



ECUADOR – OCTUBRE 2016 - ISSN: 1696-8352

DISEÑO DE PLAN DE EXPORTACIÓN DE SNACK (CHIFLES DE PLÁTANO) HACIA LA CIUDAD DE HAMBURGO-ALEMANIA

Mónica Lorena Andrade Menéndez

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Egresada de la carrera de Comercio Exterior
lore_and_11@hotmail.com

MSG. Víctor Alberto Vaca Franco

Master en Negocios Internacionales y Comercio Exterior
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Escuela de Comercio Exterior
yvaca@aduana.gob.ec

Asesor 5 del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador SENA

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Mónica Lorena Andrade Menéndez y Víctor Alberto Vaca Franco (2016): "Diseño de plan de exportación de snack (chifles de plátano) hacia la ciudad de Hamburgo-Alemania", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, (octubre 2016). En línea: <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2016/chifles.html>

RESUMEN

Este trabajo está dirigido a elaborar un plan de exportación, con el cual se dará a conocer los productos Plátano Chip, sobre la posibilidad de ingresar a nuevos mercados como tiendas de abarrotes, restaurantes entre otros, generando empleo a través del incremento en la producción así como enfocarse en el desarrollo empresarial creando nuevas cadenas de distribución en el mercado meta.

Uno de los problemas más comunes en el mercado, es la capacidad de alcance del producto o servicio que se ofrezca, la cual se convierte en un inconveniente cuando no se desarrolla a base de los requerimientos empresariales dirigidos al manejo comercial interna y externo de forma adecuada, por ende es necesario conocer las técnicas y herramientas que se deben emplear para obtener beneficios superiores que permita lograr reconocimientos y establecerse en el mercado internacional y pueda ser comercializado logrando la aceptación del mismo.

Una de las fuentes de información para el desarrollo del proyecto se obtendrá de la empresa PLATAYUC Cía. Ltda. que con datos reales sobre los procesos de exportación para el desarrollo de este proyecto y el uso de diferentes herramientas de investigación se podrá determinar los factores que implican un plan de exportación, para empezar agregar valor a sus productos en el mercado extranjero, ofreciendo una propuesta de exportación y expansión a nuevas rutas de mercado, como es el Mercado Europeo que tiene como destino Hamburgo-Alemania.

PALABRAS CLAVES: plátano chip, exportación, plan

ABSTRACT

This work is aimed at developing an export plan, with which it will be released products Banana Chip, about the possibility of entering new markets such as shops cram, restaurants among others, generating employment through increased production and as business development focusing on creating new distribution channels in the target market.

One of the most common problems in the market, is the ability to reach the product or service offered, which becomes a drawback when it is not developed based targeted to internal and external business management business requirements properly therefore it is necessary to know the techniques and tools to be employed to obtain superior benefits that would achieve recognition and establish themselves in the international market and can be marketed achieving acceptance.

One source of information for the project will come from the company PLATAYUC Cia. Ltda. That with real data on export processes for the development of this project and using different research tools may determine the factors that involve an export plan to begin adding value to their products overseas market, offering a proposal for export and expansion to new routes to market, as is the European market that targets Hamburg-Germany.

KEYWORDS: banana chip, export, plan.

1. INTRODUCCIÓN

Conociendo la diversidad en los productos agrícolas tradicionales y no tradicionales, el Ecuador es considerado uno de los principales exportadores de Plátano, y dado el alcance de las nuevas oportunidades comerciales que se han ido presentado a lo largo del tiempo, se ha encontrado un nuevo mercado en donde puede darse a conocer uno de nuestros productos más codiciados, el Chifle de Plátano.

Se aprovecha la apertura comercial existente con el mercado internacional, las nuevas políticas arancelarias y aún más con el factor predominante que es la Inmigración que ha llegado hasta lugares como Hamburgo-Alemania, en el que hay que empezar a desarrollar un mercado basado en lo nostálgico y dándole un rol protagónico a los chip Chifle de Plátano y convertirlo en uno de los productos con mayor demanda nacional e internacionalmente.

Este trabajo está dirigido a elaborar un plan de exportación, con el cual se dará a conocer los productos Plátano Chip, sobre la posibilidad de ingresar a nuevos mercados como tiendas de abarrotes, restaurantes entre otros, generando empleo a través del incremento en la producción así como enfocarse en el desarrollo empresarial creando nuevas cadenas de distribución en el mercado meta. Una de las fuentes de información para el desarrollo del proyecto se obtendrá de la empresa PLATAYUC Cía. Ltda., con datos reales sobre los procesos de exportación para el desarrollo de este proyecto.

2. HISTORIA DEL PLÁTANO

La historia del chifle data desde hace muchos años atrás desde Perú el cual paso por varios procesos antes de llegar al Ecuador con la introducción de varios productos adicionales al plátano. En la actualidad con el verde se hacen diversos platos tradicionales del país como bolón, cazuelas, caldo de bola, patacones, chifles entre otros.

Este trabajo de investigación está dirigido a encontrar un nuevo diseño para un plan de exportación del Snack Chifles de plátano, dado que es un producto emblemático de la cultura ecuatoriana, teniendo como objetivo a los habitantes de la ciudad de Hamburgo-Alemania por ser la segunda ciudad más importante.

Se toma en cuenta que la apertura comercial ha incentivado a que las empresas busquen nuevas oportunidades en cuanto a mercados no Tradicionales, es así como una de las metas a conseguir es llegar con el Chip Chifle de Plátano e introducirse en mercados internacionales, y conocer todos los requerimientos, medidas y procedimientos que le permitan alcanzar nuevos nichos de mercado, parámetros que se manejaran en la exportación para la Ciudad de Hamburgo-Alemania, conocida puerta a Europa por cuanto emplea un Sistema Armonizado para Clasificación de mercancías. Donde se dejara claro que el Arancel Externo común consta de dos columnas, la autónoma y la convencional, las materias primas están exentas o se poseen impuestos mínimos.

3. PLATAYUC

Es una empresa dedicada a la exportación del plátano barraganete se hicieron presente en ferias internacionales junto a pro Ecuador lo que beneficio a la organización. Las exportaciones que en la actualidad realiza son sobre su propia marca, el proceso consiste en trasladar dos containers de 5000 kilos se resalta la calidad comprobada del producto y que la documentación tributaria se encuentre cumpla con los requerimientos.

Diario el Comercio (2013) considera que:

Platayuc en las ferias APAS de Brasil y Agrotech de Chile, en el 2011. Adicionalmente, Pro Ecuador envió muestras de la firma al Festival Gastronómico de Ecuador en México (2011) y a la Import Goods Fair en Corea del Sur (2012). (Diario el Comercio)

La presentación del producto a través de pequeñas muestras tuvo una buena aceptación por parte del mercado extranjero, se considera que uno de los motivos es los altos estándares de calidad que la empresa ha constituido.

4. SEMBRANDO CON CONCIENCIA

Platayuc ha realizado conexión con otras empresas productoras.

Avala la calidad de los productos, desde el cuidado de la tierra para la siembra, hasta la selección adecuada del producto para que sea entregada a los clientes, se encuentran asociados

con invernaderos certificados que cuentan con plantas clasificadas y evitan el incremento de epidemias y enfermedades que causen daño a la salud de cada individuo.

El objetivo principal radica en conforme pase el tiempo inculcar el cultivo orgánico a todos los productores del país para brindar un producto sano y de mejor calidad.

5. TECNOLOGÍA Y CONTROL DE CALIDAD

Se caracteriza por manejar un cuidado exclusivo en cada proceso que garantizan la venta de los productos ya que cumplen con todos los requisitos legales y de seguridad alimenticia, poseen máquinas de última tecnología para facilitar estos procesos de selección y cuidado del producto.

6. PLAN DE EXPORTACIÓN

El Instituto Nacional de Comercio exterior y Aduanas (2014) considera que:

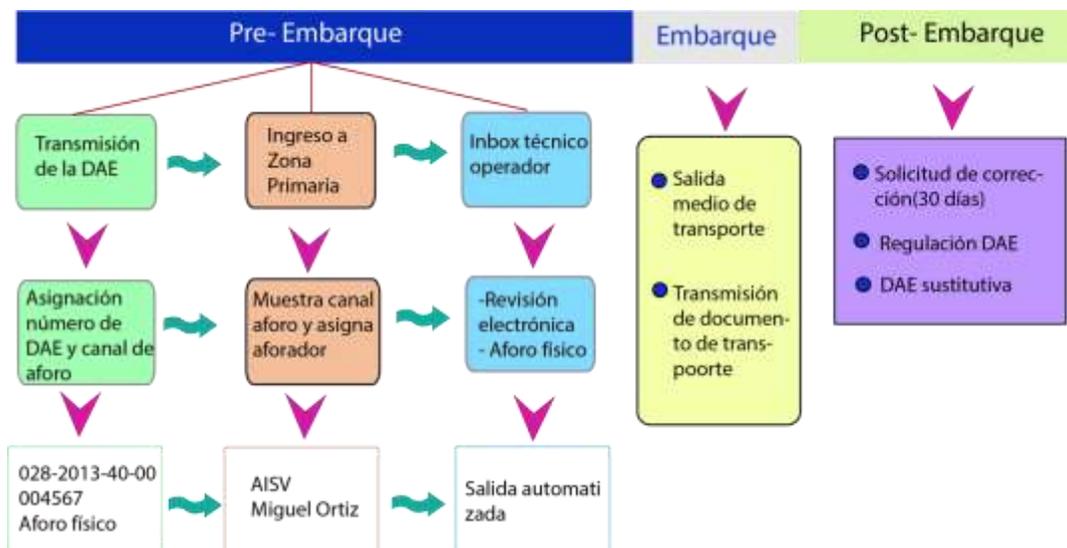
El plan de exportación es un requisito para exportar correctamente. Nos asistirá en la planeación de la viabilidad del negocio, así como para determinar mercados, competencia, precios del mercado internacional, productos en demanda, logística, y otras actividades necesarias durante la exportación. (Instituto Nacional de Comercio exterior y Aduanas)

Cuando se hace referencia a un plan de exportación es necesario tener claro que este diseño deberá brindar soluciones a todas las inquietudes basadas en procesos anteriores de comercialización internacional que evalúa las siguientes preguntas:

- ¿Qué técnicas se emplearán para conocer si el mercado tiene potencial para el ingreso de un nuevo producto?
- ¿Qué métodos serán los más adecuados para la comercialización?
- ¿Qué procedimientos serán pertinentes en los aspectos políticos, económicos y sociales?
- ¿De qué manera se ofrecerá rentabilidad para el cumplimiento de los objetivos?

7. PROCESO DE EXPORTACIÓN

Tabla 1 Proceso de exportación



Fuente: Procedimientos para exportar desde Ecuador.

8. PREPARACIÓN DEL PRODUCTO DE EXPORTACIÓN

Figura 1 producto PLATAYUC S.A



Fuente: PLATAYUC S.A

<http://www.platayuc.com/platayucesp/chifleorganicosal.html>

El origen de las plantaciones que existen en el Ecuador es únicamente del plátano barraganete orgánico proveniente de la agricultura nacional que posee un alto contenido de energía y proteínas.

El trabajo ha sido constante en donde los agricultores manejan procesos confiables y seguros para el cuidado del entorno que transforma una riqueza natural en oro, el reconocimiento del Chifle, que en la actualidad ha sido exportado en varios lugares del mundo, pensando siempre en la salud y beneficios de la comunidad.

9. EXPORTACIÓN EN EL ECUADOR

En toda empresa para cualquier actividad es necesario planificar, cuando se desea incursionar en el mercado internacional se deben conocer todos los estatutos y documentaciones que se requieran que permitan actuar conforme los objetivos y conocer la rentabilidad más conveniente que ofrecen los diferentes países midiendo el alcance comercial y se puedan elaborar ofertas competitivas. En las últimas décadas han sido también las divisas producidas por las remesas de los migrantes.

La autora Daniela Urquiza (2011) indica que:

El banano ecuatoriano es fundamental en el comercio mundial, ya que Ecuador no sólo es el primer exportador de esta fruta desde 1952, sino también es el segundo mayor productor. Ecuador goza de condiciones climáticas excepcionales, las que junto a la riqueza de su suelo, han permitido que el país se convierta en un productor agrícola de excelente calidad. (Urquiza)

Desde 1952 el Ecuador ha sido el primer país exportador de banano, gracias a las condiciones climatológicas lo que permite que la fruta tenga una disponibilidad todo el año. Por lo que el banano es exportado Hacia los Estados Unidos, la Unión Europea, y en los últimos años se han desarrollado estrategias dirigidas a mercado no tradicionales como Europa del Este, el Medio Oriente entre Otros.

El plátano se produce en forma constante en el Ecuador, en diferentes tipos de terreno. Una de las variedades de preparación más conocida es la del Snack Chifle de Plátano, la cual se elabora con la variedad conocida como Barraganete. Este se lo comercializa en distintas presentaciones y sabores, siempre dependiendo del mercado al que se enfoque.

Las estadísticas actuales del país indican una buena posición referente a las exportaciones, a pesar que Ecuador se encuentre encaminado al desarrollo sostenido aún se

deben evaluar las aristas referentes a la economía de productividad, ámbito social y ambiental. La información macroeconómica se inclina a obtener un clima favorable en el entorno internacional colocándolo como una de las alternativas para los inversionistas extranjeros, por ser un país con un mercado regional amplio donde existen millones de consumidores dentro de la comunidad andina como Ecuador y Venezuela que dará acceso a otros países como Brasil.

Según los registros estadísticos presentados en el Ecuador sobre el comercio exterior se presentara la siguiente información:

El autor Ministerio de Comercio Exterior (2014) considera que:

El período temporal se extiende desde el año 2000 hasta el 2013 consta el periodo correspondiente a la última información disponible por el Banco Central del Ecuador, comparado con el mismo período del año 2012. También figuran los principales mercados de destino de las exportaciones no petroleras (América Latina y El Caribe, América del Norte, Unión Europea, Resto de Europa, Asia y otros) para los años 2006, 2012 y 2013. En el último gráfico consta la diversificación de las exportaciones no petroleras ecuatorianas en cuanto a su participación en las regiones geográficas enunciadas anteriormente. (Ministerio de Comercio Exterior)

10. COMERCIO INTERNACIONAL

La economía internacional plantea el estudio de los problemas que plantean las transacciones económicas internacionales, por ende cuando hablamos de economía internacional es vincular los factores del comercio internacional. El valor que poseen las relaciones internacionales en el área de comercio, gubernamental o histórico que ha alcanzado, en forma global gran importancia de tal manera que no solo hace referencia a un intercambio de productos sino a un conjunto de estrategias que lo incorporan.

El comercio internacional hace referencia a la permuta de bienes económicos que se desarrolla con la población de varias naciones, dando paso a sacar la mercadería de un país denominada exportación y entradas de mercancía llamadas importaciones que provienen de otros lugares.

La información expone la utilización de procesos estadísticos para lograr un comercio más abierto y generar incrementos económicos. Esta hipótesis económica informa razones indiscutibles para este desarrollo. Los países, entre ellos los pobres, que poseen activos humanos, industriales, naturales y financieros que se utilizan para generar bienes y servicios internos o para los desafíos que se presentan en países del exterior. Los procesos económicos inculcan los beneficios de la comercialización productiva, conocido como la oportunidad comparativa, que se traduce a la prosperidad de los países.

11. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El método de investigación que se utilizó fue cualitativo porque es el que mejor se acopló al proyecto.

Según (Hernandez S, 2010) **considera que:**

Este se obtiene por medio de las observaciones realizadas donde se experimenta directamente con el objeto de estudio en el cual se tiene contacto con la sociedad y conocer la realidad, donde se toman las muestras para así explicar origen del problema. (pág. 87)

El tipo de investigación que se usó fue la descriptiva, porque tiene la finalidad de indagar sobre comportamientos, actitudes que describen la vida, habilidades, problemas que ocurren en el entorno que beneficien la investigación. Colaborará con el desarrollo de la propuesta para conocer sobre las exportaciones que se han hecho en el país hacia el extranjero, y las necesidades que se tienen actualmente interna como externamente. **Según** (Hernández, Fernández, & Baptista, 2011) **considera** *“Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis, su objetivo es describir la estructura de los fenómenos y su dinámica, identificar aspectos relevantes de la realidad”* (pág. 71).

12. ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

Con los datos obtenidos en la investigación cualitativa por medio de una entrevista a una autoridad competente de la empresa Platayuc S.A, el investigador puede responder a los objetivos de la investigación planteada y desarrollar un plan de exportación del snacks chifle de plátano a la ciudad de Hamburgo-Alemania.

Se debe proceder a planificar los debidos procedimientos para la exportación del snacks, para conocer los pasos más adecuados que se deben seguir cuando se vaya a exportar productos o mercancía al extranjero y ver que este llegue al lugar de destino en buen estado y sea comercializado de tal forma que logre un impacto en la mente de los consumidores.

Al realizar el análisis, se pudo determinar que la empresa maneja una variedad de producto y ya ha exportado con anterioridad a otros países, en esta ocasión desea expandirse a la ciudad de Hamburgo en el cual sus productos serán distribuidos en tiendas de abarrotes y supermercados de Europa con precios ajustables al mercado esperando el producto logre la aceptación de habitantes.

Las ventajas que estos procesos ofrecen son muy amplias desde mejorar la economía en el mercado nacional hasta la expansión del mismo a otros mercados busca diseñar un plan que cuente con las estrategias apropiadas de exportación tomando en cuenta los procesos que otras empresas nacionales también han realizado en el país, para ahorrar costos y generar mayores beneficios, se buscaran medios para dar a conocer el producto al grupo objetivo a través de descuentos, promociones una vez que se encuentre en su lugar de destino.

13. CONCLUSIONES

El plátano ecuatoriano tiene una gran aceptación en el mercado europeo, lo que incluye a ciudadanos alemanes, específicamente de la ciudad de Hamburgo, lo que hace que la buena percepción que tiene este producto ecuatoriano y sus derivados, entreguen a la empresa una ventaja competitiva respecto a productos de otras latitudes.

Es necesario abrir mercado en territorio alemán, debido a que en el año 2015 el resultante del patrimonio y utilidades fueron mínimos, debido a las obligaciones y costos presentados por la empresa en el respectivo ejercicio económico.

El proyecto es rentable, recuperando la inversión para producción en el quinto año, se incrementaran las ventas totales de la empresa y por ende el aumento de la rentabilidad de la compañía en el mediano plazo.

BIBLIOGRAFÍA

- Diario el Comercio. (18 de 06 de 2013). *Líderes*. Obtenido de www.revistalideres.ec:
<http://www.revistalideres.ec/lideres/exportacion-platanos-yucas-origen-mayor.html>
- Hernandez S, R. (2010). metodo cuantitativo. En *metodologia de la investigacion* (pág. 87). colombia: printed un colombia.
- Hernández, Fernández, & Baptista. (2011). ESTUDIOS DESCRIPTIVOS. En *Meodologia d ela investigación* (pág. 71). México: panamericana impresos S.A.
- Instituto Nacional de Comercio exterior y Aduanas. (11 de 07 de 2014). *ComercioyAduanas.com.mx*. Obtenido de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/guiaparaexportar/243-plan-exportacion-estructura>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2014). *www.comercioexterior.gob.ec*. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/exportaciones-1/>
- Urquizo, D. (29 de 09 de 2011). *CRISIS CON EXPORTADORES Y PRODUCTORES DE BANANO*. Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/crisis-con-exportadores-y-productores-de-banano>