



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA LA EXPORTACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE BANANA DESHIDRATADA A IRLANDA

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos
para optar por el título de Licenciada en Ciencias Económicas y Administrativas
mención Negocios Internacionales

PROFESOR GUÍA

Ec. Sebastián Fonseca MBA

AUTOR

Carolina Fernanda Proaño Vivanco

AÑO

2012

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

.....
Sebastián Fonseca

Ec. MBA

17134271126

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

.....
Carolina Fernanda Proaño Vivanco
C.I: 171839533-6

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haber puesto en mis padres y hermanos la fuente de energía inagotable, que día a día supieron brindarme y no descasaron ni un solo momento en darme ese aliento para no decaer.

De manera especial, agradezco a mi profesor guía Ec. Sebastián Fonseca, por su ayuda, orientación y ánimos para seguir adelante y a todas aquellas personas que en algún momento aportaron un granito de arena para culminar este trabajo.

DEDICATORIA

A mis padres Ermita Vivanco y Carlos Proaño; a mis hermanos Daniela y Carlos Alberto; que por medio del esfuerzo y la dedicación entregado en este trabajo se refleje las tenacidad y perseverancia que tuve para alcanzar a cumplir una de mis metas más añoradas.

RESUMEN

El presente plan de investigación es sobre el potencial mercado para la exportación y comercialización de banana deshidratada hacia Irlanda.

En este se expone las generalidades de la banana, dando una descripción general de la fruta, resaltando su sabor incomparable, sus beneficios nutricionales que nos diferencia de nuestros competidores a nivel mundial y al darle un valor agregado tal como la deshidratación (se describe cual es el proceso que la banana sufre para llegar a ser un fruto seco); permitiendo tener un producto que no pierde su sabor característico y sus propiedades, extendiendo su tiempo de vida útil y de fácil consumo; puede llegar a lugares muy distantes del Ecuador; además un análisis del mercado irlandés sobre el consumo de la banana y el mercado ecuatoriano para abastecer dicha demanda; de igual manera, se va a estudiar los acuerdos que mantienen el Ecuador con Irlanda, los documentos necesarios para exportar, transporte a ser utilizado para el envío del producto, las barreras arancelarias y las estrategias a desarrollar para poder introducir la misma al mercado irlandés.

Siendo así al final, lo que busca este plan de investigación es demostrar o refutar si Irlanda es un mercado potencial para la exportación y comercialización de banana deshidratada desde Ecuador y proporcionar una idea de que pasos se deben efectuar para la exportación de banana deshidratada a Irlanda.

ABSTRACT

This plan is research on the potential market for export and marketing of dried banana to Ireland.

This set out an overview of the banana, giving an overview of the fruit, highlighting its unique flavor, nutritional benefits differentiates us from our competitors globally and to give added value such as dehydration (which is described the process that suffers the banana to become a nut), allowing to have a product that does not lose its flavor and its properties, extending its shelf life and easy to eat, can reach distant places of Ecuador, plus an analysis of the Irish market for the consumption of the banana and the Ecuadorian market to supply this demand, likewise, be studied maintaining agreements with Ecuador, Ireland, the documents required to export, transport to be used for sending product, tariff barriers and develop strategies to introduce it to the Irish market.

As well in the end, what you want this research plan is to prove or disprove whether Ireland is a potential market for the export and marketing of dried banana from Ecuador and provide an idea of what steps must be performed for dehydrated banana exports to Ireland.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. TEMA	1
1.1 DELIMITACIÓN DEL TEMA	1
2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	1
2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
2.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	1
2.3 FORMULACION DE HIPOTESIS	1
2.4 OBJETIVOS.....	1
2.4.1 OBJETIVOS GENERALES.....	1
2.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	2
2.5 JUSTIFICACIÓN.....	2
3. MARCO TEÓRICO	3
4. METODOLOGÍA	6
5. DESARROLLO	8
5.1 GENERALIDADES DE LA BANANA	8
5.1.1 DESCRIPCIÓN DE LA FRUTA.....	8
5.1.2 ESPECIFICACIÓN DE LA FRUTA	9
5.1.3 VENTAJAS NUTRICIONALES	11
5.1.3.1 Características nutricionales y medicinales	11
5.1.4 PROCESO DE DESHIDRATACIÓN	12
5.2 ESTUDIO DE MERCADO.....	14
5.2.1 MERCADO IRLANDÉS.....	15
5.2.1.1 ESTUDIO DE MERCADO	17

5.2.1.2 PRINCIPALES PRODUCTORAS EN LA UNIÓN EUROPEA	17
5.2.1.3 PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	18
5.2.1.4 PRINCIPALES PRODUCTORAS EN LA UNIÓN EUROPEA	18
5.2.1.5 DEMANDA Y OFERTA DEL PRODUCTO	19
5.2.1.5.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA	19
5.2.1.5.2 ANALISIS CUALITATIVO DELA DEMANDA	20
5.2.1.6 PRODUCTO SUSTITUTO	21
5.2.1.6.1 ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER.....	22
5.2.1.7 FACTORES LIMITANTES DE LA COMERCIALIZACIÓN.....	23
5.2.1.8 ANÁLISIS DE LOS PRECIOS	24
5.2.2 MERCADO ECUATORIANO	25
5.2.2.1 EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE BANANO	26
5.2.2.2 PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO EXTRANJERO.....	27
5.2.3 FACTIBILIDAD DE EXPORTACIÓN DESDE ECUADOR AL MERCADO IRLANDÉS.....	29
5.2.3.1 principales frutas que se consume en el mercado irlandes	31
5.2.3.2. BANANA DESHIDRATADA EXPORTADA A IRLANDA DESDE ECUADOR	32
5.2.3.3 PRINCIPALES EXPORTADORES DE BANANA DESHIDRATADA EN ECUADOR.....	32
5.2.3.4 ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN	36
5.2.3.5 PLAZO DE ENTREGA	36
5.2.3.6 COMPETITIVIDAD	36
5.3 ACUERDOS COMERCIALES	37
5.3.1 ACUERDOS COMERCIALES DE IRLANDA.....	38
5.3.1.1 MIEMBRO DE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO.....	38
5.3.1.2 MIEMBRO DE LA ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONOMICO (OCDE).....	39
5.3.1.3 COMO MIEMBRO DE LA UNIÓN EUROPEA	39
5.3.1.4 COOPERACIÓN ECONÓMICA.....	40
5.3.1.5 MIEMBRO DE LA CONVENCIÓN SOBRE ADMISIONES TEMPORALES Y DE USO DE LOS CUADERNOS ATA	40
5.3.1.6 MIEMBRO DE LA CONVENCIÓN TIR	41

5.3.2 VENTAJAS DE LOS ACUERDOS EXISTENTES	43
5.4 DOCUMENTOS ADUANEROS Y NORMAS	46
5.4.1 PARTIDAS ARANCELARIAS	46
5.4.2 NORMAS IRLANDESAS	47
5.4.3 DOCUMENTOS Y REQUISITOS ESPECÍFICOS	47
5.4.3.1 DOCUMENTOS COMERCIALES PARA EXPORTAR DESDE ECUADOR	47
5.4.3.1.1 REGISTRO UNICO DECONTRIBUYENTES (RUC)	47
5.4.3.1.2 PROFORMA	47
5.4.3.1.3 FACTURA COMERCIAL	48
5.4.3.1.4 LISTA DE CONTENIDO	49
5.4.3.1.5 CERTIFICADOS DE ORIGEN CUADERNOS ATA Y CPD	49
5.4.3.2 DOCUMENTOS DE TRANSPORTE	49
5.4.3.2.1 CONOCIMIENTO DE EMBARQUE MARÍTIMO	49
5.4.3.3 DOCUMENTO DE SEGURO.....	51
5.4.3.3.1 SEGURO DE TRANSPORTE	51
5.4.3.4 CERTIFICADOS	51
5.4.3.4.1 CERTIFICADO DE ORIGEN	51
5.4.3.4.2 CERTIFICADO DE CALIDAD.....	52
5.4.3.5 TRÁMITES TRIBUTARIOS	53
5.4.3.5.1 IRLANDA CON EL RESTO DEL MUNDO.....	53
5.4.3.5.1.1 CLASIFICACIÓN DELAS MERCANCIAS; PARTIDA ARANCELARÍA	53
5.4.3.5.1.2 CERTIFICADO DE CIRCULACIÓN EUR.1 / DECLARACIÓN EN FACTURA	54
5.4.3.5.1.3 CERTIFICADO DE CIRCULACION ATR.1	54
5.4.3.5.1.4 DOCUMENTO ÚNICO ADMINISTRATIVO (DUA).....	54
5.5 LOGÍSTICA.....	55
5.5.1 ABASTECIMIENTO	55
5.5.2 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO	55
5.5.3 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	60

6. CONCLUSIONES	63
7. RECOMENDACIONES.....	65
8. REFERENCIAS	67
9. ANEXOS	78

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Banana	8
Figura 2: Mermelada de Banana.....	10
Figura 3: Beneficios de la Banana.....	11
Figura 4: Proceso de Deshidratación de la Banana	13
Figura 5: Irlanda	15
Figura 6: Consumo de KG de Frutas por Persona en Irlanda	16
Figura 7: Regiones Ultra Periféricas.....	18
Figura 8: Exportación de banana desde Ecuador al Mundo	27
Figura 9: Destinos de Exportaciones Ecuatorianas.....	30
Figura 10: Principales frutas importadas por Irlanda	32
Figura 11: Exportadora Isabelle	33
Figura 12: Análisis FODA (FO).....	34
Figura 13: Análisis FODA (DA).....	35
Figura 14: Convenio TIR	42
Figura 15: Niveles de Comercialización de Irlanda	61
Figura 16: Tesco.....	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Balanza Comercial de Irlanda	20
Tabla 2: Balanza Comercial de Ecuador	26
Tabla 3: Exportación de Banana desde Ecuador al Mundo	26
Tabla 4: Banana deshidratada Ecuador / Irlanda / Mundo	28
Tabla 5: Principales Frutas Importadas por Irlanda.....	31
Tabla 6: Partida Arancelaria de la Banana Deshidratada	46

1. TEMA

1.1 DELIMITACIÓN DEL TEMA

Investigación de mercado para la exportación y comercialización de bananas deshidratadas a Irlanda.

2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Verificar si dentro del consumo de frutas en el mercado irlandés, está en primer lugar el consumo de la banana, sin embargo existe poca variedad de bananas al momento de realizar una elección para la compra. Otro de los factores que afectan es el poco tiempo de conservación de la fruta debido a su lugar de destino en determinadas épocas del año.

¿Existe alguna forma de enviar más variedad de bananas, que se conserven sus nutrientes y que puedan ser adquiridas en cualquier época del año?

2.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Existe un mercado para el consumo de bananas deshidratadas en Irlanda?

2.3 FORMULACION DE HIPOTESIS

Irlanda es un mercado potencial para el consumo de bananas deshidratadas.

2.4 OBJETIVOS

2.4.1 OBJETIVOS GENERALES

- Determinar si existe o no mercado para la exportación y comercialización de banana deshidratada a Irlanda.

2.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar si el mercado irlandés es un mercado potencial para la exportación de banana deshidratada.
- Determinar si el mercado ecuatoriano, tiene el suficiente potencial para abastecer y satisfacer las necesidades de banana deshidratada al mercado irlandés.
- Identificar las condiciones y requerimientos que exige el mercado irlandés como barrera de entrada de la banana deshidratada.
- Determinar las mejores opciones de empaque, cadena de abastecimiento, mecanismos logísticos, modo de distribución y comercialización de las bananas deshidratadas para Irlanda.

2.5 JUSTIFICACIÓN

En la actualidad el consumo de frutas en Irlanda ha crecido rápidamente, es la tendencia de consumo en estos días lo que nos permite que las personas quieren estar saludables y a la vez sentirse bien con su cuerpo; es así que la alta demanda de frutas para un estilo de vida más saludable se incrementa ferozmente. Sin embargo, Irlanda al ser una isla; casi un 90% de frutas son importadas, obteniendo frutas con un alto porcentaje de químicos y preservantes, es por ello que queremos dar la alternativa de un producto que conserva al 100% todos sus nutrientes; sin químicos y sin preservantes adicionales que solo conservan el producto por un tiempo más de vida útil; logrando así que pueda llegar a un lugar de destino más distante sin ser arruinada o estropeada, con un alargue de vida útil y que se pueda obtener en épocas que normalmente no se producen (lograr adquirirla en cualquier época del año).

3. MARCO TEÓRICO

Irlanda, debido a su ubicación tiene un clima muy particular, el cual genera un gran limitante en la producción de un reducido número de frutas; siendo así, Irlanda es un país muy dependiente de las Importaciones, juega un papel muy importante y fundamental al momento de satisfacer la demanda nacional. (Información Irlanda, 2012).

El status de la fruta en Irlanda es favorable, debido a que la demanda de estos mantiene un crecimiento positivo estable; los hábitos de consumo benefician a productos de fácil consumo y preparación, como es el caso de las frutas. En el caso de Irlanda por contar con una amplia gama de establecimientos que ofrecen comida preparada (comida rápida, ensaladas, frutas, verduras) son un producto dentro de la dieta de los irlandeses. Las frutas más populares de consumo son las bananas y las manzanas, sobre todo como aperitivos entre comidas.

Los precios de las frutas son sensiblemente superiores a los del Ecuador; el precio desde el ingreso al país hasta el puesto de venta es muy grande. Los factores que determinan el precio son los costos de transporte, logística y el punto de venta final; siendo así que puede llegar a encontrarse que el precio de una fruta llega hasta el 800% de márgenes (debido a que los distribuidores minoristas juegan su papel en este punto).

La fruta ecuatoriana cuenta con una buena imagen comercial a nivel mundial frente a los importadores y/o distribuidores; sin embargo el consumidor no suele valorar al momento de comprar el origen de la fruta sino la calidad.

La distribución es mayorista y minorista, las mismas que se abastecen de Distribuidores y/o Importadores. Son muy pocos los distribuidores existentes en Irlanda, entre ellos podemos mencionar Keelings y Fyffes, mismos que han ejercido poder para importar y ofrecer servicios como empaquetado o etiquetado.

Al hablar de la distribución mayorista la cual tiene un 25% del total del mercado de la alimentación, podemos decir que el 75% son de los Distribuidores Minoristas, siendo así, los supermercados tales como TESCO (de origen británico), DUNNES STORES (irlandés) y SUERVALU (irlandés); mismos que lideran la distribución por su alto poder de negociación. (Oficinas Comerciales, 2012).

En general, el mercado de frutas en Irlanda es un mercado estable con un panorama favorable, dando la característica de consumo de fruta como producto básico en la dieta de los irlandeses.

Si nos ponemos a recordar un poco el origen de la banana es del Asia, desde 1940 se comenzó a cultivar en gran escala en nuestro país, con el pasar del tiempo su exportación se convirtió en la principal fuente generadora de divisas para el estado Ecuatoriano. Al llegar los años 50 se dio el boom bananero llegando a convertir al Ecuador en el primero exportador mundial de la fruta. El Ecuador dejó muy por debajo a todos los países productores de Centro América y El Caribe debido a que estos estaban siendo azotados por plagas y huracanes.

Los principales competidores en la actualidad que el Ecuador tiene son Colombia, Costa Rica y Filipinas; estos países son los que acceden a los mercados más importantes como son Estados Unidos; la Unión Europea y también al mercado de China debido a su ubicación geográfica. (FAO Países Exportadores de Banano, 2003).

Ahora al hablar de frutas deshidratadas debemos entender ¿qué es el deshidratado? es la extracción artificial de la mayor parte de la humedad natural, y conservando en la mayor medida posible su color, aroma y sabor original, y su calidad alimentaria, es decir, el proceso de deshidratado (o secado) es un proceso simultáneo de transferencia de masa y calor que consiste en la separación de un líquido a sólido por evaporación. El deshidratado de frutas es una tarea sencilla, pero requiere de tiempo y exposición a los agentes que arrastran el agua y humedad contenida en las fibras orgánicas. Y el ¿para qué deshidratar? porque

nos permite tener un producto que lo podemos utilizar mucho tiempo después de su cosecha, conservando sus cualidades naturales. (Barbosa, 2000).

La fruta ecuatoriana es dulce por el clima; y los empresarios, relacionados con el negocio, notaron el potencial de la deshidratación para exportar hacia Estados Unidos y la Unión Europea, que son los países que más demandan este producto.

El consumo de esta fruta deshidratada ha ido incrementando en estos últimos años en los distintos países de la Unión Europea. La tendencia de crecimiento al consumo se debe a la expansión geográfica de todos estos productos gracias a que en la actualidad goza de un comercio cada vez más rápido, seguro y económico; e indirectamente gracias al incremento experimentado por el turismo y al progreso de las técnicas de transformación y envasado de las frutas.

Con respecto a la teoría económica en la cual nos basamos es en la de Adam Smith, siendo en su obra *Las Investigaciones sobre la Naturaleza y Causas de la riqueza de las Naciones*; su principio es: ***“...Los distintos bienes deberán producirse en aquel país en que sea más bajo su costo de producción y desde allí, exportarse al resto de las naciones...”***. Por lo tanto define la denominada ***Ventaja Absoluta como la que tiene aquel país que es capaz de producir un bien utilizando menos factores productivos que otros, es decir, con un coste de producción menor***. Defiende además el ***Comercio Internacional libre sin trabas para alcanzar y dinamizar el proceso de crecimiento económico***, y este comercio estaría basado en el principio de la Ventaja Absoluta. Así mismo cree en la movilidad internacional de factores productivos.

Es así que decimos que el Ecuador tiene esa Ventaja Absoluta en relación a los otros países cuando hablamos de la Banana, primero gracias a las condiciones climáticas y ecológicas, ya que debido a este factor puede asegurar la posibilidad de abastecer la demanda mundial los 365 días del año y segundo su sabor inigualable y su alto nivel de calidad. Si a esto le añadimos un valor agregado

(deshidratado) será mucho mejor poder exportar esta fruta conservando todas estas características que nos diferencian de nuestros competidores y aumentando el tiempo de vida útil de nuestro producto sin perder el sabor característico y sus nutrientes.

4. METODOLOGÍA

El método que se ha escogido para este Plan es el Hipotético-Deductivo ya que a consideración personal este método es el más completo, porque en estese planea una hipótesis, la cual se puede analizar deductiva o inductivamente y a continuación comprobar experimentalmente, es decir, que se busca que la parte teórica no pierda su sentido, por ello la teoría se relaciona posteriormente con la realidad.

Podemos darnos cuenta que este método contiene varios sub-métodos, que son el inductivo o el deductivo y el experimental, este último es opcional.

Cada sub-método tiene sus aspectos fuertes o principales que los destaca uno de otro, a continuación se los mencionará uno por uno con su respectiva fortaleza; y finalmente se explicará la unión de cada uno de ellos en un todo, el cual conformará los argumentos de la elección que realice sobre el tipo de Método a ser aplicado en este Plan.

MÉTODO DE LA DEDUCCIÓN: es el que sigue paso a paso, siendo lo más lógico y simple, para poder descubrir algo que hemos pasado por alto. (Definición Método Deductivo, 2012).

MÉTODO DE LA INDUCCIÓN: se destaca por tener en cuenta la cantidad de elementos del objetivo de estudio, el poder obtener una gran cantidad de información de cada uno de los elementos y sus características comunes entre ellos. (Definición Método Inductivo, 2012).

MÉTODO DE LA EXPERIMENTACIÓN CIENTÍFICA: la gran mayoría de los conocimientos que adquirimos es gracias a la experiencia, es así que este método permite sentirse más seguro de lo que se está haciendo debido a que tiene conocimiento de ello, permitiendo modificar las variables para mejoramiento de nuestra investigación.

En resumen este **MÉTODO HIPOTÉTICO-DEDUCTIVO**, consiste en formular hipótesis para deducir sus consecuencias y que puedan ser confrontadas con hechos. De esta confrontación o se negará o se confirmará esta hipótesis.

5. DESARROLLO

5.1 GENERALIDADES DE LA BANANA

5.1.1 DESCRIPCIÓN DE LA FRUTA



Figura 1: Banana

Fuente: Dissupp

...El nombre científico de la banana es **musa cavendishii**, alrededor del mundo es llamado plátano, banana, banano, cambur, guineo, platanero.

El plátano es originario de Asia: llegó a las costas mediterráneas en el año 650 A.C y a las Islas Canarias en el siglo XV, y desde allí fue traída a América en el año 1516, en donde es conocido con el nombre de **banana**, siendo esta fruta la que se convirtió en uno de los alimentos básicos de los países tropicales y caribeños ya que necesitan de un clima cálido y húmedo para cultivarse perfectamente, por tales razones los principales países productores de plátanos son los países tropicales y caribeños de América y en menor proporción, en el sudeste asiático.

La banana es una fruta tropical de piel gruesa y pulpa carnosa –de tonalidad blanca o ligeramente amarillenta–, y cuando está maduro tiene un sabor y un olor suaves y delicados. (Euroresidentes, 2012).

5.1.2 ESPECIFICACIÓN DE LA FRUTA

Planta herbácea de grandes dimensiones, que en algunos países llaman banano. Pertenece a la familia de las Musáceas. (Boletín Agrario, 2012). Las especies más destacadas son: la musa acuminata colla que ha dado origen a las variedades comerciales, musa balbisiana colla y musa acuminata diploide.

VARIEDAD:	Cavendish y Williams
ORIGEN:	Machala / Quevedo - Ecuador
DESCRIPCIÓN:	Entero: 10-16,5 cm de largo y 1,7-2,6 cm de ancho En Rodajas: 3 a 5 mm de grosor y 2 a 2,5 cm de diámetro. Trozos: 2-3 cm de largo
SABOR Y OLOR:	Banano
TEXTURA:	Suave y Seca
HUMEDAD:	13% – 17%
MÉTODO DE SECADO:	Deshidratación, 100% naturales, sin SO ₂ /preservantes

Desde el punto de vista para la exportación, el banano debe ser cultivado con tecnología de punta y exhaustivo control de todos sus requerimientos.

Elaborados del sector a nivel mundial:

- Banano en almíbar y en rodajas deshidratadas (sin freír).
- Banano congelado.
- Banano deshidratado en hojuelas.
- Banano pasa (higo).
- Banano liofilizado.
- Bebidas alcohólicas y etanol a partir de banano.
- Harina y polvo de banano.
- Jaleas, mermeladas, compotas y bocadillos de banano.
- Jugos, néctares, y bebidas de banano.
- Puré de banano.
- Rodajas fritas de banano.
- Sabor y aroma de banano.
- Vinagre de banano.
- Bebidas de banano.
- Pulpa de banano.



Figura 2: Mermelada de Banana

Fuente: Produits - Exotiques

5.1.3 VENTAJAS NUTRICIONALES

5.1.3.1 CARACTERÍSTICAS NUTRICIONALES Y MEDICINALES



Figura 3: Beneficios de la Banana

Fuente: Marialva

El banano es un alimento muy completo, fácil de digerir para personas de cualquier edad, especialmente si se consume después de una comida muy ligera entre comidas o merienda, y una de las frutas más nutritivas y preferidas de los niños.

Contrario a la creencia de que el banano aumenta de peso, dicha fruta es un alimento de gran valor nutricional en las dietas para disminuir de peso.

Su suave sabor transmite todo su potencial vitamínico y mineral. Posee vitamina a, b, c, e, calcio, magnesio, silicio, fósforo, azufre, hierro y sodio, y es especialmente rico en vitamina b6, ácido fólico y potasio, por lo que es un alimento ideal para deportistas y para los niños.

...el azúcar de las frutas es fructosa, pero el plátano contiene además glucosa. No conviene a los diabéticos. En la actualidad, la alta cocina lo

utiliza desecado, maduro y pelado para labores de pastelería y es seguro que muchos bebés habrán comido la deliciosa y nutritiva papilla de plátanos maduros con azúcar.

Los plátanos son muy ricos en hidratos de carbono por lo cual constituyen una de las mejores maneras de nutrir de energía vegetal nuestro organismo. Serán muy indicados para la dieta de los niños, que precisan muchas veces de un alimento que pueda saciar su hambre rápidamente. Igualmente para los deportistas o para cualquier persona que requiera un sano *tentempié* en cualquier momento... (Alimentación Sana, 2012).

5.1.4 PROCESO DE DESHIDRATACIÓN

La deshidratación consiste en eliminar una gran cantidad de la humedad que contienen los alimentos manteniendo su valor nutritivo original, en este caso, el del banano, para que no se dañe y se conserve por mucho más tiempo, para poder tener acceso a los mercados más distantes y en épocas que normalmente no se los puede producir.

Deshidratar es uno de los procedimientos más antiguos para hacer conservables los alimentos. En términos generales la deshidratación aprovecha el hecho de que el crecimiento de microorganismos se frena cuando el contenido de agua está por debajo de cierto nivel. En este proceso es importante extraer el agua de la fruta con el mayor cuidado posible. Las condiciones más importantes para una buena deshidratación: temperaturas moderadas y buena ventilación.

...la deshidratación produce una reducción del volumen y peso en los productos secados. El secado es un proceso en el que el agua se elimina para obtener o aminorar el crecimiento de microorganismos perjudiciales, así como de ciertas reacciones químicas. el departamento de agricultura de estados unidos define como producto deshidratado el que no contiene más del 2,5% de agua (base seca),mientras que el alimento seco es todo aquel producto alimenticio que ha sido expuesto a un proceso de eliminación de agua y que contiene más del 2,5% de agua ... (Barbosa, 2000, PAG.2).

A continuación se presenta un esquema para la transformación de fruta fresca a fruta deshidratada primero en forma esquemática y luego en forma descriptiva:



Figura 4: Proceso de Deshidratación de la Banana

COSECHAR Y SELECCIONAR

Después de la cosecha se seleccionará la fruta, pues para la producción de fruta deshidratada sólo se utilizarán las frutas frescas.

LAVAR Y PELAR

El lavado de la fruta se hará con mucho cuidado por los eventuales daños que se pueden producir en la fruta.

CORTAR Y SECAR

La fruta se cortará en pedazos uniformes, luego se colocará en capas delgadas sobre rejillas y se secará mediante hornos de secado.

CLASIFICAR Y EMPACAR

Antes del empaque se seleccionará nuevamente el producto, es decir se retirarán los trozos que hayan cambiado de color y se hayan tornado oscuros.

5.2 ESTUDIO DE MERCADO

La isla de Irlanda es la localidad más occidental de Europa, se divide en dos: **Irlanda del Norte** es parte del Reino Unido, y **República de Irlanda**, que se independizó de Gran Bretaña en 1921.

Frontera: Reino Unido

Población: "4.670.976"

PIB per Cápita: "38.531 €"

Capital: Dublín

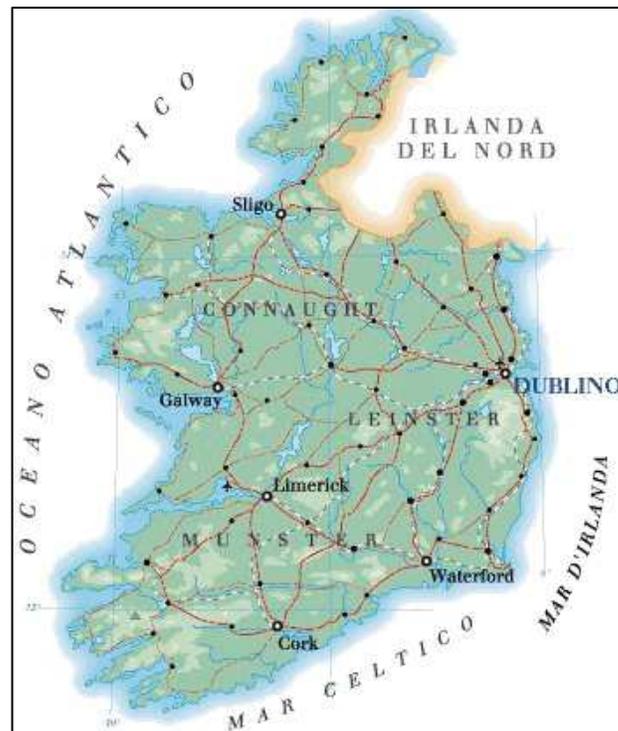


Figura 5: Irlanda

Fuente: Taringa

5.2.1 MERCADO IRLANDÉS

Irlanda para poder abastecer su consumo interno debe realizar cuantiosas importaciones de frutas, por causa del clima que posee, es limitada en cuanto a la variedad de fruta que pueden cultivar, es por ello que las importaciones juegan un importante papel para la demanda comercial.

El consumo de fruta en Irlanda ha sido siempre favorable (crecimiento positivo estable) inclusive cuando ha existido contracción económica; los factores que se pueden destacar y considerar importantes para que la demanda de frutas se incremente constantemente son: El Hábito por consumo de alimentos saludables y la falta de tiempo libre para consumir alimentos; son factores directamente proporcionales para el aumento del consumo de frutas, las mismas que requieren

nula y/o fácil preparación. Las frutas son un aperitivo entre las comidas y son un producto popular dentro de la dieta de los irlandeses gracias a las campañas de concientización que realiza el Gobierno de Irlanda sobre el incluir este tipo de productos en su dieta.

Las frutas ecuatorianas poseen una buena imagen comercial entre importadores y distribuidores, pero para el consumidor final es insignificante el origen del producto con tal de que la calidad sea alta.

Al revisar los datos estadísticos de Irlanda, podemos encontrar los datos de consumo de frutas, detallado a continuación:

País: Irlanda

Ítem: Frutas, Otras

Elemento: Cantidad de suministro de alimentos (kg/persona/año)

Unidad: Kg

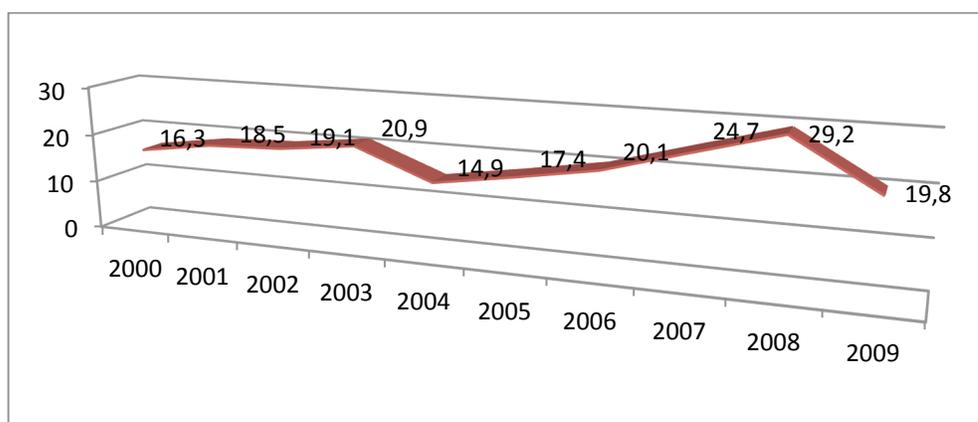


Figura 6: Consumo de KG de Frutas por Persona en Irlanda

Fuente: FAOSTAT

Se puede concluir y afirmar que el consumo de frutas en Irlanda es estable y favorable; este se ha ido aumentando debido a su popularidad y su naturaleza como producto básico; a pesar que en el 2009 hubo una decaída debido a la crisis económica severa que sufrió Irlanda, sin embargo volvió a crecer su consumo paulatinamente mientras Irlanda iba estabilizándose. (Presseurop, 2010).

5.2.1.1 ESTUDIO DE MERCADO

La población total de Irlanda en el año 2012 es de 4.670.976 habitantes que viven en la República de Irlanda (1,7 millones aproximadamente en la Gran Área de Dublín). En el periodo de 1841 a 1850 la población pasó de 6,5 millones a 5,1 millones después de la Gran hambruna, acompañada de una emigración masiva. La población siguió decreciendo en el periodo de 1960 a 1961 de 3,2 millones de habitantes a 2,8 millones, pero a partir de este momento volvió a crecer. En el periodo de 1990 - 2000 la inmigración ha aumentado. No obstante, desde el estallido de la crisis económica en 2008 la inmigración ha disminuido considerablemente y ha aumentado la emigración.

5.2.1.2 PRINCIPALES PRODUCTORAS EN LA UNIÓN EUROPEA

La cultura alimenticia irlandesa está basada en la concientización de alimentarse sanamente (al realizar campañas permanentes directamente relacionadas que la salud = alimentación); es por ello que ha generado un consumo de frutas (2 o más veces al día), y que está presente en la alimentación de los niños y adultos Irlandeses.

5.2.1.3 PERFIL DEL CONSUMIDOR

Al referirnos a una fruta, el perfil de consumidor no se enmarca o delimita en características específicas, sino más bien podríamos decir que abarca a la gran mayoría de la población Irlandesa (siendo estos niños, jóvenes, adultos, ancianos en general); exceptuando aquellas personas que no tengan gusto por el banano y/o tengan restricciones alimenticias de consumir dicha fruta.

Sin embargo debemos segmentar el mercado al cual queremos llegar con nuestro producto; es por ello que lo segmentamos de la siguiente manera:

Ciudad:	Dublín, Cork, Limerick
Género:	Hombre y Mujeres
Edad:	Entre 5 y 70 años
Nivel Socio-Económico:	Medio y Medio-Alto
Ideales:	Preocupación por su salud

5.2.1.4 PRINCIPALES PRODUCTORAS EN LA UNIÓN EUROPEA



Figura 7: Regiones Ultra Periféricas

Fuente: Gobierno de Canarias

...Las principales áreas productoras de banano en la Unión Europea se encuentran en el Argot Comunitario o comúnmente denominadas regiones ultra periféricas (RUP),y son aquellos territorios que aun estando geográficamente alejados pertenecen a la Unión Europea.

Entre las principales productoras podemos mencionar: a las Islas Canarias (España), Martinica y Guadalupe (Francia), Madeira y los Azores (Portugal), también hay producción en la isla de Creta (Grecia) y Chipre. Los costos de producción del banano dentro de la UE son 2 ó 3 veces más altos que en América Latina y su productividad es mucho más baja. (AACUE, 2007)

5.2.1.5 DEMANDA Y OFERTA DEL PRODUCTO

5.2.1.5.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA

El porcentaje de la agricultura en la estructura económica de Irlanda es poco significativa, sin embargo tiene un papel muy importante como abastecedor de la demanda de ciertos productos y generador de empleo.

En relación a la industria hortofrutícola, Irlanda se destaca por ser un país importador debido a sus condiciones climáticas (temperaturas de entre -4°C y 12°C durante el año) y geográficas (con extensas regiones que no son habilitadas). Irlanda tuvo una decaída en lo que respecta a la producción de frutas debido a la reforma que tuvo la industria azucarera dirigida por la Unión Europea en el 2006.

En cuanto al comercio exterior, Irlanda es un claro importador. Las importaciones superan casi en el doble (190% aproximadamente) de las exportaciones debido a que importa gran cantidad de productos que no pueden ser producida en dicho país. (CSO, Estadísticas Irlanda, 2011).

COMERCIO EXTERIOR			
(en millones de euros)			
AÑO	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES	SUPERAVIT
2005	57,465	86,732	29,267
2006	60,857	86,772	25,915
2007	63,486	89,226	25,74
2008	57,585	86,394	28,81
2009	45,061	84,239	39,178
2010	45,764	89,193	43,429
2011	48,261	92,888	44,627

Tabla 1: Balanza Comercial de Irlanda

Fuente: CSO Estadísticas Irlanda, 2011

5.2.1.5.2 ANALISIS CUALITATIVO DELA DEMANDA

El consumo de frutas en Irlanda es la menor de la región principalmente si se compara con países de dieta mediterránea (España, Francia, Italia, Grecia y Malta), la mencionada dieta se caracteriza por un alto consumo de: vegetales (frutas, verduras, legumbres), pan, cereales, aceite de oliva, vino.

Sin embargo, se aprecia el creciente consumo de frutas a partir de los años 90's, debido al crecimiento económico del país, dando paso a la expansión de una poderosa industria de la alimentación.

El rápido aumento del poder adquisitivo por parte del consumidor, fue directamente proporcional al aumento de los precios de los productos, sin embargo existió una escasa resistencia por parte del consumidor.

El consumidor irlandés tiene el hábito de comer y cenar fuera del hogar y, a pesar de la actual coyuntura económica, continúa con dicho hábito de por lo menos una

vez a la semana elegir platos con presentación de frutas tanto en guarniciones como en postres y bebidas.

De igual manera, las campañas que realiza el Gobierno de Irlanda en el tema de hábitos saludables (dieta equilibrada / cambios alimentarios en la población), ha propiciado que la fruta mantenga un crecimiento estable, siendo un consumo con mayor incidencia durante la semana (obteniendo así una mayor demanda de frutas); en la población activa joven, manteniendo un equilibrio entre las demandas laborales y una mayor calidad de vida. Mediante la creación de organismos tales como son: Nutrition and Health Foundation y National Functional Foods Forum y Bord Bia (Agencia Estatal encargada de la industria alimentaria irlandesa), el gobierno impulsa el consumo de frutas (como principal importancia para una dieta equilibrada).

La influencia de los supermercados (Sector privado) es uno de los principales factores que ha incrementando la oferta de fruta; al realizar campañas de promoción en relación a las campañas del gobierno sobre la concienciación de dieta equilibrada (siendo su estrategia de adicionar etiquetas con información nutricional).

5.2.1.6 PRODUCTO SUSTITUTO

La fruta deshidratada tiene como productos sustitutos:

- Fruta Fresca
- Barra de Cereal Energéticas
- Cereal o “CornFlakes”
- Compotas de Banana

5.2.1.6.1 ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER

1. Poder de negociación de los Compradores o Clientes

- Grado de dependencia de los canales de distribución: Llegar a los clientes abarcando los puntos de venta pequeños (tiendas de esquina) a nivel local.
- Disponibilidad de información para el comprador: Por medio de publicidad brindar al cliente mas información acerca de los beneficios de nuestro producto

2. Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores

- Número de productos sustitutos disponibles en el mercado: al referirnos que nuestro producto es saludable, directamente competiríamos con los productos naturistas, cereales, compotas.

3. Amenaza de entrada de nuevos competidores

Actualmente los consumidores están teniendo un notable cambio de gustos y preferencias, Dejando de consumir comida chatarra y alimentándose más sanamente.

- Economías de Escala: Obligando a nuevos competidores tengan un costo unitario más alto.
- Valor de la Marca: Ecuador tiene bien posicionada la Marca País dando al mundo frutas de excelente calidad y sabor.

4. Amenaza de productos sustitutos

Hoy en día las personas tiene mayor facilidad de obtener información acerca de los productos que pueden afectar su bienestar, es por ello que los consumidores se enfocan en optar al momento de su compra por productos saludables y bajas en calorías; ayudando favorablemente al incremento de productos sanos y naturales.

- Precios relativos de los productos sustitutos.

5. Rivalidad entre los competidores

Al ser Irlanda un nicho de mercado que no es explotado en su totalidad y la tendencia de consumir sanamente; a futuro tendremos un crecimiento extraordinario en la industria alimenticia de productos sanos; es por ello que la rivalidad entre los competidores será más fuerte

- Crecimiento industrial.

5.2.1.7 FACTORES LIMITANTES DE LA COMERCIALIZACIÓN

Al referirnos a la Comercialización, el factor principal que lo delimita es la Distribución, el cual influye debido a:

Alta dependencia de Reino Unido en relación a sus importaciones, incrementando notablemente en tiempo (tránsito) y costos (transporte). La gran mayoría de los minoristas y distribuidores existentes en Irlanda poseen sus centros de distribución y decisión en el Reino Unido.

Irlanda al ser una isla tiene una gran limitación tanto por vía aérea como marítima, lo que también repercute en costo y tiempo de transporte.

La fruta en un gran porcentaje, que ofertan los minoristas, es principalmente importada por lo tanto es alta la demanda de fruta extranjera.

El factor “perecedero” del producto es decisivo en el precio elevando el costo de éste.

Además, debemos recalcar que en Irlanda los intermediarios comerciales juegan un papel importante en la comercialización, ya que al ser mayoristas irlandeses, tienen un gran porcentaje de participación en el mercado, y estos son:

- BWG FoodLimited
- Gilmartin´s
- LeydensLimited
- M&P O´Sullivan
- Cox´s

5.2.1.8 ANÁLISIS DE LOS PRECIOS

La fruta en Irlanda no es gravada con ningún tipo de impuesto, porque el Gobierno trata de impulsar su consumo. Sin embargo por la dependencia de las importaciones, este país tiene precios de frutas sensiblemente más altos que otros países europeos.

Por otra parte, Irlanda goza con una gran variedad de establecimientos oferentes de fruta en los que el precio varía extraordinariamente. El precio final tiende a estar influenciado por un alto margen de ganancia; el origen de este margen es la existencia de los minoristas, puesto que los intermediarios de la distribución trabajan con precios similares.

5.2.2 MERCADO ECUATORIANO

El Ecuador se encuentra dentro de los primeros trece países que conforman el “Club de los países Megadiversos” (Medio Ambiente, 2010), está lleno de recursos naturales, su ubicación geográfica al noreste de Sudamérica tiene dos ventajas fundamentales:

La primera es la facilidad de transporte para que las exportaciones sean vía terrestre (por carreteras a los países colindantes), marítima (por el océano Pacífico) o aérea (con el resto del mundo).

La segunda es que solo tiene dos estaciones climáticas (lluviosa y seca) las cuales influyen directamente en todas las industrias y sectores productivos del país.

Al término del año 2011 las exportaciones totales llegaron \$22.322.347,89USD y las importaciones \$22.945.794,28USD; resultando en un déficit de balanza comercial (en términos FOB) de \$623.446,39USD, cifra significativamente menor a la presentada en el 2010 que alcanzó \$1.788.780,27. (BCE, 2012)

Las exportaciones del 2010 al 2011, crecieron un total de 27,63%, el volumen total acumulado de exportaciones, medido en toneladas, creció 3,3% en relación a 2010; los bienes no petroleros tuvieron un importante crecimiento de 13,5% y alcanzaron casi 8,8 millones de toneladas. Por el lado de las importaciones, éstas cerraron el año con un crecimiento de 17,9% impulsado por un mayor crecimiento en las compras de combustibles y materias primas; el crecimiento en volumen fue de 5,5% llegando a 14,4 millones de toneladas. (BCE, 2012)

	EXPORTACIÓN	IMPORTACIÓN	VARIACIÓN
2010	17489922,11	19278702,38	-1788780,27
2011	22322347,89	22945794,28	-623.446,39

Tabla 2: Balanza Comercial de Ecuador

Fuente: (BCE, 2012)

5.2.2.1 EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE BANANO

El monto en dólares de las exportaciones ecuatorianas de Bananas o Plátanos, al mundo presenta un crecimiento del 12.44% en el periodo 2005-2011.

	FOB (USD)	TONELADAS
2005	1.023.610	4.700.965
2006	1.084.394	4.848.939
2007	1.213.489	4.958.039
2008	1.302.549	5.288.236
2009	1.640.528	5.360.007
2010	1.995.654	5.728.298
2011	2.032.769	5.156.070

Tabla 3: Exportación de Banana desde Ecuador al Mundo

Fuente: (BCE, 2012)

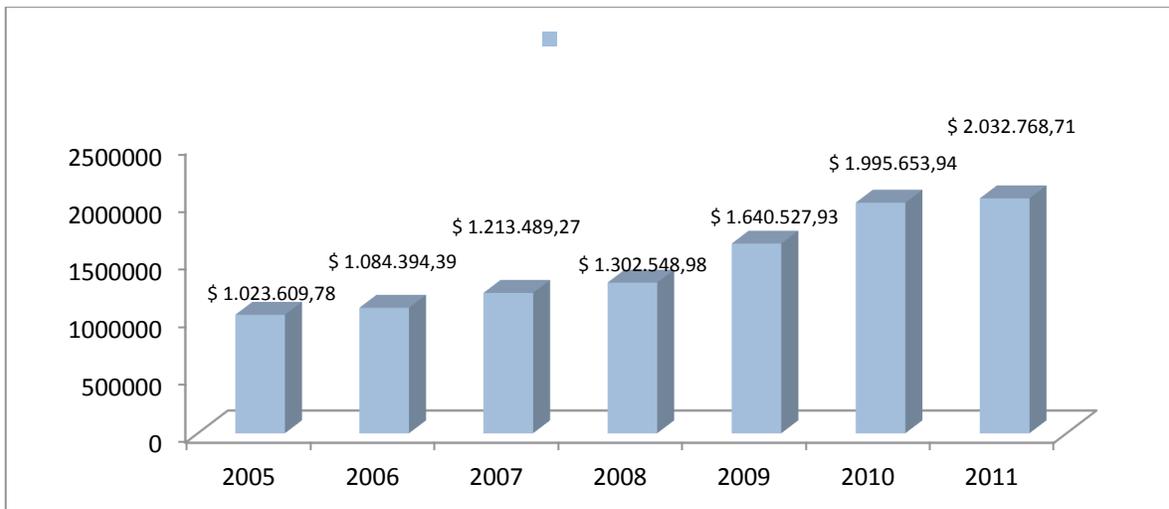


Figura 8: Exportación de banana desde Ecuador al Mundo

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2012)

Existen 2 grupos de productos en las exportaciones de Banano o Plátano:

- FRESCOS que comprenden las partidas arancelarias (08030011, 08030012, 08030013, 08030019)
- SECOS que están contenidos en la partida (08030020).

Al realizar el análisis enfocándose solo en el producto de banana deshidratada (seca), el Ecuador ha ido incrementando su exportación hacia los mercados extranjeros durante los últimos años; cabe mencionar que presenta solo en el periodo 2008 – 2009 una disminución debido a la crisis económica que sufrió Europa; a partir del 2010 las exportación tomaron fuerza y se incrementaron aceleradamente (346%).

5.2.2.2 PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO EXTRANJERO

Del total de las exportaciones de banana deshidratada ecuatoriana, solo representa el 0,04% las destinadas al mercado irlandés; y del total de las

importaciones de banana deshidratada que realiza Irlanda, solo el 1,62% es proveniente del mercado ecuatoriano.

Irlanda importa desde Ecuador en (miles de UDS)		
Valor en 2009	Valor en 2010	Valor en 2011
821	1125	881
Ecuador exporta hacia el mundo en (miles de UDS)		
Valor en 2009	Valor en 2010	Valor en 2011
1995950	2033794	2246350
Irlanda importa desde el mundo en (miles de Código del producto: 080300UDS)		
Valor en 2009	Valor en 2010	Valor en 2011
54136	57960	68217

Tabla 4: Banana deshidratada Ecuador / Irlanda / Mundo

Fuente: (INTERNATIONAL TRADE MAP, 2012)

Los mercados para el banano deshidratado ecuatoriano están diversificados de la siguiente manera: Estados Unidos, Rusia, Australia Argentina, Japón, Unión Europea (España, Alemania, Irlanda).

Los principales países proveedores de plátano procesado son: República Dominicana, México, Colombia, Honduras, Guatemala y las Islas Canarias principales competidores en la actualidad son Colombia y Costa Rica.

Un hecho preocupante a mencionar es que la productividad de estos países es mayor que la nuestra, la misma que se basa en la relación de estabilidad de los productores con exportadores, mediante la suscripción de contratos a largo plazo.

Este es uno de los graves problemas que padece el Ecuador. Nuestra productividad vs. Nuestros principales competidores son deficientes, es decir, el Ecuador, a pesar de ser el primer exportador mundial de banano, tiene la productividad más baja en comparación a nuestros principales competidores, incluido Camerún.

En cambio en países como Colombia, Costa Rica, Guatemala y otros, el 100% de la fruta producida es comercializado en su totalidad, mediante la suscripción de contratos a largo plazo entre productores y exportadores; ello permite una estabilidad y un precio promedio anual racional, equilibrado y justo; que a más de seguridad jurídica permita al exportador abastecimiento, calidad y precios en el exterior; así como contratar espacios navieros a precios convenientes.

Estas ventajas permiten que el exportador nacional siga proporcionando al productor beneficios y servicios, tales como: insumos, capacitación, tecnología, créditos, etc., logrando con ello obtener producciones sumamente elevadas, disminuyendo el permanente impacto de los costos.

5.2.3 FACTIBILIDAD DE EXPORTACIÓN DESDE ECUADOR AL MERCADO IRLANDÉS

...¿Sabía usted que tres de cada diez bananos consumidos a nivel mundial son producidos en el Ecuador?

El buen clima y calidad de los suelos, hacen que las plantaciones bananeras ecuatorianas requieran solamente la mitad de los ciclos fungicidas, en comparación con otros países productores de banano. Su disponibilidad es permanente durante todo el año...

(Oficina Comercial del Ecuador, 2010)

En otras palabras podemos decir que el Ecuador tiene una participación mundial de banano del 30%.

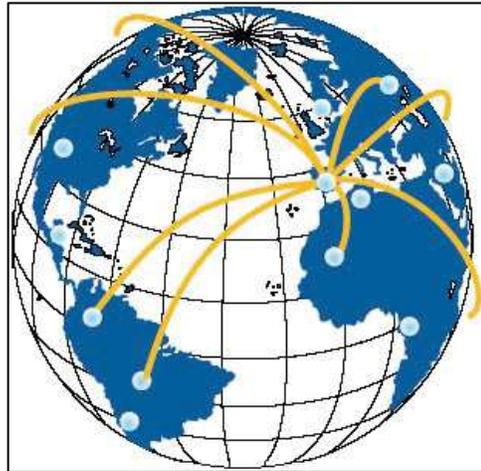


Figura 9: Destinos de Exportaciones Ecuatorianas

Fuente: Mundo Textil Blog

Ahora debemos ver el porcentaje de participación que tiene el Ecuador en el mercado irlandés; tomando los datos anteriores del comercio de banana deshidratada:

Irlanda importa desde el mundo: \$ 68217 (miles USD)

Irlanda importa desde Ecuador: \$ 881 (miles USD)

Entonces podríamos decir que el Ecuador tiene una participación de mercado 1,29% en Irlanda.

5.2.3.1 PRINCIPALES FRUTAS QUE SE CONSUME EN EL MERCADO IRLANDES

...Las frutas frutos secos representaron el 10% de todos los alimentos comprados en peso. Manzanas, naranjas y plátanos fueron los más populares de todos los frutos adquiridos por con las familias. (Central Statistics office, 2006)

Las frutas más consumidas en el mercado irlandés son:

Banana

Manzana

Mandarinas

Uvas

Peras

En el siguiente cuadro podremos apreciar el valor en euros de lo que importa Irlanda de todo el mundo de cada una de las frutas más consumidas durante el 2011:

BANANAS	4540,78
MANZANAS	4498,72
MANDARINAS	847,50
UVAS	637,520
PERAS	620,40
KIWI	47,82
NARANJAS	244,89
PIÑAS	167,90

Tabla 5: Principales Frutas Importadas por Irlanda

FUENTE: (EXPTHHELPDESK, 2012)

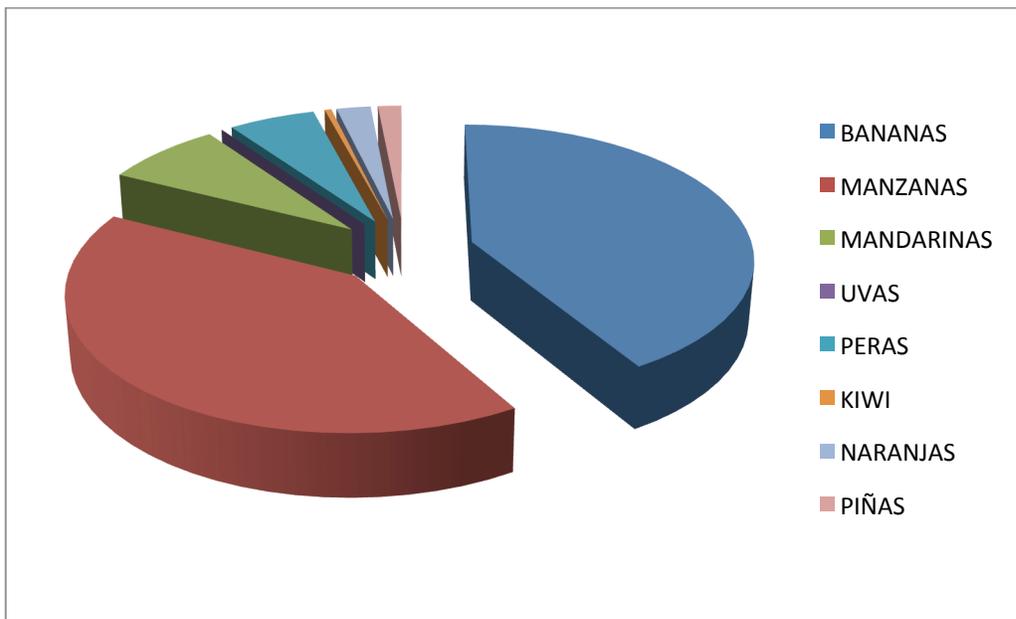


Figura 10: Principales frutas importadas por Irlanda

Fuente: ExportHelpdesk

5.2.3.2. BANANA DESHIDRATADA EXPORTADA A IRLANDA DESDE ECUADOR

La escasa participación que tiene el Ecuador en el mercado irlandés, es debido a que pocas empresas existentes dentro del territorio ecuatoriano se dedican a realizar el proceso de deshidratación de frutas.

5.2.3.3 PRINCIPALES EXPORTADORES DE BANANA DESHIDRATADA EN ECUADOR

Podemos encontrar 15 empresas existentes en el país, las cuales realizan la producción de frutas deshidratadas y casi todas exportan el producto, sin embargo

la mayoría también abastecen el mercado nacional en autoservicios, supermercados y tiendas especializadas.

Entre las principales podemos mencionar las siguientes:



Figura 11: Exportadora Isabelle

Fuente: IsabelleFruits

- SWEET FRUITS (Guayaquil)
- DAFROSIA (Guayaquil)
- JOLIBANANA (Guayaquil)
- Biolcom (Puembo)
- Sudamericana De Frutas (Quito)
- AcorpiiBiolcom (Cumbaya)
- Isabelle (Guayaquil)
- PlatayucCia. Ltda. (Quito)

Un análisis FODA, permitirá tener un conocimiento global, para poder examinar la factibilidad o no sobre el mercado irlandés para la exportación de banana deshidratada desde el Ecuador:

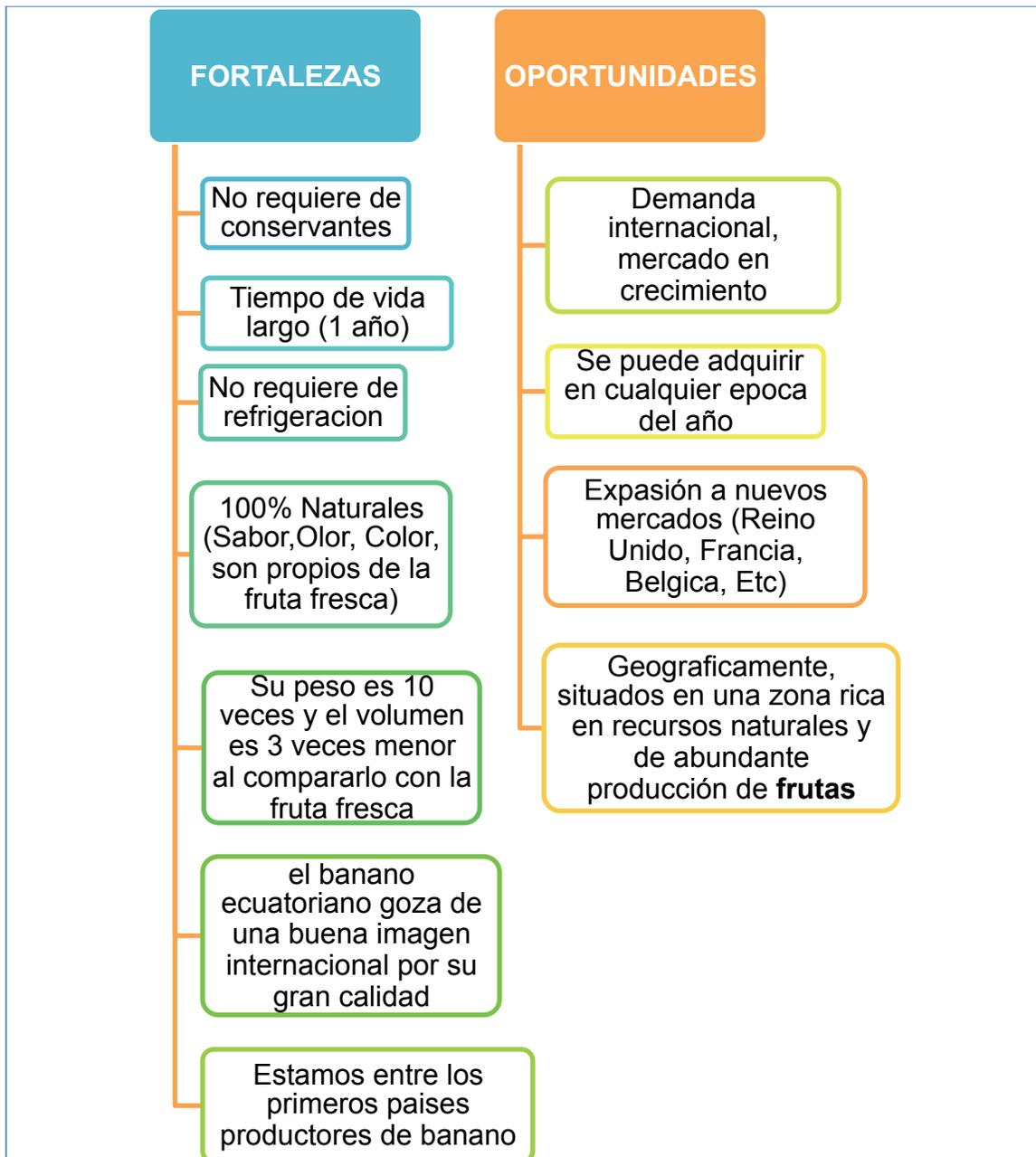


Figura 12: Análisis FODA (FO)

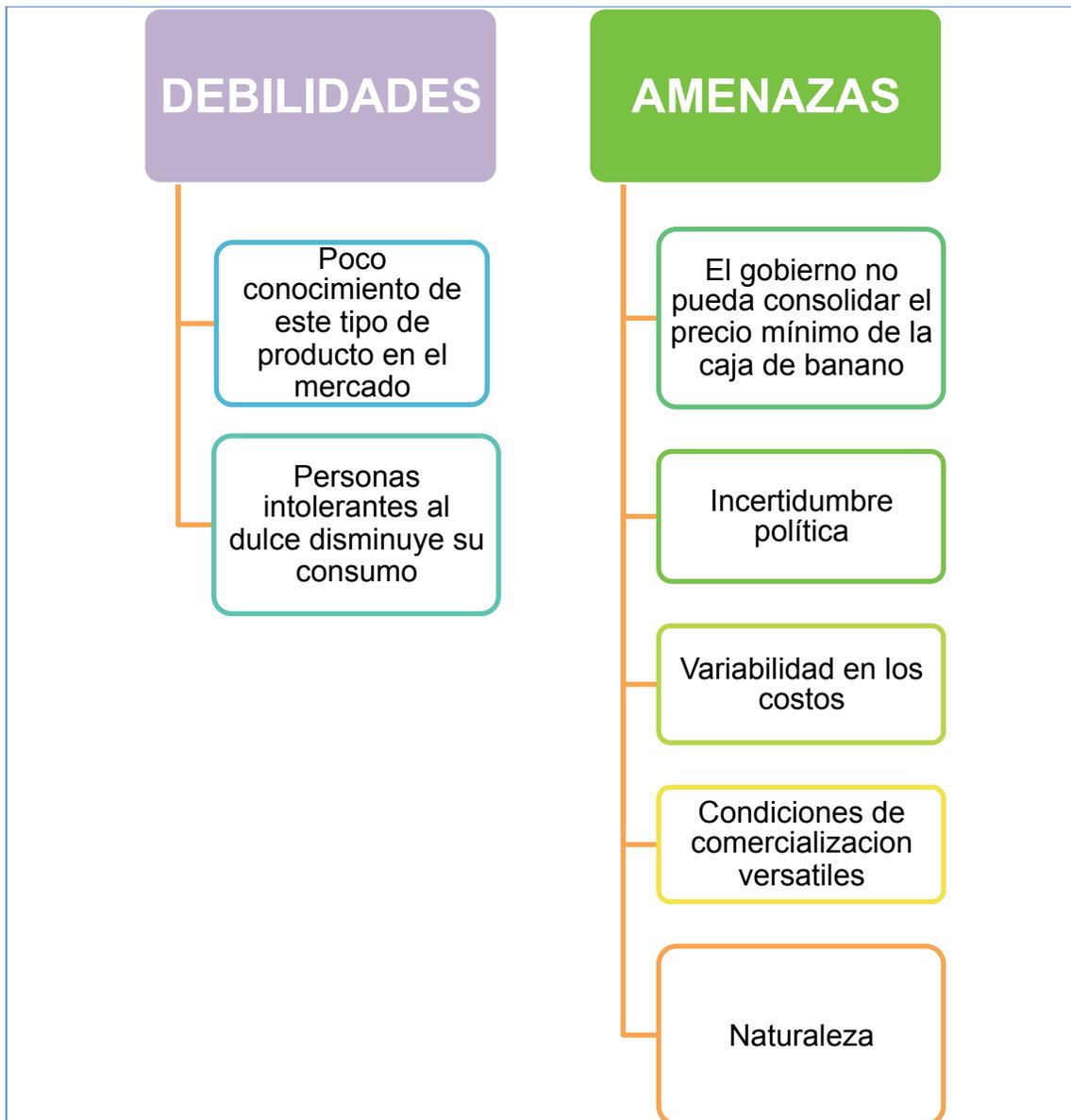


Figura 13: Análisis FODA (DA)

5.2.3.4 ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN

- Para la venta del producto, se realizará a través de una estrategia de venta directa.
- El lugar de origen será el puerto de Guayaquil y el lugar de destino será el puerto de Cork en Irlanda.
- El medio de transporte sería marítimo.
- La forma de pago inicial será mediante carta de crédito.
- Los precios de los productos serán cobrados en dólares estadounidenses.
- El transporte de las bananas deshidratadas se realizará en contenedores de carga en seco, de tamaño de 20 pies.

5.2.3.5 PLAZO DE ENTREGA

El tiempo de entrega del producto es entre 24 y 26 días calendario.

5.2.3.6 COMPETITIVIDAD

Se evidencia que Ecuador está en la capacidad de abastecer la demanda y necesidades de banana deshidratada en el mercado irlandés, al ser uno de los primeros países exportadores de banana.

Además, Ecuador, se encuentra dentro de las primeras posiciones ante el consumidor final sobre tener un producto de buena calidad, además de tener una ventaja competitiva en precios, ya que el Ecuador a comparación con los países abastecedores, tiene su precio mucho más bajo al momento de comercializarlo.

5.3 ACUERDOS COMERCIALES

...Por varios factores, alrededor del mundo han nacido bloques económicos que sin lugar a duda, traen consigo consecuencias directas e importantes para nuestra economía.

Las barreras arancelarias y no arancelarias que las economías imponen al ingreso de bienes provenientes de otros países, como medio de protección a los sectores internos o como mecanismos fiscales, son los principales obstáculos a los que se enfrentan las empresas en su afán de colocar en el exterior sus productos.

Es por esto que, la política de comercio exterior ha girado en torno al establecimiento de convenios y tratados comerciales, ya sea de libre comercio o de tratamiento preferencial, para eliminar o disminuir la discriminación en los aranceles aduaneros de un país contra los productos originarios de otro, o bien para reducir los trámites de que deben seguir para ingresar... (FEDEXPOR, 2012)

5.3.1 ACUERDOS COMERCIALES DE IRLANDA

Los acuerdos comerciales internacionales y régimen arancelarios que tiene Irlanda son:

5.3.1.1 MIEMBRO DE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO

...La Organización Mundial del Comercio (OMC) se ocupa de las normas mundiales por las que se rige el comercio entre las naciones. Su principal función es velar por que el comercio se realice de la manera más fluida, previsible y libre posible.

Los Acuerdos de la OMC abarcan las mercancías, los servicios y la propiedad intelectual. En ellos se establecen los principios de la liberalización, así como las excepciones permitidas. Incluyen los compromisos contraídos por los distintos países de reducir los aranceles aduaneros y otros obstáculos al comercio y de abrir y mantener abiertos los mercados de servicios. Establecen procedimientos para la solución de diferencias. Esos Acuerdos no son estáticos; son de vez en cuando objeto de nuevas negociaciones, y pueden añadirse al conjunto nuevos acuerdos. Muchos de ellos se están negociando actualmente en el marco del Programa de Doha para el Desarrollo, iniciado por los Ministros de Comercio de los Miembros de la OMC en Doha (Qatar) en noviembre de 2001. (OMC, 2012)

5.3.1.2 MIEMBRO DE LA ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONOMICO (OCDE)

...La misión de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) es promover políticas que mejoren el desarrollo económico y el bienestar social de las personas en todo el mundo. La OCDE constituye un foro en el que los gobiernos pueden trabajar juntos para compartir experiencias y buscar soluciones a problemas comunes. Trabajamos con los gobiernos a comprender lo que impulsa los cambios económicos, sociales y ambientales. Nosotros medimos la productividad y los flujos mundiales de comercio e inversión. Se analizan y comparan los datos para predecir las tendencias futuras. Hemos establecido las normas internacionales sobre una amplia gama de cosas, desde la agricultura y el impuesto a la seguridad de los productos químicos. (OCDE, 2012)

5.3.1.3 COMO MIEMBRO DE LA UNIÓN EUROPEA

...La Unión Europea está firmemente comprometida con la promoción del comercio abierto y justo con todos sus interlocutores comerciales. La UE cuenta con políticas comerciales específicas en el lugar para todos sus socios y cumple las normas mundiales sobre el comercio internacional establecidas por la Organización Mundial del Comercio. Además de a nivel global las negociaciones en la OMC conocidas como la "Agenda de Doha para el Desarrollo", la UE lleva a cabo una serie de negociaciones con los países y regiones de todo el mundo. (COMISION EUROPEA, 2012)

5.3.1.4 COOPERACIÓN ECONÓMICA

...El comercio ha demostrado ser una de las herramientas más efectivas para estimular el desarrollo. Un comercio más intenso con los países en vías de desarrollo hace aumentar sus ingresos por exportación, estimula la industrialización y les ayuda a diversificar sus economías y a acelerar su crecimiento económico. El instrumento clásico para lograr estos objetivos consiste en concederles preferencias arancelarias, lo que representa un incentivo para que los operadores importen productos de estos países, contribuyendo a que sean más competitivos en los mercados internacionales.

El Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG) de la UE ofrece aranceles más bajos o un acceso preferencial al mercado de la Unión a las importaciones procedentes de países y territorios en desarrollo. Estas preferencias son otorgadas sin exigir contrapartidas a los países beneficiarios. (Delegación de la Unión Europea para el Ecuador, 2012)

5.3.1.5 MIEMBRO DE LA CONVENCION SOBRE ADMISIONES TEMPORALES Y DE USO DE LOS CUADERNOS ATA

...ATA es un sistema que permita la libre circulación de mercancías a través de las fronteras y la admisión temporal en el territorio aduanero con exención de derechos e impuestos. Los productos están cubiertos por un único documento conocido como el cuaderno ATA, que es asegurada por un sistema internacional de garantía. El término "ATA" es una combinación

de las letras iniciales de la expresión francesa «La admisión Temporaire" y las palabras inglesas "admisión temporal". Con este sistema, la comunidad internacional de negocios goza de una considerable simplificación de los trámites aduaneros. El cuaderno ATA sirve como una declaración de mercancías a la exportación, tránsito e importación. Además no se aplican derechos de importación o los impuestos son recaudados para la importación temporal de mercancías cubiertas por el sistema ya que la seguridad internacional válida ha sido establecida por las asociaciones nacionales de emisión de los cuadernos ATA. (ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE ADUANAS, 2012)

5.3.1.6 MIEMBRO DE LA CONVENCIÓN TIR

...El régimen TIR es un sistema de tránsito aduanero internacional de mercancías que puede utilizarse cuando el transporte se efectúa sin descarga de mercancía, desde una oficina de aduana de salida a otra de destino, con la condición de que una parte del trayecto se efectúe por carretera. Este régimen permite transportar mercancías a través de fronteras internacionales sin pagar los derechos y gravámenes que normalmente se adeudarían por la importación o exportación. Dado que la Comunidad constituye un único territorio, el régimen TIR solo se puede utilizar dentro de la Comunidad siempre que el transporte se inicie o termine en un tercer país, o que las mercancías se transporten entre dos o más

países comunitarios a través del territorio de un tercer país.

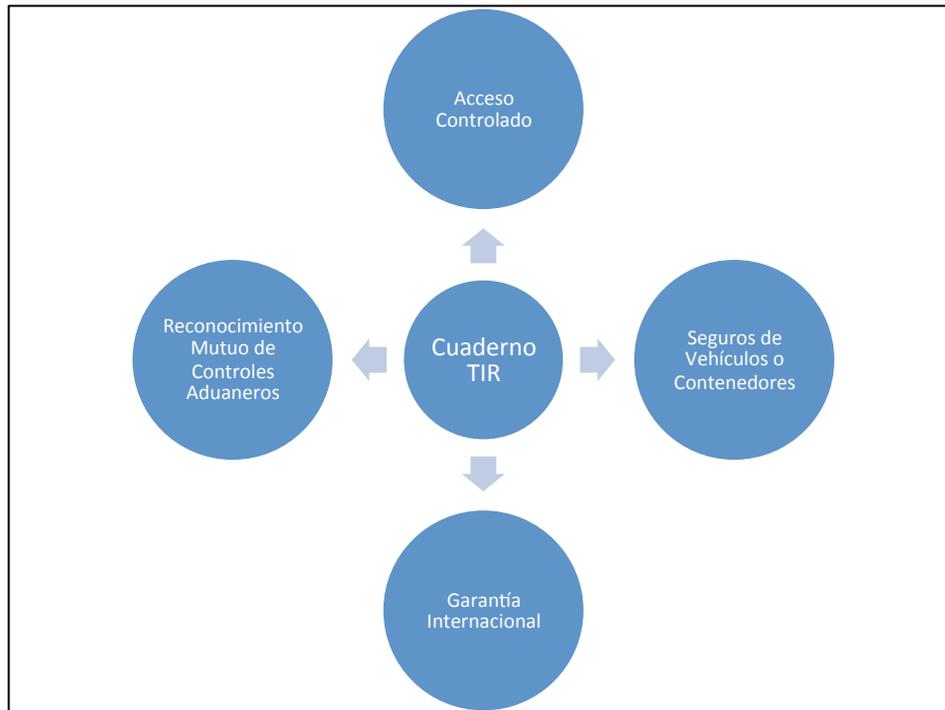


Figura 14: Convenio TIR

El destinatario, establecido en la Comunidad, de un envío con arreglo al cuaderno TIR podrá obtener el estatuto de destinatario autorizado si recibe regularmente mercancías bajo el régimen TIR y si no ha cometido infracciones graves o repetidas de la legislación aduanera o fiscal. (EUROPA, 2011)

5.3.2 VENTAJAS DE LOS ACUERDOS EXISTENTES

...Ecuador, como el resto de los países latinoamericanos, ha estado estrechamente ligado al continente europeo por vínculos históricos y culturales. Estos lazos han fundamentado la política mantenida por la Unión Europea y por las naciones latinoamericanas para la profundización de sus relaciones. Para el caso ecuatoriano, las relaciones políticas con la UE se sitúan en tres niveles:

Regional: en el marco del diálogo y de la concertación con los países latinoamericanos del Grupo de Río: Desde 1987, se institucionalizó un diálogo ministerial entre la Unión Europea y 13 países de América Latina, incluido Ecuador, en el seno del Grupo de Río. Este diálogo se concentra en los ámbitos económico (fortalecimiento del sistema multilateral de comercio y liberalización), político (defensa y promoción de la democracia y respeto de los derechos humanos) y social/cultural y se concreta en las cumbres bienales, con sedes alternadas Europa-América Latina.

Subregional: en el marco del Acuerdo de diálogo político y de cooperación UE-CAN: La Comunidad Andina de Naciones, hoy compuesta por Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú, fue creada en 1969 con la firma del Acuerdo de Cartagena y bajo el nombre de Pacto Andino. El propósito de la CAN era lograr una integración regional entre los pueblos andinos y promover su desarrollo equilibrado y armónico en condiciones de equidad mediante la

cooperación económica y social. La historia de la cooperación entre la UE y la CAN inició en 1970. El primer acuerdo se firmó en 1983 y cubrió temas de interés común para ambos bloques a través de cooperación económica y comercial. En 1993 se firmó el Acuerdo de cooperación UE – Pacto Andino que añadió los temas medioambientales y de propiedad intelectual a la agenda de cooperación. En diciembre del 2003 se firmó en Roma el Acuerdo de Diálogo Político y de Cooperación que profundiza la cooperación entre la UE y la CAN y recae sobre la base del respeto de los principios democráticos y de los Derechos Humanos y precisa que estos principios constituyen un elemento esencial del mismo. Este acuerdo amplía los dominios de cooperación, haciendo énfasis en los ámbitos de economía y desarrollo y procura dar un impulso a las relaciones en el plano comercial. Con la suscripción del acuerdo de 2003 se consolidaron las relaciones entre ambos bloques al incluir nuevos temas como la paz y la seguridad, la gobernabilidad, la agenda social, la participación de la sociedad civil, el medio ambiente y la migración. La cooperación subregional de la Unión Europea con la CAN, en la cual la Comisión Europea brinda ayuda financiera y técnica a través de diversos proyectos, se ha gestionado a través de la Secretaría General de la CAN. Los proyectos se establecen en base a la Estrategia Regional para la CAN y su Sistema Andino de Integración para el período 2007-2013. Los retos de la estrategia 2007-2013 se resumen en extender la integración regional a través de la integración

económica y regional, cohesión económica y social, y la lucha contra las drogas ilícitas. La cooperación comunitaria europea asignada a la subregión andina para el período es de más de 700 millones de euros.

Bilateral: Unión Europea – Ecuador: Si bien las relaciones entre la Unión Europea y Ecuador se han intensificado durante los últimos años en el marco de los llamados acuerdos de tercera generación, éstas han adquirido particular importancia en la actualidad. En junio de 2001, la intensificación de las relaciones entre la UE y Ecuador culminó con la firma de un Convenio Marco de Cooperación relativo a la ejecución de la ayuda financiera y técnica de la Comisión Europea hacia Ecuador. El acuerdo regula tanto la cooperación financiera y técnica como la económica, definiendo el marco jurídico y técnico necesario para el desarrollo de la cooperación. El 27 de mayo de 2007 las dos partes suscribieron un memorando de entendimiento que definió las prioridades de la cooperación para el periodo 2007-2013. Las relaciones entre Ecuador y la UE se vieron fortalecidas por la apertura en 2003 de la Delegación de la Comisión Europea en Quito (a partir del 1 de diciembre de 2009, Delegación de la Unión Europea para Ecuador) que se encarga de fortalecer los vínculos con las autoridades y otros actores de la sociedad ecuatoriana en relación con las políticas de la Unión Europea y de seguir la cooperación bilateral con Ecuador. Por otra parte, en Ecuador se ha establecido una oficina especial del Departamento de Ayuda Humanitaria de la Comisión Europea (ECHO),

para actuar en casos de emergencia a favor de las víctimas de desastres. Esta oficina cubre toda América Latina excepto Colombia. (Relaciones UE-Ecuador, 2012)

5.4 DOCUMENTOS ADUANEROS Y NORMAS

Los Documentos Aduaneros Generales en Irlanda son los mismos que se exigen en la Unión Europea, debido a que las Leyes Aduaneras Europeas están completamente armonizadas.

5.4.1 PARTIDAS ARANCELARIAS

Sección:	2.- PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL		
Capítulo:	8.- Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías		
Partida	Verif	Descripción Partida	Descripción TNAN
0803001100-0000-0000	9	TIPO PLANTAIN (PLATANO PARA COCCION)	
0803001200-0000-0000	7	TIPO CAVENDISH VALERY	
0803001300-0000-0000	3	BOCADILLO (MANZANITO, ORITO) (MUSA ACUMINATA)	
0803001900-0000-0000	3	LOS DEMAS	
0803002000-0000-0000	4	SECOS	EXCEPTO BANANA O PLÁTANOS, SECADO INDUSTRIAL (SI)
0803002000-0000-0001	4	SECOS	SOLO BANANA O PLÁTANOS, SECADO INDUSTRIAL (SI)

Tabla 6: Partida Arancelaria de la Banana Deshidratada

Fuente: ADUANA DEL ECUADOR

5.4.2 NORMAS IRLANDEASAS

El organismo nacional irlandés de normativa (NSAI), es la entidad regulatoria que fija las normas, sin embargo cabe recalcar que Irlanda al formar parte de la Unión Europea, sigue las normas vigentes y obligatorias de la Unión Europea.

5.4.3 DOCUMENTOS Y REQUISITOS ESPECÍFICOS

Todo producto importado a Irlanda al igual que para cualquier país de la Unión Europea debe cumplir los procedimientos de importación establecidos, los cuales deben contener la siguiente documentación:

5.4.3.1 DOCUMENTOS COMERCIALES PARA EXPORTAR DESDE ECUADOR

A continuación se detalla los documentos necesarios que son obligatorios en el Ecuador:

5.4.3.1.1 REGISTRO UNICO DECONTRIBUYENTES (RUC)

Las personas naturales o jurídicas deben tener el RUC debidamente actualizado en el Servicio de Rentas Internas (SRI), deben estar catalogadas como exportadores en estado activo y con autorizaciones vigentes para emitir facturas, comprobantes de venta y guías de remisión.

5.4.3.1.2 PROFORMA

Es el primer documento provisional que emite el exportador, con la finalidad de detallar y entregar al importador una información completa sobre el producto.

Si la relación entre exportador-importador son habituales, la proforma reemplaza a la oferta comercial, donde el exportador propone el precio y las condiciones de venta, si es aprobado, prosigue con la confirmación y concreta la venta.

La proforma también es utilizada para:

- Acompañar el envío de muestras que no tienen valor comercial.
- Para que el comprador pueda tramitar la licencia de Importador.
- Para solicitar un crédito documentario al banco emisor (banco del comprador), siempre y cuando este haya sido el pago elegido.

5.4.3.1.3 FACTURA COMERCIAL

Es el documento más importante al momento de realizar una exportación, es emitido por el exportador una vez confirmada la venta. Siendo un documento contable que se utiliza para aplicar los derechos arancelarios en el momento que pasa la mercancía por aduanas.

Los requisitos que deben figurar en una factura son:

- Número (serie).
- Fecha de su expedición.
- Nombres y apellidos (razón o denominación social completa), tanto del exportador como del importador.
- Número de RUC del exportador.
- Número de Identificación del importador.
- Domicilio del exportador y del importador.
- Descripción de las operaciones, consignándose todos los datos necesarios para la determinación de la base imponible del Impuesto. Se sugiere incluir descripción de la mercancía (cantidad, denominación y precio), condiciones de pago y términos de entrega.

- La fecha en que se hayan efectuado la venta o se haya recibido el pago anticipado, siempre que se trate de una fecha distinta a la de expedición de la factura.
- Debe imprimirse en papel con membrete de la empresa exportadora.
- Debe ser firmada y sellada. Es necesario emitir tantos ejemplares como sean necesarios para cada uno de los trámites requeridos (aduanas, bancos, etc.).

5.4.3.1.4 LISTA DE CONTENIDO

Este documento es más para control, es emitido por el exportador detallando el número de bultos, cajas, paquetes, cartones, etc.; con su respectivo contenido y peso individual. Sirve para agilizar la inspección y el reconocimiento de bultos en el embarque, es también conocida como:

- Lista de Bulto.
- Lista de Empaque
- PackingList

5.4.3.1.5 CERTIFICADOS DE ORIGEN CUADERNOS ATA Y CPD

Estos documentos están destinados a comprobar el origen del producto, satisfaciendo las exigencias aduaneras o comerciales tales como la apertura de créditos documentales.

5.4.3.2 DOCUMENTOS DE TRANSPORTE

5.4.3.2.1 CONOCIMIENTO DE EMBARQUE MARÍTIMO

Es el documento emitido por la empresa naviera o el agente; en el cual consta que se ha recibido la mercancía para ser transportada al puerto de referencia en la nave que se indica. Suelen ser tres ejemplares y con diversas copias no negociables.

Las funciones que cumple este documento son:

- Acuse de recibo de las condiciones en que se ha recibido el producto.
- Contrato de Transporte, en el que se especifica las obligaciones de las partes.
- Título de crédito que permite a su tenedor retirar la mercancía transportada.
- Cuando el producto llega, se realiza la respectiva inspección, si el producto no ha tenido ningún defecto y se encuentra en perfecto estado se sella el documento "CLEAR" (limpio); caso contrario, se hace constar en la hoja los defectos y se sella "DIRTY" (sucio).

Por su condición de crédito, los cuales son:

- NOMINATIVO, el cual se especifica el destinatario (se prohíbe su endoso).
- A LA ORDEN, se especifica el nombre del destinatario seguido de la palabra "a la orden de", el cual si permite el endoso.
- AL PORTADOR, no se especifica nombre alguno, puede retirar la persona que tiene este documento, no es muy utilizado por ser fácil para fraude.

En función a la entrega y transbordo entre buques:

DIRECTO (THROUGH), cuando la única conexión es entre el puerto de carga y el puerto de descarga

MIXTO (COMBINED), la naviera emite conocimiento de embarque mixto hasta el puerto de destino.

EMBARCADO (SHIPPED ON BOARD), se extiende la recepción de la mercadería a bordo.

RECIBIDO PARA EMBARQUE (RECEIVED TO BE SHIPPED), conocimiento provisional que la mercadería ha sido recibida previo a su embarque.

5.4.3.3 DOCUMENTO DE SEGURO

5.4.3.3.1 SEGURO DE TRANSPORTE

Contrato mediante el cual el ASEGURADOR, se obliga a pagar una indemnización al Asegurado en el caso de que ocurra un riesgo o acontecimiento incierto a la mercancía asegurada; su cobertura es desde el lugar de expedición hasta el lugar de destino.

Existen dos tipos de pólizas:

- INDIVIDUAL, cubre los riesgos de una determinada mercancía asegurada por un viaje en determinado.
- GLOBAL (FLOTANTE), cubre todos los riesgos que están inmersos durante el traslado de la mercancía dentro de los límites y condiciones convenidas.

5.4.3.4 CERTIFICADOS

5.4.3.4.1 CERTIFICADO DE ORIGEN

Todo tipo de producto requiere de un Certificado de Origen, el cual sirve para comprobar su procedencia en el país de destino, su objetivo es verificar el cumplimiento de las normas internacionales de origen y aplicación de preferencias arancelarias otorgadas por el país de destino.

Este certificado es emitido por el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) y por las Cámaras de Comercio, Industrias o Producción.

5.4.3.4.2 CERTIFICADO DE CALIDAD

...Los certificados de calidad son todavía opcionales al momento de exportar un producto pero sin duda el poseer una certificación de calidad emitida por un ente público o institución privada de acreditación facilita el acceso a un mercado. Sin embargo, lo que sí es obligatorio para exportar son las verificaciones y registros realizados por los diferentes entes de control sanitario, los cuales, involucran inspecciones en los establecimientos y permiten la emisión de certificados sanitarios de exportación.

Ejemplos de certificados de Calidad nacionales e internacionales son:

- 1 Certificado de Calidad otorgado por el Instituto Nacional de Pesca para exportaciones de productos provenientes de la acuicultura y pesca.
- 2 Certificado que otorga el Instituto Ecuatoriano de Normalización - INEN para exportaciones de conservas alimenticias.
- 3 Certificado de Calidad otorgado por el Ministerio de Ambiente para exportaciones de madera.
- 4 Certificado ISO 9001 (2000) para gestión de calidad.
- 5 Certificado ISO 22005 (2007) e ISO 22000 (2005) para seguridad alimenticia y agrícola.
- 6 Certificado HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control) otorgado por instituciones de acreditación.

- 7 Certificados en general, Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), Buenas Prácticas Agrícolas, IFS (International Food Standard), Kosher (para mercado judío), SQF (SafeQualityFood), auditorías realizadas por organismos internacionales, entre otras.

Cabe recalcar que existen mercados que cada día exigen la presencia de certificados de calidad para permitir el acceso de productos. La Unión Europea tiene una serie de regulaciones sanitarias y de calidad que en muchas ocasiones son identificadas cuando el productor / exportador inicia un proceso de certificación de calidad o auditoría externa. El Gobierno de Los Estados Unidos, pronto exigirá que la mayor parte de alimentos procesados posean un Certificado HACCP para su ingreso como resultado de la nueva Ley de Modernización para Seguridad Alimentaria de la FDA. (PROECUADOR, 2012)

5.4.3.5 TRÁMITES TRIBUTARIOS

5.4.3.5.1 IRLANDA CON EL RESTO DEL MUNDO

5.4.3.5.1.1 CLASIFICACIÓN DELAS MERCANCIAS; PARTIDA ARANCELARÍA

Al hablar de clasificar, se refiere al asignarle un código del Arancel Integrado de las Comunidades Europeas (TARIC), mismo que está conformado por:

La nomenclatura arancelaria (estructurado por capítulos, partidas y subpartidas).

Los derechos arancelarios (se refiere al gravamen asignado a cada una de las partidas y subpartidas).

5.4.3.5.1.2 CERTIFICADO DE CIRCULACIÓN EUR.1 / DECLARACIÓN EN FACTURA

La Comunidad Europea tiene varios acuerdos comerciales preferenciales con países como Turquía, los países de la Asociación Europea de Comercio Justo (EFTA, por sus siglas en inglés), Sudáfrica, México, Chile, Ecuador, entre otros. En virtud de dichos acuerdos, muchas de las mercancías de la Unión Europea obtienen un tratamiento preferencial a su entrada en dichos mercados, lo que a menudo supone la reducción o la total exención del pago de derechos arancelarios.

Para acogerse al mencionado trato preferencial, es necesario indicar a la aduana de estos terceros mercados la documentación adicional que pruebe el origen comunitario de las mercancías presentadas. Caso contrario pagan los aranceles generales vigentes para los embarques de cualquier otro origen.

5.4.3.5.1.3 CERTIFICADO DE CIRCULACION ATR.1

Para demostrar que se trata de productos originarios de un Estado Miembro de la Comunidad o en libre práctica comunitaria, cuando se trate de productos cubiertos por la Unión Aduanera. Se utiliza cuando el transporte es directo, es decir, cuando se efectúa sin pasar por territorios distintos de los de la Comunidad o Turquía, o se realiza al amparo de un único título de transporte expedido en la Unión Europea.

5.4.3.5.1.4 DOCUMENTO ÚNICO ADMINISTRATIVO (DUA)

Documento obligatorio a ser presentado ante la aduana para intercambios de mercancías (importaciones y exportaciones) entre los miembros comunitarios y terceros países. Este documento se suprimió para los intercambios intracomunitarios, con algunas excepciones. Se utiliza, tanto en las importaciones como en exportaciones y tiene el carácter de declaración tributaria, además aporta para datos estadísticos, contables, informáticos, de liquidación, etc., por lo

que obliga al interesado digitar con exactitud y autenticidad de datos y documentos (valor, clase, cantidad, destino, pesos, tipo de cambio; documentos unidos, etc.), y al cumplimiento de cuantos deberes fueran exigibles en razón de su normativa de aplicación. Debe ser firmado por el titular o por persona autorizada.

5.5 LOGÍSTICA

5.5.1 ABASTECIMIENTO

Depende del exportador la ruta que desea seguir siendo:

Ecuador- Estados Unidos-Europa

Ecuador-Europa

Se lo realizaría directamente con la exportadora (mayorista), la ruta a seguir y los puertos de descarga.

5.5.2 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Debe estar conforme a la legislación europea sobre prevención de riesgos de la salud de los consumidores y la protección del medio ambiente, en particular en lo que concierne al tratamiento de residuos. El embalaje en madera y otras materias vegetales está sometido a inspección fitosanitaria.

La utilización de los idiomas en las etiquetas ha sido tema de una comunicación de la Comisión que fomenta las informaciones en varias lenguas, preservando la libertad de los países miembros para exigir la utilización de la lengua de comunicación del país.

Las exigencias a nivel de embalaje en Irlanda son similares a las utilizadas fuera de la Unión Europea, aunque las autoridades irlandesas sólo piden que el nombre

y dirección Unión Europea del fabricante, del distribuidor o del empaquetador aparezcan en la etiqueta.

...El objetivo del etiquetado de los productos alimenticios es garantizar a los consumidores una información completa sobre el contenido y la composición de dichos productos, a fin de proteger su salud y sus intereses. La etiqueta puede contener también información relativa a una característica determinada, como el origen del producto o el método de producción. Algunos alimentos son, además, objeto de una normativa específica, como los organismos modificados genéticamente, los alimentos alergénicos, los alimentos para bebés o determinadas bebidas. El etiquetado de algunos productos no alimenticios también debe contener información específica, a fin de garantizar la seguridad de su utilización y permitir que el consumidor pueda realmente elegir. Por otro lado, el embalaje de los productos alimenticios debe cumplir una serie de criterios de fabricación para no contaminar los productos.

ELEMENTOS OBLIGATORIOS DEL ETIQUETADO

El etiquetado de los productos alimenticios deberá incluir los elementos obligatorios. Estas menciones deben ser fácilmente comprensibles y visibles, así como claramente legibles e indelebles. Algunas deben figurar en el mismo campo visual.

Las menciones obligatorias incluyen:

- la **denominación de venta**
- la **lista de ingredientes** que se enumeran en el orden decreciente de su importancia ponderal y están designados por su nombre específico, con arreglo a ciertas excepciones previstas en los anexos I, II, III y III Bis. Los ingredientes que pertenecen a varias categorías se indican según su función principal. En determinadas condiciones, no es necesario mencionar los ingredientes de:
 - ❖ las frutas y hortalizas frescas,
 - ❖ las aguas gasificadas,
 - ❖ los vinagres de fermentación,
 - ❖ los quesos, la mantequilla, la leche y nata fermentadas,
 - ❖ los productos que contengan un solo ingrediente, siempre que la denominación de venta sea idéntica al nombre del ingrediente o permita determinar la naturaleza del ingrediente sin riesgo de confusión

A algunos aditivos y enzimas no se les considera ingredientes; como es el caso de los utilizados como auxiliares tecnológicos o que están contenidos en un ingrediente sin cumplir una función tecnológica en el producto acabado;

- la **cantidad de los ingredientes o las categorías de ingredientes** expresada en porcentaje. Esta exigencia se aplica siempre que el ingrediente o la categoría de ingredientes:
 - ❖ figure en la denominación de venta o el consumidor la asocie en general con la denominación de venta,
 - ❖ destaque en el etiquetado, por medio de palabras, imágenes o representación gráfica, o
 - ❖ sea esencial para caracterizar un alimento determinado (aunque pueden estar previstas algunas excepciones);
- la **cantidad neta** expresada en unidades de volumen en el caso de los productos líquidos y en unidades de peso en el caso de los demás productos. Además, se prevén disposiciones especiales para los productos alimenticios que se venden por unidades y para los productos alimenticios sólidos presentados en un líquido de cobertura.
- la **fecha de duración mínima**. Estará compuesta por la indicación del día, el mes y el año, salvo en el caso de los productos alimenticios cuya duración sea inferior a tres meses (basta indicar el día y el mes), de aquellos cuya duración máxima no sobrepase los dieciocho meses (basta indicar el mes y el año) o cuya duración sea superior a dieciocho meses (basta indicar el año).

- Se indica mediante la mención «Consumir preferentemente antes del...» cuando la fecha incluye la indicación del día o «Consumir preferentemente antes de finales de...» en los demás casos. La fecha de duración no es necesaria en el caso de los productos alimenticios siguientes:
 - ❖ las frutas y hortalizas frescas no tratadas,
 - ❖ los vinos y bebidas con una graduación de un 10 % o más en volumen de alcohol,
 - ❖ las bebidas refrescantes sin alcohol,
 - ❖ los zumos de frutas y las bebidas alcohólicas en recipientes de más de cinco litros, destinados a las colectividades,
 - ❖ los productos de panadería o repostería que se consumen normalmente en el plazo de veinticuatro horas después de su fabricación,
 - ❖ el vinagre,
 - ❖ la sal de cocina,
 - ❖ los azúcares en estado sólido,
 - ❖ los productos de confitería consistentes casi exclusivamente en azúcares aromatizados o coloreados,
 - ❖ los chicles,
 - ❖ las porciones individuales de helado.

Para los productos alimenticios muy perecederos, la fecha de duración utilizada se reemplaza por la fecha límite de consumo;

- las **condiciones especiales de conservación y utilización**;
- el **nombre o la razón social** y la **dirección del fabricante o del embalador o de un vendedor** establecido dentro de la Comunidad. Los Estados miembros quedan autorizados, en lo que respecta a la mantequilla producida en su territorio, a exigir solamente la indicación del fabricante, del embalador o del vendedor;
- el **lugar de origen o de procedencia**, en los casos en los que su omisión pudiera inducir a error al consumidor

(UNIÓN EUROPEA, 2012)

5.5.3 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Los principales mayoristas a los cuales nuestro producto ecuatoriano será distribuido son:

- BWG FoodLimited
- Gilmartin´s
- Leydenslimited
- M&P O´Sullivan
- Cox´s

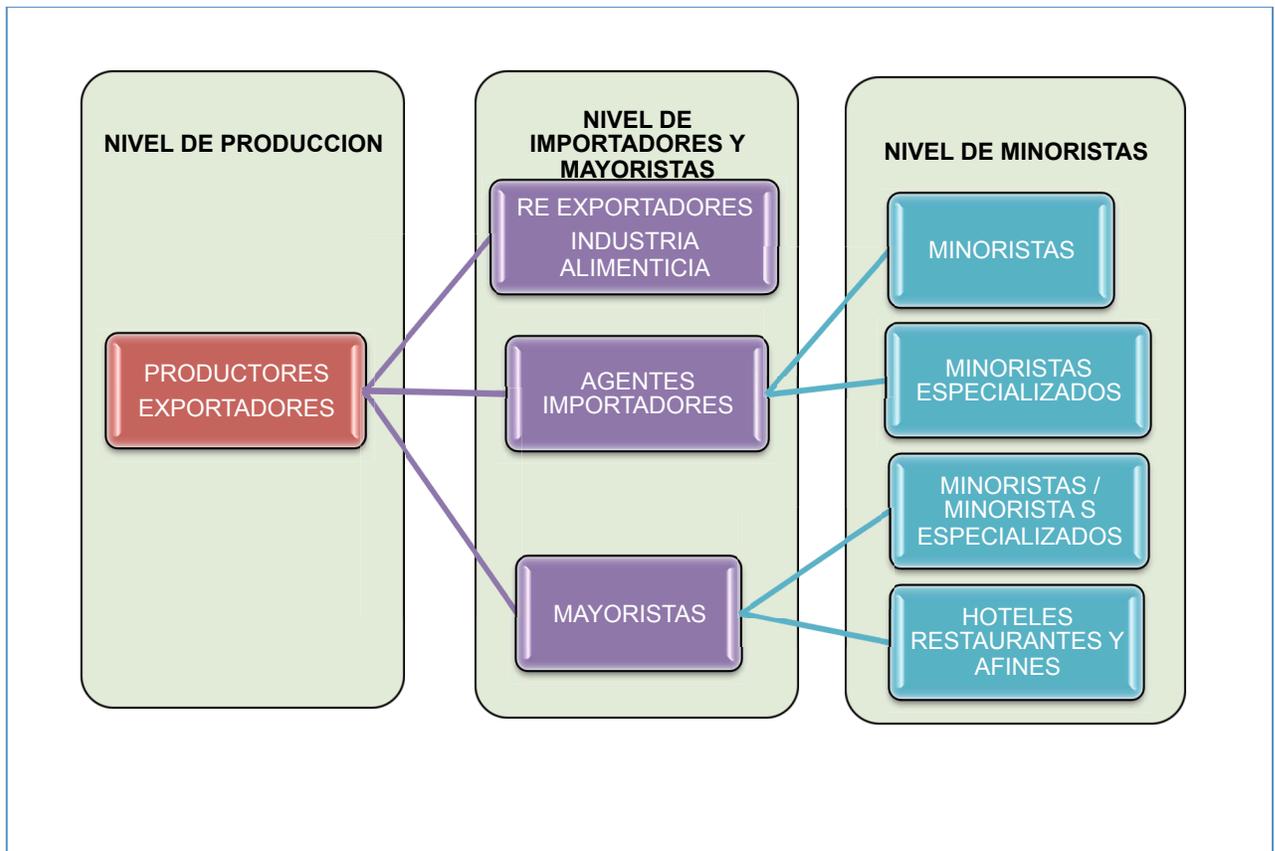


Figura 15: Niveles de Comercialización de Irlanda

A los hipermercados y/o supermercados que llegara para ser vendido al consumidor final son:

- TESCO Ireland
- DunnesStores
- Superquinn
- Marks and Spencer
- Spar
- Londis
- Clerys

- Arnotts
- Aldi
- Lidl



Figura 16: Tesco

Fuente: Advanced - Television

6. CONCLUSIONES

- El banano es una de las principales frutas consumidas en el mercado irlandés.
- El Ecuador es uno de los principales países a nivel mundial proveedor de banana, lo que permite tener una excelente imagen mundial basada en la calidad del plátano (sabor y tamaño).
- Las campañas que realiza el gobierno irlandés para alimentarse sanamente, a que se incremente el consumo de frutas, permitirá que la demanda sea más grande, convirtiéndose en un nicho de mercado atractivo no solo para productoras ecuatorianas, sino para productores a nivel mundial.
- El tipo de clima en Irlanda impide que se tenga un sector agrícola considerable, por lo tanto, se dificulta cultivar.
- El exportar la banana deshidratada permite tener una ventaja competitiva ante los exportadores de fruta en estado original, debido a que el consumidor final puede tener un producto sin la pérdida de sus propiedades nutricionales, así como la no existencia de químicos y preservantes para su madurez y/o conservación; y principalmente un tiempo para el consumo considerablemente extenso.
- Por la estructura de costos de la banana deshidratada ecuatoriana, permite tener una ventaja competitiva en el precio ante los oferentes europeos de dicho producto; debido a que el consumidor irlandés podrá tener un mejor producto a un menor precio.

- Por las características del mercado de Irlanda (deficitario en lo concerniente a producción de frutas) y al ser Ecuador un productor de gran calidad de imagen en éstas) se podría considerar como mercados complementarios en donde los productos ecuatorianos serían muy demandados por los consumidores irlandeses en base a las características antes mencionadas.
- La exportación ecuatoriana hacia el mercado irlandés, se podría considerar como otro punto de acceso hacia los mercados de Reino Unido, Unión Europea y los demás países de Europa.
- Finalmente se puede decir que Irlanda es un mercado potencial para la exportación de banana deshidratada desde el Ecuador así como de otras frutas.

7. RECOMENDACIONES

- La concertación de un acuerdo comercial entre Ecuador y la Unión Europea permitirá armonizar las políticas de comercio exterior permitiendo tener un marco referencial para aumentar el comercio entre Ecuador e Irlanda, lo que significará que el flujo comercial se incremente por medio del aumento de las exportaciones ecuatorianas hacia el mercado irlandés.

- Al existir un Cónsul Ad Honorem en Irlanda se debe por medio de la oficina de Promoción de Exportaciones de PROECUADOR y del Ministerio de Relaciones Exteriores Comercio e Integración; realizar acercamientos con el Gobierno de Irlanda para negociar algún o varios instrumentos internacionales en favor del intercambio comercial.

- Participar en las ferias internacionales agrícolas que se realiza en la Unión Europea, para promover los productos ecuatorianos, entre ellas podemos mencionar:
 - ❖ **Feria Shop:** En Dublín es una feria irlandés de servicios de alimentos, alimentos al por menor y al por mayor. En su reunión de Irlanda mejores proveedores y prestadores de servicios a los compradores de la industria. La feria está dirigida a empresas de todos los tamaños, desde los agricultores con la comercialización directa al líder de la industria.

 - ❖ **IFE (International Food&DrinkEvent):** IFE es la feria de alimentos y bebidas más grande e importante del Reino Unido y el vínculo más directo entre sus productos y los compradores, con actividades como "MeettheBuyerprogram" , " HostedBuyerprogram "y "Key Buyerinitiative"

- Una vez que la banana deshidratada del Ecuador este posicionada en el mercado irlandés se debería expandir hacia el mercado británico y de la Unión Europea mediante alianzas estratégicas que permitan que se aumente el volumen de exportación de dicho producto.
- Los exportadores ecuatorianos deberían aprovechar la política irlandesa sobre el consumo sano de alimentos y la política 0% para productos que cumplan este requerimiento.
- Por el tipo de comercialización de mercado irlandés que es principalmente x empresas británicas, permitirá que estas también comercialicen la banana deshidratada ecuatoriana en otros países a demás de Irlanda.

8. REFERENCIAS

(AACUE, 2007)

<http://www.aacue.go.cr/comercio/sectoriales/documentos/14%20Banano.pdf>

Descargado: 01/05/2012

(ADUANA DEL ECUADOR, 2012)

<http://sice1.aduana.gov.ec/ied/arancel/index.jsp>

Descargado: 01/07/2012

(ALIMENTACIÓN SANA, 2012)

<http://www.alimentacion-sana.com.ar/informaciones/novedades/banana%20engorda.htm>

Descargado 15/04/2012

(BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2012)

<http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000841>

Descargado: 15/07/2012

(BARBOSA, 2000)

Barbosa – Cánovas; Gustavo V. (2000): Deshidratación de Alimentos, Editorial ACRIBIA, S.A, Zaragoza-España.

(BCE, 2012)

<http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000842>

Descargado: 15/07/2012

(BOLETINAGRARIO, 2012): DESCRIPCIÓN DEL BANANO URL:

<http://www.boletinagrario.com/ap-6,glosario,317,banana.html>.

Descargado 15/04/2012

(CENTRAL STATISTICS OFFICE, 2006)

HTTP://WWW.CSO.IE/EN/MEDIA/CSOIE/SURVEYSANDMETHODOLOGIES/DOCUMENTS/PDFDOCS/EXPANDING_HBS_JUL_06.PDF

Descargado: 06/06/2012

(COMERCIALIZACIÓN, 2012)

http://comercioexterior.banesto.es/es/elija-su-mercado-objetivo/perfiles-de-paises/irlanda/comercializacion?type_d_utilisateur=aucun&

Descargado: 10/07/2012

(COMISION EUROPEA, 2012)

http://ec.europa.eu/trade/creating-opportunities/bilateral-relations/index_en.htm

Descargado: 29/06/2012

(CSO ESTADÍSTICAS IRLANDA, 2011)

<http://www.cso.ie/en/statistics/externaltrade/maintradingpartners-2011m/annualexternaltradem/>

Descargado: 05/05/2012

(DEFINICIÓN MÉTODO DEDUCTIVO, 2012)

<http://definicion.de/metodo-deductivo/>

Descargado: 07/06/2012

(DEFINICIÓN MÉTODO INDUCTIVO, 2012)

<http://definicion.de/metodo-inductivo/>

Descargado: 07/06/2012

(DELEGACIÓN DE LA UNIÓN EUROPEA PARA EL ECUADOR, 2012)

http://eeas.europa.eu/delegations/ecuador/eu_ecuador/trade_relation/spg_plus/index_es.htm

Descargado: 29/06/2012

(EUROPA, 2011)

http://europa.eu/legislation_summaries/customs/l11004b_es.htm

Descargado: 29/06/2012

(EURORESIDENTES, 2012)

<http://www.euroresidentes.com/Alimentos/platano.htm>.

Descargado 02/04/2012

(EXPORT HELPDESK, 2012)

http://exporthelp.europa.eu/thdapp/comext/ComextServlet?action=output&viewName=eur_partners&simDate=20110101&languageId=es&ahscode1=081050&cb_reporters=0007&cb_partners=all&list_years=2011&measureList=ev

Descargado: 06/06/2012

(FAO PAÍSES EXPORTADORES DE BANANO, 2003)

<http://www.fao.org/docrep/007/y5102s/y5102s05.htm>

Descargado: 07/06/2012

(FAOSTAT, 2012)

http://faostat3.fao.org/home/index_es.html?locale=es#DOWNLOAD

Descargado: 22/04/2012

(FEDEXPOR, 2012)

http://www.fedexpor.com/site/attachments/article/53/acuerdos_comerciales.pdf

Descargado: 06/06/2012

(FERIAS INTERNACIONALES, 2012)

<http://www.feriasinfo.es/Ferias-alimentarias-Irlanda-FSL216-L100-S1.html>

<http://www.feriasalimentarias.com/IFE/>

Descargado: 30/08/2012

(INFORMACIÓN IRLANDA, 2012)

<http://quieroiraviviradublin.blogspot.com/2012/06/la-gastronomia.html>

Descargado: 07/06/2012

(INTERNATIONAL TRADE MAP, 2012)

http://www.trademap.org/BilateralRev_TS.aspx

Descargado: 15/07/2012

Figura 1: Banana

<http://www.google.com.ec/imgres?um=1&hl=es&biw=1093&bih=514&tbn=isch&tbnid=fe7AEllWGTwXFM:&imgrefurl=http://www.dissupp.com/productos/banano&docid=jaUSkOenNMxNXM&imgurl=http://www.dissupp.webpin.com/imagesnew2/0/0/0/1/0/3/8/5/9/2/Mano%252520de%252520banano.jpg&w=425&h=282&ei=kW1->

[UMCuloLo8QS7wIG4Dw&zoom=1&iact=hc&vpx=395&vpy=135&dur=120&hovh=183&hovw=276&tx=171&ty=52&sig=102512678152293114868&page=7&tbnh=141&tbnw=216&start=92&ndsp=20&ved=1t:429,r:74,s:20,i:415](http://www.google.com.ec/imgres?um=1&hl=es&vpx=395&vpy=135&dur=120&hovh=183&hovw=276&tx=171&ty=52&sig=102512678152293114868&page=7&tbnh=141&tbnw=216&start=92&ndsp=20&ved=1t:429,r:74,s:20,i:415)

Descargado: 10/06/2012

FIGURA 2: MERMELADA DE BANANA

http://www.google.com.ec/imgres?um=1&hl=es&biw=1093&bih=514&tbn=isch&tbnid=VlwDIEs8TqRRUM:&imgrefurl=http://produits-exotiques.votreboutiquepro.com/guadeloupe/confiture-de-banane-325g-guadeloupe-x-12/product_info.php/cPath/70/products_id/351/language/es%3FosCsid%3D22f05b40bf468355ac97eb0e4710dcb3&docid=PIAG5OmlJLb2dM&imgurl=http://produits-exotiques.votreboutiquepro.com/compte/zjip-produits-exotiques-votreboutiquepro-com/images/confiture-banane-mamour.jpg%253FosCsid%253D22f05b40bf468355ac97eb0e4710dcb3&w=177&h=300&ei=ORB-UIH9HYk8gSO-oG4Dw&zoom=1&iact=hc&vpx=189&vpy=144&dur=74&hovh=240&hovw=141&tx=94&ty=82&sig=102512678152293114868&page=1&tbnh=150&tbnw=86&start=0&ndsp=11&ved=1t:429,r:6,s:0,i:81

Descargado: 10/06/2012

FIGURA 3: BENEFICIOS DE LA BANANA

http://www.google.com.ec/imgres?um=1&hl=es&biw=1093&bih=514&tbn=isch&tbnid=R-1ULwQ8Fj8AwM:&imgrefurl=http://www.marialvaonline.com.br/espacodamulher/ler_580_11_Comer-banana-pela-manha-afina-a-cintura&docid=DN3JmMplOFo2VM&imgurl=http://www.marialvaonline.com.br/adm

[/materias/a_1226973344.jpg&w=316&h=290&ei=nxJ-UPTeIIsw8gT03oDoBw&zoom=1&iact=hc&vpx=341&vpy=2&dur=1816&hovh=215&hovw=234&tx=86&ty=72&sig=102512678152293114868&page=1&tbnh=150&tbnw=164&start=0&ndsp=12&ved=1t:429,r:7,s:0,i:84](#)

Descargado: 10/06/2012

FIGURA 5: IRLANDA

<http://www.google.com.ec/imgres?um=1&hl=es&biw=1093&bih=514&tbnh=150&tbnw=164&start=0&ndsp=12&ved=1t:429,r:7,s:0,i:84>
http://www.taringa.net/posts/apuntes-y-monografias/7963850/Primer-post_-Irlanda.html&docid=rbp01YdS32qAVM&imgurl=http://mural.uv.es/olicar/imagenes/mapa.jpg&w=349&h=415&ei=iBR-ULrlypOW8gSwpYHABg&zoom=1&iact=rc&dur=201&sig=102512678152293114868&page=2&tbnh=147&tbnw=124&start=10&ndsp=15&ved=1t:429,r:17,s:0,i:193&tx=48&ty=102

Descargado: 10/06/2012

FIGURA 7: REGIONES ULTRA PERIFÉRICAS

http://www.gobcan.es/accionexterior/regiones-ultra-perifericas_399.jsp

Descargado: 19/07/2012

FIGURA 9: DESTINOS DE EXPORTACIONES ECUATORIANAS

<http://www.google.com.ec/imgres?um=1&hl=es&biw=1093&bih=514&tbnh=150&tbnw=164&start=0&ndsp=12&ved=1t:429,r:7,s:0,i:84>
<http://mundotextilmag.blogspot.com/2010/12/como-shuiJo9yoHM:&imgrefurl=http://mundotextilmag.blogspot.com/2010/12/como->

[exportar-hacia-mercados-no.html&docid=n80JTWMIWJqsEM&imgurl=http://1.bp.blogspot.com/_ct96a5hX9wA/TPfmpGMLgAI/AAAAAAAABfc/ohzNYzB24fg/s400/exportar.jpg&w=312&h=304&ei=LDJ-UOK3AoO08AT17IDYDg&zoom=1&iact=rc&dur=293&sig=102512678152293114868&page=2&tbnh=143&tbnw=147&start=10&ndsp=19&ved=1t:429,r:2,s:20,i:133&tx=69&ty=85](http://www.google.com.ec/imgres?um=1&hl=es&biw=1093&bih=514&tbn=isch&tbnid=HXkDWSXfKJASbM:&imgrefurl=http://www.isabellefruits.com/linkses.htm&docid=YD3IQAsuF3K1IM&imgurl=http://www.isabellefruits.com/graficos/log-verde-isabel.jpg&w=121&h=196&ei=UDV-UL_INJKK9gTnvYGQAw&zoom=1&iact=rc&dur=246&sig=102512678152293114868&page=4&tbnh=148&tbnw=88&start=42&ndsp=16&ved=1t:429,r:24,s:20,i:199&tx=43&ty=58)

Descargado: 19/07/2012

FIGURA 11: EXPORTADORA ISABELLE

http://www.google.com.ec/imgres?um=1&hl=es&biw=1093&bih=514&tbn=isch&tbnid=HXkDWSXfKJASbM:&imgrefurl=http://www.isabellefruits.com/linkses.htm&docid=YD3IQAsuF3K1IM&imgurl=http://www.isabellefruits.com/graficos/log-verde-isabel.jpg&w=121&h=196&ei=UDV-UL_INJKK9gTnvYGQAw&zoom=1&iact=rc&dur=246&sig=102512678152293114868&page=4&tbnh=148&tbnw=88&start=42&ndsp=16&ved=1t:429,r:24,s:20,i:199&tx=43&ty=58

Descargado: 22/07/2012

FIGURA 16: TESCO

<http://advanced-television.com/2012/06/28/tesco-to-retail-connected-tvs-hybrid-stbs/>

Descargado: 25/07/2012

(IMPORTACIONES IRLANDEASAS DE BANANA SECA, 2012)

http://www.exporthelp.europa.eu/thdapp/comext/ComextServlet?action=output&viewName=eur_partners&simDate=20050101&languageId=es&list_years=2005&measureList=iv&cb_reporters=0007&cb_partners=0500&ahscode1=0803

Descargado: 10/07/2012

(MEDIO AMBIENTE, 2010)

<http://www.blogdemedioambiente.com/biodiversidad-ecosistemas/los-paises-con-mas-biodiversidad-del-planeta/>

Descargado: 21/05/2012

(OCDE, 2012)

<http://www.oecd.org/about/>

Descargado: 06/06/2012

(OFICINA COMERCIAL DEL ECUADOR, 2010)

<http://www.embajada-ecuador.ru/comercial/index.php/es/oferta-exportable-del-ecuador/bananos.html>

Descargado: 06/06/2012

(OFICINAS COMERCIALES, 2012)

http://www.oficinascomerciales.es/icex/cda/controller/pageOfecomes/0,5310,5280449_5304719_5296234_0_IE,00.html

Descargado: 07/06/2012

(OMC, 2012)

http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/what_we_do_s.htm

Descargado: 06/06/2012

(ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE ADUNANAS, 2012)

http://www.wcoomd.org/home_pfoverviewboxes_tools_and_instruments_pfatasytemconven.htm

Descargado: 29/06/2012

(PRESSEUROP, 2010)

<http://www.presseurop.eu/es/content/article/399531-un-rescate-amargo>

Descargado 10/05/2012

(PROECUADOR, 2012)

<http://www.proecuador.gob.ec/faq/certificados-de-calidad/>

Descargado: 01/07/2012

(LOGÍSTICA DE REINO UNIDO E IRLANDA,2011)

http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/09/PROEC-PL2011-REINO_UNIDO.pdf

Descargado: 01/07/2012

(RELACIONES UE-ECUADOR, 2012)

http://eeas.europa.eu/delegations/ecuador/eu_ecuador/political_relations/index_es.htm

Descargado: 01/07/2012

(UNIÓN EUROPEA, 2012)

http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/product_labelling_and_packaging/l21090_es.htm

Descargado: 01/07/2012

9. ANEXOS

ANEXO A: Perfil Logístico de Reino Unido e Irlanda

ANEXO B:
Exportaciones /
Importaciones del Ecuador
2012

ANEXO C:

Importaciones de Irlanda
de Banana Deshidratada
desde Ecuador 2011