



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TEMA:

**Análisis para la implementación de estrategias que
promuevan las exportaciones de productos tradicionales y
no tradicionales de Ecuador hacia el Reino Unido**

AUTOR:

Pimentel Vulgarin, Felipe Enrique

**Componente práctico del examen complejo previo a la
obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial
Internacional**

TUTOR

Ing. Arias Arana Wendy Vanessa

Guayaquil, Ecuador

21 de febrero del 2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **Pimentel Vulgarin, Felipe Enrique**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**.

TUTOR (A)

Wendy Arias

f. _____

Ing. Arias Arana, Wendy Vanessa

DIRECTOR DE LA CARRERA

Gabriela Hurtado

f. _____

Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth Mgs.

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



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Pimentel Vulgarin, Felipe Enrique**

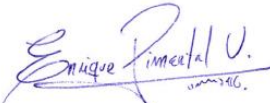
DECLARO QUE:

El componente práctico del examen complejo, **Análisis para la implementación de estrategias que promuevan las exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales de Ecuador hacia el Reino Unido** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

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

EL AUTOR

f. 
Pimentel Vulgarin, Felipe Enrique



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

Yo, **Pimentel Vulgarin, Felipe Enrique**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen complejo Análisis para la implementación de estrategias que promuevan las exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales de Ecuador hacia el Reino Unido**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

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

EL AUTOR:

f. _____

Pimentel Vulgarin, Felipe Enrique



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL


REPORTE URKUND

The screenshot displays the URKUND interface. On the left, document details are shown: 'Documento: PIMENTEL VULGARIN FELIPE ENRIQUE FINAL.docx (D127428201)', 'Presentado: 2022-02-09 00:02 (-05:00)', 'Presentado por: enriquephilip_11@hotmail.com', and 'Recibido: wendy.arias.ucsg@analysis.orkund.com'. A progress indicator shows '0%' of 49 pages from sources. The right panel, titled 'Lista de fuentes', lists sources with checkboxes: 'tesis final final final.docx', 'Grupo1_Primer entregable del proyecto final.pdf', 'PROYECTO-GLOBALIZACION.docx', 'http://www.sice.oas.org/csy/index/ecu/WTO/ESPAÑOL/s383_s.pdf', and 'Arleny Belén Ramirez Tobar.docx'. The bottom section shows a side-by-side comparison of text from two documents, both at 70% zoom. The left document is 'PIMENTEL VULGARIN FELIPE ENRIQUE' and the right is 'ROMMEL TESIS FINAL d...'. Both documents contain a declaration of responsibility in Spanish, mentioning the Faculty of Economic, Administrative and Business Sciences and the International Business Management career.

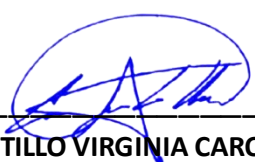



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. 
Ing. GABRIELA ELIZABETH HURTADO CEVALLOS Mgs.
DIRECTORA DE CARRERA

f. 
ING. WENDY VANESSA ARIAS ARANA MGS
REVISORA

f. 
Ec. LUCIN CASTILLO VIRGINIA CAROLINA MGS.
COORDINADOR DEL ÁREA

f. 
Ec. FREIRE QUINTERO CESAR ENRIQUE PHD.
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL
CALIFICACIÓN**

Pimentel Vulgarin, Felipe Enrique

Índice

Contenido

1	INTRODUCCIÓN.....	2
1.1	Formulación del problema.....	3
1.1.1	Antecedentes.....	3
1.1.2	Contextualización del problema.....	4
1.2	Objetivo general y específico.....	7
1.2.1	Objetivo general.....	7
1.2.2	Objetivos específicos.....	7
1.3	Justificación.....	7
1.4	Pregunta de investigación.....	9
1.5	Limitaciones y delimitaciones.....	9
1.5.1	Limitaciones.....	9
1.5.2	Delimitaciones.....	9
2	Marco teórico.....	10
2.1	Marco Teórico.....	10
2.1.1	Comercio Internacional.....	10
2.1.2	Productos tradicionales y no tradicionales.....	11
2.1.3	Acuerdos comerciales.....	12
2.1.4	Certificaciones Voluntarias y Obligatorias.....	13
2.1.5	Principales importaciones de Reino Unido.....	15
2.1.6	Exportaciones de Ecuador por industria y destino.....	16
2.1.7	Exportaciones de Ecuador hacia el Reino Unido.....	22
2.1.8	Organismos que promueven las exportaciones hacia mercados internacionales.....	25
2.2	Marco Conceptual.....	29
2.2.1	Acuerdo.....	29
2.2.2	Exportación.....	29

2.2.3	Exportaciones tradicionales.....	29
2.2.4	Exportaciones no tradicionales.....	30
2.2.5	Importación.....	30
2.2.6	Balanza comercial.....	30
2.2.7	Competitividad.....	30
2.2.8	Certificaciones.....	30
2.3	Marco referencial.....	31
2.3.1	Islas Mauricio.....	31
2.3.2	Finlandia.....	32
2.3.3	Certificación Global Gap: Caso México.....	33
2.4	Marco legal.....	35
2.4.1	CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR.....	35
2.4.2	CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES, COPCI.....	36
3	Metodología.....	40
3.1	Diseño de Investigación.....	40
3.2	Tipo de investigación.....	40
3.3	Alcance.....	40
3.4	Técnica de recogida de datos.....	40
4	Resultados.....	41
4.1	Hallazgos.....	41
5	CONCLUSIONES.....	48
5.1	Conclusiones.....	48
5.2	Recomendaciones.....	49
6	Referencias.....	50
7	Anexos.....	53
7.1	ANEXO 1.....	53
7.2	ANEXO 2.....	57

Índice de tablas

Tabla 1 Principales productos tradicionales y no tradicionales.....	10
Tabla 2 Principales Acuerdos entre Ecuador - Reino Unido	12
Tabla 3 Certificación Obligatoria	13
Tabla 4 Certificaciones Internacionales	13
Tabla 5 Exportaciones tradicionales y no tradicionales hacia el Reino Unido	23
Tabla 6 Balanza comercial entre Ecuador - Reino Unido	24
Tabla 7 Presupuesto asignado a Ministerio de Productividad, Comercio Exterior, Inversión y Pesca.....	27
Tabla 8 Banana: Superficie cosechada bajo certificaciones internacionales por país.....	42
Tabla 9 Cocoa: Superficie cosechada bajo certificaciones internacionales por país	43
Tabla 10 Certificación FSC por país	44
Tabla 11 Principales ferias de comercio en Reino Unido.....	45

Índice de gráficos

Figura 1 Ranking de los Principales destinos de las exportaciones no petroleras del Ecuador	6
Figura 2 Destinos de exportación no petrolera.....	7
Figura 3 Exportaciones FOB (miles)	16
Figura 4 Principales destino de Exportaciones (Banana).....	17
Figura 5 Principales exportaciones por destino Camarón y Pescado.....	18
Figura 6 Principales destino de exportaciones Cacao.....	19
Figura 7 Exportaciones FOB Abacá.	19
Figura 8 Exportaciones FOB (miles) – Destino..	20
Figura 9 Exportaciones FOB (miles) - Destino Mango.....	21
Figura 10 Exportaciones FOB (miles) - Destino Flores.....	21
Figura 11 Exportaciones FOB (miles) - Destino por país (Madera y artículos de madera)	22
Figura 12 Top 5 Superávit VS Déficit No Petrolero, Millones USD.....	25

RESUMEN

Los mercados internacionales representan para Ecuador un desafío permanente, poniendo a prueba su capacidad y adaptación a los nuevos escenarios. Ante la premisa de buscar estrategias que permitan promover la oferta exportable de los productos tradicionales y no tradicionales hacia el Reino Unido, se planteará una línea de ruta que fomente la apertura del mercado alineadas a las exigencias del Reino Unido. El análisis se enfoca en los principales productos tradicionales y no tradicionales, para esto, se ha utilizado el método descriptivo, además de la revisión de fuentes secundarias como organismos oficiales, bibliografías de artículos de revistas científicas, artículos de organismo multilaterales. Entre los principales resultados de esta investigación se destaca que las certificaciones relacionadas al ámbito de la calidad, la seguridad alimentaria, la producción orgánica y la responsabilidad social darán una vía de acceso al mercado del Reino Unido, así mismo las ferias internacionales y ruedas de negocios ayudarán a dinamizar las exportaciones ecuatorianas tanto para el Reino Unido como en el mercado internacional, bajo esta misma óptica es importante considerar la inserción de empresas ecuatorianas en el Reino Unido para socializar los productos ecuatorianos en este territorio.

Palabras Claves: Reino Unido, exportaciones, oferta exportable, certificaciones, mercado internacional, productos tradicionales y no tradicionales.

ABSTRACT

International markets represent a permanent challenge for Ecuador, testing its capacity and adaptation to new scenarios. Given the premise of seeking strategies to promote the exportable offer of traditional and non-traditional products to the United Kingdom (U.K.), a route will be proposed that promotes the opening of the market aligned with the demands of the United Kingdom. The analysis focuses on the main traditional and non-traditional products, for this, the descriptive method has been used, in addition to the review of secondary sources such as official organizations, bibliographies of articles from scientific journals, and multilateral organizations. Among the main results of this research, it is highlighted that the certifications related to the field of quality, food safety, organic production and social responsibility will give a way of access to the U.K. market, as well as international fairs and business roundtables will help boost Ecuadorian exports both for the U.K. and in the international market, from this same point of view, it is important to consider the insertion of Ecuadorian companies in the U.K. to socialize Ecuadorian products in this territory.

Keywords: United Kingdom, exports, exportable offer, certifications, international market, traditional and non traditional products.

RÉSUMÉ

Les marchés internationaux représentent un défi permanent pour l'Équateur, testant sa capacité et son adaptation à de nouveaux scénarios. Partant du principe de la recherche de stratégies pour promouvoir l'offre exportable de produits traditionnels et non traditionnels vers le Royaume-Uni, une ligne de route sera proposée qui encourage l'ouverture du marché conformément aux exigences du Royaume-Uni. L'analyse porte sur les principaux produits traditionnels et non traditionnels, pour cela, la méthode descriptive a été utilisée, en plus de l'examen des sources secondaires telles que les organismes officiels, les bibliographies d'articles de revues scientifiques, les articles d'organisations multilatérales. Parmi les principaux résultats de cette recherche, il est souligné que les certifications liées au domaine de la qualité, de la sécurité alimentaire, de la production biologique et de la responsabilité sociale donneront une voie d'accès au marché britannique, ainsi qu'aux foires internationales et aux tables rondes d'affaires. contribuera à stimuler les exportations équatoriennes tant pour le Royaume-Uni que sur le marché international, dans cette même perspective, il est important d'envisager l'insertion d'entreprises équatoriennes au Royaume-Uni pour socialiser les produits équatoriens sur ce territoire.

Mots-clés: Royaume-Uni, exportations, offre exportable, certifications, marché international, produits traditionnels et non traditionnels.

1 INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se lleva a cabo bajo el análisis de estrategias que promuevan las exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales de Ecuador hacia el Reino Unido. Para evidenciar el objetivo planteado se revisan teorías económicas aplicadas al comercio internacional, los distintos tipos de certificaciones de obligatoriedad y voluntarias, las ferias de comercio organizadas por Reino Unido y otros países, y los casos de estudios sobre países que lograron abrir sus mercados a la internacionalización como producto de la implementación de certificaciones y medidas gubernamentales.

La investigación se desarrolló realizando un enfoque descriptivo, mediante la revisión de datos estadísticos de organismos oficiales, organismos multilaterales, así como también artículos de revistas científicas. Para efectos del análisis, se seleccionaron los principales productos tradicionales y no tradicionales que Ecuador exporta al Reino Unido.

La estructura del trabajo comprende la revisión de antecedentes y objetivos de la investigación, seguido de la revisión literaria relevante para los ejes principales de la investigación. Posterior a la descripción de la metodología planteada, se presentan los resultados enfocados por país en donde se resalta las áreas certificadas y sus exportaciones realizadas al Reino Unido. Finalmente se realizan las conclusiones basadas en los objetivos propuestos para la investigación y las recomendaciones producto de las limitaciones que se encontraron en el camino.

1.1 Formulación del problema

1.1.1 Antecedentes

Durante los últimos 15 años, principalmente en los periodos de gobierno del economista Rafael Correa, se apuntó al proteccionismo implementando salvaguardias e impuesto a productos extranjeros, si bien es cierto se impulsó al consumo local, sin embargo, se afectaron las relaciones comerciales con otros países para las exportaciones en general.

Posteriormente en el gobierno de Lenin Moreno se buscó volver a abrir los mercados internacionales cerrando de esta manera la época del proteccionismo que primó en el mandato anterior, sin embargo, volver a entablar relaciones comerciales con otras economías fue un tema que demandó muchos esfuerzos y los resultados no se mostraron de manera vistosa a corto y mediano plazo, a pesar de ello se construyeron cimientos para el siguiente gobierno.

En el actual periodo de gobierno se está trabajando arduamente en el fortalecimiento de relaciones comerciales con países aliados, sin embargo, es de suma importancia implementar mejores estrategias para llegar a deslumbrar a economías donde previamente Ecuador se observaba como un país en donde el clima de inversión y relaciones eran poco atractivas.

El clima social y económico que está viviendo el país son la principal pauta para expandir el mercado referente a las exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales que puede ofertar el Ecuador. Si bien es cierto Ecuador es reconocido mundialmente por ser un exportador activo de productos primarios como son bananas Cavendish, cacao, camarones, flores, entre otros. Sin embargo, la producción agrícola ecuatoriana se ha ido incrementando y mejorando sus procesos para ofertar productos con altos estándares de calidad que pueden ser llamativos para mercados internacionales.

El intercambio de relaciones entre Ecuador y el Reino Unido se remontan desde hace más de 500 años en temas: comerciales, políticos, diplomáticos, académicos e incluso bélicos. Tal y como indica Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana:

En términos de cooperación, buscaremos el apoyo del Reino Unido a los esfuerzos nacionales emprendidos en su proceso de aproximación a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

Apreciamos en alto grado la cooperación en el área académica con las becas “Chevening”, así como la disposición del Reino Unido para apoyarnos en temas de igualdad de género y lucha contra la corrupción.(Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2021, p. 3).

Los lazos de amistad y cooperación que existen entre nuestros países y pueblos se han fortalecido a lo largo de los años. Ha prevalecido un permanente afán de diálogo por construir una relación bilateral fuerte y duradera, fundada en valores comunes, fundamentalmente en derechos humanos.(p. 3)

Las exportaciones tradicionales y no tradicionales ecuatorianas gozan del fácil acceso de sus productos hacia países europeos ya que mantiene acuerdos comerciales con la Unión Europea, sin embargo, la salida del Reino Unido podría afectar los acuerdos bilaterales que mantienen con otras naciones. Es por esto que Ecuador y Reino Unido encaminaron conversaciones para preservar los acuerdos comerciales alcanzados, a fin de que los productos ecuatorianos mantengan los mismos términos de preferencia arancelaria. Por lo que el gobierno ecuatoriano, tal y como destaca en su boletín de prensa, afortunadamente, ha primado la voluntad de integración y de mantener un comercio fluido, así como el pragmatismo de líderes políticos y empresariales. Saludo por ello el Acuerdo Comercial firmado el 15 de mayo de 2019 entre el Reino Unido, por una parte, y Colombia, Ecuador y Perú, por otra, que ha generado certeza para las empresas y sectores que exportan hacia ese país, así como para la continuidad de las excelentes relaciones comerciales bilaterales. Cabe señalar que, para el Ecuador, este Acuerdo no habría sido posible de alcanzar sin la completa normalización de nuestras relaciones diplomáticas.(Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2021).

1.1.2 Contextualización del problema

Ecuador es un país agrícola y exportador de productos primarios, por lo que podría ofrecer varios productos a los mercados internacionales y en especial al Reino Unido. Los principales productos ecuatorianos que exporta Ecuador hacia el mundo son: camarón, banano y plátano, cacao y elaborados, atún y pescado, enlatados de pescado, flores naturales, extractos y aceites vegetales, entre otros. Según datos del Banco

Central del Ecuador (2021) de Enero a Agosto del 2021, los productos tradicionales representaron el 57,3% de las exportaciones, mientras que los productos no tradicionales figuran con el 42,7%.

Por otro lado, Reino Unido figura como uno de los países que más importa a nivel mundial con un valor de \$634.174.870 en los que resaltan rubros tales como: Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; partes de estas máquinas, Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas, Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto, Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera, entre otros.

Según datos de United Nations, Department of Economic and Social Affairs (2019), la cantidad de ecuatorianos que residen en el Reino Unido es de 8.320, mientras que en Ecuador residen 2.124 ciudadanos del Reino Unido. Según PROECUADOR (2019) “El Turismo entre ambas naciones se dio de la siguiente manera: 1.616 mil ecuatorianos salieron hacia el Reino Unido mientras que 5.971 mil británicos llegaron al Ecuador”(2019). Debido al COVID-19, Ecuador se encontraba en lista roja para ingresar al Reino Unido, pero en noviembre del 2021, Reino Unido levanto la medida y tanto ecuatorianos como británicos podrán movilizarse previo a una prueba PCR. (El Comercio, 2021)

La pandemia del COVID-19, trajo consigo un cambio en los hábitos alimenticios de la población global, debido a que por recomendaciones médicas es de suma importancia mantener una vida activa y saludable. Según un estudio realizado por *The Vegan Society*

Los británicos están reduciendo su consumo de carne y lácteos durante la pandemia de COVID-19, han estado probando alternativas que normalmente no comprarían en su tienda habitual, siendo las más populares la leche de almendras (42%), alternativas a la carne como las salchichas veganas y las hamburguesas. (38%), leche de soja (36%) y legumbres como lentejas y garbanzos (34%). (The Vegan Society, 2020)

En la actualidad, Ecuador goza con el Acuerdo Multiparte que entró en vigor en el 2021, sin embargo, la oferta exportable de los productos tradicionales y no tradicionales no ha sido explotada, por tal razón las exportaciones hacia el Reino Unido registran una reducida participación. Como se puede visualizar en la Figura 1, el destino de las exportaciones ecuatorianas lo lideran Estados Unidos, China y Rusia, en el caso de producirse una contracción económica en los países antes mencionados, las exportaciones y la economía ecuatoriana se podría ver afectada.

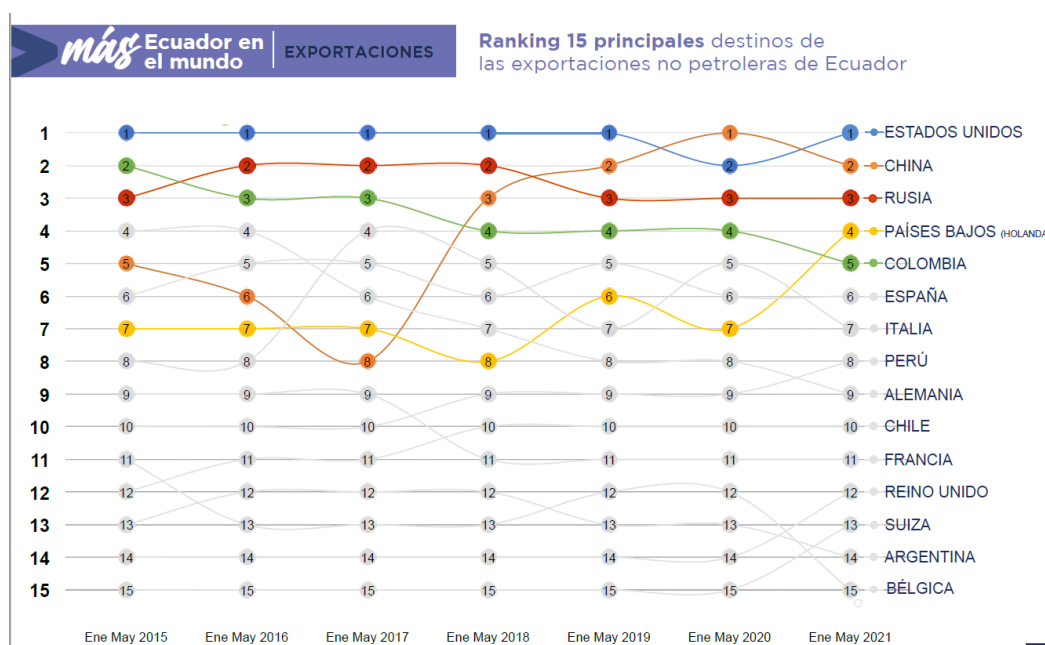


Figura 1 Ranking de los Principales destinos de las exportaciones no petroleras del Ecuador. Adaptado de: PROECUADOR, 2020

El principal destino de las exportaciones no petroleras del Ecuador lo lideran Estados Unidos, China, Rusia, entre otros. Por otro lado, Reino Unido figura en el puesto 12 en los destinos exportador.

Para ello es importante analizar estrategias que promuevan la oferta exportable de productos tradicionales y no tradicionales, a fin de que los productores, inversionistas y autoridades aporten a los objetivos que se planteó el gobierno en el ‘Plan Nacional de Desarrollo – Plan toda una vida’, mismo que impulsa la productividad y competitividad para el crecimiento económico sustentable de manera solidaria y redistributiva.

1.2 Objetivo general y específico

1.2.1 Objetivo general

Analizar estrategias que promuevan las exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales de Ecuador hacia el Reino Unido.

1.2.2 Objetivos específicos

- Revisar literatura sobre las relaciones comerciales existentes entre el Ecuador y el Reino Unido.
- Revisar datos de la evolución de las exportaciones de los productos tradicionales y no tradicionales.
- Analizar los casos de éxito en donde se promueven las exportaciones.
- Analizar los resultados de la investigación.

1.3 Justificación

Como se evidencia en la Figura 2, actualmente Reino Unido no figura dentro de los principales destinos de exportación pese a contar con un acuerdo multiparte en donde los productos ecuatorianos ingresan al Reino Unido libres de aranceles.

5 PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIÓN NO PETROLERA



5 PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN NO PETROLERA



Figura 2 Destinos de exportación no petrolera. Adaptado de: PROECUADOR, 2020

Ecuador al no poseer moneda propia, no puede variar las tasas de cambio para favorecerse en las exportaciones a diferencia de Colombia, Perú, México. Por lo tanto, es importante que Ecuador mantenga un nivel de competitividad elevado, hoy en día Ecuador se ubica en el puesto noventa en el ranking de índice de competitividad elaborado por el Foro Económico Mundial. Tal y como indica Fedexpor(2020):

El Ecuador, en un periodo de 10 años a partir de 2009 al 2019, se ha posicionado entre un rango de puestos de 100 al 70. Es así que, para el año 2019, el Reporte señala que el Ecuador se ubicó en la posición 90 del ranking entre 141 economías, cayendo 4 posiciones respecto al año 2018. Esto deja al país no solo con un rezago frente a los competidores en la región, sino detrás de países como: Lebanon (puesto 88), Tunisia (puesto 87) y Jamaica (puesto 80).(p.1)

En vista de mejorar la productividad, competitividad y la inserción de la oferta exportable ecuatoriana hacia los mercados internacionales, el gobierno ecuatoriano promueve la certificación BPA como política de estado. Es por esto que las entidades gubernamentales consideran un hito histórico en poder homologar la certificación Global G.A.P. para frutas y hortalizas , mismo que es reconocido en más de 100 países del mundo como de primer nivel y aplicada por más de 200.000 productores.(Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2021, p.1)

Por esto, es necesario que los exportadores ecuatorianos inviertan en certificaciones ambientales, productivas, entre otros, esto es muy apreciado por los consumidores del Reino Unido y en general por los mercados internacionales. Entre las certificaciones más importantes tenemos: HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points), Global G.A.P., Fairtrade internacional, USDA Organic certification, entre otros.

Otro dato por tomar en cuenta es que solo hay un ente gubernamental que promueve las exportaciones hacia los mercados internacionales que es el Ministerio de Producción, Comercio Exterior E inversiones y Pesca, a diferencia de otros países en donde son varias las instituciones que ayudan a promover las exportaciones.

En el presente trabajo investigativo se estudiará la participación de las exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales en el periodo 2015 – 2021, a fin de proponer estrategias que promuevan las exportaciones de estos hacia el Reino Unido. Para ello se analizará la balanza comercial entre ambas naciones y los productos más exportados de Ecuador hacia el Reino Unido.

1.4 Pregunta de investigación

¿Es necesario que se desarrollen estrategias para que se aprovechen todos los beneficios que propone el Acuerdo Multiparte?

1.5 Limitaciones y delimitaciones

1.5.1 Limitaciones

El presente trabajo investigativo contiene dos limitaciones relevantes que podrían distorsionar los resultados, tales como:

- Falta de información sobre el presupuesto asignado a PROECUADOR para promover las exportaciones hacia el Reino Unido.
- Falta de estudios actualizados sobre inteligencia comercial, fomentar nuevos productos hacia el Reino Unido.

1.5.2 Delimitaciones

- Esta investigación se llevará a cabo en el periodo del semestre B que inició en octubre 2021 y finaliza en febrero 2022.
- Se tomará las estadísticas de exportaciones de todo el territorio ecuatoriano de los productos tradicionales y no tradicionales en los que Ecuador podría incrementar su oferta exportable hacia el Reino Unido, los cuales se citan en el siguiente cuadro:

Tabla 1
Principales productos tradicionales y no tradicionales

País: Reino Unido	
Productos Tradicionales	Productos No Tradicionales
Banano orgánico certificado	Abacá
Cacao	Piñas
Camarón	Enlatados de pescado
Café industrializado	Extractos y aceites vegetales
Pescado	Flores naturales
Merluzas	Madera y artículos de madera y carbón de leña
Banano bocadillo	Paja Toquilla
Grasa y aceite de cacao	Mango

Elaboración propia. Tomado de (B.C.E., 2022)

2 Marco teórico

2.1 Marco Teórico

El presente marco teórico, reúne información de los tratados diplomáticos, comerciales, educativos, balanza comercial, breve reseña de las exportaciones tradicionales y no tradicionales entre Ecuador y el Reino Unido, así como diferentes teorías escritas, a fin de generar una visión clara del presente trabajo investigativo.

2.1.1 Comercio Internacional

Según Krugman Paul; Obstfeld Maurice (2006) la aparición del comercio internacional generó impactos relevantes en cuanto a las políticas internacionales; pues establece que los organismos y entidades como el Fondo Monetario Internacional (FMI) y la Organización Mundial del Comercio (OMC). Sin embargo, las políticas que desarrollan los países del primer mundo provocan desigualdades con aquellos que se encuentran menos desarrollados, que como consecuencia deben enfrentar problemas macroeconómicos.

Como indica Rubio (1996) la teoría del comercio internacional estudia dos grandes grupos de aspectos de carácter positivo y normativo. El primero que soporta los determinantes de la dirección, estructura y volumen del comercio, en otras palabras, esto se refiere a los bienes que intercambia un país en los mercados internacionales, los países de destino y las cantidades intercambiadas. Por otro lado, en el aspecto de carácter normativo se tienen los efectos sobre el bienestar económico de los países que lo llevan a cabo, tomando en consideración las diferentes trabas existentes en el comercio internacional, en el papel de política económica.

Como indica David Ricardo (2003), al poderse importar del extranjero artículos de primera necesidad -especialmente alimentos- a precios menores que los que dichos productos tenían en el interior del país, podían bajar los salarios, lo que conllevaba un impacto favorable en los beneficios”; esta situación contribuye además al aumento de la cantidad global de mercancías disponibles en un mercado y la asignación de los “factores de producción entre diversos empleos de modo más eficiente.

2.1.2 Productos tradicionales y no tradicionales

La economía ecuatoriana es sostenida principalmente por los productos agrícolas que se consideran los protagonistas en el desarrollo económico del Ecuador. Consolidándose por décadas como el principal pilar de las exportaciones no petroleras del país. Debido a su historia y participación, dichas exportaciones se dividen en dos grandes grupos: productos tradicionales y no tradicionales. Los productos tradicionales son aquellos que desde años atrás se producen y se exportan como es el caso del cacao, banano, café, atún y pescado. Se considera que la exportación de los productos antes mencionados han sido los causantes de varios impactos económicos positivos en la historia del país. Sin embargo, a pesar de su trascendental importancia en las exportaciones del Ecuador, los productos no tradicionales están causando un importante cambio en las condiciones del comercio exterior ecuatoriano, así como en la matriz productiva. Es relevante señalar que los productos no tradicionales hacen referencia a aquellos bienes que se han incorporado en los últimos años a los mercados extranjeros como flores, frutas tropicales, enlatados de pescado, madera, entre otros. (Plus Valores, 2020)

2.1.3 Acuerdos comerciales

Los tratados firmados entre Ecuador y el Reino Unido comprenden: convenios, memorándum, diplomáticos, económicos, educativos, entre otros. Esto permite afianzar las relaciones internacionales con Reino Unido. A continuación, se detallan los tratados:

Tabla2

Principales Acuerdos entre Ecuador - Reino Unido

Tratados, Convenios, Acuerdo entre Ecuador - Reino Unido
Vigentes
<i>MEMORANDUM DE ENTENDIMIENTO DE COOPERACION TECNICA ENTRE EL GOBIERNO DE REINO UNIDO DE LA GRAN BRETAÑA E IRLANDA DEL NORTE, Quito 5 de enero de 1972.</i>
<i>ACUERDO SOBRE LA DEUDA ECUATORIANA - REINO UNIDO , 1994</i>
<i>CONVENIO SOBRE DEUDA REINO UNIDO / ECUADOR No. 7 (2000), Quito 3 de octubre de 2001</i>
<i>ACUERDO PARA EL OTORGAMIENTO DE RECURSOS FINANCIEROS PARA LA ADQUISICION DE GENERADORES Y MATERIAL ELECTRICO PARA INECEL / 10 abril 1975</i>
<i>PRESTAMO REINO UNIDO/ ECUADOR (INECEL), Quito 15 de noviembre de 1969 / 16 de junio 1975 / 22 marzo 1983 / 15 junio 1975 / 11 noviembre 1976 / 19 noviembre 1976 / 15 abril 1977 (2) / 1 de Diciembre de 1978</i>
<i>ACUERDO CONSOLIDACION DE LA DEUDA COMERCIAL SUSCRITO ENTRE GRAN BRETAÑA Y EL ECUADOR.-No.8 (2003), Londres 13 de junio de 2003 / 14 septiembre 2005</i>
<i>ASISTENCIA MUTUA CON RELACIÓN AL TRÁFICO DE DROGAS, Quito 5 de 1992.</i>
<i>ACUERDO COMERCIAL MULTIPARTES, 15 MAYO 2019</i>
<i>Memorando de Entendimiento entre la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT) de la República de Ecuador y la University College de Londres (UCL) del Reino Unido, 26-08-2013</i>
<i>Acuerdo Específico de Cooperación entre la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación del Ecuador y la Universidad King's College de Londres, 12-07-2013</i>

Elaboración propia. Tomado de *SICE: Países: Ecuador: Acuerdos Comerciales*, n.d.

La mayoría de los tratados económicos que se han realizado son de adquisición de deuda, sin embargo, el Acuerdo Comercial Multiparte transmite a los exportadores ecuatorianos un panorama positivo, ya que, tras la salida del Reino Unido de la Unión Europea conocido como el Brexit, los productos tradicionales y no tradicionales ingresarían sin arancel a este mercado. Según un comunicado de prensa de (Presidencia de la Republica del Ecuador, s.f.) “Ecuador mantiene su relación comercial con la quinta economía del mundo para sus productos, como el banano, camarones, flores y vegetales en conserva. El ministro de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, Pablo Campana, afirmó que, “este Acuerdo garantiza que más del 95% de nuestros productos ingresen a Reino Unido con cero aranceles; esto quiere decir, sin pagar impuestos” (s.f.).

2.1.4 Certificaciones Voluntarias y Obligatorias

En tema de certificaciones existen las certificaciones voluntarias y las obligatorias. Las certificaciones voluntarias los productos pueden obtenerlas para general confianza a los compradores, consumidores. Las certificaciones obligatorias son exigidas por la autoridad gubernamental competente, para poder exportar el producto o cumplir con un proceso estipulado, respetando las exigencias internacionales. En el siguiente cuadro se explicara con detalle las certificaciones internacionales que pueden obtener los productores ya sea para el producto, proceso, responsabilidad social, entre otros. Además, a que sector estan dirigidas ciertas certificaciones internacionales.

Tabla 3
Certificación Obligatoria

CERTIFICACIÓN OBLIGATORIA	
Organismo de Acreditación Ecuatoriano (OAE)	Acredita, en concordancia con los organismos internacionales, la competencia técnica de las organizaciones solicitantes en materia de evaluación de la conformidad. Además, coordina la suscripción de acuerdos de reconocimiento mutuo, supervisa y determina las condiciones técnicas bajo las cuales pueden ofrecer sus servicios a terceros. Además, difunde las ventajas y utilidades de la acreditación a nivel nacional.

Elaboración propia. Tomado de PROECUADOR, n.d.

Tabla 4
Certificaciones Internacionales

CERTIFICACIONES INTERNACIONALES	
Certificación	Descripción

Global G.A.P.	<p>GLOBAL G.A.P es una organización privada no gubernamental sin fines de lucro que fija normas voluntarias para la producción y el procesamiento de productos agrícolas, ganaderos y de la acuicultura. La norma GLOBAL G.A.P ha sido desarrollada por los principales minoristas y cadenas de supermercados en Europa con el fin de establecer normas de Buenas Prácticas Agrícolas - productos seguros y sanos- para las empresas de producción y de procesamiento de alimentos. El Sistema de Certificación GLOBAL G.A.P se compone de mecanismos interrelacionados que aseguren el buen desarrollo, la implementación, la mejora, la integridad, la transparencia y la armonización de los certificados.</p>
Fairtrade	<p>Esta certificación se direcciona en los productores y los operadores de comercio justo que como objetivo buscan mejorar las condiciones de vida, la preservación y los procesos de producción certificados bajo estándares equitativos, incluyendo las primas necesarias a precios justos y competitivos en dependencia de los esquemas de esta certificación. Busca transparencia, y equidad en el comercio internacional, brindando condiciones mejores y garantizando que se respeten los derechos de los pequeños productores y trabajadores. En el caso de aquellas empresas que poseen un gran número de mano de obra, esta certificación compromete al compromiso de la no discriminación, respeto del salario establecido, regulación de número de horas de trabajo, entre otros factores que aseguren beneficios para los trabajadores.</p>
Best Aquaculture practices	<p>Ciertas prácticas de acuicultura, han provocado un impacto en el medio ambiente, el hábitat natural de peces ha sido el que mayormente se ha visto afectado (Mehady y Rumana, 2017). Las empresas que adopten una certificación BAP demostraran a los mercados que mejoran los estándares ambientales por medio de la aplicación de prácticas sostenibles, dando un resultado significativo al producto final.</p>
British Retail Consortium - Food Safety Standard (BRC)	<p>La inocuidad alimentaria establece un chequeo en el rendimiento y los distintos procesos de los alimentos apoyándose en desempeñar pruebas al producto final que efectúen una inspección regular.</p>

Sistema de análisis de peligros y puntos críticos de control (HACCP)	El sistema HACCP es un método reconocido y aceptado internacionalmente que ayuda a las organizaciones a identificar, evaluar y controlar sistemáticamente todos los peligros que pueden afectar a la seguridad e higiene de los alimentos. Establece e implanta mecanismos para control que no se sobrepasen los límites críticos asociados a cada uno de los puntos de control establecidos a lo largo de todo el proceso de producción de los alimentos.
Rainforest Alliance	La Red de Agricultura Sostenible es una red de conservación del medio ambiente en América Latina comprometida con actividades de investigación e iniciativas en base a las comunidades que se encuentran en el área. La RAS desarrolla y ejecuta normas sociales y medioambientales aplicables a productos de la silvicultura y de la agricultura tropical. Rainforest Alliance se encarga del programa de certificación de la norma de la RAS.
Forest Stewardship Council (FSC)	Forest Stewardship Council AC (FSC) es una organización independiente, no gubernamental, sin fines de lucro creada para promover prácticas forestales que son ambiental y socialmente sostenibles. Para poder cumplir con estas prácticas, el FSC desarrolló los estándares sociales y ambientales para el manejo forestal capturado en 10 principios y criterios asociados.

Elaboración propia. Tomado a partir de PROECUADOR, n.d.

2.1.5 Principales importaciones de Reino Unido

Las principales importaciones del Reino Unido del 2020 con el mundo fueron: Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, ...en donde representa el 17.08%, seguido de máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; partes de estas máquinas que representa el 11.18%, Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios tiene de participación el 9.16%, por ultimo Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción figura con el 8.86%, entre los rubros más destacados. (Ver Anexo 1)

Para las importaciones que son objeto de esta investigación tales como: Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías representaron el 1.01%, Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos figura con el 0.72%, Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios obtuvo de participación el 0.69%, entre las importaciones más destacadas del año 2020.

2.1.6 Exportaciones de Ecuador por industria y destino

2.1.6.1 Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca

Banano y plátano

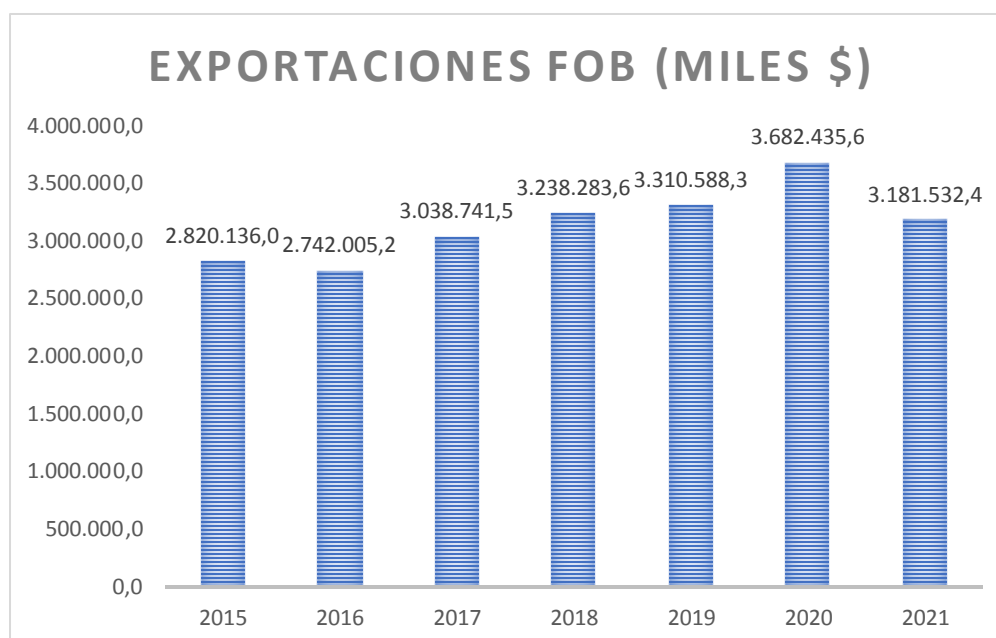


Figura 3 Exportaciones FOB (miles) Banana. Tomado de B.C.E.

El sector del banano ha tenido un constante crecimiento en las exportaciones mundiales para el periodo comprendido entre 2015 a noviembre 2021. En el mismo periodo, las exportaciones estuvieron dirigidas principalmente al mercado ruso, seguido del mercado norteamericano.

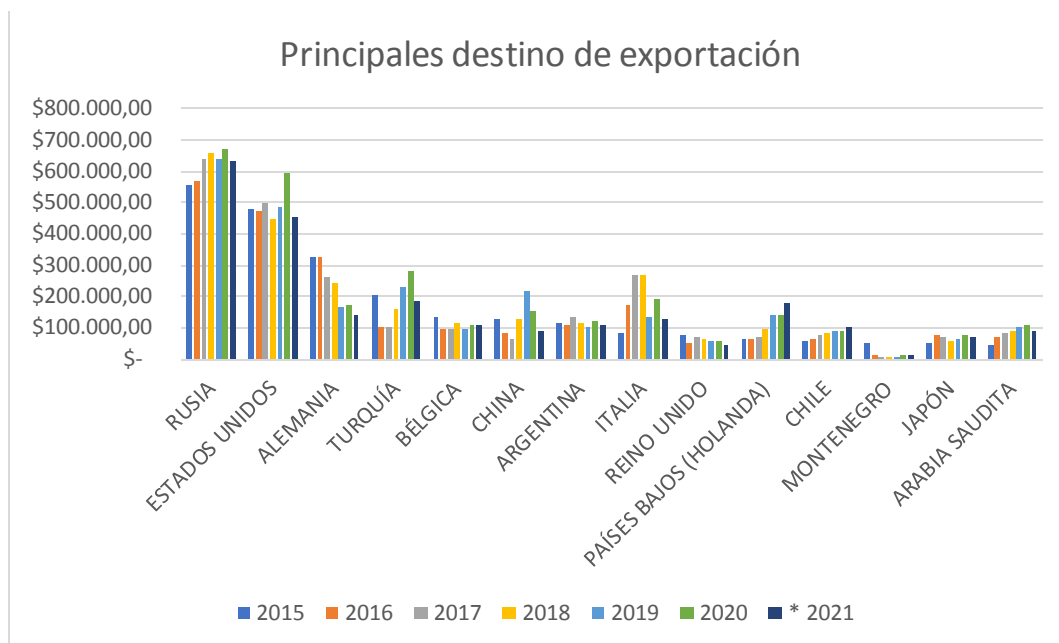


Figura 4 Principales destino de Exportaciones (Banana). Tomado de B.C.E.

Camarón y Pescado (incluida la merluza)

Para el año 2020 las exportaciones de camarón fueron 4.162 MM FOB, cantidad menor a lo reportado para el año 2019. Sin embargo, para el año 2021 las exportaciones aumentaron a 5.111 MM FOB.

El principal destino de las exportaciones de camarón en el periodo 2015 a 2018 lo lideraba Vietnam, escenario distinto para los años posteriores en donde actualmente lo lidera China seguido por Estados Unidos.

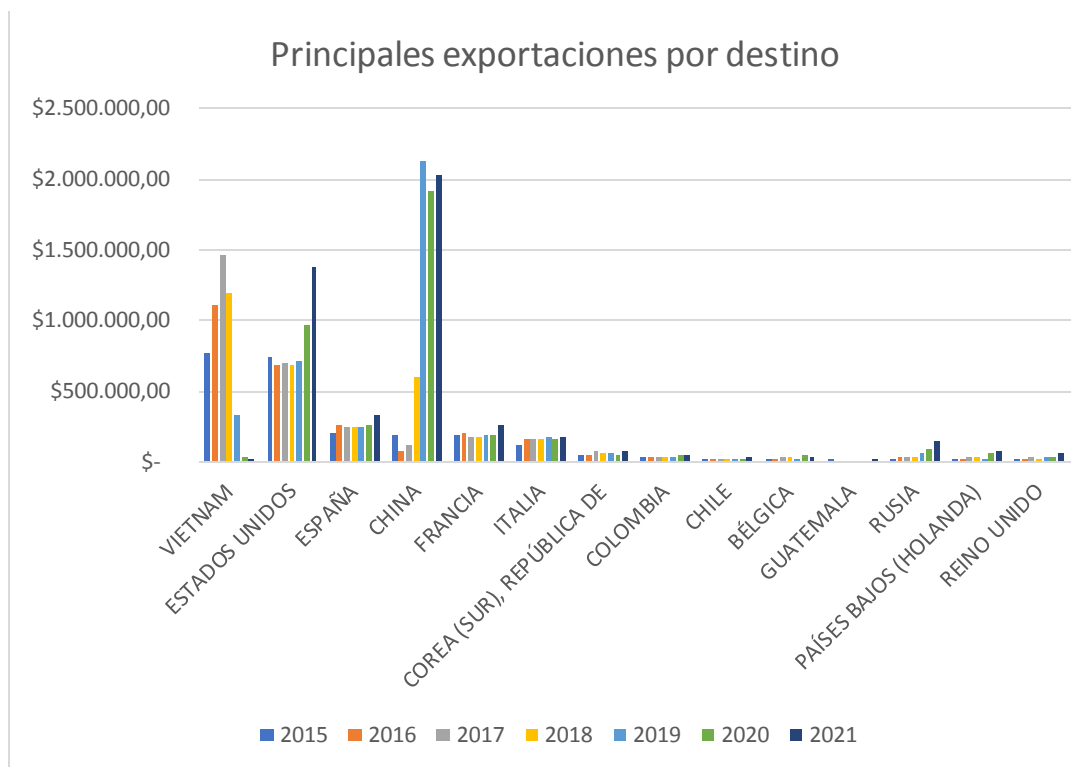


Figura 5 Principales exportaciones por destino Camarón y Pescado. Tomado de B.C.E.

Cacao

Para este producto el crecimiento no se detenido, para el año 2020 se exportó \$935.023 MM FOB , la cifra mas alta en exportaciones desde el 2015. Para el año 2021 las exportaciones de este producto registraron 842.903 MM FOB.

El principal destino para este producto lo lidera Estados Unidos, Malasia, Indonesia y Países Bajos.

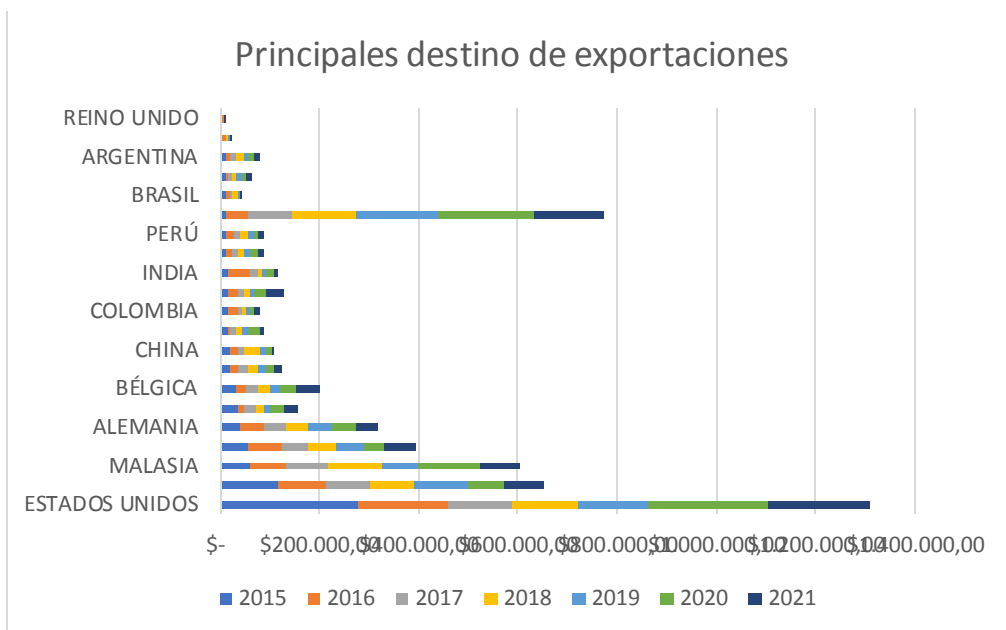


Figura 6 Principales destino de exportaciones Cacao. Tomado de B.C.E.

Abacá

Las exportaciones de este producto las lidera Filipinas el, seguido por Reino Unido por un valor de \$ 18.295 (miles) y 8.938 (miles) respectivamente. En el periodo del 2016 a 2018 este producto tuvo un decrecimiento en sus exportaciones. En el período 2019 a noviembre 2021 se observó un crecimiento en las exportaciones.

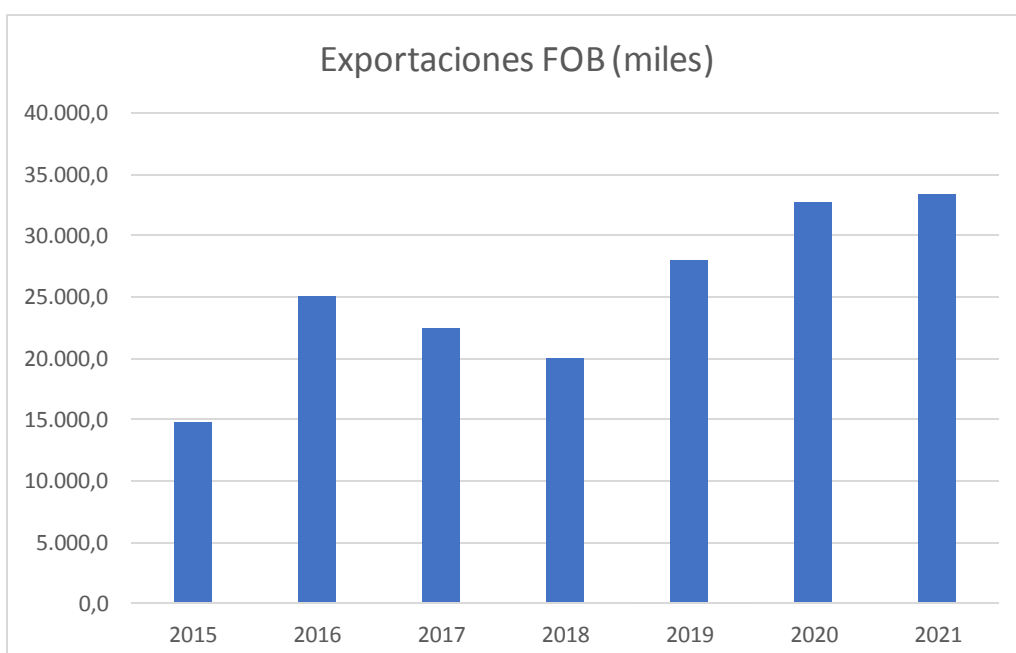


Figura 7 Exportaciones FOB Abacá. Tomado de B.C.E.

Piña

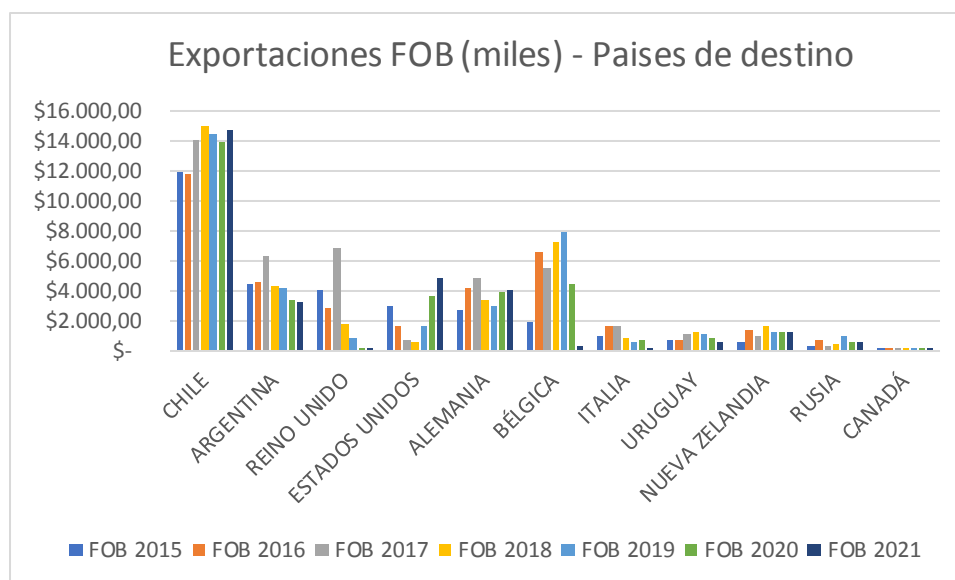


Figura 8 Exportaciones FOB (miles) – Destino. Tomado de B.C.E.

Las exportaciones en este producto en la Latinoamérica las lidera Chile y Argentina, mientras que en Europa lo lidera Bélgica y Reino Unido. Hay que hacer énfasis en que para este producto, las exportaciones hacia el Reino Unido han disminuido en el periodo 2015 – 2021.

Mango

Las exportaciones de este producto en el periodo analizado se han mantenido, para el año 2021, las exportaciones mundiales decrecieron en comparación con el 2020. En el periodo en mención, se visualiza que las exportaciones de este producto se concentran en Estados Unidos.

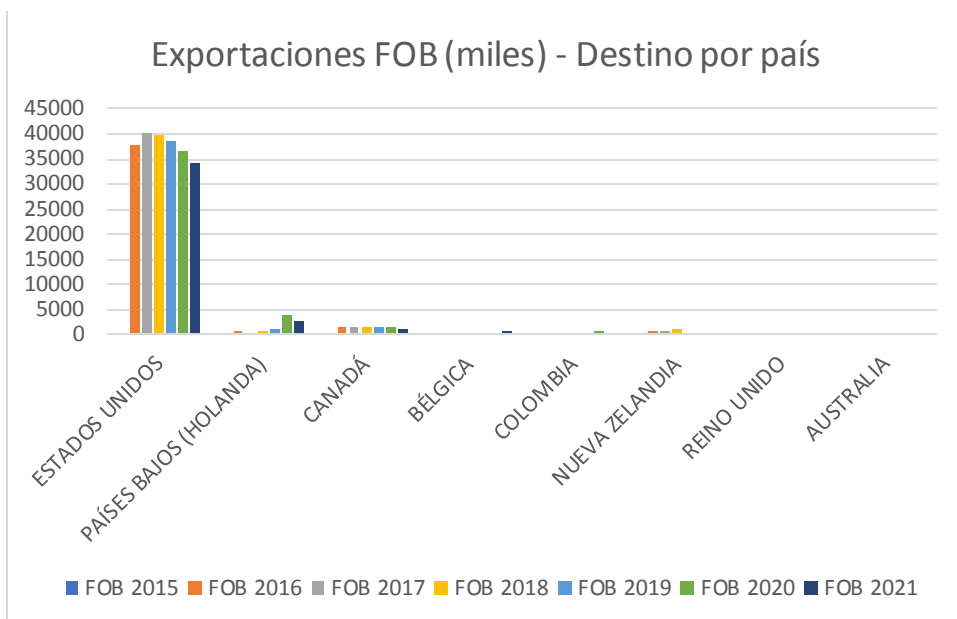


Figura 9 Exportaciones FOB (miles) - Destino Mango. Tomado de B.C.E.

Flores

La exportación de este producto se torno complejo por la cantidad de eventos que se cancelaron debido a la pandemia. Sin embargo, las exportaciones respecto al 2020 con el 2019 se redujeron en 0.94 %, evidenciándose una ligera caída a efectos de la pandemia. Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones de flores, seguido de Rusia y Holanda.

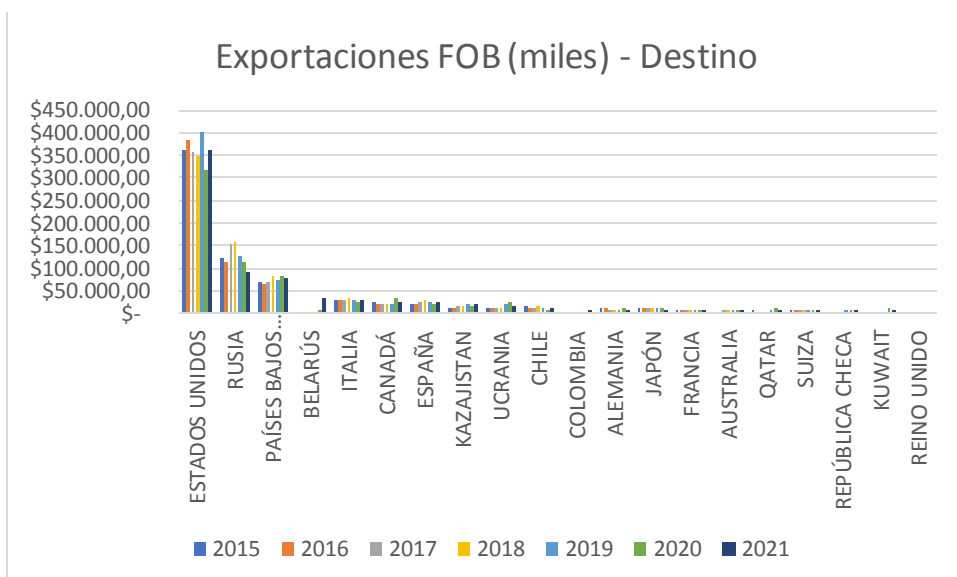


Figura 10 Exportaciones FOB (miles) - Destino Flores. Tomado de B.C.E.

2.1.6.2 Industria Manufacturera

Madera y artículos de madera y carbón de leña

Las exportaciones en el periodo 2015 a 2019 las lideraban China junto a Estados Unidos, sin embargo, para el 2020 China fue el que mas exporto con un valor de \$446.575. Como se puede observar en el cuadro, Reino Unido tiene escasa participación en las exportaciones de este producto.

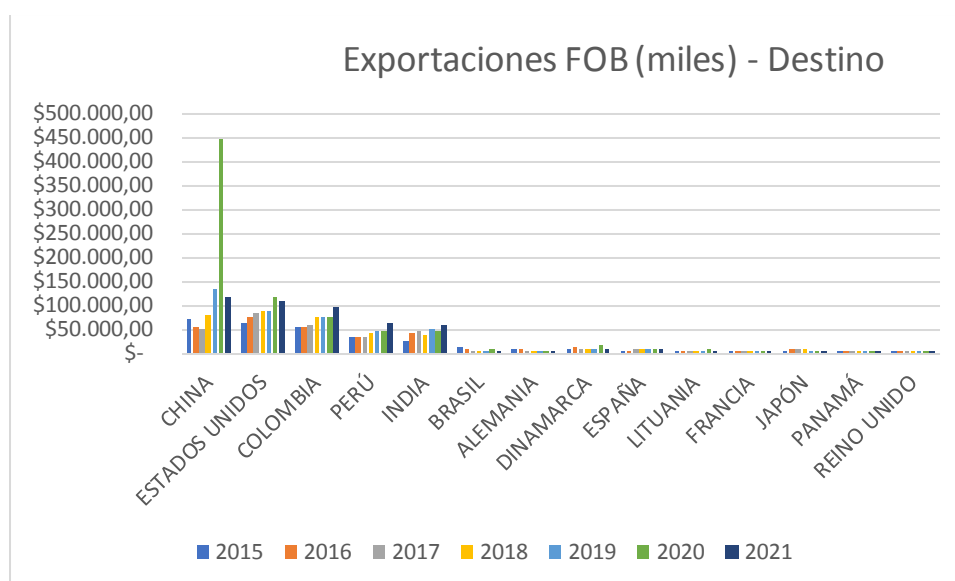


Figura 11 Exportaciones FOB (miles) - Destino por país (Madera y artículos de madera). Tomado de B.C.E.

2.1.7 Exportaciones de Ecuador hacia el Reino Unido

Según los datos del Banco Central del Ecuador, se observa que las exportaciones realizadas hacia Reino Unido en términos FOB han tenido variaciones desde el año 2015 hasta Agosto 2021. Si comparamos las cifras del año 2021 con respecto al 2015, las exportaciones han tenido un crecimiento del 34.88%. En el año 2015, las exportaciones tradicionales representaron el 63.59% de las exportaciones hacia el Reino Unido, mientras que las exportaciones de productos no tradicionales llegaron al 36.41%. En la actualidad, como se podrá observar en la tabla 3, las exportaciones de

productos no tradicionales representaron el 59.54%, mientras que los productos tradicionales figuran con el 40.46%.

Tabla 5

Exportaciones tradicionales y no tradicionales hacia el Reino Unido

País : Reino Unido			
Exportaciones Tradicionales y no Tradicionales			
Año	Exportaciones No Tradicionales	Exportaciones Tradicionales	Total Exportaciones (FOB)
2015	\$ 60.437,00	\$ 105.549,85	\$ 165.986,85
2016	\$ 58.922,67	\$ 80.379,88	\$ 139.302,55
2017	\$ 96.969,67	\$ 102.446,01	\$ 199.415,68
2018	\$ 98.572,58	\$ 91.135,64	\$ 189.708,22
2019	\$ 75.076,08	\$ 90.984,50	\$ 166.060,58
2020	\$ 131.011,91	\$ 98.399,33	\$ 229.411,24
2021	\$ 133.298,65	\$ 90.582,20	\$ 223.880,84

Elaboración propia. Tomado de B.C.E.

Balanza comercial Ecuador vs Reino Unido

Tabla 6
Balanza comercial entre Ecuador - Reino Unido

ESTADÍSTICAS DE COMERCIO EXTERIOR DE BIENES

EXPORTACIONES / IMPORTACIONES por Área Económica, País Destino, Petroleras y No Petroleras

Período: Anual (valores en miles de USD)

		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
País Destino	Estado	FOB	FOB	FOB	FOB	FOB	FOB	FOB
REINO UNIDO	EXPORTACIONES	165.986,8	139.302,5	199.415,7	189.708,2	166.060,6	229.411,2	264.519,5
REINO UNIDO	IMPORTACIONES	108.953,4	75.371,1	105.262,6	150.822,0	131.549,6	94.853,4	116.519,3
	BALANZA COMERCIAL	57.033,5	63.931,4	94.153,1	38.886,3	34.511,0	134.557,8	148.000,2
		PRE ACUERDO UE			POST ACUERDO UE			

Elaboración propia. Tomado de B.C.E.

La balanza comercial desde el 2015 hasta el 2021 entre Ecuador y Reino Unido, ha tenido una balanza favorable para Ecuador, permitiendo un crecimiento de las exportaciones tal y como se observa en la figura 3. En su informe anual el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversión y Pesca(2020) indica que:

La balanza comercial total en el año 2020 por efectos de la pandemia dependió en gran medida del comportamiento del consumo de productos alimenticios a nivel mundial. La importante reducción de las importaciones de Materias Primas y Bienes de Capital y el saldo superavitario de la balanza comercial no petrolera atenuó el efecto negativo de la reducción internacional de los precios del petróleo ecuatoriano.(pp. 30-35)

En la figura 4, podremos observar cual ha sido el comportamiento de la balanza comercial con otros países, el cual ha mantenido una balanza comercial favorable con

Estados Unidos, Unión Europea, Rusia, Reino Unido. Por otro lado, en los países como México, Colombia, Brasil, China tuvo un déficit en la balanza comercial.

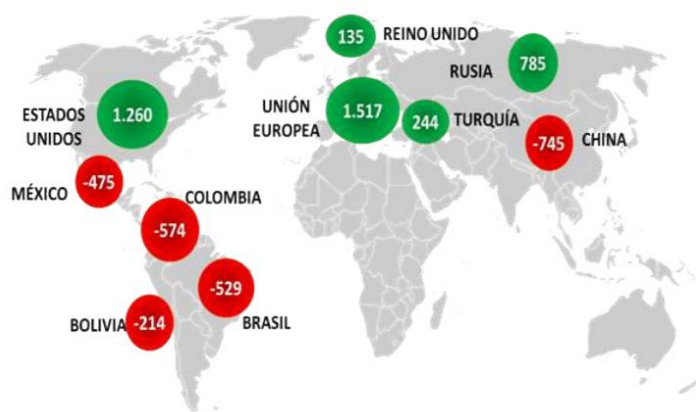


Figura 12 Top 5 Superávit VS Déficit No Petrolero, Millones USD. Tomado de Julio Prado Lucio-Paredes Viceministro de Comercio Exterior Daniel Legarda María Belén Vivero & Bayas Gabriel Caisapanta Magda Robayo Carlos Sagnay Roberto Simbaña Diana Yáñez, 2021

La figura 5, se muestra la balanza comercial que Ecuador tiene con otros países del mundo en el periodo 2021, como se puede apreciar, en países como México, Colombia, Brasil, Bolivia, China, se registra un déficit en la balanza comercial no petrolera. Por otro lado, Ecuador mantuvo un superávit en la balanza comercial no petrolera para los países como Estados Unidos, Reino Unido, Rusia, la Unión Europea y Turquía.

2.1.8 Organismos que promueven las exportaciones hacia mercados internacionales

En este apartado, se dará a conocer los organismos gubernamentales que promueven las exportaciones hacia los mercados internacionales.

2.1.8.1 Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (MPCEIP)

La misión principal de este organismo gubernamental es fomentar la inserción estratégica del Ecuador en el comercio mundial, a través del desarrollo productivo, la mejora de la competitividad integral, el desarrollo de las cadenas de valor y las inversiones. (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, 2020)

Dentro de los principales objetivos estratégicos los cuales se agrupan en cuatro ámbitos que son:

a) Inserción Estratégica Económica y Comercial del país en el mundo

Dentro de los principales logros de este objetivo estratégicos son el Acuerdo Comercial con el Reino Unido, Medidas para garantizar condiciones de competencia justa a productores y exportadores, Innovación en materia de certificación de verificación de origen, entre otros.

b) Promoción y diversificación productiva-exportadora no petrolera

En este objetivo se realizaron eventos de promoción comercial en donde se cerraron exportaciones por \$540 millones. La mayoría de los eventos se realizaron virtualmente y se contó con la participación de 833 empresas exportadoras. Los eventos que se realizaron fueron los siguientes: Fruit Logística 2020, Ecuador Open for Business, Encuentro Empresarial Andino 2020, AEBE(rueda de negocios de banano)2020, EXPOALADI 2020, entre otros.

c) Flujos de Inversión Extranjera Directa

El Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, gestionó la aprobación de suscripción de 50 contratos de inversión de empresas que se comprometen a invertir USD \$ 602.9 millones y a generar 2376 nuevos empleos.(Ministerio de Producción, Comercio Exterior, 2020, pp. 30-35)

d) Productividad y Competitividad.

Los logros que más destacan en este objetivo son: Programa Camioneta Popular, Estrategia Nacional de Economía Circular, Implementación de la campaña “Juntos Ecuador”

El presupuesto asignado para esta entidad gubernamental en tema de Promoción e Incremento de exportaciones no Petroleras y para Fomento de la inserción estratégica económica y comercial se encuentra desglosado de la siguiente manera:

Tabla 7

Presupuesto asignado a Ministerio de Productividad, Comercio Exterior, Inversión y Pesca

TIPO	DESCRIPCIÓN	PRESUPUESTO PLANIFICADO	PRESUPUESTO EJECUTADO	% CUMPLIMIENTO DE LA GESTIÓN
PROGRAMA Y/O PROYECTO	FOMENTO A LA PRODUCCION Y DESARROLLO DE MIPYMES ARTESANIAS E INDUSTRIAS	\$203,049,554.18	\$182,049,022.85	89.66 %
PROGRAMA Y/O PROYECTO	FOMENTO Y DESARROLLO DE PRODUCCION DE RECURSOS PESQUEROS Y ACUICOLAS CALIDAD E INOCUIDAD Y RIESGOS SECTORIALES	\$21,821,637.74	\$15,416,976.17	70.65 %
PROGRAMA Y/O PROYECTO	ADMINISTRACION CENTRAL	\$11,957,472.40	\$11,365,496.81	95.05 %
PROGRAMA Y/O PROYECTO	PROMOCION E INCREMENTO DE EXPORTACIONES NO PETROLERAS	\$8,830,908.60	\$8,393,752.99	95.05 %
PROGRAMA Y/O PROYECTO	FOMENTO DE LA INSERCIÓN ESTRATEGICA ECONOMICA Y COMERCIAL	\$2,512,955.44	\$2,454,080.34	97.66 %
PROGRAMA Y/O PROYECTO	FOMENTO PROMOCION ATRACCION MANTENIMIENTO FACILITACION Y EVALUACION DE INVERSIONES	\$751,655.86	\$503,246.59	66.95 %
PROGRAMA Y/O PROYECTO	PRODUCTIVIDAD INDUSTRIAL	\$103,655.77	\$74,525.61	71.90 %
	TOTAL % CUMPLIMIENTO DE LA GESTIÓN:	\$249,027,839.99	\$220,257,101.36	83.8457142857143 %

Elaboración propia. Tomado a partir de Ministerio de Producción, Comercio Exterior, 2020

Cabe recalcar, que no se especifica cual es el monto para promocionar los productos ecuatorianos hacia el Reino Unido.

2.1.8.2 PROECUADOR

PROECUADOR se define como:

Parte del Viceministerio de Promoción de Exportaciones e Inversiones, encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país para promover la oferta de productos y mercados del Ecuador para su inserción estratégica en el comercio internacional. Cuenta con una amplia red de oficinas, 7 oficinas nacionales encargadas de ver las necesidades del territorio y mantener el constante contacto con los productores y exportadores nacionales, y 27 oficinas internacionales, enfocadas en la investigación, negociación y apertura de mercados que beneficien al Ecuador. (PROECUADOR, 2020)

De su parte la promoción de exportaciones incluye tres grandes grupos de actividades como son las actividades de marketing internacional, la inteligencia de mercados y el apoyo técnico para la adecuación de la oferta exportable y mejoramiento de la capacidad exportadora. Para el desarrollo de estas actividades PROECUADOR cuenta con una oferta de herramientas técnicas como las siguientes: **Inteligencia Comercial:** estudios de mercado a nivel internacional, estudios de tendencias a nivel internacional, estudios de tendencias de mercados internacionales, recopilación y sistematización de oportunidades de exportación, estudios sectoriales, boletines estadísticos de comercio exterior, entre otros. **Promoción de Exportaciones:** realización y participación en ferias nacionales e internacionales, misiones de exportadores al exterior, misiones de importadores, ruedas de negocios. **Mejoramiento de la capacidad exportadora y adecuación de la oferta exportable:** evaluación de capacidad de exportación (evaluaciones de capacidad de exportación sectoriales y a nivel de empresa), planes estratégicos para la exportación (planes sectoriales y planes individuales a nivel de empresa), diseño y adecuación de empaques y etiquetas de acuerdo a normativa internacional, certificaciones para cumplimiento de requisitos ambientales y de calidad, capacitación y desarrollo de cultura exportadora. (PROECUADOR, 2020)

2.1.8.3 Comité de Comercio Exterior (COMEX)

Es el organismo que aprueba las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, esta institución tiene está conformada por un cuerpo colegiado de carácter que trabaja de la mano con varios sectores públicos del país, tiene como principal responsabilidad la regulación de todos los asuntos y procesos relacionados con el Comercio Exterior

2.1.8.4 Organismos de Acreditación Ecuatoriana (OAE)

En el Ecuador existe un Organismo que proporciona a los exportadores certificaciones internacionales muy importantes al momento de exportar una mercancía fuera del país. Estas certificaciones internacionales permiten que los productos que se pretendan tener las características necesarias que cumplan con los estándares internacionales de acreditación y puedan ser exportados. Existen diversas agencias gubernamentales, internacionales y empresariales (algunas con un componente internacional) que se dedican a la certificación de las prácticas y procesos de producción para que cumplan con las normativas y puedan ser exportados a diversos destinos, estas características tienen que ver con: de calidad, origen, comercio justo, sustentabilidad, orgánico, amigable con las aves, biodinámica, de relación, etc.(Servicio de Acreditación Ecuatoriano, n.d.)

2.2 Marco Conceptual

2.2.1 Acuerdo

Cualquier forma de acuerdo involucra dos (2) o más partes diferentes (individuos, grupos o agencias) que, tomando un compromiso para un cierto curso de acción, piensan en algún beneficio común a todas las partes involucradas; desarrollarlo y realizarlo requiere confianza y cooperación, así como construir una relación positiva entre las Partes.(Ministerio de Economía y Finanzas Peru, s. f.)

2.2.2 Exportación

Es una actividad comercial que consiste en la venta o envío de productos fuera del territorio nacional. Como exportación denominamos la acción y efecto de enviar, con fines comerciales, bienes y servicios desde un país hacia otro. (Aduana del Ecuador, s. f.)

2.2.3 Exportaciones tradicionales

Las exportaciones tradicionales son aquellas que no tienen un valor agregado en el proceso de producción y su obtención no es suficientemente importante como para transformar su esencia natural.(Comercio, s. f.)

2.2.4 Exportaciones no tradicionales

Las exportaciones no tradicionales son los productos relativamente nuevos en las actividades comerciales de exportación del país y que han sufrido un proceso de innovación que la diferencia de su materia prima de origen donde las ventas al exterior de estos productos no tradicionales están establecidas por bienes manufacturados, cuyos precios registran una menor fluctuación que en los de materias primas.(Tabares , 2019)

2.2.5 Importación

Es la acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y aranceles establecidos para cada producto, dependiendo al régimen de importación con el que haya sido declarado la mercancía.

2.2.6 Balanza comercial

La balanza comercial es un indicador que mide la relación entre las exportaciones y las importaciones de un país en un determinado periodo. La balanza comercial no incluye los servicios prestados a o desde otros países ni tampoco los movimientos de capitales.(Banco Santander, s. f.)

2.2.7 Competitividad

Según El Foro Económico Mundial(s. f.) la define como “conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de una economía.”

2.2.8 Certificaciones

Las certificaciones son el sistema establecido para identificar un producto con ciertas características específicas. Existen un sin número de agencias gubernamentales, internacionales y empresariales (algunas claramente transnacionales) dedicadas a certificar que las prácticas y procesos de producción se ajusten a los estándares

particulares propios de cada una de ellas: de calidad, origen, comercio justo, sustentabilidad, orgánico, amigable con las aves, biodinámica, de relación, etc.(PROECUADOR, s. f.)

2.3 Marco referencial

Para el presente apartado se tomará en cuenta las diferentes estrategias que tomaron ciertos países para fomentar las exportaciones e incluso ofrecer productos con valor añadido, diversificando su oferta exportable y aplicando certificaciones internacionales.

2.3.1 Islas Mauricio

En el análisis realizado al caso Mauricio, algunos economistas coinciden en que un argumento importante para estar a favor de la diversificación de las exportaciones es que tienden a incrementar el crecimiento económico del país que exporta.

El gobierno de Islas Mauricio, apostó por el apoyo al desarrollo empresarial desde varias aristas para promover las ventajas competitivas del mercado y afianzar la relación entre los empresarios y los trabajadores. Estas medidas dieron excelentes resultados por que las pequeñas y medianas empresas se motivaron a mejorar tanto los procesos internos manufactureros como a obtener certificaciones internacionales que les permitiera abrirse a mercados internacionales.

La cooperación entre el gobierno y los sectores públicos y privados, manteniendo al sector privado como principal inversor, han logrado estimular la exportación de las pequeñas empresas y construir una base para facilitar la competitividad.

Las exportaciones de Mauricio han sido impulsadas principalmente por la inversión extranjera, esto se da por el clima de estabilidad política y social del país, además del perfeccionamiento de los procesos para la mano de obra y la diversificación de las exportaciones, debido a que en Mauricio ya no solo se exporta azúcar como producto estrella, sino que un sin número de productos.

El caso de Mauricio muestra que para que las estrategias de exportación funcionen en la práctica, se debe mantener un proceso continuo y flexible a la vez, evaluando la situación macroeconómica del país y analizando las necesidades de los mercados internacionales.(Sannassee et al., 2014, pp.5-20)

2.3.2 Finlandia

El caso de Finlandia es sin precedentes puesto a que tuvo que dar frente a su demora en la internacionalización económica, imponiendo un modelo de eficacia en negocios internacionales, logrando ser un exportador de servicios y productos tecnológicos.

Pese a que Finlandia perdió sus ventajas competitivas fundamentales como fueron las relaciones comerciales con lo que fue la Unión Soviética y la red de asociaciones cooperativas de exportación de nivel sectorial, abolida de acuerdo con los requisitos de ingreso a la Unión Europea. Hoy ocupa el tercer lugar de competitividad de manera general.

Son muchos los factores y decisiones que se tomaron para que Finlandia logre llegar a la reubicación económica de la que actualmente goza, entre ellas se encuentra la reestructuración y privatización empresarial, la devaluación de su moneda, una fuerte reforma bancaria, pero principalmente lo que resultó mas relevante en la formula ganadora de Finlandia fue la reducción de costos en el sector público y privado, y el ingreso a la Unión Europea.

La estrategia de Finlandia se fundamentó en la internacionalización de sus empresas, pero para llegar a lograrlo, se educó internamente a las empresas brindándoles consultorías sobre la internacionalización, inversiones y como llegar a vender tecnología como un producto y servicios. Para lograr garantizar la competencia interior de las empresas, se instauraron leyes que obligaron a las empresas a aplicar niveles de calidad y eficacia para mercados internacionales, fomentando de esta manera la inversión extranjera dentro y fuera del país.

Sin duda, la principal estrategia de Finlandia fue la educación del sector empresarial, el gobierno invirtió en asegurar la creación de redes institucionales en donde el estado y el sector privado trabajen en sintonía para lograr el fomento de las exportaciones. La vinculación de las estrategias exportadoras con las estrategias industriales ha logrado garantizar enlaces óptimos con las aglomeraciones industriales prioritarias, esto sumado a los criterios empresariales de apoyo a la exportación, han logrado posicionar

a Finlandia como uno de los principales exportadores de productos y servicios principalmente en Europa.

En el análisis realizado al caso de Finlandia se puede notar que es de suma importancia las medidas económicas y sociales que los gobiernos son capaces de aplicar, debido a que de eso depende el éxito o el fracaso de los planes para promover la competitividad y el crecimiento de las exportaciones. (Centro de Comercio Internacional, 1999, p.1)

2.3.3 Certificación Global Gap: Caso México

Para el año 2004, el 8,4% de la superficie cultivada era representada por las frutas y hortalizas, sin embargo, generaban más del 34% del valor total del sector agrícola. La economía mexicana y estadounidense están ligadas: tal es el caso de que en el año 2003, el 89% del total de las exportaciones mexicanas tuvieron como destino los Estados Unidos. Esta dependencia se refleja también en el total de las exportaciones mexicanas de frutas y hortalizas: en 2005, EE. UU. representó el 92%, la Unión Europea el 2%.

Mercados de destino de las exportaciones actuales

México es un país privilegiado con el clima que le permite producir y por ende exportar todo el año una vasta selección de frutas y verduras. Según registros existentes, dentro de los últimos quince años, logró diversificar su producción, en comparación al año 1990 que sólo cinco productos (tomate, carne, café, cerveza y morrón) aportaron el 50% de las exportaciones, en 2004 se cubrieron un total de 14 productos. Los alimentos mexicanos exportados hacia la Unión Europea mostraron un notable aumento en los años 1995 al 1997. Mientras que entre 1998 y 1999 las exportaciones mostraron una radical disminución, sin embargo, logró recuperarse para el año 2000 como respuesta a la implementación del Tratado de Libre Comercio. Lamentablemente, la desaceleración económica de la Unión Europea afectó radicalmente las exportaciones mexicanas desde entonces.

El aguacate, el café, la uva y el limón, ocupan en ese orden el ranking de los productos agrícolas de exportación hacia la Unión Europea.

El Sistema de Calidad Alimentaria a ser comparado con GLOBALGAP

Para el año 1999, México dio inicio a la marca de calidad 'México Calidad Suprema' ('Calidad Suprema de México': MexBest), para lograr el aseguramiento y cumplimiento de la Ley Alimentaria Mexicana y con ello lograr diferenciar los productos mexicanos en los mercados internacionales.

Otro reto importante para México ha sido lograr levantar la prohibición de exportación de aguacate hacia Estados Unidos, obligando a México a introducir rigurosos sistemas de calidad para lograr solventar el problema de la prohibición.

La marca de calidad voluntaria "México Calidad Suprema", fue presentada para:

- Establecer estándares mínimos de calidad para los procesos productivos, bajo principios de competitividad.
- Desarrollar mercados y competitividad.
- Proteger, mantener e incrementar el mercado de productos mexicanos.
- Impulsar el desarrollo integral del medio rural mexicano hacia la competitividad y la cultura de la calidad.

La marca a más de ser una marca de calidad, también es una marca de consumo y por ello se realiza inversión en la promoción de la misma.⁶

Vínculo con la legislación nacional

Los estándares de Calidad son fijados por SAGARPA. Para México Calidad Suprema se han

desarrollado 72 sistemas de producción (frutas, vegetales, carnes, granos y alimentos procesados) con estándares relacionados con el producto.

Un departamento de la Secretaría de Agricultura (SAGARPA), el Servicio Nacional de Higiene, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA), supervisa el cumplimiento de las Normas de Inocuidad de los Alimentos y administra una red de laboratorios de muestras.

En 1999 se estableció la marca de calidad 'México Calidad Suprema (MCS)', para garantizar la inocuidad de los alimentos y la calidad de los productos agroalimentarios. México Calidad

Suprema es una asociación civil sin fines de lucro integrada por entidades del Gobierno Federal y del sector privado.

Proceso de benchmarking en el tiempo

Si bien la marca de calidad México Calidad Suprema ha estado en uso desde 1999, no fue hasta octubre de 2004 que se iniciaron los trámites para la homologación de la marca de calidad con los estándares GLOBALGAP, para obtener 'México Calidad Suprema GAP.

En mayo de 2006, el protocolo México Calidad Suprema GAP logró la plena acreditación según los estándares GLOBALGAP. En octubre de 2006, tres organismos de certificación mexicanos se registraron ante la secretaría de GLOBALGAP para ser acreditados como organismos certificadores de México Calidad Suprema GAP. En septiembre de 2007, el primer organismo de certificación mexicano fue acreditado por GLOBALGAP. (Valk, 2009, pp.23-29)

2.4 Marco legal

En el presente capítulo se abordarán las leyes que regulan la administración aduanera del Ecuador, mismas que se emplean para garantizar y facilitar el comercio y de esta manera darle prioridad al desarrollo económico del país. Se realizará un pequeño análisis para evaluar el cumplimiento de las leyes y a la vez determinar si las leyes vigentes en vez de ayuda se convierten en un impedimento para el comercio.

2.4.1 CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR

Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y

desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza.(Asamblea Nacional del Ecuador, 2008, p.143)

2.4.2 CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES, COPCI

TITULO I

DEL OBJETIVO Y AMBITO DE APLICACIÓN

Art. 1.- **Ámbito.** - Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional. El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente.(COPCI, 2018, p.4)

Art. 2.- **Actividad Productiva.** - Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.(2018)

LIBRO IV

DEL COMERCIO EXTERIOR, SUS ORGANOS DE CONTROL E INSTRUMENTOS

TITULO I

De la Institucionalidad en Materia de Comercio Exterior

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

- a. El Ministerio rector de la política de comercio exterior;
- b. El Ministerio rector de la política agrícola;
- c. El Ministerio rector de la política industrial;
- d. El Ministerio a cargo de coordinar el desarrollo productivo;
- e. El Ministerio a cargo de coordinar la política económica;
- f. El Ministerio a cargo de las finanzas públicas;
- g. El Organismo Nacional de Planificación;
- h. El Ministerio a cargo de coordinar los sectores estratégicos;
- i. El Servicio de Rentas Internas;
- j. La autoridad aduanera nacional; y,
- k. Las demás instituciones que determine el Presidente de la República mediante decreto ejecutivo.(2018)

TITULO II

DE LOS PRINCIPIOS Y DISPOSICIONES PARA EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS DE ESTA LEY

Art. 3.- Se considera de prioridad nacional al comercio exterior y en especial al fomento de las exportaciones e inversiones. Art. 4.- El Estado asegurará la necesaria coherencia entre las políticas de comercio exterior y las políticas fiscal, arancelaria, monetaria, crediticia, cambiaria y de desarrollo económico - social y los correspondientes regímenes normativos. Art. 5.- Se consagra el principio de neutralidad fiscal, para asegurar transparencia en el desenvolvimiento de las actividades de exportación, importación e inversión.(2018)

TITULO IV

Del Fomento y la Promoción de las Exportaciones

Art. 93.- Fomento a la exportación. - El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno:

a. Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de

acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales,

bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios;

b. Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos y materias primas incorporados a productos que se exporten, de conformidad con lo establecido en este Código;

c. Derecho a acogerse a los regímenes especiales aduaneros, con suspensión del pago de derechos arancelarios e impuestos a la importación y recargos aplicables de naturaleza tributaria, de mercancías destinadas a la exportación, de conformidad con lo establecido en el libro V de este Código;

d. Asistencia o facilitación financiera prevista en los programas generales o sectoriales que se

establezcan de acuerdo al programa nacional de desarrollo;

e. Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el Gobierno nacional; y,

f. Derecho a acceder a los incentivos a la inversión productiva previstos en el presente Código y demás normas pertinentes.(2018)

LIBRO V

DE LA COMPETITIVIDAD SISTEMICA Y DE LA FACILITACION ADUANERA

TITULO I

Del Fomento y Promoción de los Sectores Estratégicos claves
para la Infraestructura Productiva

CAPITULO I

Art. 99.- Simplificación de los trámites administrativos. -

De conformidad con el objetivo del Sistema Nacional de Registros de Datos Públicos, las entidades, instituciones y organismos del Estado, en el ámbito de sus competencias, deberán simplificar los trámites administrativos que se realicen ante los mismos. Dentro de este contexto, las entidades, instituciones y organismos públicos deberán implementar bases de datos automatizadas y no podrán exigir la presentación de copias certificadas o fotocopias de documentos que esas entidades, instituciones y organismos tengan en su poder o de los que tenga posibilidad legal y operativa de acceder.(2018)

CAPITULO II

DEL FOMENTO Y PROMOCION DE LAS INDUSTRIAS BASICAS

Art. ...- Sin perjuicio de los incentivos para el desarrollo productivo y fomento a las exportaciones establecidas en el presente Código, el Estado promocionará las industrias básicas que aprovechen las materias primas provenientes de los recursos naturales renovables y no renovables, transformándolos en productos que luego sean requeridos por otras industrias para la fabricación de productos intermedios y finales. Para los fines del presente Código, se entenderán como industrias básicas a los siguientes sectores económicos:

- a. Fundición y refinación de cobre y/o aluminio;
- b. Fundición siderúrgica para la producción de acero plano;
- c. Refinación de hidrocarburos;
- d. Industria petroquímica;
- e. Industria de celulosa; y,
- f. Construcción y reparación de embarcaciones navales.(2018)

Ley Orgánica de Sanidad Agropecuaria

Art. 1 Objeto: Regular la sanidad agropecuaria, mediante la aplicación de medidas para prevenir el ingreso, diseminación y establecimiento de plagas y enfermedades; promover el bienestar animal, el control y erradicación de plagas y enfermedades que afectan a los vegetales y animales y que podrían representar riesgo Fito y zoonosario.

3 Metodología

3.1 Diseño de Investigación

La investigación es una actividad tan antigua como el hombre. Se puede manifestar que se desarrolla con la finalidad de dotar al investigador de nuevos conocimientos. (Baena Paz, 2017). Así mismo Muñoz Rocha manifiesta “el diseño de la investigación es una estrategia o un plan general que determina las operaciones necesarias para contrastar hechos y teorías, cuyo objeto es proporcionar un modelo de verificación”(Muñoz Rocha, 2015, pp. 143-149). En este sentido, se utilizará un diseño no experimental ya que estudia su entorno natural, sin ninguna manipulación de las variables.

3.2 Tipo de investigación

Para efectos de esta investigación se llevará a cabo la investigación descriptiva ya que sirve para exponer con mejor precisión la realidad de las exportaciones ecuatorianas hacia el Reino Unido. En esta investigación se usó información de fuente secundaria como, por ejemplo, del Banco Central del Ecuador, PROECUADOR, TRADEMAP, para analizar información acerca de los productos tradicionales y no tradicionales que son exportados hacia el Reino Unido.

3.3 Alcance

Esta investigación pretende revisar las estrategias usadas por PROECUADOR para promover las exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales del Ecuador, y como poder fortalecer estas estrategias para aumentar la oferta exportable ecuatoriana. Al emplear estas estrategias tanto los productores nacionales como los exportadores tendrán una herramienta que les permita ser más competitivos frente a sus principales competidores extranjeros.

3.4 Técnica de recogida de datos

Para la recolección de datos se utilizó la técnica de análisis documental, considerando las bases de datos de las siguientes instituciones:

- Banco Central del Ecuador: se recogieron datos sobre las exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales hacia el Reino Unido. Así mismo se investigó sobre los principales destinos de exportación de los productos

ecuatorianos. Además, se tomaron en cuenta datos sobre la balanza comercial entre Ecuador y el Reino Unido.

- PROECUADOR: las estrategias tomadas por esta institución y el presupuesto anual para aumentar la oferta exportable.
- TRADEMAP: se recogieron datos sobre los migrantes ecuatorianos en el Reino Unido. Las exportaciones realizadas por los países de Perú, Colombia, Costa Rica hacia el Reino Unido. Las hectáreas producidas por certificaciones en el mundo.

4 Resultados

4.1 Hallazgos

En concordancia con el objetivo general expuesto que ha dado cabida a la presente investigación, los resultados se abordan a partir del análisis del soporte teórico y conceptual que se han considerado anteriormente. Se pretende analizar y concluir sobre la necesidad del desarrollo de mejores estrategias para el aprovechamiento de los beneficios que propone el Acuerdo Multiparte.

Cabe recalcar que la línea de ruta del actual gobierno está alineada a las exigencias de los mercados internacionales, por tal motivo de parte del ejecutivo, se ha planteado la homologación de certificaciones que promueven la competencia de trazabilidad del producto, responsabilidad social, entre otros, es decir, de toda la cadena de valor de los productos para promocionarlos en mercados internacionales. Las certificaciones que ha logrado homologar el gobierno ecuatoriano son las HACCP y Global Gap.

Con el fin de analizar las exportaciones de otros países de la región hacia Gran Bretaña, se consideró una data con información sobre las certificaciones por medio de indicadores de superficie cosechada y producción por tonelada métrica, así mismo de las exportaciones más relevantes que les han abierto las puertas a incrementar su oferta exportable.

Para la presentación de los resultados, se han considerado las certificaciones más requeridas por los consumidores británicos, grandes cadenas de supermercados, minoristas, para lo cual estas certificaciones pueden ser un gran aporte para las

exportaciones de los siguientes sectores: agropecuario, acuícola, florícola, manufacturero, Silvicultura, extracción de madera y actividades relacionadas.

Si analizamos el sector agropecuario en términos de certificaciones por superficie cosechada y producción en tonelada métrica se aprecian los siguientes hallazgos:

Tabla 8

Banana: Superficie cosechada bajo certificaciones internacionales por país

BANANA			
Etiqueta	País	Indicador	Producción (MT)
		Superficie Cosechada	
Fairtrade	Colombia	11.934	391.243
	Dominican Republic	12.938	219.365
	Ecuador	6.776	205.384
	Peru	7.213	195.682
Global GAP	Colombia	42.430	
	Costa Rica	37.288	
	Ecuador	84.944	
	Mexico	11.141	
	Peru	8.184	
Organic	Colombia	3.240	84.941
	Dominican Republic	25.140	578.817
	Ecuador	13.700	803.957
	Mexico	1.180	23.004
	Peru	5.280	220.000
Rainforest	Colombia	49.940	2.405.128
	Costa Rica	35.640	1.941.092
	Ecuador	23.488	1.148.185
	Mexico	3.344	211.980

Elaboración propia. Tomado de *StandardsMap*, n.d.

Según lo que se detalla en la tabla, se observa que el país con mayor superficie cosechada bajo la certificación Fairtrade y Organic es República Dominicana, lo cual se refleja en las exportaciones totales hacia el Reino Unido, representando aproximadamente el 6% de las importaciones de banano. Por otro lado, las exportaciones de Ecuador representan menos del 1%. Todo esto debido a que los

mercados y los consumidores de Reino Unido se interesan por productos que tengan certificaciones de trazabilidad y inocuidad alimentaria.

Para el caso de la certificación Global Gap, Ecuador ha logrado alcanzar el mayor número de superficie cosechada de banano, lo cual es producto de los esfuerzos del gobierno por lograr la equivalencia de las Buenas Prácticas Agropecuarias (B.P.A.) con las Global Gap.

Tabla 9

Cocoa: Superficie cosechada bajo certificaciones internacionales por país

COCOA			
Etiqueta	País	Indicador	Producción (MT)
		Superficie Cosechada	
Fairtrade	Colombia	939	320
	Dominican Republic	62.103	21.482
	Ecuador	15.408	7.924
	Peru	37.195	24.976
Organic	Colombia	360	377
	Costa Rica	1.500	186
	Dominican Republic	89.620	78.120
	Ecuador	15.700	10.280
	Mexico	120	45
	Peru	22.900	23.913
Rainforest	Dominican Republic	25.214	21.144
	Ecuador	21.086	29.456
	Peru	2.620	3.295

Elaboración propia. Tomado de *StandardsMap*

Como se observa en la tabla, el comportamiento de las certificaciones para el cacao es muy similar a lo que se observó en el caso del banano. República Dominicana es el país con mayor número de superficies cosechadas bajo las certificaciones Fairtrade, Organic y Rainforest.

Para el caso de la Abacá, por medio del gobierno ecuatoriano, es necesario impulsar la obtención de las certificaciones Rain Forest y comercio justo, debido a que las exportaciones de este producto hacia reino unido han venido creciendo año tras año. Alcanzando estas certificaciones, Ecuador llegaría a ser competitivo en mercados

internacionales, hasta el punto de posicionarse como el principal exportador de este producto.

Para el sector de la Silvicultura, extracción de madera y actividades relacionadas es importante promover la Certificación FSC, la cual permite controlar la deforestación.

Tabla 10
Certificación FSC por país

FSC Country	Forest Area Total (ha)	FM certificates	CoC certificates	Exportación a Reino Unido 2019 (miles)	Exportación a Reino Unido 2020 (miles)
BRAZIL	7.958.583	146	1.091	132.056,00	125.038,00
CHILE	2.327.514	22	175	22.763,00	15.109,00
URUGUAY	1.193.628	22	25	8.688,00	8.227,00
ARGENTINA	487.492	10	125	1.332,00	824,00
ECUADOR	64.253	6	20	219,00	135,00

Elaboración propia. Tomado de *Datos y Cifras / Forest Stewardship Council*, n.d.

Según lo que se observa en la tabla precedente, Brasil es el país de Latinoamérica que lidera las exportaciones de madera hacia Reino Unido, esto debido a que ha logrado alcanzar más certificaciones en FM y CoC en comparación a otros países de la región. El comportamiento de las exportaciones para los años 2019 al 2020 ha sido decreciente debido a que la economía mundial se contrajo por los efectos de la pandemia COVID 2019, sin embargo, el comportamiento se mantiene con Brasil liderando las exportaciones. Al final de la tabla se observa a Ecuador, que si bien es cierto ha logrado alcanzar certificaciones, se encuentra en el proceso de apertura de mercado gracias a los esfuerzos que se vienen realizando entre todos los sectores involucrados.

Finalmente, Ecuador al ser un país exportador de bienes primarios, es importante para el sector agropecuario alcanzar la mayor cantidad de certificaciones que permitan la inserción en los mercados internacionales. Estas certificaciones lograrán dar seguridad al consumidor británico al conocer la trazabilidad del producto y bajo qué proceso se sometió.

Si bien es cierto, la obtención de certificaciones internacionales es muy importante, sin embargo, el impulso y promoción gubernamental de los productos ecuatorianos es una medida fundamental para lograr dar a conocer nuestros productos en los mercados internacionales. Las ferias internacionales y rueda de negocios son cruciales para

darnos a conocer internacionalmente, Ecuador participa activamente en ferias que propone el Reino Unido como lo son London Produce Show, ANUGA, Fruit Logistica, SIAL, NATURAL & ORGANIC PRODUCTS EUROPE, de esta manera se da a conocer nuestra oferta exportable para posteriormente cerrar negocios. Las principales ferias que organiza Reino Unido son:

Tabla 11
Principales ferias de comercio en Reino Unido

Principales Ferias de Comercio en Reino Unido		
Ferias	Categoría	Descripción
The London Textil Fair	Ropa	Brinda a los fabricantes y sus agentes la oportunidad de mostrar sus productos a los compradores y diseñadores británicos más influyentes. La feria es el mayor evento de la industria en el Reino Unido con un creciente atractivo internacional.
Natural & Organic Products Europe	Agricultura y Silvicultura	Es la feria comercial más grande de Europa para productos naturales y orgánicos, lo que la convierte en el evento de asistencia obligada para los compradores de productos naturales para la salud y la vida, alimentos y bebidas naturales y orgánicos, así como productos naturales de belleza y cuidado personal.
The International Food & Drink Event (IFE)	Alimentos y Bebidas	Es una celebración de fabricantes de alimentos y bebidas innovadores, globales y de vanguardia. Descubra las tendencias emergentes reuniéndose cara a cara con miles de productores enfocados en el futuro en el principal y

Principales Ferias de Comercio en Reino Unido

Ferias	Categoría	Descripción
London Produce Show	Alimentos	<p>más grande evento de la industria de alimentos y bebidas del Reino Unido.</p> <p>Los compradores asistentes buscan nuevos proveedores, productos e ideas innovadores y soluciones rentables. Sobre todo, vienen para aprender y compartir experiencias con colegas de la industria y forjar nuevas asociaciones que les ayudarán a ampliar los horizontes de su negocio de productos frescos y, en última instancia, les permitirán vender más frutas, verduras o flores.</p>
Caffé Culture Show	Alimentos y Bebidas	<p>Es el principal evento comercial del Reino Unido para la industria de cafés</p>

Elaboración propia.

Para el 2019, Ecuador logro participar en la feria IFE 2019 con 8 exportadores, los cuales lograron expectativas de negocios por \$1,8 millones. Por otro lado, Perú en la misma feria, participo con 5 empresas exportadoras, las cuales generaron \$1.25 millones en ventas para el primer trimestre del 2019. Es importante destacar esta feria que se realiza consecutivamente, ya que permitirá incrementar nuestra oferta exportable, facilitando la inserción de nuevos productos al mercado británico, al igual que entrar en contacto con las principales cadenas de distribución a nivel europeo.

Otro dato relevante es que Ecuador realiza rueda de negocios para promover los productos ecuatorianos, para el año 2019 Ecuador participo en 67 ferias internacionales, 6 ruedas de negocios en donde se logro alcanzar 437.9 MM en cierres efectivos de exportaciones. En el año 2021, Ecuador ratifico esta rueda de negocios bajo la modalidad de negocios virtuales en donde se estima alcanzar \$92 millones en ventas enfocadas en los distintos sectores productivos del país.

Es crucial que el gobierno ecuatoriano con el seguimiento de PROECUADOR, mantengan la participación constante de las empresas exportadoras en las ferias antes mencionadas, debido a que mientras mayor participación en ferias se tengan, existirá mayor probabilidad de generar expectativas de negocio, las exportaciones se incrementarán tanto de productos tradicionales como no tradicionales. El proceso de incrementar las exportaciones es un trabajo mancomunado que abarca varios sectores y los esfuerzos entre el sector público trabajando de la mano con el sector privado, sumado a el apoyo y decisiones gubernamentales acertadas, darán como resultado la dinamización de la economía, la apertura del mercado hacia la internacionalización y mayores plazas de empleo dentro del Ecuador.

Como parte de las medidas gubernamentales para impulsar las exportaciones, FEDEXPOR en conjunto con PROECUADOR promueven a los exportadores participar en ruedas de negocio que establecen estas entidades, para de esta manera dar a conocer la variedad de productos que puede ofrecer al Reino Unido, una de estas ruedas es Ecuador Food Fair en donde se espera concretar varios negocios.

Es vital que en el plan de acción del gobierno ecuatoriano se establezcan objetivos de capacitaciones para negocios para la exportación e inserción de empresas ecuatorianas al Reino Unido. Es conveniente replicar buenas prácticas que han dado resultados positivos en otros países de la región, tal es el caso del gobierno peruano que, como uno de sus objetivos del plan de acción, ha destacado posicionar a empresas peruanas en el territorio británico para promover sus productos y así poder incrementar su oferta exportable en todos los sectores productivos del país.

5 CONCLUSIONES

5.1 Conclusiones

- Tal y como se ha podido evidenciar, Ecuador ha mantenido relaciones comerciales con Gran Bretaña desde antes del Brexit, hasta la firma del acuerdo multiparte con los países Andinos. En cuanto a este punto, se puede concluir que Ecuador podría tomar como ejemplo las buenas prácticas de países de la región en donde las medidas han funcionado para lograr abrir los mercados.
- Para ilustrar mejor los resultados, se ha realizado un análisis a las cifras de las exportaciones de los productos tradicionales y no tradicionales hacia Gran Bretaña de los últimos 5 años, identificando las principales certificaciones que deben tener los productos objetos de este estudio, así como también las ferias internacionales en las que se pueden promover la oferta exportable, por lo cual es de suma importante que el gobierno ecuatoriano genere un plan de acción para poder diversificar los productos en el Reino Unido.
- Por medio del análisis de los casos de éxito considerados en el presente trabajo de investigación, se concluye que el impulso o las medidas gubernamentales que tomen las naciones, son cruciales para promover el mejoramiento en los procesos de calidad, junto con el aporte del sector privado, y así lograr posicionarse dentro de Gran Bretaña.
- El crecimiento acelerado sobre la conciencia ambiental, social, forestación, pesca en los mercados internacionales y consumidores alrededor del mundo, obliga a los gobiernos a regular y mejorar los procesos de producción para poder expandir su oferta exportable. Es así como los productores y empresas exportadoras ecuatorianas se enfrentan a constante innovación e inversiones, para ello el gobierno promueve como política de Estado la adopción de certificaciones como una estrategia para generar competitividad.

5.2 Recomendaciones

- Realizar mayores investigaciones que ayuden al exportador a decidir que producto promover hacia el Reino Unido.
- Establecer políticas en las cuales las empresas ecuatorianas promuevan productos ecuatorianos insertándolos en el territorio británico.
- Seguir promoviendo la participación en ferias de negocios explícitamente en el sector del Reino Unido para incrementar la oferta exportable.
- En función de los objetivos alineados en esta investigación y a la metodología aplicada, se limita a generalizar los resultados de los sectores involucrados, debido a que la investigación se realizó a través de datos secundarios. Es así, que esta limitante sirve como punto de partida para futuras investigaciones, en las cuales consideren ampliar el análisis incorporando análisis estadísticos y una visión mas profunda de los productos tradicionales y no tradicionales.
- Falta de entrevista a la oficina comercial del Reino Unido, para conocer en detalle el plan de acción trazado para promover las exportaciones hacia ese territorio.

6 Referencias

- Aduana del Ecuador. (n.d.). *Para Exportar – Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Retrieved November 29, 2021, from <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador. *Iusrectusecart*, 449, 1–219. <https://bde.fin.ec/wp-content/uploads/2021/02/Constitucionultimodif25enero2021.pdf>
- B.C.E. (2022). *Banco Central del Ecuador*. <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica/sector-externo>
- Baena Paz, G. (2017). *Metodología de la investigación. Serie integral por competencias (Libro Online)* (Issue 2017). <http://www.editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074384093.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2021). *Evolución de la Balanza Comercial por Productos Enero - Julio 2021*. <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica/ultimas-publicaciones>
- Banco Santander. (n.d.). *Qué es la balanza comercial - Banco Santander*. Retrieved December 1, 2021, from <https://www.bancosantander.es/glosario/balanza-comercial>
- Centro de Comercio Internacional. (1999). *Claves para el éxito de las exportaciones*. <https://www.forumdecomercio.org/Claves-para-el-éxito-de-las-exportaciones/>
- COPCI. (2018). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI. *Registro Oficial Suplemento 351 de 29-Dic.-2010. Reformado 21-Ago.-2018*, 1–92. www.lexis.com.ec
- Datos y cifras | Forest Stewardship Council*. (n.d.). Retrieved February 10, 2022, from <https://fsc.org/es/datos-y-cifras>
- El Comercio. (2021a). *¿Cuáles son los productos tradicionales y no tradicionales?* <https://blog.grupoei.com.mx/productos-tradicionales-y-no-tradicionales-mexico>
- El Comercio. (2021b). *Ecuador saldrá de lista roja de Reino Unido el 1 de noviembre - El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/politica/ecuador-sale-lista-roja-reino-unido.html>
- Fedexpor. (2020). *Ecuador, menos competitivo en 2019 – Fedexpor*. <https://www.fedexpor.com/ecuador-menos-competitivo-en-2019/>

- Foro Economico Mundial. (n.d.). *¿Qué es la competitividad? | Foro Económico Mundial*. Retrieved November 29, 2021, from <https://es.weforum.org/agenda/2016/10/que-es-la-competitividad/>
- Julio Prado Lucio-Paredes Viceministro de Comercio Exterior Daniel Legarda María Belén Vivero, J., & Bayas Gabriel Caisapanta Magda Robayo Carlos Sagnay Roberto Simbaña Diana Yáñez, E. (2021). *Boletín de Cifras - Comercio Exterior Julio 2021 Ecuador*. www.produccion.gob.ec
- Krugman Paul; Obstfeld Maurice. (2006). *Economía Internacional: Teoría y política*.
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2021). *Ecuador logra la equivalencia de la certificación BPA con la certificación de Global G.A.P. para frutas y hortalizas, para mejorar la producción, comercialización y acceso a mercados – Ministerio de Agricultura y Ganadería*. <https://www.agricultura.gob.ec/ecuador-logra-la-equivalencia-de-la-certificacion-bpa-con-la-certificacion-de-global-g-a-p-para-frutas-y-hortalizas-para-mejorar-la-produccion-comercializacion-y-acceso-a-mercados/>
- Ministerio de Economía y Finanzas Peru. (n.d.). *Acuerdos Internacionales*. Retrieved November 29, 2021, from https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=101704&lang=es-ES&view=article&id=2441
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, I. y P. (2020). *INFORME DE GESTIÓN 2020*. https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/3.-INFORME-DE-GESTION-MPCEIP-2019_compressed.pdf
- Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana. (2021). *Perspectivas de la relación bilateral entre el Ecuador y el Reino Unido*. 3. <https://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2021/02/reino-unido.pdf>
- Muñoz Rocha, C. I. (2015). *Metodología de la investigación*.
- PROECUADOR. (n.d.). Guía de Certificaciones Internacionales. *Ministerio de Comercio*, 18–19.
- PROECUADOR. (2019). *Reino Unido*. 205–205. <https://doi.org/10.18356/366f9b06-es>
- PROECUADOR. (2020). *PRO ECUADOR*. <https://www.proecuador.gob.ec/>
- Ricardo, D. (1817). *Economía política , y tributacion Traducción: P Aloma De La*

- Nuez y Carlos Rodríguez Braun / Ediciones Piramide. 110–145.*
- Rubio, Ó. B. (1996). Teorías del comercio internacional: una panorámica. *Ekonomiaz: Revista Vasca de Economía*, 36(03), 12–27.
- Sannasse, R. V., Seetanah, B., & Lamport, M. J. (2014). Diversificación de las exportaciones y crecimiento económico: el caso de Mauricio. *Conectarse a Los Mercados Mundiales*, 11–24.
https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/cmark_chap1_s.pdf
- Servicio de Acreditación Ecuatoriano. (n.d.). *El Servicio de Acreditación y la Reglamentación Técnica Ecuatoriana – Servicio de Acreditación Ecuatoriano*. Retrieved December 7, 2021, from <https://www.acreditacion.gob.ec/el-servicio-de-acreditacion-y-la-reglamentacion-tecnica-ecuatoriana/>
- SICE: Países: Ecuador : Acuerdos comerciales. (n.d.). Retrieved February 10, 2022, from http://www.sice.oas.org/ctyindex/ECU/ECUagreements_s.asp
- StandardsMap. (n.d.). Retrieved February 10, 2022, from <https://standardsmap.org/en/trends>
- Tabares, C. (2019). *Análisis de exportaciones ecuatorianas de productos no tradicionales* (Vol. 1).
- The Vegan Society. (2020). *1 in 5 Brits cut down on meat consumption during COVID-19 pandemic*. <https://www.vegansociety.com/whats-new/news/1-5-brits-cut-down-meat-consumption-during-covid-19-pandemic>
- United Nations, Department of Economic and Social Affairs, P. D. (2019). *MigrantStockBOriginAndDestination_2019*.
- Valk, O. Van Der. (2009). *Benchmarking nacional contra GLOBALGAP*.

7 Anexos

7.1 ANEXO 1

Lista de productos al nivel de 2 dígitos importado por United Kingdom en 2020

Código	Descripción del producto	Seleccione sus indicadores		
		Valor importado en 2020 (miles de USD)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2016-2020 (% p.a.)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2019-2020 (% p.a.)
'TOTAL	Todos los productos	\$ 634.174.870,00	1	-8
'71	Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, ...	\$ 108.359.253,00	15	22
'84	Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; partes de estas máquinas ...	\$ 70.942.461,00	-1	-16
'87	Vehículos automóbiles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	\$ 58.138.139,00	-5	-22
'85	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción ...	\$ 56.199.022,00	0	-9
'27	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ...	\$ 33.676.254,00	-2	-40
'30	Productos farmacéuticos	\$ 26.106.399,00	-6	-7
'90	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión; ...	\$ 19.058.080,00	2	0
'39	Plástico y sus manufacturas	\$ 18.458.578,00	2	-2
'62	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	\$ 11.863.126,00	0	0
'61	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	\$ 11.092.497,00	-2	-15
'94	Muebles; mobiliario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado ...	\$ 10.547.372,00	-1	-11
'29	Productos químicos orgánicos	\$ 9.775.666,00	3	-4
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o acero	\$ 8.763.375,00	3	-22
'99	Materias no a otra parte especificadas	\$ 8.290.175,00	-5	-20
'22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	\$ 8.186.954,00	1	-1
'88	Aeronaves, vehículos espaciales, y sus partes	\$ 8.037.583,00	-18	-26
'38	Productos diversos de las industrias químicas	\$ 7.510.995,00	13	19
'44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	\$ 7.171.037,00	2	-3
'63	Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos	\$ 7.124.290,00	26	174
'48	Papel y cartón; manufacturas de pasta de celulosa, de papel o cartón	\$ 6.903.671,00	-1	-8

'95	Juguetes, juegos y artículos para recreo o deporte; sus partes y accesorios	\$ 6.708.698,00	1	10
'08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	\$ 6.430.649,00	0	2
'33	Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética	\$ 5.942.599,00	-1	-9
'64	Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos	\$ 5.812.028,00	-3	-16
'40	Caucho y sus manufacturas	\$ 5.706.817,00	3	8
'02	Carne y despojos comestibles	\$ 4.982.076,00	-2	-7
'19	Preparaciones a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; productos de pastelería	\$ 4.805.885,00	5	4
'16	Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	\$ 4.598.538,00	1	1
'07	Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	\$ 4.397.236,00	1	2
'76	Aluminio y sus manufacturas	\$ 4.339.249,00	-1	-15
'21	Preparaciones alimenticias diversas	\$ 4.137.256,00	1	5
'72	Fundición, hierro y acero	\$ 4.137.223,00	-4	-31
'20	Preparaciones de hortalizas, de frutas u otros frutos o demás partes de plantas	\$ 3.915.400,00	4	-1
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural; productos comestibles de origen animal...	\$ 3.872.415,00	2	-2
'23	Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos preparados para animales	\$ 3.260.220,00	5	6
'18	Caca o y sus preparaciones	\$ 3.000.775,00	4	8
'34	Jabones, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes, ...	\$ 2.983.726,00	5	15
'42	Manufacturas de cuero; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos ...	\$ 2.822.432,00	-3	-25
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	\$ 2.717.163,00	1	-10
'83	Manufacturas diversas de metal común	\$ 2.414.800,00	0	-11
'32	Extractos curtientes o tintóreos; taninos y sus derivados; pigmentos y demás materias colorantes; ...	\$ 2.267.146,00	-2	-9
'28	Productos químicos inorgánicos; compuestos inorgánicos u orgánicos de metal precioso, de elementos ...	\$ 2.204.286,00	-1	-24
'97	Objetos de arte o colección y antigüedades	\$ 2.135.050,00	-10	-32
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias ...	\$ 2.134.796,00	5	8
'70	Vidrio y sus manufacturas	\$ 2.126.487,00	-3	-11
'49	Productos editoriales, de la prensa y de las demás industrias gráficas; textos manuscritos ...	\$ 2.117.440,00	-1	-13

'96	Manufacturas diversas	\$	2.044.427,00	-1	-12
'10	Cereales	\$	1.860.525,00	9	21
'26	Minerales metalíferos, escorias y cenizas	\$	1.838.293,00	1	5
'09	Café, té, yerba mate y especias	\$	1.734.346,00	0	0
'82	Herramientas y útiles, artículos de cuchillería y cubiertos de mesa, de metal común, partes ...	\$	1.724.942,00	-2	-9
'68	Manufacturas de piedra, yeso fraguable, cemento, amianto (asbesto), mica o materias análogas	\$	1.684.918,00	-1	-20
'69	Productos cerámicos	\$	1.670.373,00	0	-14
'74	Cobre y sus manufacturas	\$	1.602.319,00	-3	-17
'06	Plantas vivas y productos de la floricultura	\$	1.579.935,00	0	6
'91	Aparatos de relojería y sus partes	\$	1.560.123,00	-5	-23
'12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales;...	\$	1.365.395,00	8	32
'17	Azúcares y artículos de confitería	\$	1.301.674,00	-3	-7
'75	Níquel y sus manufacturas	\$	1.112.539,00	5	-27
'86	Vehículos y material para vías férreas o similares, y sus partes; aparatos mecánicos, incluso ...	\$	1.093.428,00	-10	-48
'25	Sal; azufre; tierras y piedras; yesos, cales y cementos	\$	1.036.545,00	6	-6
'35	Materias albuminoideas; productos a base de almidón o de fécula modificados; colas; enzimas	\$	1.010.516,00	5	2
'57	Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materia textil	\$	962.537,00	-4	-16
'31	Abonos	\$	954.507,00	2	-13
'89	Barcos y demás artefactos flotantes	\$	909.962,00	-19	-38
'24	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	\$	889.393,00	14	28
'93	Armas, municiones, y sus partes y accesorios	\$	870.454,00	39	18
'81	Los demás metales comunes; cermetes; manufacturas de estas materias	\$	837.124,00	-1	-26
'56	Guata, fieltro y tela sin tejer; hilados especiales; cordeles, cuerdas y cordajes; artículos ...	\$	810.073,00	3	4
'01	Animales vivos	\$	668.960,00	2	-1
'47	Pasta de madera o de las demás materias fibrosas celulósicas; papel o cartón para reciclar ...	\$	628.879,00	-3	-8
'54	Filamentos sintéticos o artificiales	\$	575.059,00	-7	-23
'11	Productos de la molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	\$	535.022,00	6	4
'55	Fibras sintéticas o artificiales discontinuas	\$	462.827,00	-5	-18
'65	Sombreros, demás tocados, y sus partes	\$	426.645,00	-1	-14
'92	Instrumentos musicales; sus partes y accesorios	\$	415.068,00	4	8
'78	Plomo y sus manufacturas	\$	386.741,00	-4	-15

'59	Telas impregnadas, recubiertas, revestidas o estratificadas; artículos técnicos de materia ...	\$	380.356,00	-2	-12
'37	Productos fotográficos o cinematográficos	\$	350.909,00	-10	-35
'13	Gomas, resinas y demás jugos y extractos vegetales	\$	274.311,00	7	7
'79	Cinc y sus manufacturas	\$	260.515,00	-3	-26
'67	Plumas y plumón preparados y artículos de plumas o plumón; flores artificiales; manufacturas ...	\$	257.895,00	6	-11
'51	Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin	\$	254.548,00	-9	-41
'52	Algodón	\$	245.934,00	-5	-14
'58	Tejidos especiales; superficies textiles con mechón insertado; encajes; tapicería; pasamanería; ...	\$	236.543,00	-10	-21
'60	Tejidos de punto	\$	210.504,00	-5	-5
'05	Los demás productos de origen animal no expresados ni comprendidos en otra parte	\$	195.343,00	7	0
'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	\$	117.528,00	-17	-31
'36	Pólvora y explosivos; artículos de pirotecnia; fósforos (cerillas); aleaciones pirofóricas; ...	\$	112.969,00	19	0
'46	Manufacturas de espartería o cestería	\$	106.883,00	6	6
'53	Las demás fibras textiles vegetales; hilados de papel y tejidos de hilados de papel	\$	96.018,00	1	-2
'80	Estaño y sus manufacturas	\$	94.875,00	-4	-28
'66	Paraguas, sombrillas, quitasoles, bastones, bastones asiento, látigos, fustas, y sus partes	\$	94.160,00	0	-10
'14	Materias trenzables y demás productos de origen vegetal, no expresados ni comprendidos en ...	\$	62.472,00	34	-6
'43	Peletería y confecciones de peletería; peletería facticia o artificial	\$	45.398,00	-13	-39
'45	Corcho y sus manufacturas	\$	28.756,00	-1	-38
'50	Seda	\$	20.092,00	-16	-45

7.2 ANEXO 2

Comercio bilateral entre Reino Unido y Ecuador en 2020

Código del producto	Descripción del producto	Seleccione sus indicadores		
		United Kingdom importa desde Ecuador		
		Valor 2020, en miles US\$	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2016-2020, %, p.a.	Participación en las importaciones de United Kingdom, %
'TOTAL	Todos los productos	\$ 235.441,00	7	0
'16	Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	\$ 107.890,00	23	2
'08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	\$ 62.670,00	-3	1
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	\$ 38.763,00	12	1
'53	Las demás fibras textiles vegetales; hilados de papel y tejidos de hilados de papel	\$ 6.977,00	-6	7
'07	Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	\$ 5.290,00	9	0
'21	Preparaciones alimenticias diversas	\$ 4.063,00	34	0
'20	Preparaciones de hortalizas, de frutas u otros frutos o demás partes de plantas	\$ 2.732,00	6	0
'06	Plantas vivas y productos de la floricultura	\$ 1.572,00	0	0
'09	Café, té, yerba mate y especias	\$ 864,00	40	0
'65	Sombreros, demás tocados, y sus partes	\$ 800,00	-4	0
'85	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción ...	\$ 694,00	28	0
'39	Plástico y sus manufacturas	\$ 545,00	-24	0
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias ...	\$ 460,00	13	0
'49	Productos editoriales, de la prensa y de las demás industrias gráficas; textos manuscritos ...	\$ 457,00	518	0
'18	Cacao y sus preparaciones	\$ 311,00	-53	0
'84	Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; partes de estas máquinas ...	\$ 254,00	-15	0
'94	Muebles; mobiliario médicoquirúrgico; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado ...	\$ 175,00	-7	0
'44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	\$ 135,00	-36	0
'10	Cereales	\$ 116,00	-3	0
'17	Azúcares y artículos de confitería	\$ 110,00	-35	0
'11	Productos de la molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo	\$ 89,00	85	0
'61	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	\$ 68,00	-26	0
'01	Animales vivos	\$ 64,00	4	0

'62	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto	\$ 48,00	-26	0
'99	Materias no a otra parte especificadas	\$ 38,00	-49	0
'90	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión; ...	\$ 35,00	-17	0
'83	Manufacturas diversas de metal común	\$ 26,00		0
'75	Níquel y sus manufacturas	\$ 22,00		0
'96	Manufacturas diversas	\$ 21,00	-3	0
'22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	\$ 19,00		0
'12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales; ...	\$ 18,00	58	0
'63	Los demás artículos textiles confeccionados; juegos; prendería y trapos	\$ 16,00	-2	0
'35	Materias albuminoideas; productos a base de almidón o de fécula modificados; colas; enzimas	\$ 15,00	54	0
'87	Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	\$ 15,00	72	0
'33	Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética	\$ 14,00	14	0
'46	Manufacturas de espartería o cestería	\$ 12,00	-40	0
'81	Los demás metales comunes; cermets; manufacturas de estas materias	\$ 11,00		0
'48	Papel y cartón; pasta de celulosa, de papel o cartón	\$ 8,00	52	0
'95	Juguetes, juegos y artículos para recreo o deporte; sus partes y accesorios	\$ 7,00	20	0
'97	Objetos de arte o colección y antigüedades	\$ 4,00	-42	0
'92	Instrumentos musicales; sus partes y accesorios	\$ 4,00	47	0
'69	Productos cerámicos	\$ 3,00		0
'29	Productos químicos orgánicos	\$ 2,00		0
'30	Productos farmacéuticos	\$ 2,00		0
'74	Cobre y sus manufacturas	\$ 2,00		0
'47	Pasta de madera o de las demás materias fibrosas celulósicas; papel o cartón para reciclar ...	\$ -		0



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Pimentel Vulgarin, Felipe Enrique**, con C.C: # 0927546796 autor del **componente práctico del examen complejo: Análisis para la implementación de estrategias que promuevan las exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales de Ecuador hacia el Reino Unido**, previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **21** de febrero de 2022

f. _____

Nombre: **Pimentel Vulgarin, Felipe Enrique**

C.C: **0927546796**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TEMA Y SUBTEMA:	Análisis para la implementación de estrategias que promuevan las exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales de Ecuador hacia el Reino Unido.		
AUTOR(ES)	Pimentel Vulgarin, Felipe Enrique		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Arias Arana, Wendy		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Empresariales		
CARRERA:	Gestión Empresarial Internacional		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	21 de febrero de 2022	No. DE PÁGINAS:	58
ÁREAS TEMÁTICAS:	Exportaciones, Comercio Exterior, Estrategias de promoción		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Estrategias, Productos tradicionales y no tradicionales, Balanza Comercial, Ecuador, Reino Unido, Certificaciones Internacionales.		
RESUMEN/ABSTRACT :	<p>Los mercados internacionales representan para Ecuador un desafío permanente, poniendo a prueba su capacidad y adaptación a los nuevos escenarios. Ante la premisa de buscar estrategias que permitan promover la oferta exportable de los productos tradicionales y no tradicionales hacia el Reino Unido, se planteará una línea de ruta que fomente la apertura del mercado alineadas a las exigencias del Reino Unido. El análisis se enfoca en los principales productos tradicionales y no tradicionales, para esto, se ha utilizado el método descriptivo, además de la revisión de fuentes secundarias como organismos oficiales, bibliografías de artículos de revistas científicas, artículos de organismo multilaterales. Entre los principales resultados de esta investigación se destaca que las certificaciones relacionadas al ámbito de la calidad, la seguridad alimentaria, la producción orgánica y la responsabilidad social darán una vía de acceso al mercado del Reino Unido, así mismo las ferias internacionales y ruedas de negocios ayudarán a dinamizar las exportaciones ecuatorianas tanto para el Reino Unido como en el mercado internacional, bajo esta misma óptica es importante considerar la inserción de empresas ecuatorianas en el Reino Unido para socializar los productos ecuatorianos en este territorio.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-988034088	E-mail: enriquephilip_11@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Román Berneo Cynthia Lizbeth		
	Teléfono: +593-4-380 4600 Extensión: 1637		
	E-mail: cynthia.roman@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			