

**Pontificia Universidad Católica del Ecuador**  
**Facultad de Ciencias Administrativas y Contables**

**Disertación previa a la obtención del título de Licenciado en Negocios  
Internacionales**

*Determinantes de la exportación de bebidas refrescantes naturales a la  
Unión Europea.*

**Carlos José Andrade Herrera PhD.**  
**cjandrade@puce.edu.ec**

**Jordan Isaac Navarro Gutiérrez**  
**jinavarro@puce.edu.ec**

**Quito, junio 2022**

## **Dedicatoria**

A mis padres, por todo su esfuerzo, dedicación y amor; por ser ese acompañante perfecto y mi fuente de motivación durante todo este proceso. Los amo, admiro y agradezco todo lo que han hecho por mí.

A mi padre Wilson, por ser ese pilar fundamental en casa, por enseñarme que en la honestidad y bondad se encuentra premio. Por consentirme y demostrarme que el amor no solo esta en los abrazos o besos sino también en los acciones.

A mi madre Priscila, mi reina, por estar siempre para mí, por cuidarme y alentarme cada día incluso en mis días malos, por ser mi refugio y mi lugar de paz. Igualmente por consentirme y sobre todo guiarme y enseñarme a ser una persona correcta.

A mis hermanos, que sin su ejemplo probablemente mi presente y futuro no serían los mismos, por todas su enseñanzas y consejos. Por todas las risas y enojos, porque sin ustedes mi vida no sería igual. Los amo!

A mi mascota, Samantha, que llevo a poner color y felicidad a mi vida

A todos, los 5 en general, esto es por y para ustedes, mis éxitos son de ustedes!

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de terminar una etapa más en mi vida junto a los que amo. A cada uno de los miembros de mi familia, a mis padres, por todo su esfuerzo durante este proceso y a mis hermanos por darme el mejor ejemplo posible.

A mi director de trabajo de titulación por ser paciente y una guía durante este proceso, a los maestros que a lo largo de mi estancia en la universidad han compartido su conocimiento conmigo.

Y por ultimo a todos aquellos que fueron parte de mi vida universitaria, a mis amigos, que volvieron esta etapa de mi vida en una etapa inolvidable.

## Índice General

Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
Introducción .....	1
Planteamiento del Problema .....	2
Justificación .....	3
Pregunta General de Investigación .....	4
Objetivos.....	4
Objetivo General .....	4
Objetivos Específicos.....	4
1. MARCO TEÓRICO .....	5
1.1. Modelo Ricardiano.....	5
1.2. Modelo de Heckscher-Ohlin .....	6
1.3. Modelo estándar de comercio .....	8
1.4. Cuotas de importación.....	10
1.5. Especialización productiva.....	11
1.6. El comercio exterior y la oferta exportable.....	11
1.7. Unión Europea y acuerdo comercial con Ecuador .....	12
1.8. Productos no tradicionales .....	12
1.9. Bebidas refrescantes.....	13
Metodología de Investigación.....	14
2. ACCESO AL MERCADO EUROPEO.....	15
2.1. Acuerdos comerciales .....	15
2.1.1. <i>Acuerdo comercial de la Unión Europea con Colombia y Perú</i> .....	15
2.1.2. <i>Evolución de exportaciones desde Ecuador hacia la Unión Europea</i> .....	17
2.1.3. <i>Principales importaciones ecuatorianas de la Unión Europea</i> .....	21
2.2. Proceso de Exportación.....	22
2.2.1. <i>Exportación en Ecuador</i> .....	22
2.2.2. <i>Requisitos de acceso de productos ecuatorianos a mercados europeos</i> ..	24
2.2.3. <i>Exportación de bebidas refrescantes naturales a la Unión Europea</i> <i>mercados europeos</i> .....	25
2.3. Producto .....	28
2.3.1. <i>Descripción del producto y principales características</i> .....	28
2.3.2. <i>Ingredientes</i> .....	29

2.3.3. <i>Proceso de producción</i> .....	29
3.    COMPORTAMIENTO DEL MERCADO DE LAS BEBIDAS REFRESCANTES NATURALES EN LA UNIÓN EUROPEA.....	32
3.1.    Importaciones de bebidas refrescantes naturales en la Unión Europea .....	32
3.2.    Principales países de origen de las importaciones de la UE .....	33
3.3.    Análisis de mercados potenciales.....	34
3.3.1. <i>Evaluación para calificar y seleccionar el país meta</i> .....	34
3.3.2. <i>Determinación de país meta</i> .....	36
3.4.    Determinación de la demanda potencial en el mercado meta .....	38
3.5.    El producto en el mercado meta.....	39
4.    CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	41
4.1.    Conclusiones .....	41
4.2.    Recomendaciones.....	42
Bibliografía .....	43

## **Resumen**

El objetivo de esta investigación es analizar los determinantes de la exportación de bebidas refrescantes naturales a la Unión Europea mediante la observación del comportamiento del mercado europeo, su consumo y niveles de importación. Además de la evaluación de las ventajas comparativas o beneficios que Ecuador ha obtenido a causa de la firma del acuerdo comercial con la UE en 2017. La metodología empleada se fundamentó en el análisis exploratorio, que a través de la interpretación de la información obtenida de fuentes primarias y secundarias busca responder las preguntas qué, por qué y cómo. Esto con el fin de delimitar si la exportación de este tipo de bien a este mercado en específico es viable o no.

**Palabras Clave:** Acuerdo comercial, bebidas refrescantes naturales, normas de origen, país meta, demanda potencial.

## **Abstract**

The objective of this research is to analyze the determinants of the export of natural soft drinks to the European Union by observing the behavior of the European market, its consumption and import levels. In addition to the evaluation of the comparative advantages or benefits that Ecuador has obtained due to the signing of the trade agreement with the EU in 2017. The methodology used was based on the exploratory analysis, which through the interpretation of the information obtained from sources primary and secondary seeks to answer the questions what, why and how. This in order to define whether the export of this type of good to this specific market is viable or not.

**Keywords:** Trade agreement, natural soft drinks, rules of origin, target country, potential demand.

## **Introducción**

Las exportaciones de productos no tradicionales juegan un papel muy importante dentro de la economía nacional, esto debido a que este segmento de exportaciones permitiría diversificar la influencia y dependencia de las exportaciones petroleras.

Especializarse en la fabricación de bienes industrializados y no solo en la extracción de materias primas, es importante para el desarrollo económico del país. El Ecuador cuenta con un potencial en cuanto a producción y diversidad de productos. El aprovechamiento eficiente de los recursos que posee impactaría directamente en los pequeños productores, esto repercutiría en una mejora en la calidad de vida, además, de una holgura en la producción de estos recursos. La exportación de este segmento ha ido creciendo con el paso de los años, el acuerdo comercial con la Unión Europea y la Comunidad Andina debe ser aprovechado al punto de crear beneficios para éstos actores.

En la actualidad, características como productos saludables, orgánico/natural y amigable con el medio ambiente, son de relevancia a la hora de que las personas tomen una decisión de compra. Debido a que, las personas buscan características específicas dentro de los productos que consumen.

Es por esta razón UNESDA (Union of European Soft Drinks Associations) ha decidido implementar planes de mejoramiento de calidad y características de las bebidas que se producen o ingresen a la UE, un ejemplo de esto es la estrategia de reducir un 10% más los niveles de azúcar en las bebidas ofertadas. Además, alrededor del 40% de bebidas refrescantes a la venta en la actualidad se han introducido en los últimos cinco años. (Unesda, s.f). Esto significa que al menos este porcentaje de bebidas en el mercado europeo son “saludables” en cuanto a su composición. He ahí la importancia del estudio del tema en cuestión, por un lado, las potencialidades que Ecuador posee como productor de frutas, plantas aromáticas, entre otros y sus derivados, en este caso específicamente bebidas refrescantes naturales. Y la creciente demanda de productos innovadores y saludables hacen que el estudio de los determinantes de la exportación de bebidas refrescantes naturales a la UE sea un tema de estudio relevante y novedoso que permitirá determinar si la exportación de este bien es atractiva o no para el mercado europeo.

## **Planteamiento del Problema**

En la actualidad, las personas buscan alternativas innovadoras y más saludables en los productos que consumen. A partir de 2003, la UE estableció políticas de “seguridad alimentaria”, que centran sus esfuerzos en 4 grandes áreas que son: higiene alimentaria, salud animal, sanidad vegetal y contaminantes y residuos. En otras palabras, busca proteger al consumidor y garantizar el buen funcionamiento del mercado (Unión Europea, s.f).

Por otro lado, la tendencia al consumo de alimentos naturales, con procesos de manufactura ecológicos, que no afecten al planeta y que sean beneficiosos para la salud va en aumento. Es por esta razón que, el comercio exterior de bebidas de origen natural ha aumentado de manera significativa. Y en razón de no contar con la posibilidad de disponer de una producción de plantas aromáticas o frutas exóticas, ciertos países europeos como España, Francia o Alemania se ven en la necesidad de importar productos terminados que satisfagan la demanda permanente de sus habitantes.

Es allí donde Ecuador posee una ventaja comparativa con respecto a otros países que exportan este tipo de bebidas. La gran diversidad de frutas y plantas aromáticas que existen gracias al posicionamiento geográfico que el país tiene permiten al Ecuador crear bebidas de calidad Premium. Además, el acuerdo multipartes firmado con la Unión Europea hace que todos los factores y requisitos necesarios para ingresar a esa zona sean posibles.

Finalmente, una demanda creciente de productos saludables e innovadores y las ventajas comparativas que el Ecuador tiene con respecto a sus competidores hacen que Ecuador y la UE sean compatibles y que su conjugación en materia de comercio exterior sea posible. En este contexto, el problema a investigar serán los determinantes de la exportación de bebidas refrescantes naturales a la Unión Europea.

## **Justificación**

El Ecuador se ha caracterizado durante toda su historia en ser un país productor de materias primas de primer nivel, esto lo ha llevado a ser reconocido a escala mundial como un proveedor premium. Sin embargo, con el paso de los años muchos países que compiten con Ecuador han ido especializándose en la creación de productos terminados, lo que les ha permitido diversificar sus exportaciones además de aumentar su presencia en el mercado global.

En Ecuador para 2021, la exportación de productos tradicionales creció en 7.3% con respecto a 2020. Mientras que las importaciones de bienes de consumo tuvieron ese mismo patrón ya que aumentaron un 27.7% (Banco Central del Ecuador, 2021). Esto significa que en el país no existe un direccionamiento hacia la producción de bienes industrializados, sino más bien que Ecuador se focaliza en exportar materias primas para luego importarlas como bienes terminados. Esto genera una gran preocupación para una economía en desarrollo, ya que este tipo de intercambio ayuda a la dinamización de la economía, muestra a la vez las ineficiencias en la producción nacional de bienes de consumo.

El estudio de las exportaciones es importante por sus efectos de corto y largo plazo. Para Rodríguez y Vanegas “En el corto plazo, un incremento o una disminución de las exportaciones afectan a la balanza comercial, mientras que, en el largo plazo, el comportamiento de las exportaciones puede contribuir al crecimiento o desaceleración de la economía en su conjunto” (Rodríguez & Venegas, 2010).

Por otro lado, la fabricación de bienes terminados también aportaría a la generación de nuevas plazas de trabajo ya que se necesitaría personal calificado en distintas áreas para la venta, producción y comercialización de este tipo de bienes en el extranjero.

Según menciona Priscila Alvarado en la revista Líderes:

Ecuador tiene un mercado con potencial de crecimiento para la oferta tradicional y no tradicional gracias a los acuerdos multipartes vigentes con los dos bloques importantes de Europa (la Unión Europea y la Asociación Europea de Libre Comercio) esto debido a que, se permite la consolidación y el incremento de la presencia de productos elaborados

por pymes. Derivados de cacao, jugos envasados, pulpas de frutas y té son algunos de los bienes que se distribuyen a países como Francia, Italia, España y Alemania (Alvarado, 2021).

El presente estudio de los determinantes de la exportación de bebidas refrescantes naturales busca distinguir las potencialidades de Ecuador como agente generador de valor en el mercado internacional, y asimismo establecer las estrategias adecuadas para la penetración en los mercados europeos convirtiéndose así no solo en una investigación sino también una guía para empresarios y emprendedores.

### **Pregunta General de Investigación**

¿La exportación de bebidas refrescantes naturales es un atractivo para los mercados de la Unión Europea?

### **Objetivos**

#### **Objetivo General**

Evaluar los determinantes de la exportación de bebidas refrescantes naturales desde Ecuador hacia la Unión Europea.

#### **Objetivos Específicos**

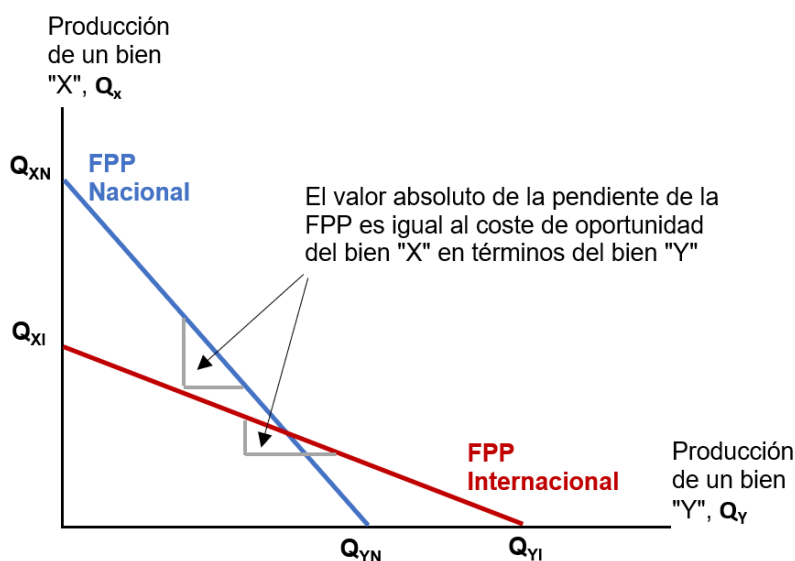
- Analizar la importación de bebidas refrescantes naturales de los últimos tres años a la Unión Europea y determinar su demanda potencial.
- Determinar el proceso de penetración a los mercados de la Unión Europea, con base al acuerdo multipartes en rigor desde 2017.

# 1. MARCO TEÓRICO

El marco teórico para esta investigación se fundamenta en teorías de comercio internacional, las cuales aportarán información clave para entender las potencialidades del país en el mercado extranjero. Las teorías que se mencionan tienen impacto sobre la investigación, ya que pueden ser aplicables al caso de estudio y ayudaría a reconocer los procesos de comercio exterior entre Ecuador y la Unión Europea.

## 1.1. Modelo Ricardiano

Con el propósito de explicar las ventajas comparativas en el comercio internacional, este modelo fue desarrollado por David Ricardo en el siglo XIX. En su obra “Economía Internacional” Krugman, Obstfeld, & Melitz señalan que “... un país tiene ventaja comparativa en la producción de un bien si el costo de oportunidad en la producción de este bien en términos de otros bienes es inferior en este país de lo que los es en otros países”. (Krugman, Obstfeld, & Melitz, Economía Internacional: teoría y política, 9na edición, 2012). Esto quiere decir que las ventajas comparativas entre economías se fijan a partir de que tan costoso es producir un bien determinado, o en otras palabras lo que una nación tiene que sacrificar o dejar de producir para poder ser más eficiente en la producción de otro bien.



**Figura 1.** Frontera de posibilidades de producción en el comercio internacional.

**Fuente:** Economía Internacional, 9na edición (2012)

En la *Figura 1*, se observa que las rectas de las fronteras de producción FPP Nacional e Internacional muestran la cantidad máxima de producción del bien “X” dada una producción de un bien “Y”, y viceversa. Por tanto, se puede determinar que los costos de oportunidad que cada país tiene son distintos y excluyentes uno del otro, lo que genera que ambos tengan ventaja comparativa sobre un bien diferente del otro.

El supuesto principal con el que este modelo explica el comercio internacional es la existencia de solo un factor productivo “el trabajo” el cual es fijo en cada economía. (Raffo López, 2012). Lo que significa que el comercio internacional se debe únicamente a las diferencias de productividad de trabajo que existen entre un país a otro.

El análisis para determinar si un país tiene ventaja comparativa sobre otro debe ser de equilibrio general ya que no basta con analizar las cantidades ofertadas y demandas de un bien en específico, sino que es necesario analizar estas cantidades, pero con relación a la oferta y demanda de otro bien, es decir, se analiza la oferta y demanda relativa de un bien con relación a otro. De esta manera, si el precio relativo de un bien es más elevado en el extranjero que en nuestro país, será beneficioso exportar ese bien de nuestro país al extranjero.

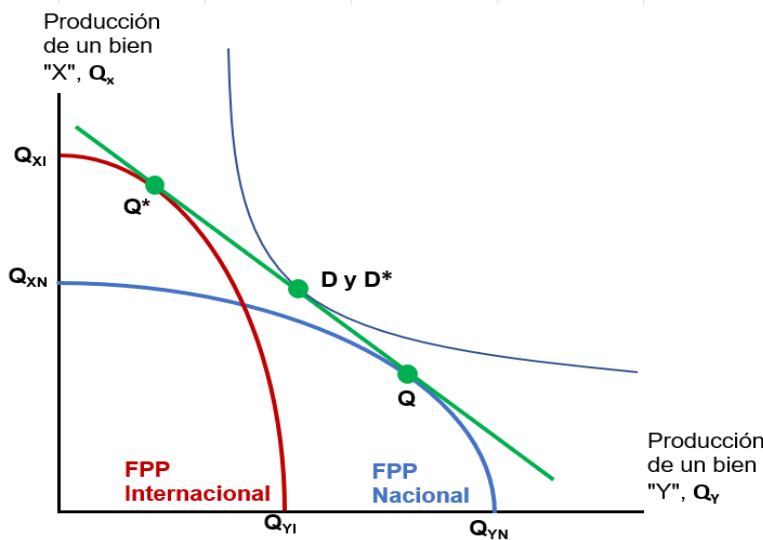
El comercio entre dos países puede beneficiar a ambos si cada uno exporta los bienes en los que tiene una ventaja comparativa. Según José F. López, “cada país debe especializarse en producir aquellos productos, bienes o servicios en los que sea más eficiente”. Es decir, en aquellos sectores en los que como se señaló anteriormente su productividad respecto a otro país sea mayor. (López, 2017)

## **1.2. Modelo de Heckscher-Ohlin**

Desarrollado por dos economistas suecos, su principal punto de estudio son las “interacciones entre las proporciones en las que los diferentes factores están disponibles en diferentes países, y la proporción en que son utilizados para producir diferentes bienes” (Krugman, Obstfeld, & Melitz, *Economía Internacional: teoría y política*, 9na edición, 2012).

Los flujos de comercio a nivel internacional no solo dependen del trabajo o productividad laboral, sino que también son influidos por la dotación de factores que tiene cada país

(Coll Morales, 2021). Esto significa que cada país se diferencia de otro por la cantidad que posee de un factor determinado; no todos los países van a disponer de la misma tecnología, productividad de trabajo, capital o tierra, por lo que es necesario especializarse en la producción de bienes en los que se utilice de manera eficiente los factores más abundantes del país.



**Figura 2.** Equilibrio comercial en el modelo HQ.  
**Fuente:** Economía Internacional, 9na edición (2012)

La *Figura 2* muestra el equilibrio del mercado mundial de acuerdo con el modelo de HO, las FPP de cada país muestran la capacidad de producción que tiene cada nación, mientras que la tangente muestra los niveles de producción de equilibrio en el mercado internacional, es decir, las cantidades de producción óptimas para la maximización del valor de mercado.

Un país producirá mayoritariamente los bienes que requieran intensivamente sus recursos abundantes. Es decir, “los países tienden a exportar los bienes que son intensivos en los factores con que están abundantemente dotados”. (Krugman, Obstfeld, & Melitz, Economía Internacional: teoría y política, 9na edición, 2012)

Este modelo es una herramienta útil para predecir el patrón de comercio entre países desarrollados y países en desarrollo, esto debido a que, permite observar cómo se comportan las exportaciones e importaciones entre naciones. Países con mayor desarrollo exportarán bienes con alta intensidad de trabajo cualificado e importarán bienes con baja intensidad de trabajo cualificado, mientras que con los países en desarrollo como Ecuador pasará lo contrario.

### 1.3. Modelo estándar de comercio

Según señala la Universidad Nacional Autónoma de Honduras: “Si bien los modelos teóricos del comercio internacional han sentado bases la mayoría de los enfoques explicativos de las situaciones modernas, se hacen recurriendo a una mezcla de los mismos” (Universidad Nacional Autónoma de Honduras, 2015).

Cuando analizamos problemas reales, queremos basar nuestras observaciones en una mezcla de los modelos. Es de allí de donde se construye este, un modelo que permite estudiar y analizar las relaciones que existen entre:

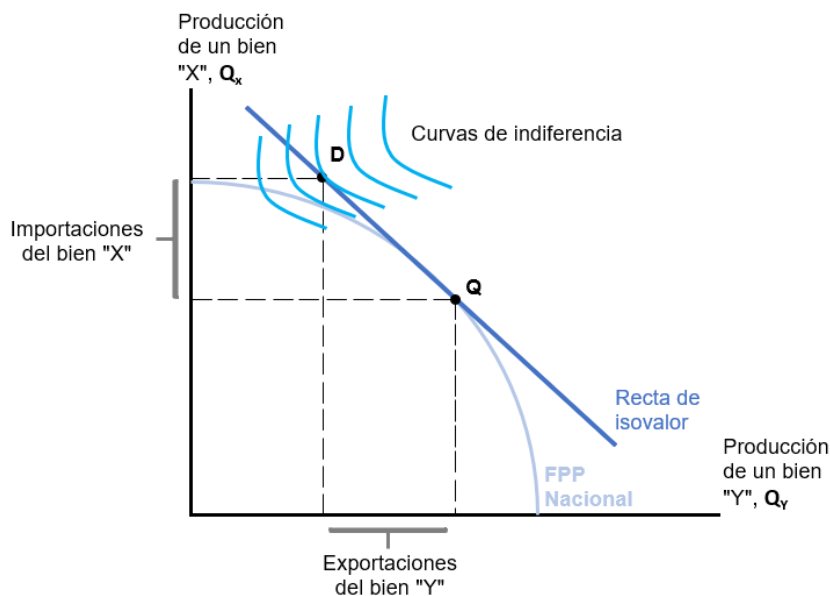
- *La frontera de posibilidades de producción y la curva de oferta relativa:*  
La producción de una economía se determina mediante los precios relativos, si el precio relativo de un bien aumenta, la producción se desplazará hacia ese bien, esto debido a que el coste de oportunidad del bien en relación aumenta, por lo que produciendo el bien que aumento su precio relativo se maximiza el valor de la producción.
- *Los precios relativos y la demanda relativa:*  
La variación en el precio relativo de un bien puede afectar a la demanda/consumo del mismo; esto ya que este cambio provoca dos reacciones que son, (1) “efecto renta” donde se incrementa el consumo y (2) “efecto sustitución” donde el consumo disminuye y se reemplaza por otro bien similar.
- *La determinación del equilibrio mundial mediante la oferta y la demanda relativa mundiales:*  
Como todo modelo económico el equilibrio se determina mediante la ley de la oferta y la demanda, si bien es cierto que en este caso la oferta y demanda son relativas mundiales, el procedimiento para determinar el punto de equilibrio de mercado es el mismo, donde las fuerzas de mercado fijan un precio relativo común.

- *El efecto de la relación de intercambio sobre el bienestar nacional:*  
Si el precio de las exportaciones de un país es mayor a la de sus importaciones el bienestar en dicho territorio mejorará.

Cuatro pilares fundamentales para el estudio y entendimiento del comercio internacional actual. Y es que el comercio mundial con el paso de los años ha ido evolucionando al igual de sus maneras de analizarlo. Para el caso en estudio es realmente importante conocer las relaciones que existen entre todos estos conceptos microeconómicos ya que permiten reconocer cual es el estado del intercambio comercial nacional a nivel internacional y los causantes de este.

En la *Figura 3* se muestra las interacciones entre producción, consumo y comercio en el modelo estándar, por lo que, “la economía produce en el punto Q, donde la frontera de posibilidades de producción es tangente a la recta de isovalor más alta posible” (Krugman, Obstfeld, & Melitz, *Economía Internacional: teoría y política*, 9na edición, 2012).

La economía produce más bien “Y” del que consume y, por consiguiente, exporta este bien “Y”, por otro lado, consume más bien “X” del que produce y, por lo tanto, importa este bien “X”.

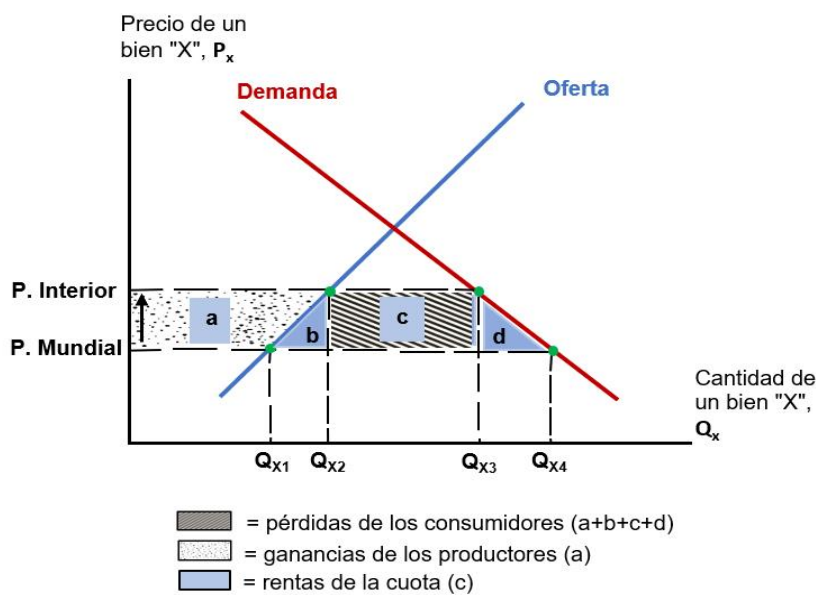


**Figura 3.** Producción, consumo y comercio en el modelo estándar.  
**Fuente:** *Economía Internacional*, 9na edición (2012)

En otras palabras, como lo señala Krugman, Obstfeld, & Melitz, “el modelo estándar de comercio deduce una curva de oferta relativa mundial de las posibilidades de producción y una curva de demanda relativa mundial de las preferencias.” De las cuales se determinan el precio de las exportaciones con relación a las importaciones y la relación de intercambio que existe entre economías. (Krugman, Obstfeld, & Melitz, Economía Internacional: teoría y política, 9na edición, 2012)

#### 1.4. Cuotas de importación

Es una herramienta de política comercial que restringe de manera directa la cantidad de algún bien que está permitido importar, es impuesta usualmente mediante licencias a algún grupo de individuos o empresas. El objetivo principal de esta herramienta de política comercial es resguardar la producción nacional frente a los competidores del exterior, sin embargo, una cuota de importación siempre incrementa el precio nacional del bien importado.



**Figura 4.** Efectos de la cuota de importación sobre un bien “x”.

**Fuente:** Economía Internacional, 9na edición. Krugman et al. 2012

Es así como se muestra en la *Figura 4* que los efectos de la implementación de una cuota de importación en el mercado son negativos para el consumidor, pero positivos para los productores, esto debido a que al limitarse las importaciones de un bien el precio del mismo asciende en el mercado interior y por lo tanto esta reacción se lleva a cabo.

Ahora bien, al ser una política de restricción comercial, se la suele confundir como un tipo de arancel, pero no es así. La principal diferencia recae en quien recibe la renta, en el caso de las cuotas de importación las “rentas de la cuota” las reciben cualquier persona y/o empresa que obtenga las licencias de importación, mientras que en el caso del arancel los “ingresos/rentas” generados son percibidos por el estado. (Krugman, Obstfeld, & Melitz, Economía Internacional: teoría y política, 9na edición, 2012) Esto demuestra que si bien son dos políticas restrictivas diferentes se las puede utilizar juntas.

Para Serrano & Navarro, “es muy importante que todas estas cuotas se establezcan como cuotas flexibles, móviles, a discreción del Estado para adaptar la política comercial a las necesidades coyunturales.” Esto con el fin de adaptarse con facilidad de acuerdo con las condiciones de producción doméstica y a las necesidades de consumo interno (Serrano Mancilla & Navarro, 2017).

### **1.5. Especialización productiva**

Para Revista Económica en su artículo “análisis de la especialización productiva regional para impulsar la diversificación exportable en Ecuador” la especialización productiva es:

La especialización productiva se determina por los bienes y servicios que una economía produce a través de sus capacidades productivas, y es sobre esta capacidad que se fijan los ingresos que pueden tener las economías (Espinoza, Perez, & Delgado, 2020).

### **1.6. El comercio exterior y la oferta exportable**

En la edición 32 de la revista Polo de Conocimiento se menciona que: “La capacidad que tiene un país o empresa de ofrecer un producto nacional a los mercados internacionales”, se denomina oferta exportable. (Toala, Mendoza, Vinces, & Moreira, 2019)

Contar con productos o servicios que cumplan con “todos los estándares internacionales de calidad y satisfacción al cliente es necesario para que un país pueda competir en dichos mercados” (Toala, Mendoza, Vinces, & Moreira, 2019).

Sin embargo, en el proceso de comercio internacional no solo es necesario contar con una oferta exportable amplia y de calidad sino también se necesitan acuerdos comerciales que permitan al país competir con sus vecinos y así penetrar mercados extranjeros con los productos o servicios ofertados.

### **1.7. Unión Europea y acuerdo comercial con Ecuador**

Las relaciones entre la UE y Ecuador se han intensificado en los últimos años, desde la firma del acuerdo en 2014 y la entrada en vigor de este desde 2017, las relaciones comerciales entre ambos han tenido buenos resultados; según el portal de la Delegación de la Unión Europea en Ecuador, el acuerdo ha permitido el aumento de las exportaciones desde Ecuador al bloque comunitario en un 11% desde 2016.

El sitio oficial de la Delegación Europea en Ecuador menciona que: “El Acuerdo no solo marcó un antes y un después en las relaciones bilaterales, sino que se convirtió en un instrumento que ha permitido mejorar las oportunidades comerciales y eliminar un buen número de barreras” (Equipo de prensa e información de la Delegación de la UE en Ecuador, 2021).

### **1.8. Productos no tradicionales**

Las exportaciones no petroleras se dividen en dos grandes grupos, los productos tradicionales y los no tradicionales. Como su nombre lo dice los productos tradicionales son aquellos que históricamente han tenido una importancia alta en las exportaciones del país, mientras que los productos no tradicionales son aquellos que, si bien históricamente no han influenciado en gran nivel las exportaciones, actualmente son importantes para la economía ecuatoriana ya que su demanda en mercados extranjeros va en aumento.

Plus Valores afirma que: “En la dinámica económica de los últimos años, se puede observar cómo los productos no tradicionales han ganado espacio y reconocimiento en el mercado internacional. Así, el Ecuador posee una oportunidad única de diversificación de su oferta exportable” (PlusValores, 2020).

## **1.9. Bebidas refrescantes**

Son bebidas fabricadas fundamentalmente a base de agua a la que se le agregan otros ingredientes que originan distintos productos y sabores. Entre los ingredientes más utilizados están: Azúcares, edulcorantes, zumos, gas, cafeína, aditivos, entre otros. En 2018, según las estimaciones de Global Data, “las bebidas refrescantes han mantenido la estabilidad con un incremento de las versiones sin azúcar y sin calorías” (ANFABRA, s.f).

Esto demuestra que, hoy en día las personas dan más peso en su decisión de compra a las características o ingredientes de los productos que consumen; el interés y el aumento en la demanda de productos saludables es una realidad, por lo que, cada día los consumidores buscan no solo bebidas refrescantes para satisfacer su necesidad sino también que sean naturales o que contengan propiedades beneficiosas para la salud.

## **Metodología de Investigación**

La presente investigación se realizará bajo un enfoque de metodología exploratoria, lo que significa que se tiene como objetivo la aproximación a fenómenos peculiares tales como el tema de estudio, además, de permitir conocer aspectos nuevos de conocimientos ya existentes.

Este tipo de investigación es indispensable para poder ejecutar un estudio previo antes de realizar otros que podrían suponer un coste más elevado. Por tanto, la investigación exploratoria se interesa por un tema que no ha sido estudiado antes con el fin de obtener información que permita comprender mejor las temáticas que componen el tema. (Rus Arias, 2020)

Para llevar a cabo esta metodología se utilizará información obtenida de fuentes oficiales, en primer lugar, se procederá a analizar la información sobre importaciones de bebidas refrescantes en la unión europea con el fin de determinar los destinos más atractivos para este tipo de producto, una vez se establezcan los sitios y el público objetivo, se determinará que estrategias son las más adecuadas a utilizar para ingresar en los mercados extranjeros, finalmente se concluirá la investigación mediante la evaluación de potencialidades que tiene Ecuador frente a sus competidores directos.

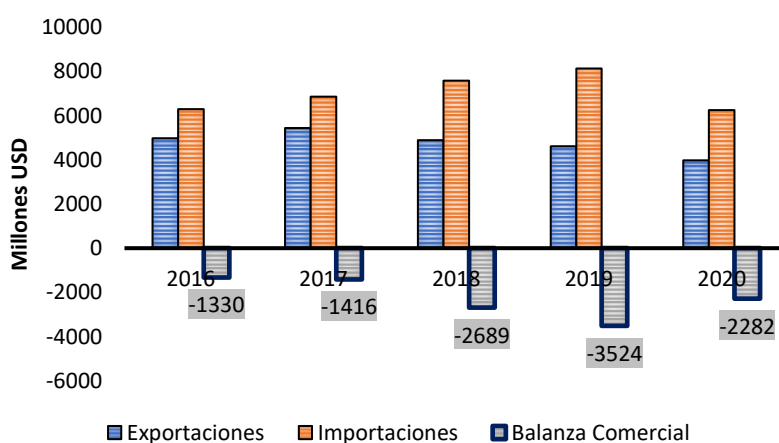
## 2. ACCESO AL MERCADO EUROPEO

### 2.1. Acuerdos comerciales

#### 2.1.1. Acuerdo comercial de la Unión Europea con Colombia y Perú

El acuerdo comercial pactado entre Colombia, Perú, Ecuador y la Unión Europea se remonta a 2012, y fue firmado con el objetivo de promover procesos integracionistas, a través de la implementación de estrategias que privilegian la internacionalización de las economías en desarrollo, asegurando una relación comercial preferencial y permanente. Lamentablemente, el Ecuador firmó este tratado de adhesión en 2016, y que entró en rigor en 2017.

Este acuerdo entre la UE y Colombia, en cifras se observa en el siguiente gráfico:



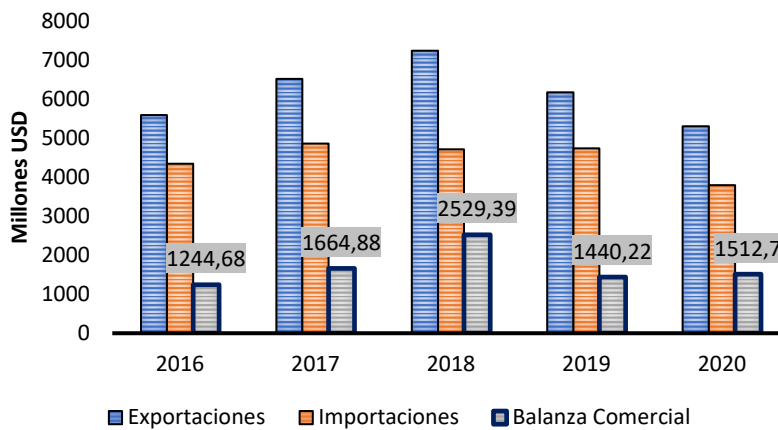
**Figura 5.** Balanza Comercial entre Colombia y la Unión Europea, 2016 – 2020 (En millones de USD \$)

**Fuente:** MARO - Colombia Productiva (2020)

La *Figura 5* muestra el histórico de la balanza comercial entre Colombia y la UE desde 2016, como se aprecia la balanza comercial en cada uno de los años durante este periodo ha sido negativa. Esto se debe a la falta de diversificación de la oferta exportable

colombiana lo que, sin duda, aumenta el grado de vulnerabilidad ante externalidades como la disminución de precios internacionales. (Clavijo, 2016)

Otro determinante de este caso es obviamente el aumento de las importaciones europeas a territorio colombiano, que han tenido un crecimiento exponencial a través de los años.

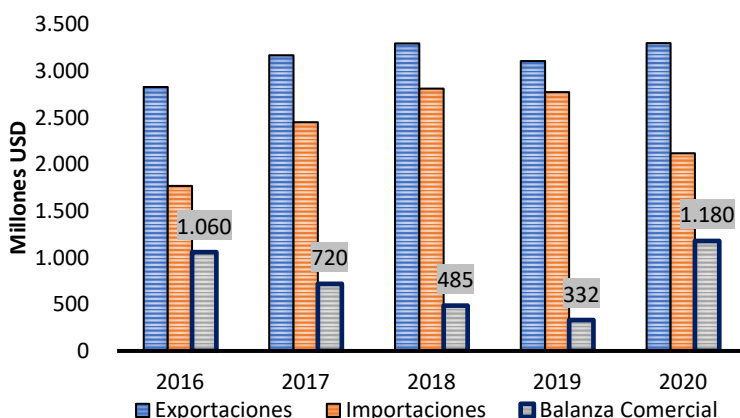


**Figura 6.** Balanza Comercial entre Perú y la Unión Europea, 2016 – 2020 (En millones de USD \$).

**Fuente:** SUNAT (2020)

La *Figura 6* muestra la balanza comercial entre Perú y la UE desde el 2016, como se observa a diferencia del caso colombiano, Perú ha obtenido resultados positivos en cuanto a su balanza, esto se debe mayoritariamente al esfuerzo que hace esta nación en la introducción de nuevos productos al mercado europeo, según datos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de ese país entre los años 2012 y 2020 se registraron 1065 nuevos productos exportados (Dirección de Estudios Económicos, 2021)

Al analizar los casos de Colombia y Perú se podría decir que pese a ser dos economías similares en cuanto a disponibilidad de recursos, mano de obra y tecnología, no comparten los mismos resultados después de la firma del acuerdo con la UE, esto debido a que cada país tiene una política comercial diferente y ha manejado diferentes estrategias una vez firmado el tratado, de igual manera se sabe que ambos países tienen otros socios comerciales a los cuales se les puede dar más o menos importancia según lo que esté buscando el país en ese momento.



**Figura 7.** Balanza Comercial entre Ecuador y la Unión Europea, 2016 – 2020 (En millones de USD \$).

**Fuente:** Banco Central (2020)

Por otro lado, la balanza comercial de la UE con Ecuador presentada en la *Figura 7*, que desde la entrada en vigencia del acuerdo en 2017 la balanza siempre ha sido positiva, un dato importante a resaltar es que pese a la pandemia del COVID-19 las exportaciones se han mantenido por encima de las importaciones, lo cual permite entrever la importancia que tiene este acuerdo para el país, si bien Ecuador tiene otros socios comerciales importantes, como Estados Unidos, China o Rusia, los esfuerzos están centrados en Europa ya que gracias al tratado las exportaciones de bienes no petroleros se han visto beneficiadas.

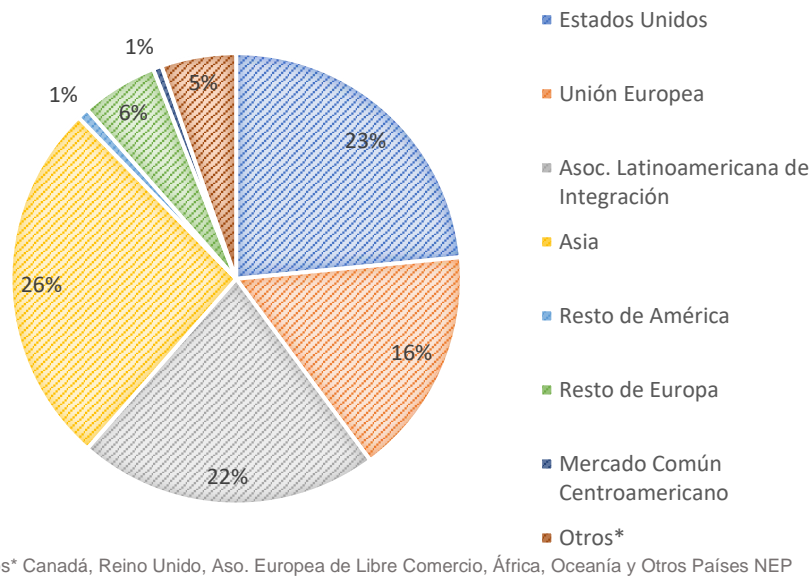
Gracias al acuerdo multipartes en vigencia, el mercado europeo se ha transformado en el destino ideal para los productos de comercio justo, exportaciones no petroleras y exportaciones de economías populares y solidarias que el país oferta. De la misma manera, y según datos del INEPS “(..)634 mil empleos están relacionados con las exportaciones ecuatorianas hacia la UE” (Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, s.f.).

### *2.1.2. Evolución de exportaciones desde Ecuador hacia la Unión Europea*

Desde la firma del acuerdo comercial en 2017 las relaciones económicas internacionales entre ambos han crecido exponencialmente, y es que, según se establece en el art. 4 del Acuerdo Comercial entre la Unión Europea (UE) y el Ecuador, los objetivos de este convenio son:

- a) Liberalización progresiva y gradual del comercio de mercancías, (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2016)
- b) Facilitación del comercio de mercancías acordadas en materia de aduanas y facilitación del comercio, (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2016)
- c) Liberalización progresiva del comercio de servicios, (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2016)
- d) El desarrollo de un clima conducente a un creciente flujo de inversiones, (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2016)
- e) Facilitar el comercio y la inversión entre las partes, (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2016)
- f) Apertura efectiva y recíproca de los mercados de contratación pública de las Partes, (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2016)
- g) La protección adecuada y efectiva de los derechos de propiedad intelectual, y (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2016)
- h) el desarrollo de las actividades económicas (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2016).

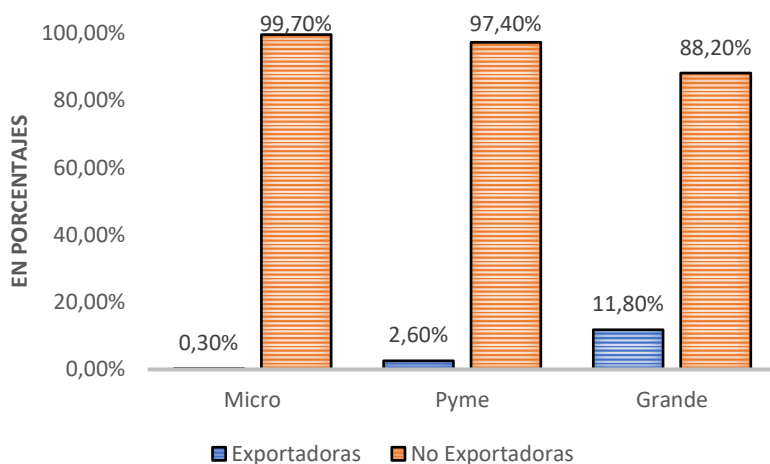
Básicamente el objetivo principal del acuerdo firmado por Ecuador y la UE significó la liberalización del 99.7% de la oferta exportable en productos agrícolas y en su totalidad de los productos industriales. Lo que significó según datos del Banco Central y como lo muestra la *Figura 8* que este segmento comunitario se convirtiera para diciembre de 2021 en el cuarto socio comercial del país con un 16.40% de participación como principal destino de exportaciones de origen ecuatoriano.



**Figura 8.** Exportaciones ecuatorianas por Área Económica, diciembre 2021.

**Fuente:** Banco Central (2021)

El impacto de la firma del acuerdo comercial multipartes no solo ha beneficiado a la economía ecuatoriana sino al desarrollo de sus principales actores; Ecuador es un país donde el tejido empresarial corresponde principalmente a MiPymes ya que, según datos del INEC, para 2019, el 99,51% corresponden a este segmento mientras que el 0,49% son consideradas grandes empresas. Esto demuestra que la participación de este segmento empresarial es vital para el buen desarrollo de la economía ecuatoriana, por lo que es importante crear condiciones favorables para que este segmento no solo pueda operar de manera eficiente sino también pueda desarrollarse y consolidarse en el mercado con el objetivo de crecer (Imbaquingo & Andino, 2020).



**Figura 9.** Empresas exportadoras y no exportadoras por tamaño, 2010

**Fuente:** Observatorio de la Pequeña y Mediana Empresa de la Universidad Simón Bolívar & Censo Nacional Económico 2010

En la *Gráfica 9* se muestra la relación entre empresas exportadoras y no exportadoras en Ecuador. Para 2010, se puede observar que en todas las categorías menos del 12% corresponde a empresas exportadoras, siendo 11,80% el porcentaje más alto correspondiente al segmento de grandes empresas, esto quiere decir que las Pymes son 3,5 veces menos exportadoras que las grandes empresas, sin embargo, conforme el tamaño de la empresa aumenta se nota una tendencia creciente a la exportación.

Según una investigación realizada en 2013 por parte de la Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR), denominada Estudio estadístico de las relaciones comerciales y de inversión entre la Unión Europea y Ecuador, “(..) del total de exportaciones no petroleras que el Ecuador realizó al mundo, entre 2005 y 2009, 29% correspondió a micro, pequeñas y medianas empresas, mientras que 71% lo realizaron grandes empresas” (FEDEXPOR, 2013).

No obstante, este panorama ha ido cambiando conforme han pasado los años y el Ecuador ha abierto sus puertas al comercio internacional mediante la firma de acuerdos comerciales como el firmado en 2016 con la Unión Europea.

Ante la expiración del SGP (Sistema Generalizado de Preferencias) el acuerdo firmado con la UE permitió que las exportaciones de origen ecuatoriano tengan un acceso prioritario. Además, la firma del acuerdo ha significado para Ecuador el origen de más de

22.000 nuevas plazas de pleno empleo a la vez que la oferta exportable no tradicional se ha visto beneficiada debido a que el 65% de MiPymes conforman el total de tejido empresarial exportador del país (Delegación de la Unión Europea en Ecuador, 2022).

### 2.1.3. Principales importaciones ecuatorianas de la Unión Europea

A partir de la entrada en vigencia del acuerdo las relaciones comerciales bilaterales han crecido exponencialmente entre ambas economías ya que se trata de una relación con carácter de ganar-ganar, y es que no solo se trata de las exportaciones que Ecuador ha podido hacer y hará en un futuro con destino europeo sino también de las importaciones que el país hace para satisfacer la demanda nacional de productos que, por razones como costos, infraestructura entre otros no se producen aquí.

Según datos del comercio bilateral entre la UE y Ecuador publicados por la Delegación: “El 80% de las importaciones desde la UE al país fueron mayormente de bienes de capital y de tecnología agrícola que estimularon directamente al sector productivo ecuatoriano” (Delegación de la Unión Europea en Ecuador, 2022).

**Tabla 1.** Importaciones no petroleras (millones de USD \$).

PRODUCTOS	AÑOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
<i>Máquinas y artefactos mecánicos</i>	458	366	458	544	512
<i>Farmacéuticos</i>	329	301	295	304	283
<i>Máquinas y artefactos eléctricos</i>	240	147	165	140	168
<i>Vehículos</i>	84	62	105	215	167
<i>Instrumentos de óptica</i>	127	89	144	115	108
<i>Artículos de las industrias químicas</i>	85	71	82	85	88

**Tabla 1.** (Continuación)

PRODUCTOS	AÑOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
<i>Plástico y sus manufacturas</i>	59	55	72	85	70
<i>Abonos</i>	60	40	48	64	64
<i>Orgánicos</i>	76	70	63	63	47

**Fuente:** Servicio Nacional de Aduanas (2019)

Los productos altamente industrializados encabezan la lista de las importaciones ecuatorianas desde Europa. La *Tabla 1* permite ver que las maquinarias y aparatos mecánicos ocupan el primer lugar, mientras que los farmacéuticos pese a sufrir reducciones a lo largo de los años siguen ocupando el segundo puesto. Un punto a resaltar dentro de esta lista de importaciones son los vehículos automóviles, un bien que ha experimentado un crecimiento vertiginoso como consecuencia al acuerdo vigente, duplicando su valor de importaciones si comparamos los valores de importación de 2015 y 2019 para este bien.

## **2.2. Proceso de Exportación**

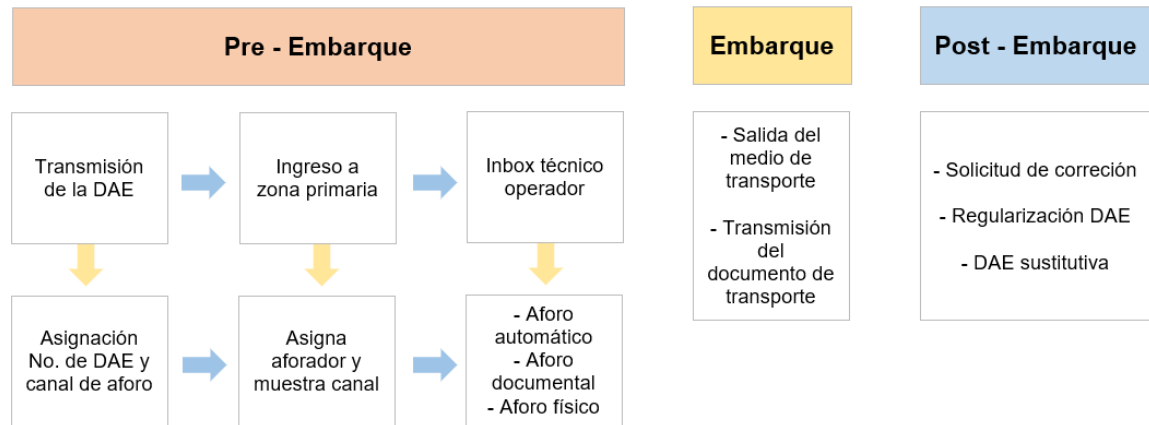
### *2.2.1. Exportación en Ecuador*

En Ecuador tiene la capacidad de exportar toda persona natural o jurídica, ecuatoriana o extranjera domiciliada en el país y que cuente con registro dentro del sistema ECUAPASS aprobado por la SENA E.

El proceso de exportación empieza con el envío de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) por parte del declarante, exportador, agente de aduana o agente de carga a través del sistema ECUAPASS, esta documentación no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal de obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (SENAE, 2021)

A continuación, la *Figura 10* ayuda a comprender las fases de la exportación de acuerdo al sistema ECUAPASS. En la fase de pre – embarque, una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

Luego, en la etapa de embarque, la mercancía sale con destino final al país donde fue solicitada o vendida. Finalmente y luego que la mercancía haya partido del país se deberá regularizar la DAE y corregirla si existen errores.



**Figura 10.** Proceso de exportación – ECUAPASS.

**Fuente:** SENAE (2018)

Según el portal oficial de la Aduana en Ecuador, los datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante.
- Descripción de mercancía por ítem de factura.
- Datos del consignante.
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Las actividades a seguir para realizar una exportación son las siguientes:

- Transmisión de DAE por parte del declarante a través del sistema Ecuapass.
- Ingreso de mercancías al depósito temporal y/o zona primaria.
- Registro de Ingreso de mercancías (IIE) por parte del depósito temporal.

- Asignación canal de aforo de la DAE a través del sistema Ecuapass (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2021).

### *2.2.2. Requisitos de acceso de productos ecuatorianos a mercados europeos*

Pese a la firma del acuerdo comercial o de libre comercio, ambas partes tienen que cumplir con ciertos requisitos para el desarrollo de actividades económicas de comercio internacional.

En este marco, el documento oficial del acuerdo comercial entre Ecuador y la UE, resalta que los productos que quieran ingresar a territorio europeo deberán cumplir con medidas sanitarias y fitosanitarias con el objetivo de proteger la vida y la salud de las personas, de los animales y de los vegetales en el territorio de las partes, y al mismo tiempo facilitar el comercio. En otras palabras, estas medidas son una herramienta preventiva para evitar el contagio de plagas o enfermedades, así como posibles factores económicos que afecten a alguna de las partes. (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2016)

Además, los productos deben cumplir con un requisito de marcado y etiquetado específico donde, se deberá incluir solamente información relevante para el consumidor y quitar aquella que dificulte la comprensión; todas las etiquetas deberán pedir aprobación como condición previa a la comercialización en sus respectivos mercados, exceptuando casos donde por el riesgo de los productos para la salud o vida humana, animal o vegetal, el medio ambiente o la seguridad nacional no se exigirá aprobación previa.

Por último, en el documento oficial del acuerdo dentro del capítulo 2, se incluyen herramientas de defensa comercial tales como:

- Medidas antidumping,
- Medidas compensatorias o de subvención y
- Medidas de salvaguardias (multilaterales o bilaterales)

Todas estas con la finalidad de proteger las economías de cada una de las partes involucradas y buscar, en caso de necesitarlas, medidas comerciales correctivas ante daños y/o amenazas de daños a ramas de la producción nacional.

En el caso de Ecuador, el acuerdo pese a utilizar una metodología de reducción gradual, asegura el ingreso con 0% de arancel para prácticamente toda la oferta exportable actual y potencial del país.

### *2.2.3. Exportación de bebidas refrescantes naturales a la Unión Europea mercados europeos*

Para entender el proceso de exportación de un bien en específico, es necesario identificar el código de la partida arancelaria a la que pertenece. Según la última resolución del COMEX en 2017 la partida arancelaria para bebidas de este tipo es la 2202.10.00.00, ya que corresponde a “agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada”. (Comité de Comercio Exterior, 2017)

#### *2.2.3.1. Aranceles*

Una de las barreras que existen en el comercio internacional son los aranceles, en el caso de la Unión Europea la tasa arancelaria para la importación de este tipo de productos es del 9,60%. Sin embargo, para Ecuador desde la firma del acuerdo comercial la entrada de este bien no tiene arancel alguno (0%) debido a la preferencia arancelaria que la UE otorga para este tipo de bien. (DG TAXUD, 2022)

Este beneficio sin duda aumenta la competitividad del país frente a sus competidores ya que permite a empresas europeas importar el producto sin ningún valor adicional al acordado con el exportador en Ecuador.

#### *2.2.3.2. Normas de Origen*

Para la OMC, “son los criterios necesarios para determinar la procedencia nacional de un producto. Su importancia se explica porque los derechos y las restricciones aplicados a la importación pueden variar según el origen de los productos importados” (Organización Mundial del Comercio, s.f).

La unión europea cuenta con una herramienta digital llamada ROSA por sus siglas en inglés (Rules of Origin Self-Assessment), que permite evaluar si el producto de una empresa puede acogerse a aranceles reducidos en virtud de los acuerdos comerciales.

En cuanto al caso de estudio, el producto aplicaría como producto originario del Ecuador y por lo tanto de la UE, esto debido al acuerdo firmado en 2017. Esto facilita el ingreso a mercados europeos debido a la prioridad que se le da por encima de otros productos o países que no cuentan con acuerdos comerciales entre sí.

#### 2.2.3.3. *Impuestos*

Es una herramienta que sirve para proteger el mercado nacional a la vez que permite al estado recaudar ingresos a partir de ellos. En esta clase de tributos, la ley de cada país será la que establezca el número y porcentaje a tributar por el consumo de ciertos bienes, por esta razón, es que no existe un impuesto común dentro de la UE pese a ser un bloque comunitario.

De igual manera, las economías tienen la facultad de añadir tarifas adicionales a este tributo según el bien o producto que sea, un ejemplo de ello es España, donde normalmente se aplica un tipo impositivo del 10% a los productos utilizados regular y adecuadamente en la alimentación humana o animal. Sin embargo, en el caso de las bebidas alcohólicas o que contengan azúcares o edulcorantes la tasa es del 21%. (TARIC SA, 2022)

#### 2.2.3.4. *Requisitos de exportación*

##### ❖ *Requisitos Generales*

Para el ingreso de mercaderías a territorio europeo es necesario como en toda actividad comercial internacional cumplir con algunos requisitos y documentación general que permite tanto al país proveedor como al país destino saber que se trata de una transacción legal y bajo los marcos de la ley. Dentro de los requisitos generales para la entrada de productos en la unión europea se encuentran (TARIC SA, 2022):

- *Factura comercial:* Es un registro o evidencia de la transacción entre el exportador y el importador; registra toda la información de una operación de compraventa y se requiere para el despacho de aduana.
- *Declaración de valor aduanero:* Documento que sirve para determinar el valor de la transacción a fin de fijar el valor en aduana (valor imponible) para aplicar los derechos arancelarios. Se presenta cuando el valor de la mercancía es mayor a 20 000 euros.
- *Documentos de carga:* Son documentos habilitantes al proceso de despacho de la mercancía dentro del país importador miembro de la UE, dependerán del medio de transporte utilizado.
- *Seguro de Transporte:* Es un documento por el que se recompensa al asegurado en caso de daños causados por un riesgo cubierto en la póliza, dependerán del medio de transporte utilizado.
- *Lista de Carga (packing list):* Proporciona información sobre los artículos importados y los detalles de embalaje de cada envío (peso, dimensiones, problemas de manejo, etc.)
- *Certificado de Origen:* Es un documento de comercio internacional que certifica que los bienes incluidos en un envío son originarios de un país o territorio en particular. De ser presentado para el despacho en aduana.
- *Documento único administrativo (SAD):* Es el formulario de declaración de importación común para todos los Estados miembros.

❖ **Requisitos Específicos**

Ahora bien, al tratarse de un producto alimentario, la entrada de bebidas refrescantes naturales a mercados europeos se rige a requisitos específicos que permiten conocer los

procesos productivos, tratamiento de materiales y demás datos necesarios para determinar si un producto es apto o no para el consumo de las personas dentro del territorio. Los requisitos necesarios para este bien son (TARIC SA, 2022):

- Comprobación de contaminantes en alimentos
- Inspección sanitaria de alimentos genéticamente modificados (GM) y nuevos alimentos
- Vigilancia sanitario de los alimentos de origen no animal
- Rastreabilidad, cumplimiento y responsabilidad en alimentos y alimentación
- Etiquetado de productos alimentarios
- Voluntario - Bienes de producción ecológica

Las importaciones de productos alimenticios a la UE deben obedecer la legislación de este segmento comunitario para garantizar que todos y cada uno de los alimentos comercializados sean óptimos para el consumo y no posean contaminantes en niveles que puedan amenazar la salud humana.

## **2.3. Producto**

### *2.3.1. Descripción del producto y principales características*

Las bebidas refrescantes naturales (listas para consumir) son una infusión o bebida hecha a base de plantas aromáticas, como lo son la guayusa, cedrón, manzanilla, etc. y frutas tropicales opcionalmente endulzado o no, variando la presencia de estas características dependiendo del producto que se desee obtener.

Se comercializa envasado y listo para consumir, siendo un buen remplazo de aguas saborizadas, gaseosas, entre otros. A comparación de los productos sustitutos que se pueden encontrar en el mercado, las infusiones naturales, aportan el grado de saludable a su composición debido al origen de sus materias primas y a su proceso de producción.

Dependerá del tipo de infusión que los beneficios para la salud sean unos u otros. Esto dado que, los beneficios de una planta no son los mismos que los que pueda tener otra,

esto debido a las propiedades particulares que tiene cada planta. En líneas generales, para Ramos, “las infusiones ayudan a calmar la sed, hidratar el cuerpo, favorecer la digestión y eliminar los líquidos retenidos” (Ramos Rojas, 2022).

### 2.3.2. *Ingredientes*

Los ingredientes necesarios para la fabricación de una infusión en botella de plástico reciclado de capacidad de 500 ml, según afirma Carvajal en su trabajo titulado “Plan de negocio para la comercialización de una bebida a base de infusiones tipo té de plantas aromáticas y medicinales lista para consumir en la provincia de Tungurahua” se especifican en la *Tabla 2*. Como podemos apreciar la cantidad de ingredientes necesarios es mínima por lo que los costos de producción no deben representar un valor elevado.

**Tabla 2.** Ingredientes necesarios para la elaboración de una infusión de 500 ml

Descripción	Cantidad	Unidad
Agua	0,5	Litros
Plantas aromáticas y medicinales	0,015	Kilogramos
Fruta deshidratada	0,012	Kilogramos
Endulzante natural	3	Gramos
Ácido Cítrico	2	Gramos

**Fuente:** Repositorio UTA (Carvajal, 2021)

### 2.3.3. *Proceso de producción*

Todo el proceso de producción será realizado dentro del país, por lo que, es importante conocer los niveles de producción de las distintas materias primas que son necesarias para la fabricación de este bien.

En la *Tabla 3*, se muestra el número de cosechas según la especie de planta que Ecuador puede producir cada año.

**Tabla 3.** Número de cosechas al año en Ecuador por especie de planta.

<b>Especie de Planta</b>	<b>No. de cosechas al año</b>
Guayusa	2 a 3
Manzanilla	2 a 3
Cedrón	2 a 3

**Fuente:** Ministerio de Agricultura y Ganadería (2015)

La guayusa es una especie no estacional, lo que significa que existe un flujo permanente de cosecha (Crespo, 2013). Esto es una ventaja ya que no habrá periodos de escases.

Ahora bien para entender el proceso de producción es necesario conocer cada una de las etapas o fases que se mencionan a continuación (Maciado & Restrepo, 2018):

- **Recepción:** La materia prima es recibida en la planta teniendo en cuenta las normas técnicas de cada producto a procesar.
- **Despalado y Desfibrado:** Proceso en el cual se procede a separar las hojas del tallo de la planta, con el objetivo de separar las hojas de los desperdicios o materia inutilizable. A la vez de extraer porciones de fibra que sirven ya para clasificarse.
- **Tipificado:** El objetivo principal es separar e identificar las hojas y fibras según su tamaño.
- **Quebrado o pulverizado:** Cuando algunas hojas son demasiado grandes se necesita un proceso adicional que permite triturar las hojas con el objetivo de poder clasificarlas adecuadamente.
- **Lavado de la fruta:** Se retiran todas las impurezas que la fruta traiga de campo, por lo general se realiza este proceso con agua o en seco mediante la ventilación.
- **Secado:** Se coloca la fruta en canastillas que permitan que se seque de manera rápida con ayuda del medio ambiente.

- Deshidratación de la fruta: Este proceso se puede realizar de formas distintas, la primera manera es utilizando la tecnología, es decir con un deshidratador, y la siguiente es utilizando el método tradicional como es el secado natural
- Clasificado de la fruta: Permite eliminar la materia de mal estado
- Pesado: Permite un mejor control de la cantidad de materia prima utilizada en el proceso.
- Cocción: Se coloca las hojas y la fruta deshidratada de su elección en agua hirviendo, en porciones de cuatro litros de agua por un kilogramo de pulpa de fruta. Se agrega diez gramos de Stevia o endulzante natural y se deja reposar.
- Tamizado y embotellado: Se tamiza la cocción para retirar todas las impurezas o residuos de la infusión. Posterior a eso se procede a embotellar en botellas de 500 ml
- Pasterización: Se realiza este proceso en periodos de treinta minutos a 65 y 70 grados centígrados respectivamente, esto aumentara la vida útil del producto a la vez que eliminará la presencia de cualquier agente patógeno
- Etiquetado y almacenado: Se identifica cada botella con la etiqueta del sabor correspondiente y se almacena en frío en una temperatura de 5 grados centígrados.

### **3. COMPORTAMIENTO DEL MERCADO DE LAS BEBIDAS REFRESCANTES NATURALES EN LA UNIÓN EUROPEA**

Para determinar el comportamiento del mercado de bebidas dentro de territorio europeo es necesario analizar los elementos más importantes que componen al mismo; esto con el fin de alcanzar una visión más específica del cómo funciona el mercado y así tener antecedentes que nos guíen a tomar la mejor decisión en cuanto al mercado objetivo.

Con el fin de obtener información relevante sobre el comercio de este bien en mercados extranjeros es necesario realizar un análisis puntual que permita observar las estadísticas del comercio internacional y de esta manera determinar las zonas geográficas donde el producto en estudio sería mejor bienvenido.

La información estadística a utilizar será obtenida a partir de la herramienta web Trade Map desarrollada por la International Trade Centre (ITC).

#### **3.1. Importaciones de bebidas refrescantes naturales en la Unión Europea**

El mercado de bebidas refrescantes naturales dentro de territorio de la UE representó un valor de 5.9 millones de USD para el año 2021. Esto significa un 44.4% del total de importaciones mundiales de este bien (13.3 millones de USD); en otras palabras la UE hace parte del segmento de países que más importan este tipo de producto. (International Trade Centre, 2021). Dentro de los tres principales importadores para este bien dentro de la UE se encuentran:

- Alemania, con un valor importado de 1.121.529 USD
- Bélgica, con valor importado de 706.735 USD
- Países Bajos, con un valor importado de 655.267 USD

### 3.2. Principales países de origen de las importaciones de la UE

En el caso de Alemania, sus principales proveedores son: Austria, Francia y Polonia. Por otro lado, para Bélgica, sus principales proveedores son: Austria, Países Bajos y Francia. Finalmente, para Países Bajos, sus principales proveedores son: Alemania, Austria y Bélgica.

Para un mayor entendimiento de estos datos, la *Tabla 4*, nos refleja no solo los principales proveedores de cada país sino también el valor que importaron de cada uno de ellos. Estos datos, entre otras cosas, nos sirven para determinar el origen de las importaciones y posibles competidores que ya operan en los mercados a los que se quiere llegar, por lo que se puede plantear estrategias más acertadas en cuanto a la manera de penetrar el mercado, además, con esta información podemos tener una perspectiva general de las potenciales ventajas comparativas y competitivas que tendremos frente a la competencia.

**Tabla 4.** Principales proveedores de los países que más importan bebidas refrescantes naturales en la UE.

<b>País Importador</b>	<b>Proveedores</b>	<b>Cantidad Importada (miles de USD)</b>
Alemania	Austria	628.379
	Suiza	137.512
	Francia	80.416
Bélgica	Países Bajos	247.433
	Austria	179.380
	Francia	114.879
Países Bajos	Alemania	189.183
	Austria	151.626
	Bélgica	128.624

**Fuente:** Trade Map (2022)

### **3.3. Análisis de mercados potenciales**

Con la información antes descrita se puede concluir que los países con mayor consumo de este tipo de producto son: Alemania, Bélgica y Países Bajos. Ahora bien, teniendo un segmento reducido del global comunitario de la UE es necesario analizar de manera más profunda los mercados de cada uno de estos para de esta manera obtener un mercado objetivo como primer paso para la exportación.

#### *3.3.1. Evaluación para calificar y seleccionar el país meta*

Para Carlos Morales, además de disponer de suficientes elementos de juicio cuantitativos para seleccionar el país meta de exportación; conviene también observar o responder algunas cuestiones tales como:

- ¿Existen representaciones institucionales de su nación en el país que se está considerando como destino?
- ¿Existen facilidades de transporte en cuanto a distancia y costos de flete entre el país de origen y país de destino?
- ¿El mercado actual tiene proyecciones a crecer en el futuro (mercado potencial)?
- ¿Existe estabilidad política, social y económica dentro del país que se está considerando como destino?

Esto con el fin de medir en términos de comparaciones internacionales antes de decidir cuál de los países preseleccionados es el que se debe elegir como mercado objetivo.

Para realizar esta medición, Morales, propone obtener los mayores datos posibles y añadirlos en una formato llamado “matriz de evaluación para calificar y seleccionar el país meta”.

Sin embargo para que la información obtenida sea objetiva y permita seleccionar adecuadamente el país meta; según lo afirma Morales, es necesario: “definir el peso relativo que se le dará a cada uno de los medidores que se utilicen de modo que, se califique a los países que se está analizando con criterios comunes y objetivos que

permitan tomar una decisión acertada en cuanto a que país conviene exportar” (Morales, 2018).

En la *Tabla 5*, se muestra los parámetros externos e internos que propone el autor como punto de partida para la creación de la matriz de selección del país destino o mercado meta.

**Tabla 5.** Matriz de evaluación para calificar y seleccionar el país meta.

Parámetros*	Países			
	A	B	C	D
<i>Externos</i>				
Población total (individuos o familias)				
PIB o INB total del país (nominal o en PPP)				
PIB o INB por habitante (nominal o en PP)				
Valor y/o volumen de las importaciones				
Valores promedio de exportación e importación				
Consumo actual total y por habitante o familia**				
Tamaño y tendencias del mercado				
Barreras arancelarias (tratados comerciales)				
Obstáculos burocráticos a las importaciones (licencias, permisos, cuotas, certificaciones, cuestiones sanitarias o de seguridad)				
Intensidad de la competencia				
Estabilidad social y política				
Estabilidad y apertura económicas				
Afinidad cultural (idioma, religión, costumbres, etc.) y/o familiaridad del consumidor con el producto				
Distancia geográfica				
Apoyo institucional de mi país en el mercado (embajada, consulados, consejería comercial, bancos, cámaras bilaterales de comercio, etc.)				
Facilidad de distribución del producto (canales)				
Otros (especificar)				
<i>Internos</i>				
Experiencia de la empresa en ese país				
Contactos de negocios previamente establecidos				
Personal disponible para atender ese mercado				
Posibilidad de ofrecer servicio, garantía, atención al cliente, etc., en el país seleccionado				
Recursos financieros suficientes				
Otros (especificar)				

**Fuente:** Exportación para Pymes (Morales, 2018)

Ahora bien, al saber que cada caso o plan de exportación es distinto uno de otro por el tipo de producto, el público que se quiere alcanzar y a donde se quieren dirigir los esfuerzos de la exportación, es importante, tomar a esta matriz como un modelo base, y crear a partir de esta, una matriz acorde al caso en particular que se esté investigando.

Por esta razón, y para la investigación en curso, se procedió a crear la matriz que se muestra en la *Tabla 6*. que muestra una selección de datos para elegir el país meta en función de algunos de los parámetros comentados anteriormente.

**Tabla 6.** Matriz personalizada de evaluación de evaluación para calificar y seleccionar el país meta.

Parámetros	Posibles Destinos		
	Alemania	Bélgica	Países Bajos
Número de habitantes (millones de personas)	83,24	11,56	17,44
Consumo actual (ton.)	1.001.078	825.363	775.899
PIB per cápita	46.252,7	45.205,3	52.396,0
Tasa de crecimiento de las importaciones de bebidas refrescantes naturales (2017 - 2021)	3%	0%	4%
Impuestos/Aranceles vigentes en el país destino	9,60%	9,60%	9,60%
Número de potenciales clientes (compradores)	257	20	511
Valores promedio fletes (\$/ton.)	1.812,01	1.742,67	1.777,34
Inflación	3,10%	2,40%	2,70%
Participación del total de importaciones en el PIB	33,66%	24,17%	23,22%

### 3.3.2. Determinación de país meta

Finalmente, una vez seleccionados los parámetros pertinentes para el caso y obteniendo los datos; es necesario calificar a cada uno de los posibles destinos meta para de esta manera determinar que destino es el óptimo para la exportación de bebidas refrescantes naturales.

Para realizar esta calificación se tiene que otorgar como se mencionó en el punto anterior pesos relativos a cada uno de los parámetros utilizados para que de esta manera la decisión sea objetiva y no sesgada.

Los pesos relativos asignados para cada uno de los parámetros serán los indicados en la *Tabla 7* a continuación:

**Tabla 7.** Pesos relativos según parámetro.

<b>Parámetros</b>	<b>Peso</b>
Número de habitantes (millones de personas)	0,1
Consumo actual (ton.)	0,2
PIB per cápita	0,15
Tasa de crecimiento de las importaciones de bebidas refrescantes naturales (2017 - 2021)	0,12
Impuestos/Aranceles vigentes en el país destino	0,07
Número de potenciales clientes (compradores)	0,08
Valores promedio fletes (\$/ton.)	0,12
Inflación	0,08
Participación del total de importaciones en el PIB	0,08
<b>Total</b>	<b>1</b>

Además, se califica a los posibles destinos en una escala de 1 a 5, donde uno significa muy malo y cinco muy bueno. En la *Tabla 8* y *Tabla 9* se muestran a cada uno de los candidatos como país meta junto a sus calificaciones y calificaciones ponderadas respectivamente.

**Tabla 8.** Calificaciones (de 1 a 5) según parámetro.

<b>Parámetros</b>	<b>Calificaciones</b>		
	<b>Alemania</b>	<b>Bélgica</b>	<b>Países Bajos</b>
Número de habitantes (millones de personas)	5	2	3
Consumo actual (ton.)	5	4	3
PIB per cápita	4	3	5
Tasa de crecimiento de las importaciones de bebidas refrescantes naturales (2017 - 2021)	3	2	4
Impuestos/Aranceles vigentes en el país destino	3	3	3
Número de potenciales clientes (compradores)	4	3	5
Valores promedio fletes (\$/ton.)	4	4	4
Inflación	2	4	3
Participación del total de importaciones en el PIB	5	4	3

**Tabla 9.** Calificaciones ponderadas según parámetro.

Parámetros	Calificaciones Ponderadas		
	Alemania	Bélgica	Países Bajos
Número de habitantes (millones de personas)	0,5	0,2	0,3
Consumo actual (ton.)	1	0,8	0,6
PIB per cápita	0,6	0,45	0,75
Tasa de crecimiento de las importaciones de bebidas refrescantes naturales (2017 - 2021)	0,36	0,24	0,48
Impuestos/Aranceles vigentes en el país destino	0,21	0,21	0,21
Número de potenciales clientes (compradores)	0,32	0,24	0,4
Valores promedio fletes (\$/ton.)	0,48	0,48	0,48
Inflación	0,16	0,32	0,24
Participación del total de importaciones en el PIB	0,4	0,32	0,24
<b>Total Ponderación</b>	<b>4,03</b>	<b>3,26</b>	<b>3,7</b>

Es así como podemos concluir que mediante el análisis de cada uno de los parámetros seleccionado y las calificaciones ponderadas se puede decir que Alemania es el destino meta más atractivo para la exportación de bebidas refrescantes naturales.

### 3.4. Determinación de la demanda potencial en el mercado meta

Según menciona Sánchez, la demanda potencial es un nivel máximo de demanda alcanzable por un determinado producto dada una serie de condiciones. (Galán, 2020)

Por esta razón es importante calcular mediante estimaciones el mercado potencial ya que esto nos permitirá conocer el nivel de ventas esperado así como también el nivel o probabilidades de éxito que podría tener o no el producto en el mercado seleccionado.

Para el calculo de la demanda se utilizara la siguiente formula:

$$Q = n \times p \times q$$

Donde:

- Q = demanda potencial (expresada en unidades monetarias)
- n = cantidad de compradores o consumidores potenciales en el mercado.
- p = precio promedio del producto.
- q = cantidad de producto por individuo en dicho mercado.

Ahora bien, pese a que se cuenta un destino meta, no todos los habitantes de esa zona geográfica serán potenciales clientes, por esta razón y para un análisis mas preciso se tomará como valor de “n” al total de habitantes que hay en Berlín, la ciudad más poblada de Alemania, esto debido a que por ser la capital es una de las ciudades que más apertura al ingreso de productos de consumo novedosos tendría.

Por otro lado en cuanto a la variable “p”, se tomara el precio promedio de bebidas similares a las que se planea exportar por su composición o ingredientes.

Por último, para conocer el consumo per cápita de un bien en específico se deberá realizar una división entre la cantidad total importada (1.001.078) y el número de habitantes en la región, país o ciudad.

Tomando estas consideraciones los datos encontrados son:

- Número de habitantes en Berlín (n) = 3.645.000.000
- Precio promedio del producto (p) = 2,53
- Cantidad per cápita (q) = 0,00027

Por lo tanto, y al obtener los datos de cada una de las variables, se puede concluir que la demanda potencial para este producto en la ciudad de Berlín – Alemania es de 2.532.727,34 botellas por año.

Sin embargo, considerando que no siempre es una decisión viable cubrir toda la demanda potencial del destino meta, se deberá decidir que porcentaje de esta demanda cubrir. Por lo tanto, se recomienda cubrir el 10% de la demanda potencial lo que significaría un total de aproximadamente 253.000 botellas por año.

### **3.5. El producto en el mercado meta**

Por ultimo y al conocer el mercado meta, es necesario observar cómo se comportaría el producto en dicho mercado; es importante resaltar que si bien la determinación del

mercado meta se ha determinado principalmente por el nivel de consumo que existe actualmente en una zona geográfica específica, el producto que se ofrece exportar en este trabajo tiene ventaja frente a sus competidores a nivel de composición por los ingredientes que se utilizan para su fabricación.

Ecuador, gracias a su posicionamiento geográfico goza de gran variedad de plantas y frutas que pueden ser aprovechadas para la elaboración de este tipo de bebidas.

Es allí donde recae la ventaja comparativa y competitiva del productor y exportador de bebidas refrescantes naturales ecuatoriano frente a el productor y exportador extranjero.

Si bien es cierto que se trata del mismo tipo de producto, la composición del mismo se puede ver beneficiada al realizarse con materia prima premium como la que esta disponible en el país.

Frutas exóticas como lo son el mango, la pitahaya, el kiwi, entre otras, y plantas como la guayusa, cedrón, manzanilla y demás son productos que no se cosechan en todo el mundo pero que por su sabor, beneficios son demandados en toda Europa.

## **4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **4.1. Conclusiones**

Mediante el estudio del comportamiento del mercado de las bebidas refrescantes naturales y las relaciones comerciales internacionales entre la Unión Europea y el Ecuador se puede concluir que esta investigación tiene como resultado a los determinantes para la exportación de bebidas refrescantes naturales a este segmento comunitario.

Para determinar si un bien tiene potencial de exportación en un mercado en específico es necesario analizar las importaciones que existen de ese tipo de bien en el mercado seleccionado como potencial destino meta, esto con el fin de observar los niveles de consumo que existen dentro del mercado seleccionado y así determinar la demanda potencial para el bien que se quiere exportar.

Desde la firma del acuerdo multipartes en 2017 con la UE, las relaciones comerciales internacionales entre Ecuador y la UE han crecido exponencialmente, esto debido a las preferencias y facilidades que este acuerdo brinda. Se pudo observar que, gracias a la herramienta digital Access2Markets desarrollada por la UE se puede evaluar los requisitos de entrada a un mercado en específico dentro de este segmento comunitario.

Una vez conocidos cuales son los determinantes en la exportación de bebidas refrescantes naturales a la UE, se cuenta con la información necesaria que permite llegar a concluir que si bien el Ecuador cuenta con los mecanismos necesarios para exportar productos novedosos a mercados europeos es necesario también incentivar la exportación en MiPymes ya que este segmento empresarial es el que mas peso tiene sobre todo el tejido empresarial ecuatoriano.

## **4.2. Recomendaciones**

El Ecuador es un país productor y proveedor de materias primas al resto del mundo, situación que debería incentivar a las empresas nacionales la elaboración de bienes industrializados con el fin de aumentar la oferta exportable nacional.

Promover la industrialización de infusiones de frutas aprovechando las ventajas comparativas de la producción de frutas exóticas, que por medio de un proceso de industrialización aumentaría la oferta de bienes no tradicionales para su exportación con este tipo de extractos frutales.

Se recomienda aprovechar la demanda potencial para la producción de bienes para la exportación, que guarda relación con el número de habitantes que existen en un mercado sino también de su comportamiento y consumo.

Una vez colocado el producto en el mercado internacional, evaluar la posibilidad de extender mercado en los dos países no seleccionados como destino meta (Bélgica y Países Bajos)

## **Bibliografía**

- Alvarado, P. (11 de Mayo de 2021). *Revista Líderes*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/mercado-europeo-alza-participacion-pymes.html>
- ANFABRA. (s.f). *Asociación de Bebidas Refrescantes* . Obtenido de Asociación de Bebidas Refrescantes : <https://www.refrescantes.es/que-son/>
- Banco Central del Ecuador. (15 de Octubre de 2021). *Ministerio de comercio exterior, inversiones y pesca*. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/10/Octubre1.pdf>
- Carvajal, A. (Ambato de 2021). *Repositorio UTA*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32073/1/AL%20765.pdf>
- Clavijo, S. (31 de Agosto de 2016). *Academia.edu*. Obtenido de [https://www.academia.edu/34733842/Agosto\\_31\\_de\\_2016\\_Director\\_Sergio\\_Clavijo\\_Evaluaci%C3%B3n\\_del\\_TLC\\_Colombia\\_Uni%C3%B3n\\_Europea](https://www.academia.edu/34733842/Agosto_31_de_2016_Director_Sergio_Clavijo_Evaluaci%C3%B3n_del_TLC_Colombia_Uni%C3%B3n_Europea)
- Coll Morales, F. (14 de Octubre de 2021). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/modelo-heckscher-ohlin.html>
- Comité de Comercio Exterior. (2017). *Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca: Resoluciones del Pleno del COMEX 2017*. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/06/RESOLUCI%C3%93N-COMEX-020-2017.pdf>
- Crespo, P. (Noviembre de 2013). *IICA*. Obtenido de <http://repiica.iica.int/docs/B3414e/B3414e.pdf>
- Delegación de la Unión Europea en Ecuador. (02 de Febrero de 2022). *Delegación de la Unión Europea en Ecuador*. Obtenido de [https://www.eeas.europa.eu/delegations/ecuador/comercio-bilateral-entre-la-uni%C3%B3n-europea-y-ecuador-creci%C3%B3n-un-16-en-2021\\_es](https://www.eeas.europa.eu/delegations/ecuador/comercio-bilateral-entre-la-uni%C3%B3n-europea-y-ecuador-creci%C3%B3n-un-16-en-2021_es)
- DG TAXUD. (2022). *Access2Markets: Asistente comercial*. Obtenido de <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/es/results?product=220210&origin=EC&destination=DE>

- Dirección de Estudios Económicos. (Abril de 2021). *Acuerdos Comerciales del Perú*. Obtenido de [http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/En\\_Vigencia/Union\\_Europea/Documentos/EA\\_PeruUE\\_8periodo.pdf](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/En_Vigencia/Union_Europea/Documentos/EA_PeruUE_8periodo.pdf)
- Equipo de prensa e información de la Delegación de la UE en Ecuador. (2021). *Delegación de la Unión Europea en Ecuador*. Obtenido de [https://eeas.europa.eu/delegations/ecuador\\_es/1146/Ecuador%20y%20la%20Unión%20Europea](https://eeas.europa.eu/delegations/ecuador_es/1146/Ecuador%20y%20la%20Unión%20Europea)
- Espinoza, B., Perez, J., & Delgado, J. (2020). ANÁLISIS DE LA ESPECIALIZACIÓN PRODUCTIVA REGIONAL PARA IMPULSAR LA DIVERSIFICACIÓN EXPORTABLE EN ECUADOR. *Revista Economía*, 71-79.
- FEDEXPOR. (Marzo de 2013). *SlideShare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/FEDEXPOR/estudio-estadistico-de-las-relaciones-comerciales-y-de-inversin-entre-ecuador-y-la-unin-europa>
- Galán, J. S. (30 de Agosto de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/demanda-potencial.html>
- Imbaquingo, J., & Andino, R. (Octubre de 2020). *INEC*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio\\_Empresas\\_2019/Boletin\\_Tecnico\\_DIEE\\_2019.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2019/Boletin_Tecnico_DIEE_2019.pdf)
- Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria. (s.f.). *Economía Solidaria*. Obtenido de <https://www.economiasolidaria.gob.ec/beneficios-del-acuerdo-comercial-entre-ecuador-y-la-union-europea-se-socializaron-en-babahoyo/#>
- International Trade Centre. (2021). *Trade Map*. Obtenido de [https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c42%7c%7c%7c220210%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c1%7c%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c42%7c%7c%7c220210%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c1%7c%7c2%7c1%7c1%7c1)
- Krugman, P. R., Obstfeld, M., & Melitz, M. J. (2012). *Economía Internacional: teoría y política*, 9na edición. En P. R. Krugman, M. Obstfeld, & M. J. Melitz, *Economía Internacional: teoría y política, 9na edición* (pág. 27). Madrid: Pearson Education.

- Krugman, P. R., Obstfeld, M., & Melitz, M. J. (2012). *Economía Internacional: teoría y política*, 9na edición. En P. R. Krugman, M. Obstfeld, & M. J. Melitz, *Economía Internacional: teoría y política, 9na edición* (pág. 81). Madrid: Pearson Education.
- Krugman, P. R., Obstfeld, M., & Melitz, M. J. (2012). *Economía Internacional: teoría y política*, 9na edición. En P. R. Krugman, M. Obstfeld, & M. J. Melitz, *Economía Internacional: teoría y política, 9na edición* (pág. 132). Madrid: Pearson Education.
- Krugman, P. R., Obstfeld, M., & Melitz, M. J. (2012). *Economía Internacional: teoría y política*, 9na edición. En P. R. Krugman, M. Obstfeld, & M. J. Melitz, *Economía Internacional: teoría y política, 9na edición* (pág. 208). Madrid: Pearson Education.
- López, J. F. (31 de Diciembre de 2017). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/modelo-ricardiano.html#:~:text=El%20modelo%20ricardiano%20defiende%20que,a%20otro%20pa%C3%ADs%20sea%20mayor>.
- Maciado, D., & Restrepo, A. (Julio de 2018). *Universidad Externado de Colombia: Biblioteca Digital*. Obtenido de [https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/handle/001/1378/AAAAA-spa-2018-Plan\\_de\\_elaboracion\\_y\\_comercializacion\\_de\\_te\\_a\\_base\\_de\\_uchuva\\_te\\_dorado;jsessionid=4ADBB624C8CE159240811473C77B8EE3?sequence=1](https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/handle/001/1378/AAAAA-spa-2018-Plan_de_elaboracion_y_comercializacion_de_te_a_base_de_uchuva_te_dorado;jsessionid=4ADBB624C8CE159240811473C77B8EE3?sequence=1)
- Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana. (23 de Diciembre de 2016). *Documentos del Acuerdo Comercial Multipartes con UE: Servicio Nacional de Contratación Pública, art 85*. Obtenido de Servicio Nacional de Contratación Pública: [https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/03/02\\_RO-808-Consolidado\\_opt.pdf](https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/03/02_RO-808-Consolidado_opt.pdf)
- Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana. (23 de Diciembre de 2016). *Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca*. Obtenido de [https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/03/02\\_RO-808-Consolidado\\_opt.pdf](https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/03/02_RO-808-Consolidado_opt.pdf)

- Morales, C. (2018). *Exportación para Pymes*, pag 75. Ecoe Ediciones. Obtenido de <https://digitalia.puce.elogim.com/visor/101590>
- Organización Mundial del Comercio. (s.f). *Organización Mundial del Comercio - Normas de Origen: Información técnica*. Obtenido de [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/roi\\_s/roi\\_info\\_s.htm#:~:text=Las%20normas%20de%20origen%20son,origen%20de%20los%20productos%20importados](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/roi_s/roi_info_s.htm#:~:text=Las%20normas%20de%20origen%20son,origen%20de%20los%20productos%20importados).
- PlusValores. (17 de Agosto de 2020). *PlusValores*. Obtenido de <https://plusvalores.com.ec/wp-content/uploads/2020/08/Exportaciones-no-tradicionales.pdf>
- Raffo López, L. (2012). *Scielo*. Obtenido de Scielo: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-47722012000100002](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-47722012000100002)
- Ramos Rojas, N. A. (27 de Enero de 2022). *Mejor con Salud*. Obtenido de <https://mejorconsalud.as.com/infusiones-hierbas-beneficios-salud/>
- Rodríguez , D., & Venegas, F. (10 de Noviembre de 2010). *Scielo*. Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-66222011000100004](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-66222011000100004)
- Rus Arias, E. (10 de Diciembre de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-exploratoria.html>
- SENAE. (Noviembre de 2021). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- Serrano Mancilla, A., & Navarro, F. (8 de Junio de 2017). *Celag.org*. Obtenido de <https://www.celag.org/reflexiones-de-politica-comercial-sistema-de-cuotas-de-importacion-en-america-latina/>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (Noviembre de 2021). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador: Servicio al Ciudadano: Para exportar*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>

TARIC SA. (2022). *Access2Markets: Asistente comercial*. Obtenido de <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/es/results?product=220210&origin=EC&destination=DE>

TARIC SA. (2022). *Access2Markets: Asistente comercial - Requisitos de importación*. Obtenido de <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/es/results?product=220210&origin=EC&destination=DE>

Toala, G., Mendoza, A. A., Vincés, D. L., & Moreira, L. (2019). La oferta exportable de las PYMES de la provincia de Manabí. *Polo del Conocimiento*, ed. 32, 71-87.

Unesda. (s.f). *Unesda*. Obtenido de <https://www.unesda.eu/products-ingredients/>

Unión Europea. (s.f). *Unión Europea*. Obtenido de [https://european-union.europa.eu/priorities-and-actions/actions-topic/food-safety\\_es](https://european-union.europa.eu/priorities-and-actions/actions-topic/food-safety_es)

Universidad Nacional Autónoma de Honduras. (2015). *UNAH*. Obtenido de <https://eiunahwordpresscom.wordpress.com/unidades/unidad-2-fundamentos-teoricos-de-la-economia-internacional-ii-parte/unidad-2-tema-3-modelo-estandar-de-comercio-internacional-el-equilibrio-general/>