendaciones

En base a los resultados obtenidos, se recomienda lo siguiente:

- Desarrollar una estrategia de desarrollo de mercado, dirigida a la población de Toronto de origen caribeño y latinoamericano. Esta estrategia debe enfatizar los beneficios nutricionales y culinarios del plátano verde y sus productos derivados.
- Establecer alianzas con distribuidores y minoristas en Toronto para garantizar la distribución efectiva de los productos.

- Realizar un seguimiento continuo del mercado para identificar oportunidades de crecimiento.

4.5 Conclusiones generales

El plátano verde es un producto con un gran potencial para la exportación. La investigación realizada ha demostrado que Toronto, Canadá, es un mercado objetivo con un alto potencial de crecimiento. Con la implementación de las recomendaciones mencionadas, se puede aumentar las posibilidades de éxito de la exportación de plátano verde industrializado a esta ciudad.

El plan propuesto tiene el potencial de aumentar el conocimiento y las ventas de los productos de plátano procesado en Canadá. Al centrarse en la educación del consumidor, la presencia en el punto de venta y la publicidad, este plan tiene como objetivo posicionar los productos de plátano procesado como una opción saludable y conveniente para los canadienses de todas las edades y orígenes.

Referencias

Aguiar, R. M. (2023). Incidencias de las marcas verdes, sus políticas públicas y la normativa jurídica en protección medio ambiental en Canadá, Estados Unidos y México. [bachelorThesis, Universidad Estatal de Bolívar. Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Políticas. Carrera de Derecho. Abogada de los Tribunales de la República.].

<https://dspace.ueb.edu.ec/handle/123456789/6220>

Alvarado Sánchez, M. del R. (2017). Comercio internacional y acuicultura: Caso del camarón en Ecuador [masterThesis, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador]. <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/5510>

Andrade Panchana, J. (2021). Plan de internacionalización y estrategia de marketing para la venta de mermelada de mora con moringa dirigido al mercado de Canadá en el año 2022 [masterThesis, Universidad Casa Grande. Departamento de Posgrado].

<http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/2771>

Baños, J. E. (2023). Diseño de una guía de gestión de procesos para exportación de pitahaya al mercado español [masterThesis, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/4224>

Benalcázar, P. A. (2023). Determinación y análisis del impacto de las tasas arancelarias del sector automotriz en vehículos livianos sobre la recaudación

de tributos en el Ecuador desde el año 2017 al 2022 [bachelorThesis, Quito: UCE]. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/31385>

Bravo, Suárez, P. L. (2023). Análisis de la comercialización de Cacao en los mercados internacionales y su relevancia en la balanza comercial del Ecuador periodo 2015- 2021 [bachelorThesis, Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/69326>

Brisbois, B. W., Spiegel, J. M., & Harris, L. (2019). Health, environment and colonial legacies: Situating the science of pesticides, bananas and bodies in Ecuador. *Social Science & Medicine*, 239, 112529. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2019.112529>

Cáceres, N. (2023). Integración Económica en la Comunidad Andina y Tratados de Libre Comercio [masterThesis, Quito, Ecuador: Flacso Ecuador]. <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/19295>

Caiza Toasa, B. S. (2023). El mercado exportador del sector florícola ecuatoriano. Un estudio económico de su realidad en tiempos de pandemia [bachelorThesis]. <https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/37856>

Castañeda, C. (1996). Disposiciones institucionales y procedimientos para la solución de controversias, en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte. <https://ri-ng.uaq.mx/handle/123456789/7558>

Chang Saavedra, M. E. (2023). Evolución del comercio exterior del snack de banano durante los años 2019 a 2021. Repositorio Institucional - UCV.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/119666>

Chávez, G. A. (2022). Análisis comparativo de los modelos económicos entre los países de América del Norte y Ecuador, que permitan integrar acuerdos comerciales, en el período 2018-2020 [bachelorThesis, PUCE - Quito].

<http://repositorio.puce.edu.ec:80/handle/22000/20937>

Chichanda, J. L., & Caicedo, T. A. (2021). Análisis de intercambio comercial de Ecuador—Canadá y su incidencia en el saldo de la Balanza Comercial de Ecuador durante el período 2010-2019.

<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/58580>

Chouman, M. F. (2023). Análisis de Exportación de Pitahaya Ecuatoriana con valor agregado a Emiratos Árabes Unidos. [Thesis].

<http://biblioteca.uteg.edu.ec/xmlui/handle/123456789/1987>

Condoy Valarezo, A. D. (2017). La inversión extranjera directa y su incidencia en la balanza comercial del Ecuador en los años 2000-2014 [bachelorThesis].

<http://dspace.utpl.edu.ec/handle/20.500.11962/21311>

Gonzalez, J., & Tussie, D. A. (2023). A presença econômica da China na América do Sul: Implicações para a dinâmica da cooperação intrarregional. URVIO Revista Latinoamericana de Estudios de Seguridad, 36, 7-25.

<https://doi.org/10.17141/urvio.36.2023.5936>

- Guzmán, A. G. (2023). Análisis de los beneficios comerciales que traerá a Ecuador, el acuerdo con EFTA [bachelorThesis, Universidad del Azuay].
<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/12851>
- Hurtado Valencia, B. C. (2023). Análisis del comportamiento de las exportaciones de flores en Ecuador durante el covid 19 [Thesis, PUCESE - Escuela de Comercio Exterior]. <http://localhost/xmlui/handle/123456789/3443>
- Insua Noboa, G. M., & Muñoz Cañizares, K. I. (2023). Aporte del sector florícola a las exportaciones del Ecuador, periodo 1990—2021 [bachelorThesis, Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Guayaquil].
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/69398>
- Jaramillo, M. J. (2023). Análisis de puntos clave de los tratados comerciales que Estados Unidos tiene con Colombia y Perú dentro del sector agrícola como guía de lineamientos para el Ecuador [bachelorThesis, Universidad del Azuay]. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/13593>
- León, L. A., Arcaya, M. F., Barbotó, N. A., Bermeo, Y. L., León Serrano, L. A., Arcaya Sisalima, M. F., Barbotó Velásquez, N. A., & Bermeo Pineda, Y. L. (2020). Ecuador: Análisis comparativo de las Exportaciones de banano orgánico y convencional e incidencia en la Balanza Comercial, 2018. *Revista Científica y Tecnológica UPSE (RCTU)*, 7(2), 38-46.
<https://doi.org/10.26423/rctu.v7i2.521>

León Pachar, J. A. (2022). Análisis de la producción de banano en el cantón Naranjal de la provincia del Guayas y su aporte al desarrollo local. Periodo 2011-2021 [bachelorThesis, Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/65712>

Lera, J. (2021). DESIGUALDAD SOCIAL, GÉNERO Y PRECARIZACIÓN: Mujeres en acción ISBN: 978-84-122755-8-2.

López, Á. V. (2023). El acuerdo comercial bilateral Ecuador – China y su impacto en el producto interno bruto del Ecuador [bachelorThesis].
<https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/38839>

Maisanche, D. A. (2020). La supremacía constitucional y el control de constitucionalidad de los tratados bilaterales de inversión en el Ecuador [masterThesis, Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, Posgrado, Maestría en Derecho Constitucional].
<https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/30994>

Manning, E. W., & Márquez, L. (2023). Sustainable Tourism in the Americas. CABI.

Masaquiza Anancolla, J. T. (2023). Costos internacionales del comercio y su incidencia en la exportación de aceite de palma del Ecuador a los países de Norte América [bachelorThesis].
<https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/38234>

Molina, G. N., & Vera, F. R. (2023). Diagnóstico de la visión futuro frente a los objetivos de desarrollo sostenible en las exportadoras manabitas de pitahaya

[bachelorThesis, Calceta: ESPAM MFL].

<http://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/2040>

Moreno, C. Y. (2019). Plan de negocios para la exportación de artesanías de barro provenientes de Pujilí—Ecuador a Toronto—Canadá [bachelorThesis, Quito: Universidad de las Américas, 2019].

<http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/10729>

Morocho, G. F. (2023). Análisis técnico jurídico de la adhesión al sistema Ciadi y sus implicaciones en los procesos de negocio en el Ecuador. Universidad Católica de Cuenca. <https://dspace.ucacue.edu.ec/handle/ucacue/13490>

Noroña, J. (2022). UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.

Ortiz, I. A. (2020). El nuevo enfoque de la política comercial de EE. UU. en el período 2017-2019 y sus implicancias para las negociaciones comerciales del Ecuador [masterThesis, Quito, EC: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador]. <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/7767>

Paredes Meneses, J. M. (2018). Plan de negocios para la elaboración y comercialización de chicle energético en la ciudad de Quito mediante la importación de ginseng desde Canadá [bachelorThesis, Quito: Universidad de las Américas, 2018]. <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/8608>

Paredes Reyes, G. J., Jurado Jaramillo, C., & Cevallos Bermeo, A. (2017). Foro de cooperación económica Asia-Pacífico (APEC): El gran desafío de las relaciones comerciales de Ecuador. *Alternativas*, 18(3), 94-106.

- Pinzón, C. A., Peña, Y. E., Cuarán, N. L., Redondo, A. C., Pinzón, C. A., Peña Jiménez, Y. E., Cuarán Ramos, N. L., & Redondo Méndez, A. C. (2022). Sector floricultor colombiano en los TLC con Canadá y República de Corea. *Podium*, 42, 117-136. <https://doi.org/10.31095/podium.2022.42.7>
- Proecuador. (2023). Listado completo de descargas 2018 – PRO-ECUADOR. <https://www.proecuador.gob.ec/descargas-2018/>
- Quintana, L., Mun, N. K., Álvarez, J., Quintana Romero, L., Mun, N. K., & Álvarez-García, J. (2023). Efectos económicos de la complementariedad comercial en la negociación de un tratado de libre comercio entre México y Corea del Sur. *El trimestre económico*, 90(358), 497-529. <https://doi.org/10.20430/ete.v90i358.1666>
- Ramírez, M. A. (2023). Efecto económico del Tratado de Libre Comercio y competitividad de las agroexportadoras en una provincia del Perú, 2022. <https://repositorio.unica.edu.pe/handle/20.500.13028/4036>
- Rodríguez Giraldo, A. M., Martínez Córdoba, L., & Tocora, J. D. (2019). Oportunidades comerciales de exportación de quinua a mercados canadienses. <http://repository.unicatolica.edu.co/handle/20.500.12237/1510>
- Rojas, N. A. S., Jinez, H. E. J., Sorroza, L. D. J., & Sorroza, B. E. J. (2020). Impacto de las pandemias en el comercio internacional y Ecuador. *RECIAMUC*, 4(2), Article 2. [https://doi.org/10.26820/reciamuc/4.\(2\).abril.2020.12-20](https://doi.org/10.26820/reciamuc/4.(2).abril.2020.12-20)

- Rosas, N. E. (2023). Plan de marketing para la exportación de quinua de Maquita Cushunchic hacia Montreal, Canadá [bachelorThesis, PUCE - Quito].
<http://repositorio.puce.edu.ec:80/handle/22000/22145>
- Suárez, D. A. (2023). Análisis de la evolución del NAFTA al USMCA bajo la perspectiva sobre políticas comerciales aplicadas para México: Guía para Ecuador [bachelorThesis, Universidad del Azuay].
<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/13591>
- Tinoco, A. J. (2019). Ecuador, en la búsqueda de Cooperación Económica Comercial Internacional. Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica: Japón, Australia, Canadá, México, Perú y Malasia ¿acierto o equívoco? [bachelorThesis, Universidad Casa Grande Facultad de Administración y Ciencias Políticas].
<http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/2183>
- Ulloa, I. J. F., & Rojas, C. E. V. (2014). Diagnóstico de la cadena logística de exportación del banano ecuatoriano hacia estados unidos de américa. Saber, Ciencia y Libertad, 9(1), Article 1. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2014v9n1.1985>
- Vaca Uyaguari, A. E. (2019). Análisis de las exportaciones de banano del Cantón Naranjal y su impacto socioeconómico en la población rural durante el período 2014-2018 [bachelorThesis, Universidad de Guayaquil. Facultad de Ciencias Económicas]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/46332>

Vallejo, C. P. (2023). Análisis comparativo de las Exportaciones Tradicionales y el crecimiento económico, período 2017-2021. Caso: Ecuador, Perú y Chile

[bachelorThesis, Universidad del Azuay].

<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/13581>