



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE  
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**PORTADA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR**

**TEMA**

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE INCIENSO ARTESANAL BURSERA  
GRAVEOLENS (PALO SANTO) AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS**

**TUTOR**

**MSC. LAZARO ULISES MUÑOZ CARINE**

**AUTORES**

**BUENO VERA ADRIANA ALEJANDRA**

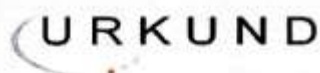
**LEÓN TOAPANTA ANA GABRIELA**

**GUAYAQUIL**

**AÑO 2019**

<b>REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>		
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>		
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b> Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) al Mercado de Estados Unidos.		
<b>AUTORES:</b> Bueno Vera Adriana Alejandra León Toapanta Ana Gabriela	<b>REVISORES O TUTORES:</b> MSC. Lázaro Ulises Muñoz Carine	
<b>INSTITUCIÓN:</b> Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	<b>Grado obtenido:</b> Ingeniería en Comercio Exterior	
<b>FACULTAD:</b> ADMINISTRACIÓN	<b>CARRERA:</b> COMERCIO EXTERIOR	
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b> 2019	<b>N. DE PAGS:</b> 178	
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> Educación Comercial y Administrativa		
<b>PALABRAS CLAVE:</b> Incienso Artesanal, Los Ángeles – Estados Unidos, Exportación, Requisitos.		
<b>RESUMEN:</b> El proyecto titulado Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) hacia el mercado Los Ángeles – Estados Unidos, se justificó debido a la oportunidad que ofrece el mercado para la exportación de este producto. Ecuador gracias a los diversos productos agros- artesanales que posee tiene una gran demanda en los países industrializados como lo es Estados Unidos y este producto está dirigido a los sectores farmacéuticos e industrias de cosméticos y belleza donde se emplean insumos tales como: aceites esenciales, cremas, dando uso para la conserva de su aroma. La microempresa del señor JULIO LUIS MALTA DIVIASSI con nombre comercial HOLY WOOD EXPORT, es una de los distribuidores a nivel nacional en comercializar este tipo de producto, sin embargo, con el pasar de los años sus ventas ha decaído a baja escala. Por ello una forma para fomentar la comercialización del incienso artesanal, se desarrolla el presente estudio mediante la metodología del método descriptivo y el enfoque mixto, al momento de aplicar encuestas a posibles compradores da como resultado el alto potencial de exportación del producto, el interés en la compra y las oportunidades de consumo ya que al país que se pretende enviar existen muchos latinoamericanos que conocen de los usos y beneficios de este tipo de madera. Motivo por el cual el presente proyecto tiene como meta principal el analizar los factores que incurren al exportación del incienso artesanal por parte del señor JULIO LUIS MALTA DIVIASSI con nombre comercial HOLY WOOD EXPORT al mercado estadounidense, se procedió al desarrollo de un plan de exportación adoptado del modelo de la Guía Práctica de Plan de Exportación De Puerto Rico, mediante aspectos principales como es el producto, el mercado meta, la empresa, la negociación, la logística y el análisis financiero, permitiendo así un exportación efectiva del producto.		
<b>N. DE REGISTRO (en base de datos):</b>	<b>N. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<b>SI</b> <input checked="" type="checkbox"/>	<b>NO</b> <input type="checkbox"/>
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b> Bueno Vera Adriana Alejandra León Toapanta Ana Gabriela	<b>Teléfono:</b> 0981591647 0984278705	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:adrianabueno1994@hotmail.com">adrianabueno1994@hotmail.com</a> <a href="mailto:jesusgabyedgar@hotmail.com">jesusgabyedgar@hotmail.com</a>
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	Ph.D Rafael Iturralde Solórzano DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN <b>Teléfono:</b> 259 6500 Ext. 201 <b>E-mail:</b> <a href="mailto:riturraledes@ulvr.edu.ec">riturraledes@ulvr.edu.ec</a>  MCE. Betty Aguilar Echeverría DIRECTORA DE LA CARRERA <b>Teléfono:</b> 259 6500 Ext. 264 <b>E-mail:</b> <a href="mailto:baguilar@ulvr.edu.ec">baguilar@ulvr.edu.ec</a>	

# CERTIFICADO DE SIMILITUDES



## Urkund Analysis Result

Analysed Document: Formato de Trabajo de Titulación 2018 CORREGIDO.docx  
(D45036569)  
Submitted: 12/5/2018 12:22:00 AM  
Submitted By:  
Significance: 8 %

### Sources included in the report:

TESIS JESSY ROJAS.pdf (D40847367)  
tesis81.docx (D44774506)  
. EXPORTACION DE MORA HACIA EL MERCADO DE ESPAÑA.docx (D41906294)  
<https://ritual-incense.com/producto/incienso-palo-santo/>  
[http://www.supertiendaecuador.gob.ec/Documentos/Resolucion\\_057.pdf](http://www.supertiendaecuador.gob.ec/Documentos/Resolucion_057.pdf)  
<https://blog.luz.vc/es/como-hacer/c%C3%B3mo-hacer-el-plan-de-marketing-de-uno-plan-de-negocios/>  
[https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2018/08/Informe-Mensual-Final-Junio-2018-.pdf?](https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2018/08/Informe-Mensual-Final-Junio-2018-.pdf?fbclid=IwAR3vnNu6EpAFV5JM18zV7Hh7UZ7So8z_GbuebvOlyeOfPQilcIVUTb2FWtw)  
[https://www.ecamcham.com/Boletines/Informacion\\_export.pdf](https://www.ecamcham.com/Boletines/Informacion_export.pdf)  
<http://www.expansion.com/pymes/2015/04/22/5537d217268e3e02348b456e.html>  
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/septimo/1/el-comercio-justo-pone-en-el-centro-del-negocio-a-los-seres-humanos>  
<http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/exportacion-de-artesanas-1>  
<http://www.inkanat.com/es/arti.asp?ref=palo-santo-incienso>  
<https://www.comercioexterior.gob.ec/ecuador-aumenta-sus-exportaciones-al-mundo/>  
[http://plantas.facilísimo.com/palo-santo-una-alternativa-para-llenar-tu-vida-de-buenas-energias\\_2157088.html](http://plantas.facilísimo.com/palo-santo-una-alternativa-para-llenar-tu-vida-de-buenas-energias_2157088.html)  
[http://www.comercioyexportacion.com/images/documentos/exportar/Guia\\_Practica\\_del\\_Plan\\_de\\_Exportacion-Version\\_Final\\_Oficial\\_LV.pdf](http://www.comercioyexportacion.com/images/documentos/exportar/Guia_Practica_del_Plan_de_Exportacion-Version_Final_Oficial_LV.pdf)  
<http://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/reglamento-codigo-organico-produccion-comercio-inversiones.pdf>  
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/900/Teorias%20del%20comercio%20Internacional.htm>  
<https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/estados-unidos/empaques-y-nomas>  
<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia>  
<https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>  
[http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz\\_productiva\\_WEBtodo.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf)

<https://www.browne.cl/charlas/embalajes.ppt>

Instances where selected sources appear:

82

Firma: \_\_\_\_\_

MSC. LAZARO MUÑOZ CARINE

C.I. # 1756925176

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES**

Las estudiantes egresadas **ADRIANA ALEJANDRA BUENO VERA Y ANA GABRIELA LEÓN TOAPANTA**, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a los/as suscritos/as y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos patrimoniales y de titularidad a la **UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**, según lo establece la normativa vigente.


Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar **“PLAN DE EXPORTACIÓN DE INCIENSO ARTESANAL BURSERA GRAVEOLENS (PALO SANTO) AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS”**.

Autor(es)

Firma:  \_\_\_\_\_

**ADRIANA ALEJANDRA BUENO VERA**

**C.I. 0950365908**

Firma:  \_\_\_\_\_

**ANA GABRIELA LEÓN TOAPANTA**

**C.I. 0603553611**

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor(a) del Proyecto de Investigación **PLAN DE EXPORTACIÓN DE INCIENSO ARTESANAL BURSERA GRAVEOLENS (PALO SANTO) AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS**, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de ADMINISTRACIÓN de la Universidad LAICA VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **“PLAN DE EXPORTACIÓN DE INCIENSO ARTESANAL BURSERA GRAVEOLENS (PALO SANTO) AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS”**, presentado por los estudiantes **ADRIANA ALEJANDRA BUENO VERA Y ANA GABRIELA LEÓN TOAPANTA** como requisito previo, para optar al Título de **INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR**, encontrándose apto para su sustentación

Firma: -----

**MSC. LAZARO ULISES MUÑOZ CARINE**  
**C.I. 1756925176**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por bendecir mi vida, por haberme guiado en mí caminar, ser ese apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y debilidad.

Gracias a mis padres Juvenal y Melida por ser esa inspiración en seguir adelante y ser alguien en la vida, por sus consejos, valores y confianza que depositaron en mí.

Agradezco a los docentes de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por haber compartido sus conocimientos, dedicación, paciencia, tiempo para nuestra formación profesional.

A mis amigas que estuvieron en este proceso en las buenas y en las malas y estoy infinitamente agradecida con las personas que nos ayudaron y mi compañera de tesis Gabriela León por su apoyo incondicional, aliento y confianza que puso sobre mí, siempre por decirme si podemos y nunca desmallamos en los momentos que tuvimos dificultad siempre estuvimos firme ante cualquier circunstancias y siempre de la mano de Dios.

Finalmente, al Msc. Lázaro Muñoz, principal colaborador durante todo este proceso por su motivación y gran apoyo para la elaboración de esta tesis.

**Adriana Alejandra Bueno Vera**

Agradezco principalmente a Dios, quien supo poner en mi camino a personas de buen corazón que están dando su mejor deseo para seguir adelante y no desmayar, por alcanzar mis sueños y el tan anhelado título que se convierte en uno de mis logros.

A mi familia que están lejos y cerca de mi alrededor, principalmente a mi esposo Edgar Gasca, quien es mi pilar fundamental y quien me ayudo a culminar mis estudios y a velado por mi bienestar, a mis hijos Jesús Gasca y Deysi Gasca que han sido de confianza durante este proceso que sin duda alguna me apoyan en todo momento.

A mi madre Zoila Victoria Toapanta Camacho que ya no está a mi lado, pero supo hacer de mí una buena persona con valores y principios de una persona responsable, gracias y en donde quieras que estés sé que estas velando por mis logros GRACIAS MAMÁ

A mi tutor de tesis Msc. Lázaro Muñoz, mi más sisero agradecimiento por haber confiado y a puesto un granito de arena para que este proyecto esté en marcha, por su paciencia, por su valiosa confianza y sobre todo por dirigir este proceso de titulación y así mismo a la culminación de la misma.

A mis amigas, ya que con ellas aprendí muchas cosas valiosas de la vida, y he compartido tantas horas de estudio y muchos ratos felices, momentos incondicionales e inolvidables que he vivido junto a ellas y que siempre nos hemos ayudado una de otra. A mi amiga y compañera de tesis Adriana Bueno por su apoyo y confianza de formar parte de este gran paso, por esas horas de desvelo y en las buenas y las malas siempre nos dábamos aliento para seguir adelante con esta meta, gracias al esfuerzo de ambas y dedicación constante.

**Ana Gabriela León Toapanta**



## **DEDICATORIA**

A Dios por darme salud y estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente para cumplir mi meta y lograr mis objetivos, además por su infinita misericordia y amor, por haber puestos en mi camino aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante mi periodo de estudio.

A mis padres por ser ese pilar fundamental en todo lo que soy hoy, en toda mi carrera estudiantil, como de la vida, por su apoyo incondicional y ejemplo de perseverancia.

A mis amigas (os) que siempre estuvieron hay dándome aliento para seguir y cumplir una de mis metas, cuando sentía que ya no podía más a las personas que depositaron esa confianza en mí y sin pensar hoy en día forman parte de mi corazón.

**Adriana Alejandra Bueno Vera**

Para la realización de este proyecto agradezco principalmente a Dios por darme salud, vida, capacidades, inteligencia, perseverancia y la fuerza necesaria para luchar día a día por el tan anhelado título, ya que sin el a mi lado no hubiese sido posible culminar mi carrera, gracias Padre Celestial por esta siempre en los momentos más necesitados de mi vida.

A mi familia que con mucho cariño me han sabido apoyar en mis decisiones y han estado en los malos y buenos momentos de mi vida, por creer en mí, y que siempre has estado apoyándome incondicionalmente

A cada una de mis amigas que a la final se convirtieron en un pedacito de mi familia y convivieron con la mía, a sus padres que también fueron parte de mi vida, gracias por no dejarme desvanecer y dame sus mejores deseos.

Por ultimo a todos ustedes que estuvieron a mi lado ayudándome a lograr el inicio de mi futuro como profesional, les agradezco con toda la más sinceras palabras que me salen del corazón, y por haber llegado a mi vida mostrándome los sinceros sentimientos de cada uno de ustedes, gracias por los momentos agradables y tristes, y sobre todo por valorar lo que yo di de mi hacia ustedes.

A ellos les dedico este triunfo.

**Ana Gabriela León Toapanta**

# ÍNDICE GENERAL

<b>PORTADA .....</b>	<b>I</b>
<b>REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA .....</b>	<b>ii</b>
<b>CERTIFICADO DE SIMILITUDES .....</b>	<b>iii</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES .....</b>	<b>v</b>
<b>CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR .....</b>	<b>vi</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>ix</b>
<b>ÍNDICE GENERAL.....</b>	<b>xi</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ÍNDICE DE IMAGENES .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ÍNDICE DE ANEXOS .....</b>	<b>xvi</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>xvii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xviii</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo I: Diseño De La Investigación.....</b>	<b>3</b>
1.1. Tema.....	3
1.2. Planteamiento Del Problema.....	3
1.3. Formulación Del Problema .....	5
1.4. Sistematización Del Problema .....	5
1.5. Objetivos .....	6
1.5.1 Objetivo General .....	6
1.5.2. Objetivo Especifico .....	6
1.6. Justificación.....	6
1.7. Delimitación o Alcance De La Investigación.....	8
1.8. Hipótesis De La Investigación .....	8
1.8.1 Hipótesis General .....	8
1.8.2. Prueba De La Hipótesis.....	8
1.9. Variable De La Investigación.....	9

1.9.1 Operacionalización De Variables .....	9
<b>Capítulo II: Fundamentación Teórica.....</b>	<b>12</b>
2.1. Marco Teórico Referencial.....	12
2.2. Marco Teórico .....	14
2.2.1. El Comercio Internacional.....	14
2.2.2. Teorías Del Comercio Exterior .....	15
2.2.3. Factores Que Intervienen En La Internacionalización .....	16
2.2.4. Distribución Física Internacional (DFI) .....	17
2.2.5. Árbol De Palo Santo.....	19
2.2.6. Producción De Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo).....	21
2.2.7. Uso y Beneficio De Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) .....	22
2.2.8. El Mercado Justo.....	25
2.2.9. Tratados Internacionales Entre Ecuador - Estados Unidos .....	28
2.2.10. Modelo De Plan De Exportación.....	28
2.3. Marco Conceptual .....	40
2.4. Marco Legal.....	42
2.4.1. Constitución De La República Del Ecuador .....	43
2.4.2. Código Orgánico De La Producción, Comercio E Inversiones (Copci).....	44
<b>Capítulo III: Metodología De La Investigación.....</b>	<b>47</b>
3.1. Tipo De Investigación .....	47
3.2. Enfoque De La Investigación .....	47
3.3. Técnica De Investigación .....	48
3.4. Población y Muestra.....	49
3.5. Procedimiento De La Investigación .....	51
3.6. Fichas De Entrevista.....	52
3.6.1. Análisis De Resultados.....	52
3.6.2. Conclusión Del Análisis De La Entrevista.....	54
<b>Capítulo IV: Propuesta.....</b>	<b>68</b>
4.1. Título De La Propuesta .....	68
4.2. Justificación De La Propuesta .....	68
4.3. Adaptación Del Modelo De Plan De Exportación De División Promoexport 2013. ..	70
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>132</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>133</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>134</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Operacionalización de las Variables</i> .....	10
<i>Tabla 2 Indicadores</i> .....	27
<i>Tabla 3 Población de la investigación</i> .....	49
<i>Tabla 4 Muestra y Población</i> .....	51
<i>Tabla 5 Interesado en la importación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo</i> .....	55
<i>Tabla 6 Producto de Comercialización hacia Los Ángeles - Estados Unidos</i> .....	56
<i>Tabla 7 Importando productos desde Ecuador</i> .....	57
<i>Tabla 8 Adecuado Empaque y Embalaje de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)</i> .....	58
<i>Tabla 9 Oportunidad de Mercado</i> .....	59
<i>Tabla 10 Importaciones de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)</i> .....	60
<i>Tabla 11 Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)</i> .....	61
<i>Tabla 12 Mercado Internacional</i> .....	62
<i>Tabla 13 Parámetro de una Exportación</i> .....	63
<i>Tabla 14 Acceso al Mercado</i> .....	64
<i>Tabla 15 Asesoramiento para la exportación</i> .....	65
<i>Tabla 16 Producción de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)</i> .....	66
<i>Tabla 17 Característica del Producto</i> .....	74
<i>Tabla 18 Estructura de la microempresa</i> .....	76
<i>Tabla 19 Empresas emprendedoras de Incienso de Palo Santo</i> .....	78
<i>Tabla 20 Empresas Competidoras</i> .....	79
<i>Tabla 21 Empresas internacionales</i> .....	81
<i>Tabla 22 Empresas Importadoras - Compradoras</i> .....	82
<i>Tabla 23 Información Básica de Los Ángeles – Estados Unidos</i> .....	83
<i>Tabla 24 Información Económica de Los Ángeles – Estados Unidos</i> .....	84
<i>Tabla 25 Segmentación de Mercado</i> .....	107
<i>Tabla 26 Partida Arancelaria</i> .....	108
<i>Tabla 27 Financiación del Proyecto</i> .....	121
<i>Tabla 28 Gastos de Exportación</i> .....	124
<i>Tabla 29 Ventas proyectadas por envíos</i> .....	126
<i>Tabla 30 Gastos de ventas para la exportación</i> .....	128
<i>Tabla 31 Estado de Pérdida y Ganancia</i> .....	129
<i>Tabla 32 Presupuesto de Efectivo</i> .....	130
<i>Tabla 33 Calculo de TIR y VAN</i> .....	131

## ÍNDICE DE IMAGENES

Imagen 1 Razones Para la Internacionalización.....	16
Imagen 2 Distribución Física Internacional .....	18
Imagen 3 Árbol del Palo Santo .....	21
Imagen 4 Producción de Incienso de Palo Santo .....	22
Imagen 5 Estructura de un Plan de Exportación .....	29
Imagen 6 Modelo de Plan de Exportación .....	31
Imagen 7 Canal de Distribución.....	32
Imagen 8 Esquema de Análisis FODA .....	33
Imagen 9 Factores a considerar para seleccionar mercados finales .....	36
Imagen 10 Estrategia del Marketing Mix 4P's.....	39
Imagen 11 Interesado en la importación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo .....	55
Imagen 12 Producto de Comercialización hacia Los Ángeles - Estados Unidos.....	56
Imagen 13 Importando productos desde Ecuador .....	57
Imagen 14 Adecuado Empaque Y Embalaje de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) .....	58
Imagen 15 Oportunidad de Mercado.....	59
Imagen 16 Importaciones de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) .....	60
Imagen 17 Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) .....	61
Imagen 18 Mercado Internacional.....	62
Imagen 19 Parámetros de una Exportación.....	63
Imagen 20 Acceso al Mercado.....	64
Imagen 21 Asesoramiento para la exportación .....	65
Imagen 22 Producción de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo).....	66
Imagen 23 Palo Santo.....	73
Imagen 24 Canal de Distribución Indirecto Corto .....	77
Imagen 25 Ubicación de Los Ángeles – Estados Unidos.....	85
Imagen 26 Exportación por Categoría de Producto .....	87
Imagen 27 Balanza Comercial No petrolera con Estados Unidos.....	89
Imagen 28 Perspectiva para diversificación de mercados internacionales.....	90
Imagen 29 Certificado.....	93
Imagen 30 Palo Santo.....	95
Imagen 31 Funda Plástica Quintalera.....	96
Imagen 32 Carga Suelta .....	97
Imagen 33 Etiquetado .....	98
Imagen 34 Transito desde Ecuador a Estados Unidos Via Aerea .....	101
Imagen 35 Preparación del transporte.....	102
Imagen 36 Esquema de la comercialización del incienso artesanal .....	106
Imagen 37 Entidades u Organizaciones .....	108
Imagen 38 Flujo de Exportación .....	110
Imagen 39 Esquema general del Plan de Exportación .....	111
Imagen 40 Declaración de Exportación Ecuapass .....	112
Imagen 41 Declaración de Exportación Ecuapass .....	113

Imagen 42 Token en el sistema Ecuapass .....	114
Imagen 43 Partida Arancelaria de Ecuador .....	115
Imagen 44 Partida Arancelaria de Estados Unidos .....	116
Imagen 45 Término de Negociación .....	119

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Muestras Relacionadas .....	140
Anexo 3 Entrevista Con El Señor Julio Luis Malta Diviassi .....	143
Anexo 4 Proceso De La Elaboración Del Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) .....	150
Anexo 5 Embalaje De Mercadería .....	152
Anexo 6 Inspección Antinarcótico.....	153
Anexo 7 Aforo De La Mercadería.....	154
Anexo 8 Presentación Del Envío Por Cajas .....	155
Anexo 9 Documentación.....	156



## RESUMEN

El proyecto titulado Incienso Artesanal *Bursera Graveolens* (Palo Santo) hacia el mercado Los Ángeles – Estados Unidos, se justificó debido a la oportunidad que ofrece el mercado para la exportación de este producto. Ecuador gracias a los diversos productos agros- artesanales que posee tiene una gran demanda en los países industrializados como lo es Estados Unidos y este producto está dirigido a los sectores farmacéuticos e industrias de cosméticos y belleza donde se emplean insumos tales como: aceites esenciales, cremas, dando uso para la conserva de su aroma. La microempresa del señor JULIO LUIS MALTA DIVIASSI con nombre comercial HOLY WOOD EXPORT, es uno de los distribuidores a nivel nacional en comercializar este tipo de producto, sin embargo, con el pasar de los años sus ventas ha decaído a baja escala. Por ello una forma para fomentar la comercialización del incienso artesanal, se desarrolla el presente estudio mediante la metodología del método descriptivo y el enfoque mixto, al momento de aplicar encuestas a posibles compradores da como resultado el alto potencial de exportación del producto, el interés en la compra y las oportunidades de consumo ya que al país que se pretende enviar existen muchos latinoamericanos que conocen de los usos y beneficios de este tipo de madera. Motivo por el cual el presente proyecto tiene como meta principal el analizar los factores que incurren a la exportación del Incienso Artesanal por parte del señor JULIO LUIS MALTA DIVIASSI con nombre comercial HOLY WOOD EXPORT al mercado estadounidense, se procedió al desarrollo de un plan de exportación adoptado del modelo de la Guía Práctica de Plan de Exportación De Puerto Rico, mediante aspectos principales como es el producto, el mercado meta, la empresa, la negociación, la logística y el análisis financiero, permitiendo así un exportación efectiva del producto.

## **ABSTRACT**

The project titled *Bursera Graveolens* Craft Incense (Palo Santo) to the market Los Angeles - United States, was justified due to the opportunity offered by the market for the export of this product. Ecuador, thanks to the various artisanal products that it has, is in great demand in industrialized countries, such as the United States, and this product is aimed at the pharmaceutical and cosmetic and beauty industries where inputs such as: essential oils, creams are used, giving use for preserving its aroma. The micro company of Mr. JULIO LUIS MALTA DIVIASSI with commercial name HOLY WOOD EXPORT, is one of the distributors nationwide in marketing this type of product, however, over the years its sales have declined on a small scale. Therefore, a way to promote the commercialization of artisanal incense, the present study is developed through the methodology of the descriptive method and the mixed approach, when applying surveys to potential buyers, it results in the high export potential of the product, the interest in the purchase and the opportunities of consumption since to the country that is tried to send exist many Latin Americans who know of the uses and benefits of this type of wood. Reason for which the present project has like main goal the analysis of the factors that they exert to the exportation of the artisanal incense on the part of Mr. JULIO LUIS MALTA DIVIASSI with commercial name HOLY WOOD EXPORT to the American market, proceeded to the development of an adopted export plan of the model of the Practical Guide to the Export Plan of Puerto Rico, through main aspects such as the product, the target market, the company, the negotiation, the logistics and the financial analysis, thus allowing an effective export of the product.

## INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país agricultor pero su oferta exportable se limita a materias primas específicas o abarca pocas a las cuales se les dan un proceso diferente que permite competir en un mercado exterior. Se ha buscado la forma de incrementar la oferta exportable de productos no tradicionales que portará a incrementar las importaciones y aprovechar la producción del país, cumpliendo uno más de los ejes del cambio de la matriz productiva, adquirir estrategias que permitan el crecimiento y mejora de calidad de vida a las familias que laboran en este sector agro-artesanal.

El Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) aparte de ser un producto de exportación integra artesanías que da identidad al país, porque son elaborados de una madera sagrada como es el árbol antes mencionado, de acuerdo con la investigación la microempresa del señor JULIO LUIS MALTA DIVIASSI con nombre comercial HOLY WOOD EXPORT ubicado en la Provincia de Santa Elena – Cantón Salinas no posee una guía adecuada de un plan de exportación para este tipo de productos y como una forma de promover la comercialización en esta microempresa es el desarrollo del presente proyecto que comprende lo siguiente :

Capítulo 1: Se menciona el diseño de la investigación, especificando los motivos que llevan a realizar el presente estudio, planteado objetivos, delimitando y detallando los puntos necesarios para cumplir adecuadamente los temas antes mencionados para el presente proyecto.

Capítulo 2: Implica el argumento teórico, basado en la información propuesta principalmente por las autoras, que permite conocer aspectos relacionados al proyecto, determinado los problemas específicos que dan como resultado el desarrollo de un modelo para el plan de exportación y a su vez la integración de un marco legal, teórico y conceptual referente al tema.

Capítulo 3: Involucra la metodología de la investigación, es decir la recolección de datos realizado por las autoras, además los aspectos que intervienen a la investigación como son la muestra y población, entre otro, culminado con un estudio de análisis de una intervención y selección al importador potencial apto para liderar la oferta.

Capítulo 4: Se culmina con un informe final de proyecto, la cual se desarrolla un plan de exportación, mencionando aspectos de la empresa, el mercado, el tipo de negociación, la logística de la transportación de la mercancía, el proceso para exportar, el producto a exportar y el análisis financiero de lo propuesto.

## **Capítulo I: Diseño De La Investigación**

### **1.1. Tema**

PLAN DE EXPORTACIÓN DE INCIENSO ARTESANAL BURSERIA GRAVEOLENS (PALO SANTO) AL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS.

### **1.2. Planteamiento Del Problema**

¿La producción de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) será sustentable a largo plazo? Es la pregunta que se responderá a través de la presente investigación de esta tesis.

La provincia Santa Elena del Ecuador, tiene las condiciones apropiadas para la formación de hábitats de diferentes especies animales y vegetales, gracias a la localización geográfica en la que se encuentra.

Según (El Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018) Ecuador posee la mayor diversidad vegetal y animal del mundo reflejándose una extensa gama de fauna y flora representando una aérea de apenas el 2% de la superficie total del planeta, 38% en el territorio nacional. (La biodiversidad de Ecuador, 2018)

El palo santo también se lo conoce como Bursera Graveolens proveniente de su nombre botánico y a lo largo del tiempo está ganando un mercado importante a nivel nacional, ya que son elaboradas por personas artesanales.

El palo santo es un árbol que se da en el bosque seco del Ecuador, este árbol no puede ser cortado ya que por su naturaleza sirve para su propósito el cual es dar incienso, su resina y por último su aroma cítrico, dulce cuando es transformado artesanalmente en incienso, los principales importadores son: Perú, Japón, México, Italia, Francia y países bajos.

Al determinar las ventajas que brindan estos recursos vegetales, en su mayoría no son totalmente aprovechados en actividades que promuevan un desarrollo económico

sustentable, en este caso se puede dar como alternativa un Plan de Exportación de Incienso Artesanal *Bursera Graveolens* (Palo Santo). El aprovechamiento de este árbol se da a conocer gracias a su uso medicinal, la cual es conocido como repelente de insecto sino también es un potencial curativo para la salud, por esta razón se busca la internacionalización del producto.

Se valora que en el Ecuador existe aproximadamente 4.01 de hectáreas de cultivo del árbol de palo santo según lo dijo la dirección provincial del Medio Ambiente, esta planta es muy poco conocida de la cual el 0.3 de las hectáreas son protegidas pertenecientes a la Urbanizadora del Salado (Urdesa) dicho organismo concedió la administración al Sr. Rodrigo Icaza Rolando, este producto posee varias ventajas como es la carencia de plagas, por lo tanto se puede convertir en un producto de gran potencia exportable. (El Universo, 2014)

Uno de los problemas que se establece actualmente la microempresa JULIO LUIS MALTA DIVIASSI con su nombre comercial HOLY WOOD EXPORT, es que hay una baja escala en las exportaciones de incienso de palo santo ocasionado por los siguientes motivos, solo se comercializa a nivel local o a nivel de empresas del país, actualmente está en la búsqueda de una guía apropiada para una exportación exitosa, teniendo en cuenta que solo se requiere la madera que caiga por si sola y muera de forma natural y después de 3 a 4 años de haber caído es cuando manifiesta sus propiedades para la elaboración de varios productos, pero el desconocimiento de las personas piensan que se corta este árbol, lo que busca es llegar al mercado internacional con este producto ecuatoriano.

La mayor parte de las plantaciones de madera de palo santo se encuentran en bosques del país, este árbol silvestre crece en las zonas secas y montañosas del Ecuador, entre las comunas que existen son: Manabí, Loja, Esmeraldas y las Islas Galápagos son

territorios con extensas hectáreas de Palo Santo. Las áreas principales son Puerto López, Vía a la Costa, Santa Elena y Jipijapa pertenecientes a la provincia del Guayas y de Manabí que se dedican a la recolección de la madera de palo santo, trabajan conjuntamente con el Ministerio de Ambiente, Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario como es el AGROCALIDAD, la cual presenta un plan nacional contra la identificación de causa y efecto de la acumulación de plaguicidas. (Moreira, 2017)

En el año 2013 el Sr. Luis Malta artesano calificado empieza con la idea de una actividad artesanal en la provincia de Santa Elena, mediante la venta de incienso de palo santo en el mercado local teniendo satisfacción un crecimiento económico estable por lo que surge la necesidad de expandir su negocio a mercados internacionales y así cruzar nuevas fronteras, dando a conocer la flora ecuatoriana que está haciendo conciencia ecológicamente de la cual es un árbol silvestre de plantas autóctonas.

La idea de este artesano es dar a conocer uno de sus productos mediante la producción e inversión impulsando esta actividad económica no solo en el mercado local, sino también a través del mercado internacional, exponiendo el producto competitivo con un valor agregado, mediante un plan de exportación.

### **1.3. Formulación Del Problema**

¿La propuesta de un Plan de Exportación de Incienso Artesanal *Bursera Graveolens* (Palo Santo), aportaría a la comercialización del producto hacia mercado de Los Ángeles – Estados Unidos?

### **1.4. Sistematización Del Problema**

¿Por qué se debe de analizar los requisitos de ingreso a Los Ángeles – Estados Unidos para la Exportación de Incienso Artesanal *Bursera Graveolens* (Palo Santo)?

¿De qué manera se puede determinar el Plan de Exportación de Incienso Artesanal *Bursera Graveolens* (Palo Santo) hacia el mercado de Los Ángeles – Estados Unidos?

¿De qué modo un Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) alcanzará los estándares exportables del producto hacia al mercado de Los Ángeles – Estados Unidos?

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1 Objetivo General**

Desarrollar un Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) a través de métodos y técnicas, para la comercialización del producto hacia el mercado de los Ángeles – Estados Unidos.

### **1.5.2. Objetivo Especifico**

- Analizar los requisitos de ingresos y salida al mercado Los Ángeles – Estados Unidos, mediante la recopilación de datos, para detectar las dificultades al acceso hacia el mercado meta.
- Determinar factores que incidirán en un plan de exportación a través de la adecuación de un modelo, basado en los puntos clave para desarrollarse.
- Diseñar un Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) al mercado Los Ángeles – Estados Unidos, para facilitar la comercialización del dicho producto.

## **1.6. Justificación**

La microempresa familiar JULIO LUIS MALTA DIVIASSI con su nombre comercial HOLY WOOD EXPORT se dedica a la comercialización nacional de incienso de palo santo, este negocio actualmente ha servido como sustento económico para la familia y también para los pequeños compradores y vendedores locales.

A través de la presente investigación se pretende analizar sobre los beneficios y modo de usos del palo santo en la elaboración de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) para la exportación al mercado de Estados Unidos, con la



finalidad de mejorar el nivel de vida de las personas que se dedican a esta actividad artesanal aportando así el desarrollo de la economía nacional.

El desarrollo de este proyecto será un aporte hacia la diversificación de la oferta exportable, permitiendo así conocer los requisitos de exigencia del mercado internacional para la Exportación de Incienso Artesanal *Bursera Graveolens* (Palo Santo) al mercado Los Ángeles – Estados Unidos.

La investigación beneficiará a la microempresa JULIO LUIS MALTA DIVIASSI con su nombre comercial HOLY WOOD EXPORT a los productores que promueven la recolecta de este árbol silvestre ya que al exportar el producto surgirá el crecimiento de las ventas y sus ingresos, aportando con el objetivo del plan nacional del buen vivir estipulado en el numeral 3 que trata de la mejora de calidad de vida de la población. (Senplades, 2012)

El presente proyecto permitirá mantener la tradición de elaborar productos artesanales del país, exponiendo internacionalmente cultura ecuatoriana a los consumidores de Los Ángeles – Estados Unidos, así mismo fomentar el cultivo de los arboles incrementando su demanda.

Por tal motivo la apertura de nuevos mercados permitirá comercializar un producto no tradicional progresando la productividad y calidad de la semicultura, el aporte del proyecto será con el objetivo de lograr que la microempresa JULIO LUIS MALTA DIVIASSI con su nombre comercial HOLY WOOD EXPORT. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2012), no solo exporte el incienso de palo santo hacia el mercado Estadounidense, sino también extenderse a varios países.

## **1.7. Delimitación o Alcance De La Investigación**

La presente investigación está delimitada bajo los siguientes puntos:

**CAMPO:** Socioeconómico

**ÁREA:** Comercio Exterior

**TEMA:** Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) al Mercado De Los Ángeles – Estados Unidos.

**TIEMPO:** El tiempo de la investigación aproximadamente será 6 meses, tiempo que será de estudio para la viabilidad de la Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) al mercado de Los Ángeles - Estados Unidos.

**LUGAR:** Provincia de Santa Elena – Cantón Salinas

El presente proyecto está dirigido a la microempresa familiar JULIO LUIS MALTA DIVIASSI con su nombre comercial HOLY WOOD EXPORT artesano calificado de la provincia de Santa Elena – Cantón Salinas.

## **1.8. Hipótesis De La Investigación**

### **1.8.1 Hipótesis General**

Si se diseña Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) hacia el mercado de Los Ángeles – Estados Unidos, entonces mejorará la comercialización de este producto.

### **1.8.2. Prueba De La Hipótesis**

Para comprobar la hipótesis se elaboró la prueba de Chi Cuadrado, para esto se realizó un cruce de las variables de la investigación, para describir si existe igualdad entre las variables dependiente e independiente, se empleó lo antes mencionado y dio como resultado hipótesis nula.

Ho: El Plan de Exportación ayudará a la comercialización del Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo).

Para rechazar la hipótesis nula se realizó la prueba de Chi Cuadrado, de acuerdo a las encuestas realizadas a los importadores estadounidenses se preguntó si los planes de exportación incurren en la comercialización del Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo), obteniendo como resultado la prueba de Chi con un 0,095 dando, así como superior al Chi tabla que en este caso fue de 0.087; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general. (Ver Anexo 1)

## **1.9. Variable De La Investigación**

### **Variable Independiente**

Diseño de un Plan de Exportación.

### **Variable Dependiente**

Mejoramiento de la comercialización del producto.

#### **1.9.1 Operacionalización De Variables**

La operacionalización de las variables se incluye las definiciones de las mismas, dimensiones, indicadores, ítems y subíndices que ayudarán a la medición de las variables de investigación como son las preguntas empleadas entre los instrumentos de recolección para la información.

**Tabla 1 Operacionalización de las Variables**

	DEFINICIONES	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b>  Plan de Exportación	Es una guía que muestra a los exportadores hacia dónde dirigir sus productos y servicios a los mercados internacionales y orientándoles a oportunidades donde las empresas ofertan sus productos.	*Mercado Local	*Guía de exportación. * Asesoramiento al Comercio Exterior para exportar sus productos. * Conocimientos de los sectores en los que se puede comercializar el producto.	<b>1)</b> Posee la empresa una guía de exportación que le permita la comercialización de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) en Los Ángeles – Estados Unidos. <b>2)</b> La empresa conoce alguna Institución u Organización que les ayude a capacitarse para realizar exportaciones.
		* Geográfico	* Desconocimiento del producto y requisitos para exportar.	<b>3)</b> ¿Cree usted que la implementación de un plan de exportación por parte de la Microempresa, facilitará el acceso del producto al mercado Estadounidense?
		*Factores Legales	* Entrada y salida de divisas en los países Ecuador- Estados Unidos. *Posibilidades económicas para invertir.	<b>4)</b> ¿Cuánto tiempo lleva la microempresa en el campo laboral de la venta de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)?
		* Económica	* Nivel de formación artesanal.	<b>5)</b> Ha existido propuesta para la exportación directa del incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo). <b>6)</b> Mediante el plan de exportación mejoraría la comercialización del producto.
		*Social	*Relaciones comerciales entre Ecuador y EEUU	<b>7)</b> ¿Conoce hacia donde llegan los productos que se venden a los intermediarios?
		*Política Comercial	*Relaciones comerciales entre Ecuador y EEUU	<b>8)</b> Analizar los requisitos de ingreso hacia el mercado meta.

<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>  Mejoramiento de la comercialización del producto.	Consiste en la propuesta de un plan de marketing con la finalidad de incrementar las ventas, mejorando su imagen empresarial, reduciendo costos, y los servicios de la comercialización.	* Cultural	* Conocimientos sobre las costumbres del país al que va dirigido el producto.	1) Considera que existe la oferta suficiente Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) para cubrir la demanda internacional.
		* Comercial	* Recursos con los que cuenta la empresa como materia prima y financiero.	2) ¿Conoce los tratados comerciales que existe entre Ecuador y Estados Unidos necesarios para exportar este producto?
		* Oferta /Demanda	* Acogida del producto para una económica sustentable en ambos países.	3) ¿Conoce cuáles son las restricciones, permisos, Certificaciones y demás requerimientos impuesto por Estados Unidos para la exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)?
		*Clientes Potenciales	* Participación de mercados	4) ¿Qué oportunidades tiene actualmente los artesanos?
		* Competencia	* Mercado Justo	5) ¿Cuáles son las organizaciones que exportan artesanía en el Ecuador?

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

En la tabla 1 se muestra las variables independiente y dependiente, que consta de las definiciones de cada una, los indicadores necesarios para realizar el plan de exportación y los ítems básicos que corresponden a cada uno de los temas antes mencionados.

## **Capítulo II: Fundamentación Teórica**

### **2.1. Marco Teórico Referencial**

Para la obtención de antecedentes se realizó una investigación de campo en la que se hace referencia a varios trabajos previos a la obtención de títulos profesionales, presentando planes de exportación que favorecen como guía para un incentivo económico de las empresas de diversos sectores comerciales, permitiendo así a la microempresa JULIO LUIS MALTA DIVIASSI con su nombre comercial HOLY WOOD EXPORT un enfoque claro acerca de la aplicación de estrategia y comercialización para el diseño del plan de exportación.

En la investigación titulada “La Producción de Aceite e Incienso de Palo Santo o (Bursera Graveolens) en el Cantón Puerto López, Provincia de Manabí”. Presentada por (Eugenio, 2014), se empleó una metodología combinada de métodos, técnicas y procedimientos de tipo inductivo, deductivo y bibliográfico, para la cual se analizó la comercialización actual de estos productos en el cantón de Puerto López. El autor culminó la investigación y la misma permito mejorar la economía y calidad de vida los habitantes de ese sector, además demostró un desarrollo socioeconómico a los pequeños productores ecuatorianos.

Otro autor (Pérez, 2015) menciona en su trabajo de titulación “Modelo de Negocio Para la Asociación Comunitaria Bolívar Tello Cano del Cantón Zapotillo, Para la Exportación de Palo Santo 2015”. Hace referencia a las herramientas de la matriz FODA, la de Michael Porter y a los métodos de campo descriptivos, analítico, deductivo y sintético en la cual mencionan infraestructuras, procesos, finanzas, normativa legal y clientes que son necesarias para la exportación de este tipo de producto. Como conclusión se estableció que esta tesis puede servir como modelo similar para futuros planes de exportación.

(Del valle y Zambrano, 2015), diseñaron una “Extracción de Aceites Esenciales de Plantas Autóctonas Menta (*Menta Piperita* L.), Palo Santo (*Bursera Graveolens*), Hierba Luisa (*Cimbopongón Citratus*) de la Provincia de Manabí Con Potenciales de Industrialización”. Estos autores mencionan que estas plantas autóctonas a futuro servirán como economía sustentable que pasarán por un proceso de industrialización en los laboratorios de la Escuela de Ingeniería Química de la Facultad de Ciencias Matemáticas, Física y Químicas de la Universidad Técnica de Manabí. Logrando generar un aporte que incluye varios campos teórico, económico y científico. El esquema propuesto de este estudio, se enfocó en los diversos métodos para la extracción de aceites esenciales que sirven para futuras comercializaciones.

(Burgos y Yagual, 2013), en la “Exportación de Aceites Esenciales de Cardamomo (*Elettaria Cardamomum*) hacia el mercado Alemán”, hace referencia a los procesos logísticos, productivos y de exportación de este producto mencionado que a su vez ayudará a la Empresa Kuen S.A. a la apertura de nuevos mercados, con la finalidad de realizar un análisis financiero que apoyará a obtener resultados si es conveniente invertir en este proyecto, incluyendo también variables comerciales, económicas y financieras que otorgue una ventaja competitiva de significancia dentro del mercado escogido, mediante los tipos de investigación descriptiva y de campo. Sin embargo, consideran que el producto para exportar tiene una participación que contribuirá a la diversificación de exportaciones con un valor agregado.

En el “Proyecto de Pre- Factibilidad para la Exportación de Aceites Esenciales de Eucalipto para Aroma Terapia al Mercado Alemán 2009 -2019”. De la autora (Gordon, 2013), indica que es importante incursionar en el mercado internacional incrementando la producción y generando un valor agregado utilizando mano de obra, incrementa también porcentaje de utilidad para los productores y exportadores siguiendo con los

procedimientos que ofrece la SENA E, la autora determino que Alemania que es un país de alto requerimiento de sistema de calidad detallando los respectivos permisos, certificados para poder acceder al mercado. Dando como resultado que es una alternativa viable de ingreso para el productor ecuatoriano.

De acuerdo a lo antes mencionado se finaliza con la conclusión que cada proceso de exportación o plan de negocio varía según sus necesidades, permitiendo así que la presente investigación se estructure de la siguiente manera: metodologías combinadas, técnicas y procedimientos que ayudan la mejora de la comercialización del producto a exportar, otorgando así un proceso de industrialización, generando un valor agregado, competitividad, mano de obra y materia prima, siguiendo los procedimientos que ofrece la SENA E para los exportadores.

## **2.2. Marco Teórico**

### **2.2.1. El Comercio Internacional**

(Formación en Comercio Internacional, 2017), toda ocupación dirigida a intercambiar bienes y servicios como es la acción aduanera y el tráfico de mercancía la cual se la denomina el comercio internacional, permitiendo relacionarse comercialmente y a la vez conociendo otras culturas como económicas, etc., logrando así desarrollar negocios internacionales en beneficio propios para cada país.

El comercio internacional su importancia se originó en el siglo XVI con el surgimiento del imperio europeo, dando paso a la exportación e importación de productos como política imperialista y a su vez surgieron colonias que se asentaron en América siendo esta la Inglesa y la Española comercializando toda clases de metales como el oro y la plata consiguiendo así mayor cantidad de riquezas para obtener más poder en el mundo entero.



## **2.2.2. Teorías Del Comercio Exterior**

### **Ventajas Comparativas**

En su libro (“Principles of Political Economy”,1817), David Ricardo demostró que un país debe especializarse en aquellos bienes y servicios que pueda producir de manera más eficiente y adquirir, de otros países aquellos que produzca de manera menos eficiente, incluso cuando, en ocasiones, esto representa adquirir bienes extranjeros cuya producción final puede ser más eficiente. De esta manera, la teoría de David Ricardo hace énfasis en la productividad de los países. (Rivas)

Mediante la investigación se observó que el Sr. Luis Malta artesano calificado es recolector del palo santo siendo este un producto no tradicional, novedoso y ecológico, dando a la vez un aroma agradable para el consumidor.

En la teoría del comercio internacional según Michel E. Porter, permite una mayor movilidad en los factores de producción entre los países, dando como consecuencia algunas ventajas como son:

- Hacer posible que un país importe productos cuya producción interna no es suficiente y que no sean producidos.
- Que la oferta del producto que exceden el consumo a otros países sea posible en el mercado extranjero.
- Otorgar equilibrio entre la escasez y el exceso.

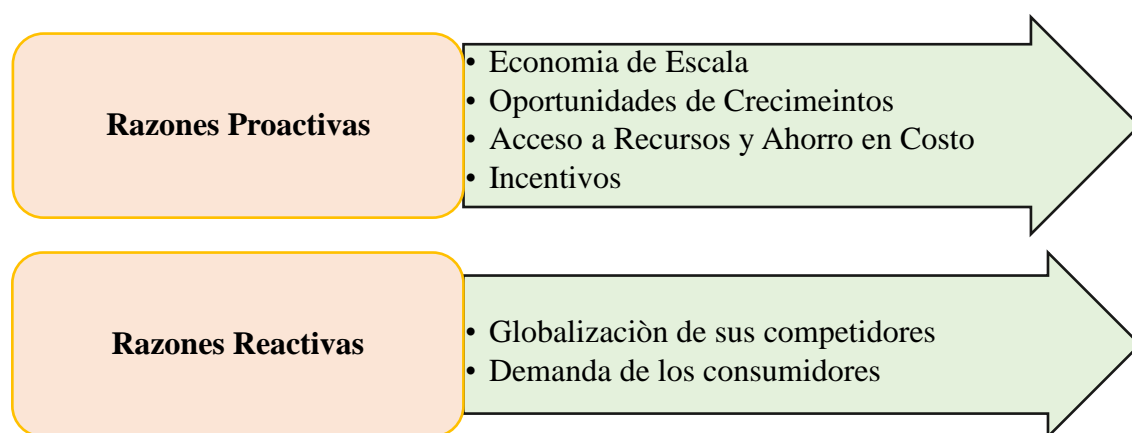
El movimiento de entrada y salida de las mercancías que dan paso a la balanza en el mercado internacional, debido a que los teóricos del nuevo comercio afirman que los países pueden exportar ciertos productos como en las compañías de grandes dimensiones, sin embargo, no se debe olvidar que hay países en los que las pequeñas y medianas empresas son el motor fundamental en la economía exportadora, por lo que

los países tratan de atraer algunas empresas de cadenas productivas de estos sectores poco competidos.

Definiendo las ventajas existentes en el comercio internacional para incrementar la riqueza de las naciones y el nivel de vida de las personas. Esta teoría parte de considerar que distintos países disfrutan de una distinta dotación de recursos naturales.

### 2.2.3. Factores Que Intervienen En La Internacionalización

Según (Hellen Deresky, 2014), expresa que las empresas pueden incursionar en mercados internacionales relacionando diversos motivos, que pueden ser comprendidas en razones proactivas y reactivas, en la cual la primera responde a las estrategias agresivas de mercado por esta razón busca responder a la competencia y mejorar su calidad de venta, la segunda defiende o busca una organización de las acciones emprendidas por la competencia.



**Imagen 1 Razones Para la Internacionalización**

**Fuente:** International Management (Deresky, 2014)

Lo que describe la imagen 1, es la internacionalización de las empresas a través de las razones mencionadas anteriormente, es decir a qué tipo de actividad comercial realiza cada una de las empresas que constantemente se ven amenazadas de manera local y se encuentran en riesgo, y ven la necesidad de diversificar sus productos hacia otros mercados, logrando así incursionar en mercados potenciales como son la Unión Europea, Estado Unidos y China.

## **Teoría De La Demanda Reciproca**

John Stuart Mill, afirma que dentro de un sistema de costos comparativos y de división internacional del trabajo, el comercio de exportación de un país se fortalecerá en la medida en que el mismo compre o importe mercancías producidas en otro.

Sostiene que el éxito económico de un país reside en mantener un superávit relativo de sus exportaciones sobre sus importaciones. (Teorías Clásicas del Comercio Internacional, 2014)

En esta teoría da entender que los costos y la mano de obra influyen en las exportaciones, es decir son los pilares fundamentales para el país, la cual ningún país es autosuficiente, por ellos debe haber intercambio de bienes y servicios entre otros países.

## **Teoría De Hackscher - Ohlin**

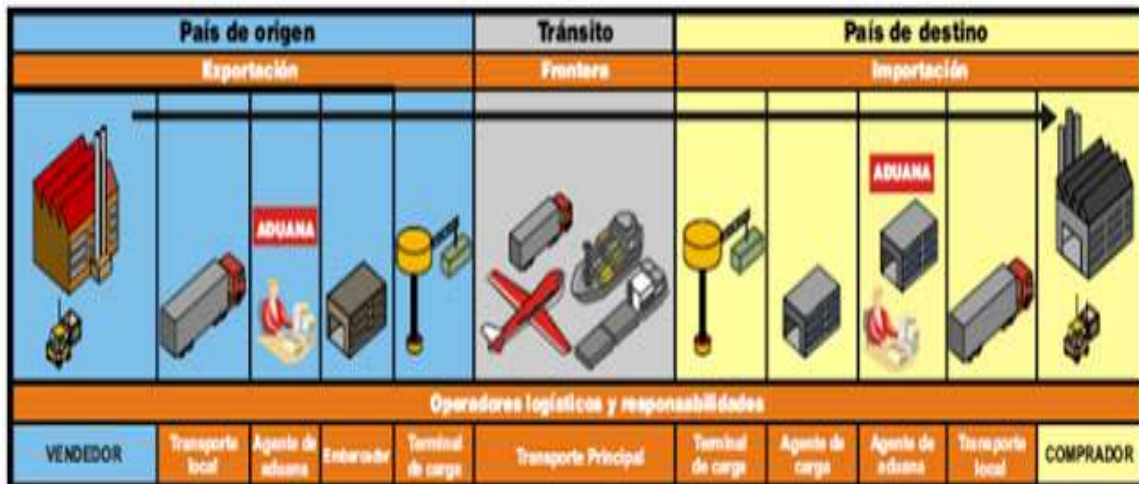
El modelo H-O (HACKSCHER – OHLIN), fue estudiado muy acuciosamente por Paul Samuelson, agregándole varios criterios importantes entre los que destaca la redistribución del ingreso por la vía del comercio internacional, llamado así el teorema de Hackscher- Ohlin- Samuelson (H-O-S) que manteniendo los demás supuestos del modelo H-O indica el libre comercio de bienes da lugar a que las remuneraciones a un mismo factor productivo de los países que intercambian, será igual no solo en términos absolutos , sino también relativos. (María Cecilia Benac , 2016)

La teoría tiene una gran influencia en el comercio global, se enfoca en encontrar y establecer los factores principales para la productividad del país, como es la exportación de los recursos naturales, financieros y humanos que posee el país para llevar a cabo el verdadero intercambio de bienes y servicios para la mejora de la economía.

### **2.2.4. Distribución Física Internacional (DFI)**

Conocida por sus siglas DFI (Distribución Física Internacional), la Distribución Física

Internacional es el proceso logístico que se desarrolla en torno a situar un producto en un mercado internacional, cumpliendo con los términos negociados entre el vendedor y el comprador. Su objetivo principal es reducir al máximo los tiempos, los costos y el riesgo que se pueda generar durante el trayecto desde el punto de entrega en destino. (Katheryne, 2013)



## Imagen 2 Distribución Física Internacional

**Fuente:** Servicios Logísticos Aduaneros

**Elaboración:** Asesores de Comercio, Logística y Aduana

En la imagen 2 se observa el proceso logístico de un producto al mercado meta, pasa por el país de origen realizando los trámites adecuado para la exportación llegando al transporte principal en la frontera y así llega al país de importación cumpliendo con los requisitos de entrada.

## Etapas De Distribución Física Internacional

Las etapas de la distribución física internacional son las siguientes:

### Análisis de la carga a transportar

Se debe tomar en consideración el tipo de carga que se desea transportar la cual puede ser:

- **Suelta:** Bienes individuales que por su tamaño o naturaleza son transportadas en unidades de carga y se embarcan como unidades separada. (Regristo Oficial , 2011)
- **General:** Todo tipo de carga que se transporta conjuntamente en pequeñas cantidades y unidades independientes.
- **Granel:** Esta carga es aquella que se transporta en abundancia y sin embalaje. (Regristo Oficial , 2011)

También se toma en consideración la naturaleza de la carga ya que de esto depende el tipo de unidad de carga que se debe seleccionar para una adecuada transportación del producto hacia el destino final las cuales son:

- **Perecedera:** Es denominada aquella mercancía que sufre una degradación normal en su característica física, química y microbiológica, como resultado en el paso del tiempo en las condiciones del medio ambiente.
- **Frágil:** Este tipo de carga requiere de un manejo especial dada sus características, toda operación debe realizarse con extremo cuidado, incluyendo el embalaje, manipulación y el traslado.
- **Peligrosa:** Son aquellas cargas compuestas de productos peligrosos, que por sus características son explosivas, combustibles, oxidantes, venenosas, radioactivas o corrosivas, pueden causar accidentes o daños a otros productos.
- **Extradimensionadas:** Carga voluminosa o pesada que requiere tratamiento especial para transportación ejemplo: animales vivos.

#### 2.2.5. **Árbol De Palo Santo**

La historia se remota en el imperio Inca por el Chaman de Perú. Palo Santo significa "madera sagrada" y es el nombre para la *Bursera Graveolens*. También se le

llamó "quebracho" por los colonizadores españoles que por su dureza quebraba el hacha al ser cortado. (Inkanat, 2018)

De unos 18 metros de altura, es un árbol mediano con copa de hojas pequeñas, gran cantidad de ramas y frutos en forma de capsula color verde oscuro. Este árbol vive en la región sudamericana de Perú, Ecuador, Bolivia y en Mato Grosso (Brasil). Al combustionar, desprende un humo que tiene una serie de propiedades espirituales, que lo hacen ideal para la meditación, relajación, armonía en los encuentros íntimos de pareja, relaja situación de tensión dentro de una familia, etc. También su humo mágico se puede utilizar para limpiar las energías negativas de las viviendas, habitaciones, oficina, etc.

El origen del Palo Santo es muy antiguo, lo utilizaban los Chamanes Incas en sus rituales religioso-espirituales, como herramienta para atraer la buena suerte, alejar cualquier signo de negatividad, y como medio de conseguir una mejor comunicación espiritual con sus dioses.

Este árbol también está presente en el ritual de los matrimonios indígenas. La pareja debe plantar este árbol en ausencia de testigos para ligar sus destinos y que la unión dure eternamente. Se utilizaba para encender Fuegos Sagrados en ceremonias y rituales, protegiendo así el espacio en el que se va a trabajar. Ha sido utilizado en rituales de armonización con los elementos naturales hasta hoy en día.

El Palo Santo es una madera considerada sagrada desde tiempos inmemoriales, utilizada en reuniones y fiestas populares y rituales espirituales, así como en la vida cotidiana en el aspecto laboral y en los quehaceres cotidianos. Desde la Antigüedad se le atribuyen propiedades curativas y medicinales: su esencia es utilizada para curar problemas cutáneos y musculares, la ceniza de su madera se usaba para tratar heridas externas y el agua de cocción de la corteza se empleaba para tratar afecciones

estomacales. Su uso ha perdurado hasta nuestros días y se sigue usando para limpiar las energías negativas a las personas y las cosas personales de cada ser humano.



**Imagen 3** **Árbol del Palo Santo**

**Fuente:** [https://google.com/Bursera\\_graveolens](https://google.com/Bursera_graveolens)

En la imagen 3 se muestra el árbol de palo santo de su mayor altura y se puede observar las texturas alrededor del árbol para luego ser utilizado para la respectiva elaboración del Incienso Artesanal *Bursera Graveolens* (Palo Santo).

#### **2.2.6. Producción De Incienso Artesanal *Bursera Graveolens* (Palo Santo)**

Una vez recogido el árbol de palo santo no se talan los bosques, solamente se recolectan los arboles ya muertos, debiendo pasar un periodo de 3 a 4 años para que en su descomposición natural se origine internamente en la madera, limpiando de esta forma la selva; es un acto de 100% ecológico y protector de los recursos naturales.

Tiene un aroma sorprendentemente fuerte y dulce cuando es quemado, por eso el palo santo es usado como incienso. Se le considera un árbol con dotes medicinales. Sus múltiples beneficios hacen del palo santo un perfecto limpiador energético. Una vez recolectado el producto (palo santo), los residuos de la madera no se desechan ni se

desperdician, esta se la coloca en un destilado especialmente hecho para la extracción de incienso, proceso natural sin ningún químico y colorante se extrae el 100% puro de palo santo para su comercialización.

Al encender el incienso y usarlo quita la mala energía del hogar, aleja los mosquitos e insectos, purifica el ambiente. El palo santo es sometido a un tratamiento de calor para que no llegue ninguno de estos bichitos al hogar.

En la actualidad los inciensos son extraídos directamente del árbol han revolucionado el mundo de la medicina alternativa, sobre todo en el área de la Aromaterapia, donde se lo utiliza entre otras cosas, para combatir el estrés y las tensiones, ayudando a recuperar el equilibrio y armonía, todo gracias al poder curativo de un elemento que brinda la madre naturaleza. (Uscategui, 2018)



**Imagen 4 Producción de Incienso de Palo Santo**

**Fuente:** ([www.google.com/esenciapalosanto](http://www.google.com/esenciapalosanto))

En la imagen 4 se muestra la producción de Incienso Artesanal de Bursaria Graveolens (Palo Santo) quedando en cortado de 2 a 3 cm para poder ser exportado.

#### **2.2.7. Uso y Beneficio De Incienso Artesanal Bursaria Graveolens (Palo Santo)**

- Se utiliza para expulsar las energías negativas y atraer las positivas.



- Equilibra las energías.
- Ayuda a la meditación en tanto relaja la mente e induce una sensación de abandono. Es muy útil en prácticas de Yoga, Reiki y Aromaterapia.
- Alivia las tensiones nerviosas y colabora en la resolución de conflictos.
- Limpia y purifica los ambientes, además de aromatizarlos.
- Ayuda a conectarnos con nuestro propio ser.
- Es afrodisíaco: estimula la dulzura y la capacidad de dar y recibir amor.
- Eleva la autoestima y mejora el humor.
- Aumenta la sensación de calma y bienestar en el hogar y los ambientes en general.
- Es un repelente natural de mosquitos.
- Es un talismán que llama a la buena suerte. (Buenas Vibras, 2016)

### **Situación Actual Del Sector Artesanal De Incienso Bursera Graveolens (Palo Santo).**

Actualmente en Ecuador en el cantón Puerto López en la Provincia de Manabí es una de las zonas más visitadas por los turistas que atraviesan la Ruta del Spondylus cada año. La diversidad de actividades, agradable clima, deliciosa gastronomía y calidez de sus pobladores lo convierten en una parada obligatoria en la costa ecuatoriana. (Uscategui, 2018)

Recientemente el cantón fue declarado, mediante decreto presidencial, como la primera área turística protegida del país. Con esta disposición se pretende llevar a cabo una regeneración integral del lugar y preservación de las áreas naturales, que incluye el Parque Nacional Machalilla, considerado un santuario de la naturaleza.

Es dentro del parque, así como también la extensión de territorio que comprende Puerto López, donde crece un árbol con un sinnúmero de propiedades beneficiosas. El

Palo Santo, o “Bursera Graveolens” según indica su nombre científico, es una especie nativa de los bosques secos de Sudamérica.

En el caso específico de Ecuador, se cree que el palo santo ha estado presente desde tiempos inmemorables. Milenarias culturas como la Machalilla, Manteña y Valdivia tenían noción de su poder curativo y lo utilizaban para sanar el alma y el cuerpo de sus enfermos mediante rituales de limpieza y purificación a cargo de los curanderos o chamanes.

### **Cultivo Del Palo Santo**

Su nombre científico es Bursera Graveolens fue descrita por los científicos Botánicos Carl Kunth, Jose Triana y Jules Planch en el año 1872, este árbol crece en las costas, a pocos metros de la playa. Pueden llegar a medir de 5 a 20 metros. Para que llegue a crecer lo suficiente hay que esperar de 15 a 40 años. Luego de esta etapa se obtiene la madera para los productos derivados del palo santo.

La forma del tronco de palo santo es cilíndrica, sus raíces son visibles, sus hojas son ovaladas de un color verde oscuro. La apariencia del tronco es color entre amarillo y café debido a su aceite natural. Cuando el árbol está plantado ya se siente su aroma característico.

Las ramas o el árbol en si deben cumplir su ciclo de vida y caer naturalmente al piso y permanecer sobre la tierra durante 3 a 4 años o más y con este proceso se pueda obtener su incienso con su aroma natural sino se permite su proceso natural de maduración y secado, la madera de palo santo no servirá de nada y no se obtendría los resultados deseados.

La fragancia del palo santo es embriagador y relajante, niños, jóvenes y adultos disfrutan de su olor. Su aroma es tan agradable que hasta en la oficina de trabajo la usan.

### **2.2.8. El Mercado Justo**

Según (Wiliber Ibarra, 2016) Coordinador Ecuatoriano de Comercio Justo (CECJ) afirmo que, en Ecuador, el comercio justo beneficia a 21 organizaciones de pequeños productores de café, cacao, banano, plantas medicinales, banano, panela, quinua, chifles y mermeladas. “Es un modelo comercial que pone en el centro a los seres humanos y la sostenibilidad social, económica y ambiental de las comunidades, dignificando el trabajo”

Para esa organización, el comercio justo es una relación de intercambio que está basada en el diálogo, la transparencia y el respeto que asegura los derechos de los pequeños productores y trabajadores.

Este modelo de comercialización garantiza a los pequeños agricultores, campesinos y artesanos organizados, un acceso directo al mercado en condiciones equitativas, a través de un canal de comercialización sostenible, solidaria y de calidad. Lo más directo posible entre productores y consumidores, en el que se reconozca dignamente el trabajo de los productores y sus organizaciones, y estos se comprometan con el desarrollo de sus comunidades. (Comercio Justo , 2016)

El desempeño logístico es uno de los factores que determina la competitividad de un país, que a través del mismo se mantienen políticas en un impacto positivo en la economía nacional, produce un cambio en la matriz productiva con el ingreso de divisa.

### **El Comercio Exterior En Ecuador**

En el Ecuador en la época de la Real Audiencia de Quito empezó a trabajar con políticas de comercio exterior que en esos años se exportaban ciertos productos por esta razón se enviaban a distintos países. Según el Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones, menciona que el Ministro Pablo Campana de Comercio Exterior, indica que actualmente el rubro total de las exportaciones del Ecuador llega al 18% del total

del Producto Interno Bruto (PIB), el 12% corresponde a exportaciones no petroleras y el 6% a las exportaciones petroleras y el 2% a la exportación de servicios observando así que existe una gran oportunidad de crecimiento referente al año anterior. Las cifras antes mencionadas se las dio a conocer en la séptima Convención Anual “ALES 2017” (Asociación Latinoamericana de Exportadores de Servicios), que se realizó el 15-16 de Noviembre en Quito con la presencia de autoridades como María Alejandra Vicuña Vicepresidenta de la Republica, Javier Peñas Secretario General de ALES, Roberto Intriago Director Ejecutivo de PROECUADOR y Daniel Legarda Presidente Ejecutivo de FEDEXPORT.

Ecuador continuará con la exportación de productos tradicionales que ayudarán al incremento del PIB, además se fomentará la exportación de agroindustria, productos con valor agregado tecnología e innovación, también con el acuerdo de la Unión Europea las exportaciones se incrementaron favorablemente, convirtiéndose Ecuador en unos de los principales proveedores por arriba de Estados Unidos con un total de \$2,700 millones de dólares, y se continuará con la promoción de un catálogo de inversiones durante la gira internacional por países como Dubái, Japón, Rusia y Corea con el objetivo de establecer las relaciones comerciales en beneficio del país. (Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones , s.f.).

### **Aspectos Generales**

Estados Unidos es el país al que se planea llegar con el Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo), a la cual Ecuador pertenece a un bloque económico de SGPC (Sistema Global de Preferencias Comerciales) que entró en vigencia el 23 de marzo del presente año 2018.

Estados unidos tiene cincuenta estados federales dentro de los 50 estados 48 son considerados estados contiguos y 2 separados de la tierra firme entre los océanos

Pacífico y Atlántico, limita con Canadá al norte y con México al sur, el estado de Alaska está en el noroeste del continente, limitando con Canadá al este y separado de Rusia al oeste por el estrecho de Bering.

Dentro de su desarrollo la economía de este país, es considerada una de las potencias más grandes del mundo, siendo Los Ángeles una de las economías mixtas con el mayor PIB (Producto Interno Bruto).

Para el consumidor final este mercado es aceptable ya que existen preferencias por productos artesanales y que a su vez protegen el medio ambiente, y Los Ángeles tiene una particularidad en la compra de productos de grandes variedades.

**Tabla 2 Indicadores**

Capital / Sede de Gobierno	Washington, DC
Principales ciudades	New York, Los Angeles, Chicago, Miami, Dallas, San Francisco
PIB	USD 17,97 miles de millones (2015 est.)
PIB per cápita	USD 56,300 (2014 est.)
Crecimiento del PIB	2,6% (2015 est.)
Población	321,368,864 (Julio 2015 est.)
Moneda oficial	Dólares americanos (\$)
Forma de Gobierno	República Federal
Lengua oficial	Inglés

**Elaborado por:** Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, (PROECUADOR, 2016)

En la tabla 2 los indicadores muestran que Estados Unidos, situada en América del Norte, tiene una superficie de 9.831.510 Km<sup>2</sup>, así pues, es uno de los países más grandes del mundo. Con una población de 321,368.864 de personas, su capital es Ciudad de Washington y su moneda es dólares USA. De acuerdo a su economía refleja un PIB de USD 17.97miles de millones y su Per-Cápita es de USD 56,300.

### **2.2.9. Tratados Internacionales Entre Ecuador - Estados Unidos**

Ecuador no mantiene tratados internacionales con Estados Unidos, cabe recalcar que existe corrientes políticas entre ambos países que no son concordante, pero a nivel comercial existe un acuerdo llamado Sistema de Preferencia Arancelaria (SGP) y la eliminación de aranceles a seis productos agrícolas (Diario El Comercio, 2017).

Para exportar a Estados Unidos se debe tener en cuenta requerimientos de instituciones de control de dicho país, en referencia a productos manufacturados en la cual estas instituciones son las encargadas FDA y USDA, y para productos orgánicos se obtiene la certificación que otorga (PROECUADOR., 2017).

#### **Exportación Definitiva**

Según el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión (COPCI) en el Art. 154 da el concepto como la salida de mercancía de territorio nacional para permanecer en el extranjero por tiempo limitado. También se la conoce como el conjunto de procedimiento logístico para la salida de mercancía del territorio nacional ajustándose a las formalidades Aduaneras con el propósito de ser vendidas, exhibidas, consumidas y transformadas.

### **2.2.10. Modelo De Plan De Exportación**

Para elaborar un modelo de plan de exportación este debe ser considerado a las necesidades y recursos con las que cuentan las empresas, por lo que existe un modelo estándar para elaborar dicho modelo, sin embargo varios autores concuerdan que los planes de exportación se deben introducir un estudio de mercado, análisis del perfil exportador de la empresa, descripción del producto con un plan de marketing, requisitos de mercado de destino, ofertas internacionales, políticas de comunicación y el plan financiero que muestren los resultados económicos del plan de exportación.

Existen varios modelos de planes de exportación manifestados por diversos autores,

entre los cuales se escogieron dos estructuras que asemejan una de la otra, buscando el mismo objetivo que facilite la comercialización del producto de la empresa.

El primer modelo que se presenta es el Plan de Exportación Guía Práctica para Empresas elaborado por la consultora International Global Marketing Strategies, detallando las 6 etapas que intervienen en este modelo, de esta manera este plan puede ser utilizado por pequeñas y medianas empresas en donde podrán presentar la diversificación de productos y a la vez a la apertura de nuevos mercados, consiguiendo así un reconocimiento para la internacionalización.

<b>ESTRUCTURA DEL PLAN DE EXPORTACIÓN</b>	
<b>ETAPA 1:</b>	<b>DIAGNÓSTICO DE EXPORTACIÓN</b>
1.1	Análisis interno (empresa)
1.2	Análisis externo (entorno y sector)
1.3	Análisis DAFO internacional
1.4	Diagnóstico de exportación
<b>ETAPA 2:</b>	<b>SELECCIÓN DE MERCADOS</b>
2.1	Concentración/Diversificación
2.2	Agrupación de países en bloques
2.3	Selección de países más favorables
2.4	Selección de mercados objetivo
<b>ETAPA 3:</b>	<b>FORMAS DE ENTRADA</b>
3.1	Alternativas de formas de entrada
3.2	Selección de formas de entrada
3.3	Perfil del cliente/agente/distribuidor/socio idóneo
3.4	Condiciones de negociación
<b>ETAPA 4:</b>	<b>OFERTA INTERNACIONAL</b>
4.1	Selección de gama de productos
4.2	Estandarización/adaptación del producto
4.3	Cálculo de precios internacionales
4.5	Elaboración de la oferta
<b>ETAPA 5:</b>	<b>POLÍTICA DE COMUNICACIÓN</b>
5.1	Marca
5.2	Posicionamiento y mensaje promocional
5.3	Instrumentos de comunicación
5.4	Presupuesto de comunicación
<b>ETAPA 6:</b>	<b>PLAN ECONÓMICO</b>
6.1	Objetivos de venta
6.2	Cuenta de explotación internacional
6.3	Plan económico

**Imagen 5 Estructura de un Plan de Exportación**  
**Fuente: (International Global Marketing Strategies, 2013)**

En la imagen 5 se observa el modelo propuesto por Consultora Internacional Global Marketing Strategies, la cual consta de 6 etapas para realizar una correcta exportación del producto que se ofrece en el mercado internacional.

### **Etapas 1: Diagnostico de la Exportación**

Para esta etapa se necesita que la empresa realice un análisis de su entorno micro y macro empresarial, mismo que servirá como base para ejecutar sus debilidades,

fortaleza, oportunidades y amenazas de la cual dependerá de la realización de una matriz DAFO que ayudará a internacionalizarse en su negocio permitiendo el diseño de estrategia para la exportación.

### **Etapa 2: Selección De Mercados**

En esta etapa la empresa establecerá que mercados son más adecuados para la exportación de sus productos y así poder analizar si es necesario diversificar su producción para la comercialización.

### **Etapa 3: Formas de Entradas**

Durante esta etapa se hace referencia a la negociación mediante los cambios de divisas, formas de pago, condiciones de la negociación que el mercado ofrece, la cual depende del perfil del cliente, canales de distribución y los medios de comercialización en el mercado de destino.

### **Etapa 4: Oferta Internacional**

Se refiere a la selección y diversificación de los productos que las empresas ofrecen a distintos mercados, analizan los requerimientos y permisos del mercado meta para así satisfacer las necesidades del consumidor, analizan los precios del producto y a la vez la comparación de productos similares en referencia a sus costos, es decir que no generen pérdidas económicas al exportador.

### **Etapa 5: Políticas de Comunicación**

De acuerdo a esta etapa se proponen los medios, que se dará a conocer el producto, realizando un marketing mix en la cual depende de un producto, precio, plaza y promoción, mediante estrategias comerciales que facilite el acceso al mercado seleccionado.

### **Etapa 6: Plan Económico**

Esta última etapa se refiere a la elaboración de un plan financiero en donde se



proyectará los ingresos y egresos de la empresa, en donde se reflejan los resultados económicos de la exportación y así sabrá si es conveniente invertir o no en dicho mercado.

El plan de exportación en el que se enfocará el proyecto de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo), será el modelo de la Guía Práctica De Plan de Exportación De Puerto Rico de División Promoexport 2013.

**ESTRUCTURA DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN**

- RESUMEN EJECUTIVO**
- 1. INTRODUCCIÓN**
- 2. ANÁLISIS DEL PRODUCTO, SERVICIO, EMPRESAS Y ACCIÓN**
  - 2.1 Perfil de la compañía
    - 2.1.1 Datos básicos y breve historia de la compañía
    - 2.1.2 Valores, Misión y Visión de la empresa
  - 2.2 Situación de la compañía
    - 2.2.1 Análisis organizacional
    - 2.2.2 Producción y/o servicios
    - 2.2.3 Recursos humanos
    - 2.2.4 Recursos financieros y no financieros para la exportación
  - 2.3 Mercados
    - 2.3.1 Características de los mercados
    - 2.3.2 Políticas de comercio y comercialización
    - 2.3.3 Elementos de producción, volúmenes y precios
    - 2.3.4 Costos de distribución
    - 2.3.5 Aranceles e impuestos
    - 2.3.6 Regulaciones de los clientes
    - 2.3.7 Percepción del cliente sobre el producto
    - 2.3.8 Características de producción
  - 2.4 Competitividad
    - 2.4.1 Análisis de la competencia
    - 2.4.2 Conexión entre la competencia
    - 2.4.3 Ventajas competitivas
  - 2.5 Negociación global y comercialización
    - 2.5.1 Análisis F.O.B.A.
    - 2.5.2 Percepción de los clientes
    - 2.5.3 Comercio de productos internacionales
    - 2.5.4 Evaluación / comentarios sobre el exportador
- 3. SELECCIÓN DE MERCADOS**
  - 3.1 Preparación de mercados (lista de países)
  - 3.2 Priorización de mercados (criterios de selección)
  - 3.3 Selección final de mercados
- 4. SELECCIÓN DE MERCADOS – ANÁLISIS DEL PAÍS DESTINO PARA IMPORTAR UNO DE LOS PRODUCTOS**
  - 4.1 Perfil del país
    - 4.1.1 Análisis del entorno comercial e indicadores económicos
    - 4.1.2 Identificación de las oportunidades y amenazas del mercado
    - 4.1.3 Análisis del sector de y mercado
    - 4.1.4 Comercio bilateral
  - 4.2 Acuerdos comerciales
    - 4.2.1 Tratamiento arancelario
  - 4.3 Requisitos
    - 4.3.1 Requisitos para entrar al mercado
    - 4.3.2 Licencias
    - 4.3.3 Documentación requerida para la entrada del producto
    - 4.3.4 Etiquetado y empaque
  - 4.4 Otros temas de importancia
    - 4.4.1 Logística
    - 4.4.2 Costos de distribución
  - 4.5 Mercado
    - 4.5.1 Posicionamiento de la marca
    - 4.5.2 Segmento del mercado al que está dirigido el producto
    - 4.5.3 Perfil del consumidor
    - 4.5.4 Elementos que influyen en la decisión de compra
    - 4.5.5 Temporales de compra
  - 4.6 Análisis competitivo local e internacional
    - 4.6.1 Características y valores competitivos en el mercado
    - 4.6.2 Precios
  - 4.7 Entidades de apoyo / organismos de promoción y ayuda para ingresar al mercado
  - 4.8 Contactos comerciales
  - 4.9 Protocolo
    - 4.9.1 Cultura / cómo hacer negocio en el país
- 5. ESTRATEGIAS**
  - 5.1 Estrategias dirigidas a la empresa
  - 5.2 Estrategias dirigidas al producto
  - 5.3 Análisis de mercados (4 Ps)
- 6. PLAN DE ACCIÓN**
  - 6.1 Programa
  - 6.2 Identificación de necesidades
  - 6.3 Participación en ferias/exposiciones especializadas
- 7. PLAN DE FINANCIACIÓN**

**Imagen 6 Modelo de Plan de Exportación**

**Fuente:** (Comercio y Exportaciones de Puerto Rico, 2013)

**Elaboración:** (Comercio y Exportaciones de Puerto Rico, 2013)

En la imagen 6, se observa el modelo del Plan de Exportación de Puerto Rico, conteniendo así 6 capítulos y el detalle de cada uno, acogiéndose a la necesidad de la microempresa JULIO LUIS MALTA DIVIASSI con su nombre comercial HOLY WOOD EXPORT y del producto.

De esta manera la estructura se va detallando de cada una de las etapas que se va ir desarrollando en el plan de exportación de la comercialización.

## Etapa 1: Análisis del potencial exportador

Esta etapa hace referencia en el ingreso de nuevos mercados y a su vez al perfil de la empresa, Misión, Visión, Reseña Histórica y Objetivos.

Este modelo indica la situación de la microempresa realizando un análisis organizacional que cumple con el entorno estructural administrativo y la cultura organizacional, también organiza la situación productiva de la empresa permitiendo identificar los bienes y servicios con potencial exportable, detallando los beneficios a una ventaja competitiva. Ya identificado el producto se determinará los procesos y costos de producción, el precio de venta y los requerimientos en referencia a la infraestructura, maquinarias y a los demás activos fijo en la parte operacional y administrativa.

Para que la empresa ingrese a un mercado nuevo debe tener en cuenta las tendencias comerciales y a la situación actual de la oferta y la demanda en cuanto al producto seleccionado y así mismo facilitar la selección del mercado meta.

El modelo de Estructura de un Plan de Exportación contribuye a las políticas para comercializar y distribuir el producto, escogiendo un canal de distribución adecuado que se ajuste a las necesidades del producto. Hay que tomar en cuenta que existen varios canales de distribución que pueden ser utilizado por las empresas entre estos tenemos canal directo, detallista, mayorista intermediarios.



**Imagen 7 Canal de Distribución**

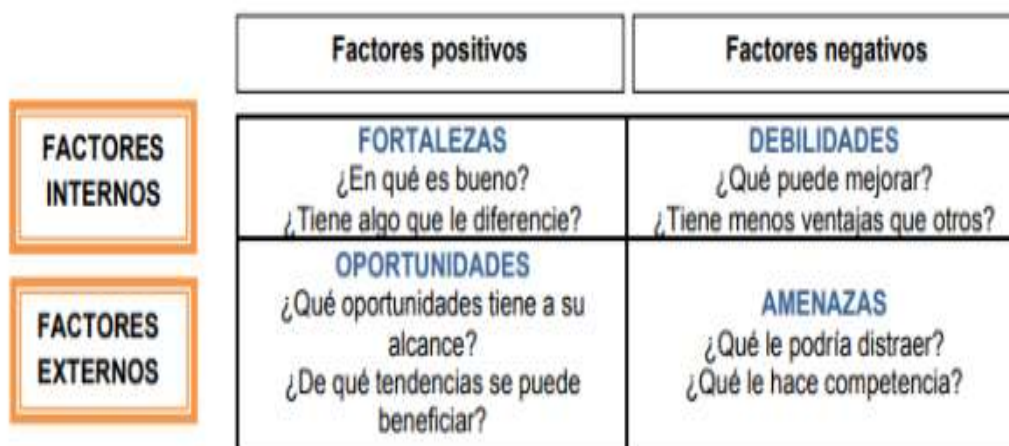
**Fuente:** Guía Práctica plan de exportación (Promoexport, 2013)

En la imagen 7 se muestra los tipos de canales de distribución que serán utilizados para el transporte y entrega del producto.

Ya analizado el canal de distribución se hace hincapié a los potenciales clientes y a las expectativas que pueden tener a los productos y servicios en relación con la calidad, precio, accesibilidad y garantía del mismo.

La mayor relevancia en el mercadeo es la percepción del cliente sobre el producto, por este motivo ellos son los que deciden en la cadena logística de quien llegan a obtener el producto, a través de una investigación se recomienda realizar encuesta para obtener información detallada y precisa de lo que opinan los clientes acerca de producto, y al final con los resultados obtenidos se plantean estrategias de promoción que sirven como facilitación de acceso al mercado.

Antes de embarcarse a la exportación se debe analizar la competitividad que tiene la empresa en el mercado local para así iniciar un proceso de internacionalización que le ayudará establecer, cuál es su análisis de competencia frente a los competidores, puntos críticos o debilidades que deben de ser identificadas en sus fortalezas, que están relacionadas con el ambiente interno de una empresa y que se encuentra relacionadas con las oportunidades y amenazas en el ambiente externo a todo esto se lo conoce como FODA.



**Imagen 8 Esquema de Análisis FODA**

**Fuente:** Guía Práctica plan de exportación (Promoexport, 2013)

En la imagen 8 se observa los factores que intervienen en el análisis FODA, donde demuestra cual es el entorno social, político o económico en la que la empresa se encuentra a la hora de ofrecer un producto.

El análisis FODA es una herramienta que permite analizar a las empresas las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas a través de la determinación micro-marco entorno, la fortaleza y debilidades hacen referencia a los recursos humanos, técnicos, financieros y tecnológicos de la empresa generando una desventaja a la organización frente a sus competidores.

Las oportunidades y amenazas están relacionadas al microambiente, proveedores, competidores, canales de distribución, consumidores, microambiente, economía, ecología y demografía. Otras de las percepciones que se debe tomar en cuenta la empresa son las barreras arancelarias y no arancelarias que pueden afectar en la exportación, una vez determinado todos estos puntos la microempresa podrá evaluar su potencial para exportar el producto al mercado meta.

## **Etapa 2: Selección de mercados**

Para esta segunda etapa, la microempresa decidirá la selección del mercado correcto para ofertar su producto, según (Deresky, 2014) menciona que para logra la correcta elección hay que analizar los siguientes aspectos:

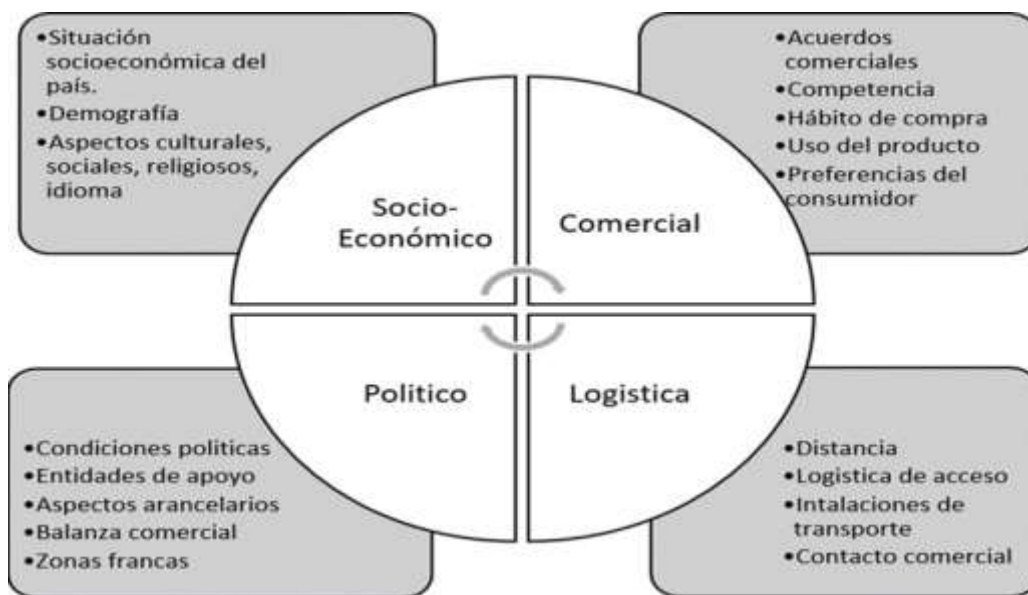
- Preseleccionar los mercados interesados.
- Determinar los criterios de selección para priorizar el mercado
- Seleccionar el mercado final.

Al momento de preseleccionar el mercado la empresa debe percatarse que existe poca posibilidad de hacer un análisis al mercado global, por ello, primero se debe enlistar los mercados de mayor interés, enlistando los costos o beneficios y se recomienda considerar lo siguiente:

- Países con lo que se mantengan acuerdos comerciales.
- Mercados relativamente cercanos (países vecinos).
- Países donde la empresa tenga contactos o posibles socios comerciales.
- Países que tienen una alta tendencia de consumo del producto que se pretende exportar.
- Países que importen volúmenes considerables del producto.
- Situación económica del país (desarrollo económico, nivel de crecimiento y tendencias del mercado).
- Aspectos macroeconómicos
- Aspectos demográficos
- Condiciones políticas
- Acuerdos comerciales (incl. relaciones comerciales con Estados Unidos)
- Restricciones arancelarias
- Distancia – cercanía
- Logística de acceso
- Competencia
- Aspectos culturales, sociales, religiosos y de idioma
- Cultura de hacer negocios
- Instalaciones de transporte y de comunicaciones
- Zonas Francas y empresas
- Nuevos hábitos de compra.
- Uso del producto
- Tamaño del mercado
- Preferencias del consumidor
- Importaciones, exportaciones, balanza comercial

- Contactos comerciales
- Conocimiento sobre el país/mercado
- Entidades de apoyo, oficinas en el exterior.

Según (Hill, 2013), menciona que se debe organizar por relevancia de importancia a los mercados preseleccionados, con la finalidad de una matriz o metodología se evalué cual es el más apropiado para una correcta comercialización o exportación del producto mediante los siguientes criterios:



**Imagen 9 Factores a considerar para seleccionar mercados finales**

**Fuente:** Plan de exportación lleve sus productos al mundo (Morales, 2013)

En la imagen 9 se aprecia los factores que interviene en la relación comercial de un país hacia otro, conociendo los aspectos culturales, la preferencia del consumidor, la distancia de la transportación del producto y los aspectos arancelarios del mercado meta.

De tal manera se debe analizar la situación socioeconómica del mercado meta al cual se desea ingresar el producto, tomando en cuenta los aspectos culturales, sociales, religiosos e idiomas, ajustándose así a las características mencionadas y al perfil demográfico del mercado al cual está dirigido. En el aspecto comercial, se analizará los acuerdos comerciales que existen en los países negociadores de la cual se beneficiará el

producto que pretende exportarse, es de relevante importancia un estudio de competencia y preferencias del consumidor ya que de esto depende la aceptación y hábitos de consumo e uso del producto, teniendo como resultados las estrategias comerciales que llevarán al éxito del producto.

Para el ámbito político se analiza las políticas, aranceles, balanza comercial, permisos y requisitos vinculantes a la política comercial, que facilitarán el acceso al mercado meta, además permitirá que la empresa decida mediante tomas de decisiones en cuanto a la incursión al nuevo mercado. Los aspectos logísticos son de gran utilidad al momento de trasladar la mercancía de un lugar a otro, teniendo en cuenta los requerimientos del transporte, empaque y embalaje, contactos comerciales y la distancia, para así garantizar la correcta cadena logística.

Por medio de la matriz se suele otorgar valores cuantitativos a cada aspecto antes mencionado, el modelo para el plan de exportación recomienda los siguientes puntos:

- Puntuar ya sea con porcentaje o valoración de escala la relevancia de cada uno de los criterio el puntaje será más alto a mientras menor sea el impacto del mismo.
- Analizar todas las variables de la matriz, país por país, transformar en porcentaje la ponderación.
- Luego comparar los resultados obtenidos, los mercados cuya puntuación se acerque más al 100%, deben ser considerados para la selección final.

Al finalizar de determinar los tres mercados con mayor puntaje que servirán como referencia para la selección del mercado meta, el país con mayor puntaje será el elegido para el mercado seleccionado, el de segundo puntaje se convertirá en un mercado alternativo, y para finalizar el tercer mercado será un mercado contingente, la cual será para acceder con riegos por parte de la empresa, para poder incursionar en nuevos mercados.

### **Etapa 3: Inteligencia de mercados**

Elaborar un estudio de mercado meta como instrumentos para las empresas en el conocimiento de los aspectos relacionados con cada país que se procura ingresar, en la inteligencia de mercado se debe:

- Analizar el entorno económico a través de los indicadores socioeconómicos del mercado e indicando las oportunidades y amenaza del mercado seleccionado, es decir cuáles serían las ventajas, circunstancia favorable los desafíos o posibles riesgos en el país para la exportación.
- Analizar el sector, para que la empresa determine el mercado para la comercialización del producto con sus características como: tamaño, tendencia, aspectos que influyan el uso del producto, competidores, estrategias, entre otros.

Analizar los Acuerdos Comerciales de cada país que se pretenda ingresar en caso que existan, de forma que las empresas se acojan a los beneficios comerciales, también el tratamiento arancelario del producto que tenga el mercado seleccionado, los requisitos de los productos a exportar, los aspectos logísticos y la selección del canal de distribución conveniente. Como otro punto relevante del plan es el mercadeo, para dar a conocer el producto a los consumidores potenciales, posicionamiento de la marca, la temporalidad de consumo y más que todo el precio.

Finalmente se analizará la competencia local e internacional, con el soporte de los organismos estatales que promueven las exportaciones, que ayudarán a las empresas a facilitar el acceso al mercado frente a sus competidores.

### **Etapa 4 Estrategia de Mercado**

(Promoexport, 2013) Menciona, la empresa debe elaborar estrategias del marketing mix, en la cual consta producto, precio, promoción y plaza que son fundamentales a la



hora de planificar un mercadeo para el producto. En la siguiente imagen se describe los aspectos principales de las 4P's.



**Imagen 10 Estrategia del Marketing Mix 4P's**

**Fuente:** (Gutierrez, 2018)

En la imagen 10 se observa las estrategias del marketing mix, es decir cómo se realiza la promoción del producto, la imagen, la competencia, el almacenamiento, relaciones públicas que puedan surgir para la mercancía.

### **Etapa 5: Plan de Acción**

Se toma en consideración las acciones, cronogramas y recursos necesarios para ofertar el producto o servicio y así dar inicio a una buena exportación. Esta etapa es la más importante en la ejecución de un plan de exportación, la cual depende de la internacionalización del producto mediante ferias, eventos relevantes que se organizan en el país de destino.

Es necesario que la empresa denomine cargos a un personal para ejecutar el plan de acción mediante los recursos con lo que cuenta dicha organización garantizando el cumplimiento del mismo.

## **Etapa: 6 Plan De Financiación**

La empresa elaborará un plan de financiamiento, considerando todos los costos de exportación, término de negociación y todos los gastos que recurran tanto en origen como en destino. Hay que considerar los estados financieros con los que cuenta la empresa tales como balance general, flujo de caja, estado de pérdida – ganancia y los indicadores de rentabilidad.

### **Apéndice**

Según (Promoexport, 2013), es la sección en la cual se ubica toda la información que complementa un plan de exportación que puede o no ser de interés para el lector, detallando información adicional tales como referencias comerciales, contactos, tablas financieras, estadísticas, imágenes, listas entre otros.

Dado a los dos modelos propuestos para el desarrollo del proyecto se seleccionó el segundo ejemplar, en donde se demuestra que es un esquema similar al modelo de Global Marketing Strategies, con la diferencia que plantea estrategias necesarias para la empresa, es más concreto en cuanto a los temas a tratar para la elaboración del plan de exportación, este modelo de PromoExport está diseñado para pequeñas y medianas empresas, y se ajusta a las necesidades de esta empresa es por eso que se ha seleccionado dicho modelo.

### **2.3. Marco Conceptual**

En el desarrollo del proyecto se ha demostrado varios términos que pueden resultar desconocido para el lector y a continuación se enlista palabras para mejor entendimiento y a su vez poder explicar y ampliar los conceptos.

**Autoridad:** Organismo administrativo del sector público que se encarga de organizar, coordinar y controlar toda la actividad aduanera, aplicando la respectiva legislación y normas complementarias establecidas en el Código Orgánico de la

Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), con el fin de recaudar de forma eficiente los tributos originados por la actividad de comercio exterior. (Registro Oficial , 2011)

**Agente de Carga de Exportación:** Persona jurídica que ejerce su actividad aduanera con previa autorización del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) con el fin de manejar la carga, presentar la respectiva declaración aduanera de exportación (DAE) y emitir documentos de transporte de mercancías, de acuerdo a lo establecido en la respectiva normativa legal vigente. (Registro Oficial , 2011)

**Agente de Carga Internacional:** Persona jurídica que ejerce su actividad aduanera con previa autorización del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), con el fin de realizar la recepción de cargas, consolidar mercancías, presentar la respectiva declaración aduanera de importación (DAI) y emitir los documentos que le facultan realizar su actividad, tales como: conocimiento de embarque, guías, cartas de porte y demás. (Registro Oficial , 2011)

**Acuerdo Comercial:** Convenio, Tratado o cualquier otro acto vinculante por el cual dos o más países se comprometen a cumplir ciertas acciones para mejorar su intercambio comercial.

**Bursera Graveolens:** Palo Santo "madera sagrada" de nombre para la Bursera Graveolens. También llamado "quebracho" por los colonizadores españoles. Y "palo santo" por los diversos usos y propiedades que descubrieron los Incas. (Madera Sagrada, 2018)

**Carga Contenerizada:** Carga de uno o varios embarcadores, amparada en uno o varios documentos de transporte, movilizadas dentro de una unidad de carga. (Registro Oficial , 2011)

Transporte de mercancías mediante estructuras metálicas denominados contenedores, cuyas capacidades son de 20 y 40 pies cúbicos respectivamente.

**Certificado Fitosanitario:** Documento que Certifica que las hortalizas y productos vegetales hayan sido examinados acorde con los procedimientos apropiados y sean considerados libres de plagas.

**Control Aduanero:** Es el conjunto de medidas adoptadas por la Autoridad Aduanera con el objeto de asegurar el cumplimiento de la legislación, cuya aplicación o ejecución es de su competencia o responsabilidad, al cual deberán someterse los distintos operadores de comercio exterior. (Regristo Oficial , 2011)

**Despacho Aduanero:** Procedimiento administrativo al que se somete las mercancías sujetas al control aduanero declaradas a cualquier régimen u otro destino aduanero. (Regristo Oficial , 2011)

**Mercancía:** Bien o producto con capacidad de ser transportado y que representa la base imponible en el establecimiento de los aranceles normados por la autoridad aduanera. (Regristo Oficial , 2011)

**Operador de Comercio Exterior:** Toda persona natural o jurídica, sean nacionales o extranjeros que permiten el flujo coordinado de mercancías a través de los distintos tipos de transporte. (Regristo Oficial , 2011)

**Proceso:** Conjunto de acciones o actividades para realizar y lograr un objetivo, haciendo énfasis desde el momento que se cosecha hasta la puesta del embarque.

**Plan de exportación:** Es la realización de una actividad comercial al momento de ingresar o salir el, mercancía del territorio de un país, representando así una forma de generar recursos e ingresos de divisas en la economía del país. (López, 2014)

## **2.4. Maco Legal**

El marco legal en el presente proyecto trabaja a través de la investigación basada en la Constitución De La República Del Ecuador y el Código Orgánico De Comercio Producción e Inversión

### **2.4.1. Constitución De La República Del Ecuador**

Fue publicado en el registro oficial N° 449 el 20 de Octubre del 2008.

#### **Política Comercial**

De acuerdo a la Constitución de República del Ecuador en el Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal, buscando general mayor puesto de trabajo, ofrecer al mercado internacional productos con valor agregado aumentando las exportaciones. (Asamblea Nacional, 2008)

El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza.

**Art. 319.-** Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

**Art. 320.-** En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social. (Asamblea Nacional, 2008)

## **Capítulo Segundo Tratados e Instrumentos Internacionales**

En los siguientes artículos (417, 418, 421,422) de la constitución hablan sobre los tratados y otros instrumentos internacionales que tiene Ecuador ante los demás países, en la cual el Presidente de la Republica con la ayuda de la Asamblea Nacional indicara que solo se podrá ratificar el tratado en 10 días siempre y cuando la Asamblea lo establezca, porque esto ayudara a los tratados comerciales internacionales sin perjudicar el acceso a los derechos de la salud, el acceso a medicamentos, insumos, servicios, ni los avances científicos y tecnológico, Se exceptúan los tratados e instrumentos internacionales que establezcan la solución de controversias entre Estados y ciudadanos en Latinoamérica por instancias arbitrales regionales o por órganos jurisdiccionales de designación de los países signatarios de ninguna manera podrán intervenir jueces de los Estados que como tales o sus nacionales sean parte de la controversia. (Asamblea Nacional, 2008)

### **2.4.2. Código Orgánico De La Producción, Comercio E Inversiones (Copci)**

#### **TÍTULO IV**

##### **Del Fomento y la Promoción de las Exportaciones**

Los artículos del Código Orgánico De La Producción, Comercio E Inversiones que se mencionan en este marco legal que servirán como soportes en la exportación de dicho producto son (93, 104, 154) que hablan de la fomentación de la exportación mediante programas que el estado propone como son los programas de preferencia arancelaria, derechos de devolución condicionada total o parcial de impuestos, derechos a acogerse a los regímenes especiales aduaneros, facilitación financiera, entre otros , también habla de la Facilitación Aduanera para el Comercio De lo Sustantivo Aduanero que son las normas fundamentales para la exportación que el gobierno establece tales como la facilitación al comercio exterior mediante el sistema Ecuapass, el control aduanero que

es para el ordenamiento jurídico y fiscal para las importaciones y exportaciones, la cooperación e intercambio de información esto se basa en la integración nacional e internacional entre los estados, y por último la Aplicación de buenas prácticas internacionales que serán prácticas aduaneras para alcanzar estándares internacionales de calidad del servicio que servirán para la exportación definitiva de las mercancías en libre circulación con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás normas aplicables. (Copci, 2010)

### **Reglamento Del Código Orgánico De La Producción, Comercio E Inversión (R. copci)**

Para entender mejor lo antes mencionado se toma como una ayuda el Reglamento Del Código Orgánico De La Producción, Comercio E Inversión de los siguientes artículos (63, 72, 73 158) para la Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo), se necesita hacer una declaración aduanera DAE que se puede presentar de forma electrónica ante el servicio de Ecuapass de la cual estarán acompañadas por una factura comercial, documento de transporte y documento de acompañamiento o soporte que corresponda a un mismo declarante la cual deberán constar en las disposiciones legales que el organismo regulador del comercio exterior establezca para el efecto y estos se pueden presentar física o electrónicamente, en conjunto con la Declaración Aduanera, cuando estos sean exigidos en el caso que llegase a faltar la presentación de este documento de soporte ante la administración aduanera no impedirá el levante de las mercancías; sin embargo, se descartará la aplicación del primer método de valoración, de acuerdo a lo establecido en la normativa internacional vigente que será acompañado de un certificado de origen que acredite de donde es originaria la mercadería para su respectiva liberación de tributos y que la información contenida en dicho documento estén dados en función de las regulaciones de los organismos habilitados y reconocidos

en los respectivos convenios en Ecuador o el organismo regulador del comercio exterior competente, considera necesarios para el control de la operación y verificación del cumplimiento de la normativa correspondiente, y siempre que no sean documentos de acompañamiento. (Copci, 2010)



## **Capítulo III: Metodología De La Investigación**

### **3.1. Tipo De Investigación**

Los tipos de investigación que se utilizará en el presente proyecto son los siguientes:  
Exploratoria y Descriptiva.

#### **Investigación Exploratoria**

Según (Sampieri, 2014), menciona “El tipo de investigación exploratorio es conocer una variable o un conjunto de variables, comunidades, contextos, eventos o situaciones, es decir se trata de la exploración inicial en un momento específico donde se aplican problema de investigación nuevo o pocos conocidos”. (p. 155).

El método exploratorio trata de buscar un territorio desconocido para el investigador por lo tanto recolecta datos para adquirir conocimientos para saber qué factores son relevantes ante cualquier situación que se presente.

#### **Investigación Descriptiva**

Según (Arias, 2012), “La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento”. (p.24)

Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. Este tipo de investigación ayuda a examinar las características del problema planteado anteriormente, definiendo y estableciendo categorías precisas que ayuden al propósito del estudio, es decir que permitirá realizar observaciones objetivas y exactas para el óptimo análisis e interpretación de datos basado en estudios.

### **3.2. Enfoque De La Investigación**

El enfoque que se procederá a utilizar es el mixto, conforme a (Sampieri, 2014) se basa en los dos enfoques que son cualitativo y cuantitativo utilizando fases similares y

relacionadas entre sí, el cual se logra la estimación y la segmentación del mercado de Los Ángeles, llegando así la acogida de dicho producto en el mercado ayudando a describir de forma meticulosa los hechos, comportamientos, situaciones e interacciones que se pueden observar mediante estudios respectivos en este Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo).

Es por esto que se enfoca en lo que menciona Hernández que es un proceso en el cual se recoleta, analiza y vincula ambos datos para poder responder a los planteamientos de problemas que se presentan en la investigación.

Según (Sampieri, 2014), “El Enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación”. (p. 7)

Este método cualitativo contribuye a la investigación de selección de información, la cual procesa y utiliza formas de investigación donde contribuye el desarrollo del pensamiento lógico y ordenado que se enfoca en la parte teórica y se basa en el marco referencial y conceptual.

Según (Sampieri, 2014), “El Enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías”. (p. 4).

Este método cuantitativo contribuye en el presente proyecto en un enfoque matemático porque es necesario dentro de un plan de exportación el cálculo de proyecciones de ventas de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo), para que la propuesta tenga sostenibilidad y sustentabilidad.

### **3.3. Técnica De Investigación**

Según (Tamayo y silva, 2014), las técnicas de investigación son entrevistas documentales, encuestas la misma que comienza con la elaboración de un banco de

preguntas abiertas la cual se realiza a los entrevistados, obteniendo sus criterios y puntos de vistas entorno al problema. (Universidad Católica Tamayo y Silva)

Para el presente proyecto de investigación se ha tomado en cuenta a 15 personas que son los dueños de los posibles puntos de ventas de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) en el mercado de Los Ángeles - Estados Unidos.

### 3.4. Población y Muestra

#### Población

La población está definida por la totalidad de habitantes que conforman un todo, es decir una ciudad, continente, país, sector u organización, objetos de estudio que serán analizado en la investigación. Según las asociaciones del comercio de madera de Estados Unidos conformada por tres asociaciones (APA) Asociación Norteamericana de Madera Estructural, (SEC) Consejo de Exportación de Madera de Coníferas de Estados Unidos y (SFPA) Asociación de Productos Forestales del Sur de Estados Unidos.

Se consideró una población de 15 empresas dedicadas a la importación y comercialización de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) en el mercado de Estados Unidos en la localidad del estado de Los Ángeles registrados en la Cámara de Comercio de Estados Unidos. A estas empresas se le realizo las respectivas encuestas, instrumentos metodológicos empleado para el desarrollo de la investigación y con los resultados que se obtengan de la misma se determinara si existe el interés de la comercialización del producto en el mercado estadounidense específicamente en la localidad de Los Ángeles.

**Tabla 3 Población de la investigación**

<b>Empresas</b>	<b>Dirección</b>	<b>Email/Web</b>
Virgelles Inc	1465 central av. Chino CA 91710 Los Angeles – California	<a href="mailto:Virgellesinc84@hotmail.com">Virgellesinc84@hotmail.com</a>
Mathew Tilley	1430 willamette S 502 Eugeneor United	<a href="mailto:Mathewtilley82@htmail.com">Mathewtilley82@htmail.com</a>

Palo Santo Ecuador USA LLC	States 19191SN Agüero St port Seint Luice	<a href="mailto:Dolive9949@yahoo.com">Dolive9949@yahoo.com</a>
Ruben Robijn Mineralen en Fossielen	Stenograal 1A, 6921 Ex Duiven Netherlands	<a href="mailto:marijk@rubenrobijm.nl">marijk@rubenrobijm.nl</a>
Uit Den Vreemde	Hoofdstraat 172-2071 Em Santpoort	<a href="mailto:Uitden456@yahoo.com">Uitden456@yahoo.com</a>
Mexorganic	Between Ocean Blvd & 3rd	<a href="mailto:Mexorganic356@hotmail.com">Mexorganic356@hotmail.com</a>
Botanica	91-11-31 ave Aest Elmhurst	<a href="mailto:elmasallacorp@hotmail.com">elmasallacorp@hotmail.com</a>
Tienda San Lucas	4404 S Vermot ave, Los Angeles, CA 90037	<a href="http://www.tiendaSanLucas.co.ec">Http://www.tiendaSanLucas.co.ec</a>
Mings Trade	915 Wilshire Blud 1600 Los Angeles	<a href="mailto:mingstrade@gmail.com">mingstrade@gmail.com</a>
Aroma Sagrado	8700 Bererly Blud Los Ángeles CA 90048	<a href="http://www.palosantomaderasagrada.gob.ec">www.palosantomaderasagrada.gob.ec</a>
Prabhuji´s Gift Au Natural Organics Company	858 Route 212 Los Ángeles United States 2048 da street	<a href="http://www.prabhujisgifts.com">http://www.prabhujisgifts.com</a>  <a href="mailto:aunaturalorganic@56.com">aunaturalorganic@56.com</a>
Botánica 7 Mares	Store 1091 sw 40th st. Los Angeles	<a href="mailto:coustomerservicie@hotmail7mares.com">coustomerservicie@hotmail7mares.com</a>
GR Madera	Magikal Night Ken Lowy 1427 Mariner Way 33019 Hollywood, FL United States	<a href="mailto:magikalnight92@gmail.com">magikalnight92@gmail.com</a>
Botanica Ire- Orishas	Botanica Ireorishas 9963 SW 142 Avenue Los Angeles – California 33186 ( Kendall)	<a href="mailto:Botanicaire67@hotmail.com">Botanicaire67@hotmail.com</a>

---

**Elaborado Por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

## Muestra

La muestra objeto de estudio, está constituida por la totalidad de la población siendo esta el personal encargado en el área de comercio exterior 34 personas que aportara en la investigación con información relevante para la elaboración de la misma.

---

**Tabla 4 Muestra y Población**

---

Según las asociaciones antes mencionadas en los Ángeles existe un total de 15 potenciales importadores, la cual se puede enviar de dos a tres veces en el año el producto en kilogramos.

---

Según (Pro Ecuador, 2016) hay 4 empresas que comercializan productos similares del palo santo.

El señor Luis Malta Artesano Calificado y empleados 4

A 10 profesionales expertos en la rama de Comercio Exterior.

---

**Elaborado Por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

Con la finalidad de poner a disposición el producto al consumidor se ofertarán a miembros de los canales de distribución en el país de Estados Unidos, escogiendo ciertas tiendas de spa, tiendas naturistas y esotéricas, entre otros similares, la cual se consideró encuestar y entrevistar a una persona encargada del área dando con totalidad 33 personas encuestada y 1 persona entrevistada siendo este el dueño de la empresa Sr. Julio Luis Malta.

**Muestreo no probabilístico e intencional**

Cabe mencionar que el muestreo no probabilístico e intencional no siempre se obtendrá todos los elementos necesarios para la investigación porque se derivan por criterios y no son representativos, esto se utiliza posiblemente para un determinado número de individuos que cuenta el investigador. (Explorable.Com, 2018)

Para la presente investigación se utiliza el muestro no probabilístico porque la población no es extensa, y no se puede realizar una fórmula concreta para obtener una muestra específica, teniendo como consecuencia una opinión personal de la elaboración Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) en el Ecuador.

**3.5. Procedimiento De La Investigación**

Este proceso inicia con la recolección y análisis de información de acuerdo a los instrumentos de la investigación, las entrevista que se tomaron de manera presencial y las encuestas que se realizaron por correo electrónico, en la que se estableció contacto con importadores estadounidense para la elaboración de productos similares en

referencia al palo santo, esta base fue suministrada por PROECUADOR, con la que se procedió al análisis de la información recopilada. Las bases que se mencionaron anteriormente permitieron decidir una perspectiva clara de los factores que incide en la exportación del Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) al mercado estadounidense, el resultado de análisis se compone como base para el diseño y elaboración de un plan de exportación adecuado a los requerimiento y recurso del exportador JULIO LUIS MALTA DIVIASSI con su nombre comercial HOLY WOOD EXPORT.

### **3.6. Fichas De Entrevista**

El objetivo de la entrevista es lograr una información relacionada a los factores que inciden en la exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) de la cual consta de los siguientes factores:

- Factor Socio-Económico: Recursos con lo que cuenta la microempresa.
- Factor Comercial: Oferta y Demanda del producto.
- Factores Políticos: Certificaciones, requisitos y conocimiento del marco legal para la exportación. (Ver Anexo 3)

#### **3.6.1. Análisis De Resultados**

##### **Entrevista al Representante de la Microempresa**

**Informante 1:** Propietario

**Nombre:** Julio Luis Malta Diviassi

- 1) Se han realizado exportaciones de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo).**

Actualmente no, porque existe una carencia de la metodología para comercializar el producto fuera del país.

**2) Porque se dedican a esta actividad de la recolección de palo santo como Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo).**

- Mejora de ingresos económicos
- Para dar a conocer el producto ecuatoriano elaborado artesanalmente
- Contribuir la identidad artesanal mediante en ferias que se realizan en Ecuador.

**3) ¿Cuántos años tiene la empresa en el Ecuador?**

Llevamos en el mercado desde el año 1978.

**4) Considera que existe oferta suficiente de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) para cubrir demanda internacional.**

Si, ya que existe demanda de este producto y además la producción nacional cubre la demanda internacional, por lo que es una gran oportunidad comercializar en Estados Unidos.

**5) ¿Cómo se organizan en la recolección de la materia prima para la elaboración de los Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)?**

Actualmente dueños de fincas o familiares nos ofrecen madera del palo santo, ellos viajan desde la comuna Machalilla hasta mi lugar de trabajo, ahorrándome el pago de flete por un vehículo, de allí se empieza a la selección de la madera que estén en buen estado para su proceso.

**6) ¿Cómo surgió la idea de inicial la actividad empresarial?**

Nació por la idea de mi padre que comenzó con una tienda en el aeropuerto internacional Simón Bolívar en Guayaquil – Ecuador, con el paso de los años creció como un negocio familiar, presentando parte de productos artesanos ecuatoriano como es el palo santo y sus derivados aportando el desarrollo económico de la empresa.

**7) ¿La microempresa cuenta con el suficiente personal para llevar a cabo el proceso de exportación?**

Actualmente la microempresa es familiar, considero que para realizar exportaciones no se requiere de mucho personal, tengo a alguien encargado en la parte de contabilidad, en la compra y venta del producto y personas encargadas en la parte operativa embalaje, estiva y transporte para el producto.

**3.6.2. Conclusión Del Análisis De La Entrevista**

Se considera que para el análisis de la entrevista se concluye que la microempresa del sector artesanal cuenta con tres factores importante:

**Factor Socioeconómico**

- La microempresa como es familiar posee poco personal, cada uno tiene su propio rol dentro de la empresa, si es el caso el propietario contratara más personal para aumentar sus ventas al mercado nacional e internacional

**Factor Comercial**

- Desconoce cuáles son los permisos y requisitos necesarios para la exportación del producto en Estados Unidos, a nivel nacional tiene fidelidades sus clientes y teme que en el mercado internacional baje su demanda.

**Factor Operativo**

- El equipo de trabajo que opera en la microempresa tiene conocimiento en la manipulación de logística del producto, pero carecen de instrucción de los procesos aduaneros y tramitología para la exportación.

**Factor Político**

- La microempresa no tiene una guía apropiada para un plan de exportación e ignora las políticas comerciales internacionales del mercado meta.



## Encuesta al Importador

### Pregunta 1

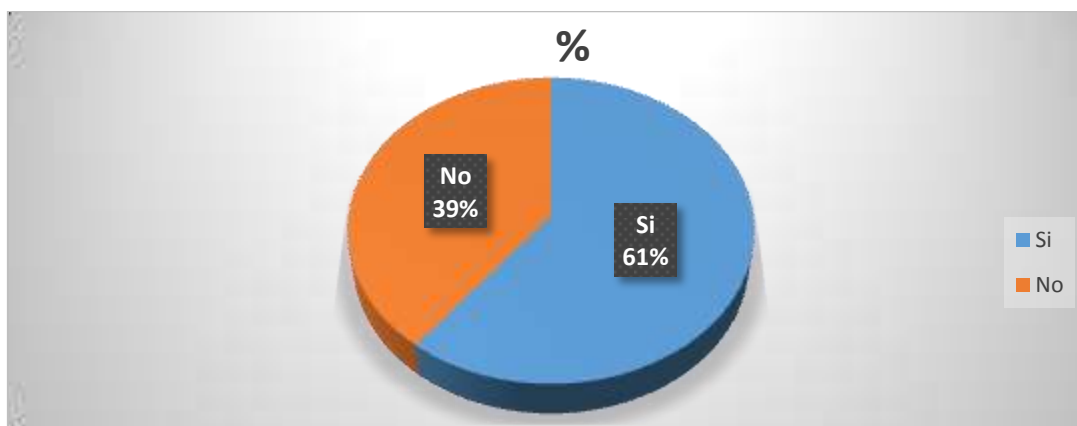
¿Se encuentra interesado en la importación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) desde Ecuador?

**Tabla 5** *Interesado en la importación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)*

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	20	61%
NO	13	39%
TOTAL	33	100%

**Fuente:** Encuesta por correo a los importadores de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)

**Elaborado Por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)



**Imagen 11** *Interesado en la importación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)*

**Fuente:** Encuesta por correo a los importadores de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

**Análisis:** Los resultados obtenidos por los clientes estadounidenses muestra el 61% de interés en adquirir el producto de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo), para comercializar en su país ya que han escuchado que es muy bueno el uso que ofrece el mismo, mientras que el 39% no se encuentran interesados por lo que no conocen muy bien el producto y no quieren tener pérdidas económicas.

## Pregunta 2

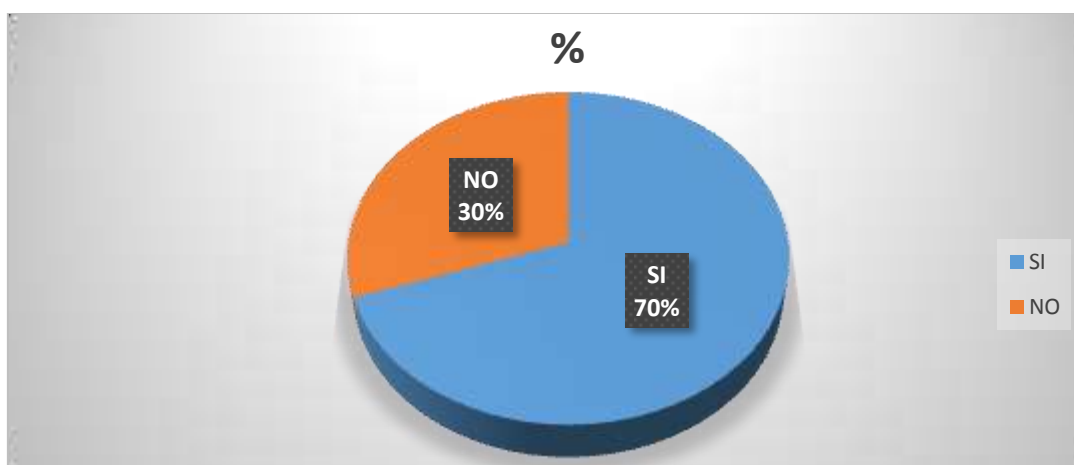
¿Usted ha realizado importaciones de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) desde Ecuador para ser distribuida y comercializada al mercado Los Ángeles – Estados Unidos?

**Tabla 6** Producto de Comercialización hacia Los Ángeles - Estados Unidos

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	70%
NO	23	30%
TOTAL	33	100%

**Fuente:** Encuesta por correo a los importadores de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)



**Imagen 12** Producto de Comercialización hacia Los Ángeles - Estados Unidos

**Fuente:** Encuesta por correo a los importadores de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

**Análisis:** En la encuesta enviadas a los importadores en la ciudad de Los Ángeles – Estados Unidos, da como resultado lo siguiente:

El 70% de los importadores encuestados indicaron que, si realizan importaciones de este producto desde Ecuador, y que están conformes con las importaciones realizadas, donde el 30% indicaron que no ha realizado por las exigencias del país y leyes que exige el gobierno.

### Pregunta 3

¿Cuál es su experiencia importando productos desde Ecuador?

**Tabla 7 Importando productos desde Ecuador**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Exitosa	15	46%
Muy Buena	9	27%
Buena	6	18%
Regular	3	9%
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta por correo a los importadores de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)



**Imagen 13 Importando productos desde Ecuador**

**Fuente:** Encuesta por correo a los importadores de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

**Análisis:** En los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los importadores el 46% indicó que las importaciones que realiza desde Ecuador son exitosas debido a los manejos de negociación entre el comprador y vendedor, el 27% contesta que es muy buena ya que no han tenido ningún inconveniente al momento de hacer la importación, el 18% refleja que las importaciones sean buenas ya sea por el manejo logístico que existe dentro de las empresas negociadoras, mientras que el 9% no tiene experiencia por eso el resultado es regular.

#### Pregunta 4

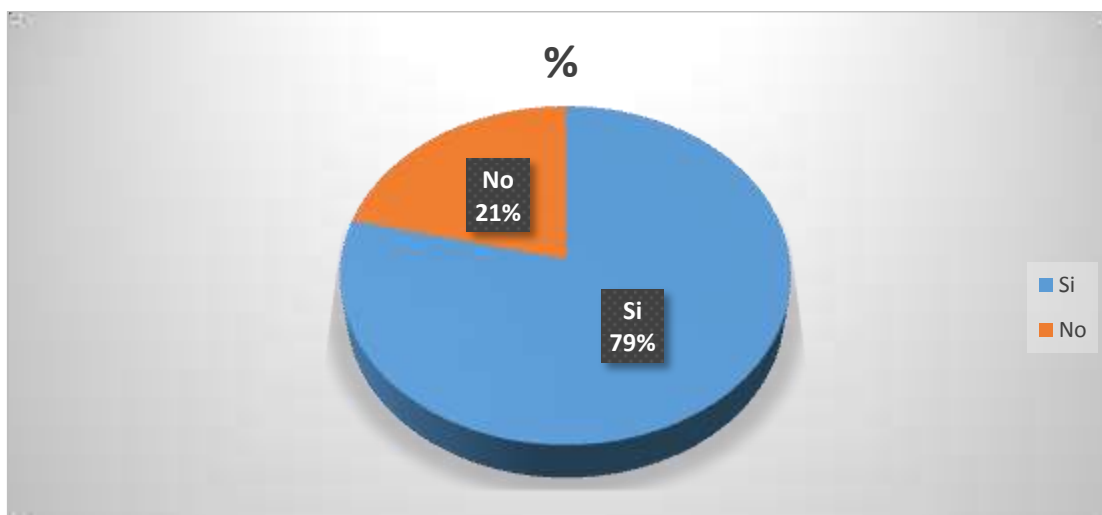
¿Considera usted que el empaque y embalaje sea un factor importante para el Incienso Artesanal Bursera Graveolens, para que no pierda su esencia y aroma natural?

**Tabla 8** *Adecuado Empaque y Embalaje de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)*

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	26	79%
NO	7	21%
TOTAL	33	100%

**Fuente:** Encuesta por correo a los importadores de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)



**Imagen 14** *Adecuado Empaque Y Embalaje de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)*

**Fuente:** Encuesta por correo a los importadores de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

**Análisis:** En las encuestas realizadas a los importadores el 79% reconoció que el empaque y embalaje del producto es muy importante porque así se conservara el aroma en estado natural, mientras que el 21% manifestó que no era importante porque se trataba de una madera normal o igual a las demás.

### Pregunta 5

¿Considera usted que si se comercializa el Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) ecuatoriano en su mercado tendría demanda por parte del consumidor final?

Tabla 9 Oportunidad de Mercado

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	30	79%
NO	3	21%
TOTAL	33	100%

**Fuente:** Encuesta por correo a los importadores de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

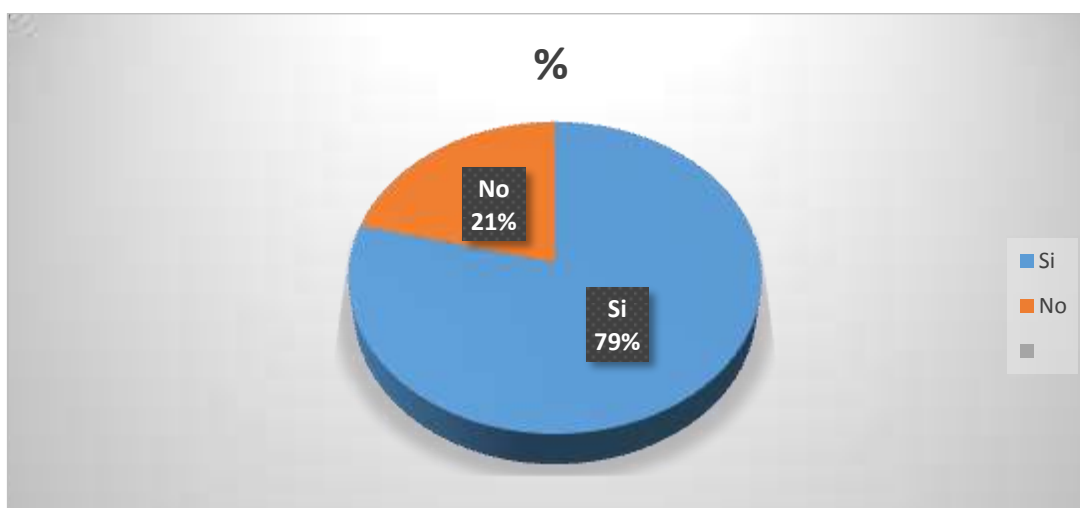


Imagen 15 Oportunidad de Mercado

**Fuente:** Encuesta por correo a los importadores de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

**Análisis:** En la respectiva encuesta realizadas a los importadores reconocieron que el 79% el producto tiene oportunidad en el mercado porque tendría una buena aceptación debido a los beneficios que brinda el mismo, aunque el 21% manifestaron que no tendrán acogida al momento de importa dicho producto porque no están seguros del mismo.

### Pregunta 6

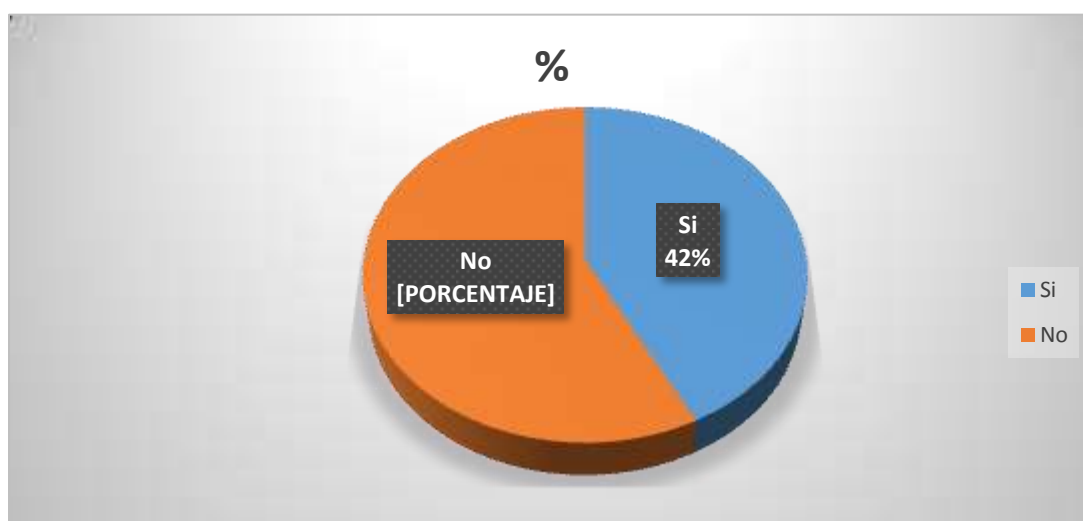
**¿Ha tenido algún inconveniente al momento de realizar importaciones de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) desde Ecuador?**

**Tabla 10 Importaciones de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	14	42%
NO	19	58%
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta por correo a los importadores de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)



**Imagen 16 Importaciones de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)**

**Fuente:** Encuesta por correo a los importadores de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

**Análisis:** En la siguiente pregunta realizada a los importadores indicaron que el 58% no ha tenido inconvenientes, ya que los exportadores ofrecen alternativas al momento de ofertar sus productos, mientras que el 42% menciona que si ha tenido inconveniente porque al momento de importar se encuentra con problemas de gestión interno.

## Encuesta a los Profesionales en Comercio Exterior

### Pregunta 1

¿Conoce usted alguna empresa que cuenten con una guía de exportación para el Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)?

Tabla 11 *Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)*

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	40%
NO	6	60%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta a profesionales en Comercio Exterior

Elaborado por: Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

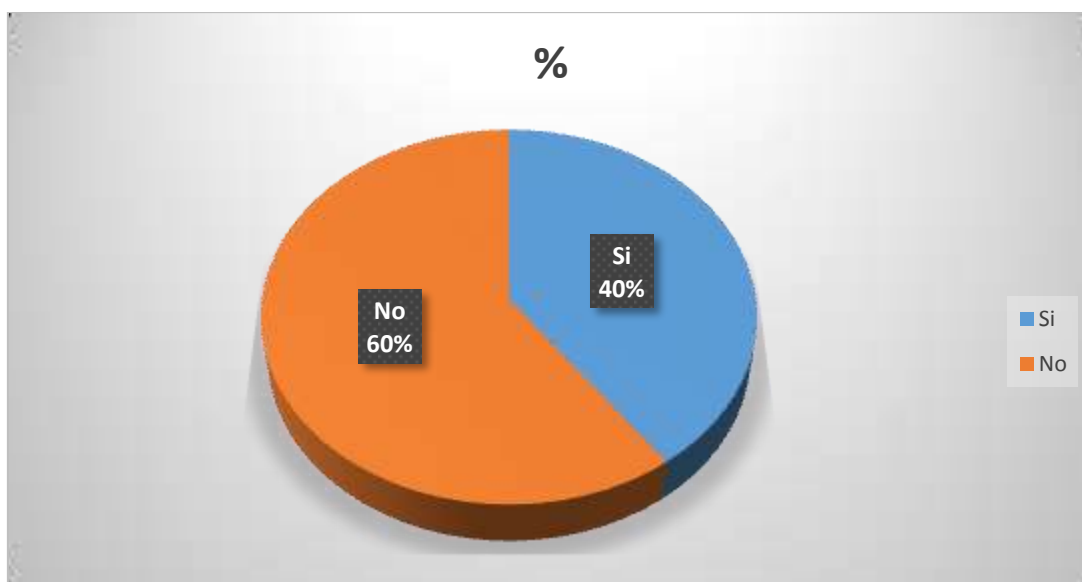


Imagen 17 *Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)*

Fuente: Encuesta a profesionales en Comercio Exterior

Elaborado por: Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

**Análisis:** En la encuesta realizada a los profesionales el 60% indica que no conocen empresas que cuente con un tipo de guía de exportación de dicho producto porque no están nombrando, mientras que el 40% reconoció que si cuenta con esta guía porque han buscado soluciones o alternativas para ofertar sus productos en diferentes mercados.

## Pregunta 2

¿Cree usted que el Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) tenga acogida en el mercado internacional?

Tabla 12 Mercado Internacional

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	70%
NO	3	30%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta a profesionales en Comercio Exterior

Elaborado por: Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

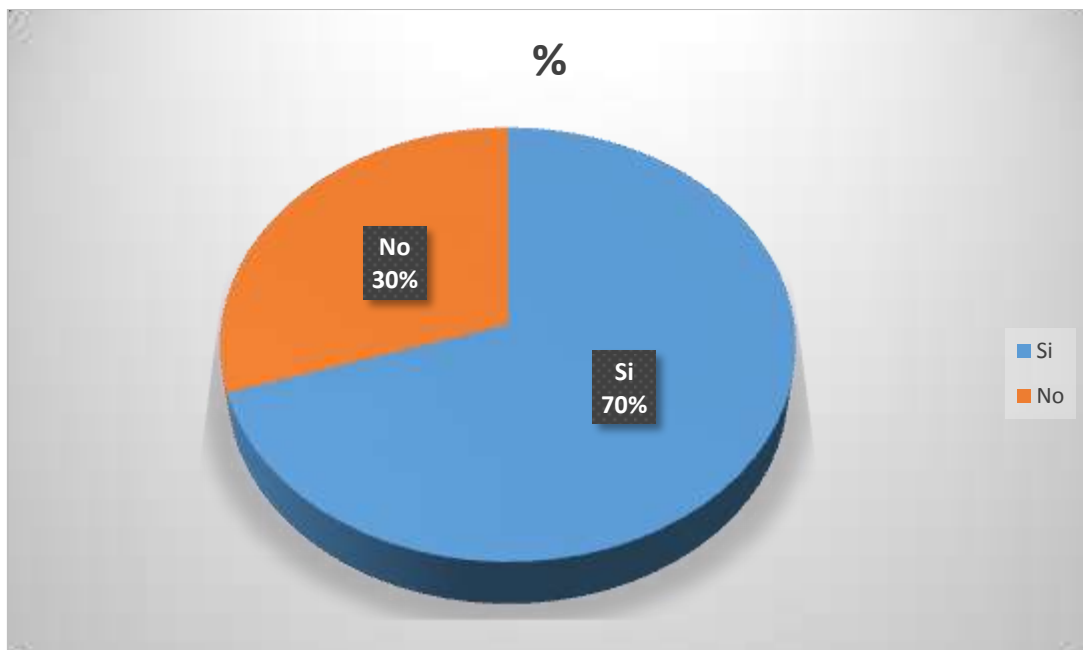


Imagen 18 Mercado Internacional

Fuente: Encuesta a profesionales en Comercio Exterior

Elaborado por: Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

**Análisis:** Tenemos que el 70% indica que este producto tiene acogida en el mercado internacional, porque existen muchos latinoamericanos en el extranjero que conocen los beneficios de este producto, y el 30% menciona que no motivo por el cual existen productos similares que son exportados.



### Pregunta 3

¿Conoce usted los parámetros que deben tener en cuenta para lograr una exportación exitosa en el mercado Los Ángeles – Estados Unidos?

Tabla 13 *Parámetro de una Exportación*

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	80%
NO	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta a profesionales en Comercio Exterior

Elaborado por: Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

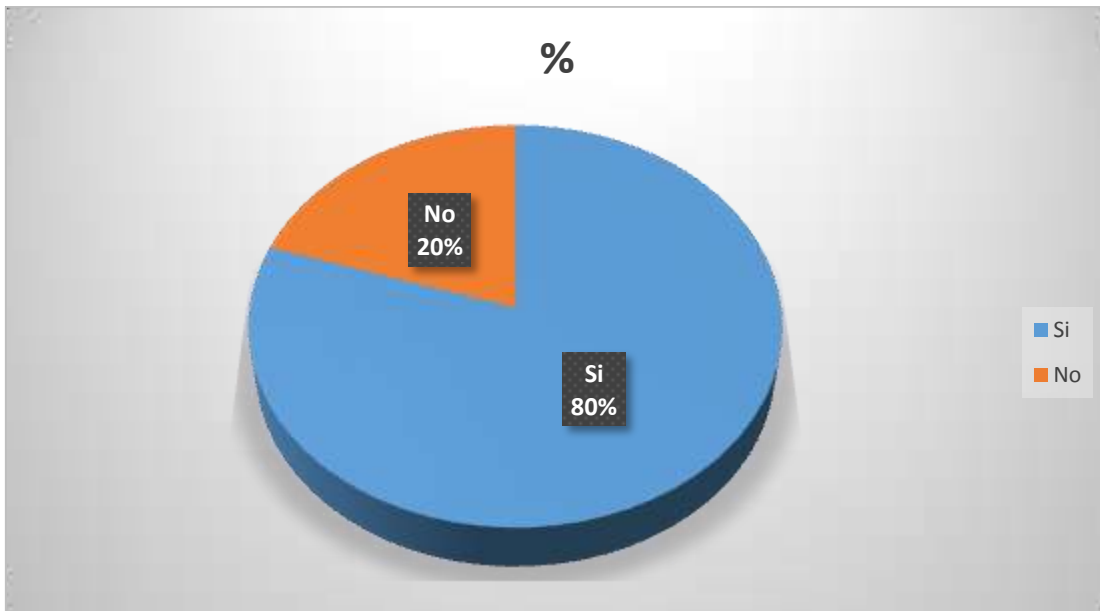


Imagen 19 *Parámetros de una Exportación*

Fuente: Encuesta a profesionales en Comercio Exterior

Elaborado por: Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

**Análisis:** Se observa que los profesionales si conocen los parámetros correctos para poder exportar el producto en el mercado de Los Ángeles – Estados Unido con un 80%, y el 20% no tiene el conocimiento de estos puntos antes mencionados, porque la mayoría de las veces cada ente regulador cambia de leyes en los cuales los importadores y exportadores deben estar en constante actualización.

#### Pregunta 4

¿Cree usted que la implementación de un plan de exportación facilite el acceso del producto al mercado estadounidense?

Tabla 14 Acceso al Mercado

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	60%
NO	4	40%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta a profesionales en Comercio Exterior

Elaborado por: Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

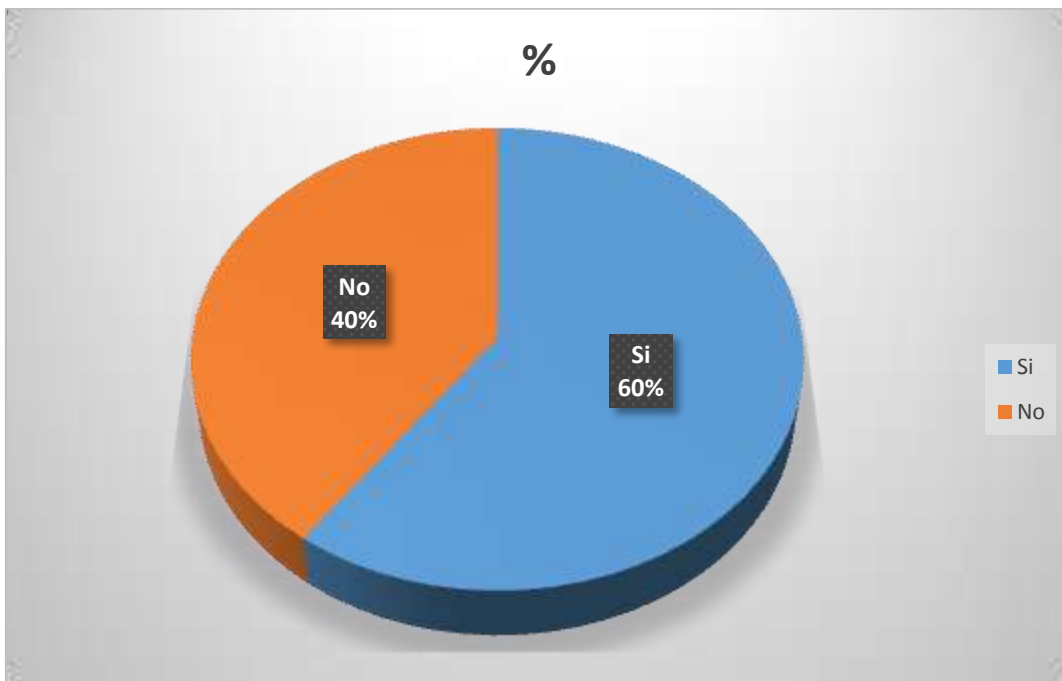


Imagen 20 Acceso al Mercado

Fuente: Encuesta a profesionales en Comercio Exterior

Elaborado por: Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

**Análisis:** Se aprecia que el 60% cree que mediante la implementación de un plan de exportación facilitará el acceso del producto al mercado estadounidense y el 40 % cree que no, porque pocos conocen el mercado, y a su vez cada país tiene diferente regularización.

### Pregunta 5

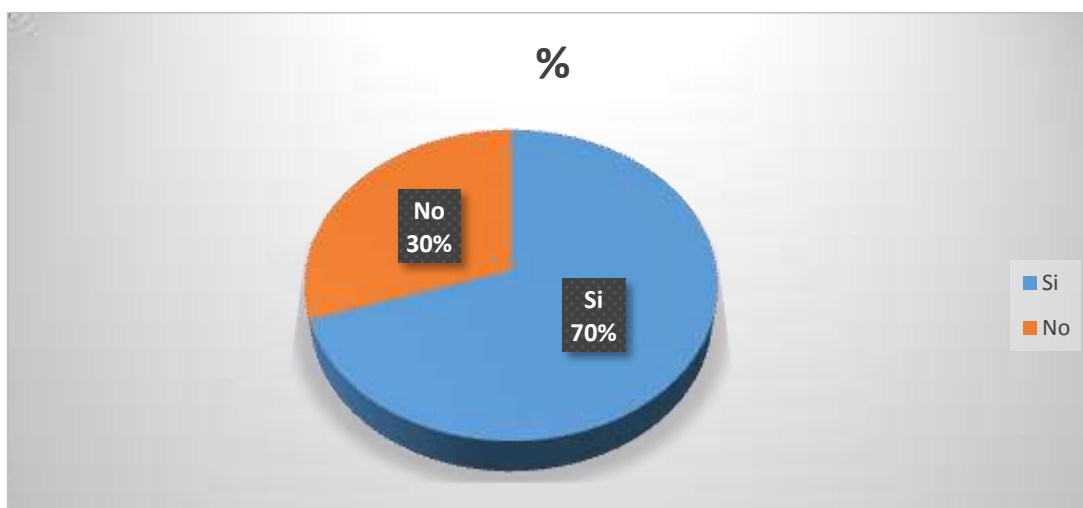
¿Conoce usted de alguna organización que brinde asesoramiento para la exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)?

**Tabla 15 Asesoramiento para la exportación**

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	70%
NO	3	30%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta a profesionales en Comercio Exterior

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)



**Imagen 21 Asesoramiento para la exportación**

**Fuente:** Encuesta a profesionales en Comercio Exterior

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

**Análisis:** De acuerdo a lo entrevistado el 30% de los encuestados dijeron no conocer de alguna organización que brinde este tipo de apoyo para las exportaciones de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo), porque no son muy mencionadas, en cambio el 70% dijeron que, si saben de estas entidades, la cual asesoran a los exportadores de pequeña empresa para que se facilite el acceso al mercado y pueda ofertar sus productos.

## Pregunta 6

¿Cree usted que la producción de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) es apta para la comercialización internacional?

Tabla 16 Producción de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	80%
NO	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta a profesionales en Comercio Exterior

Elaborado por: Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

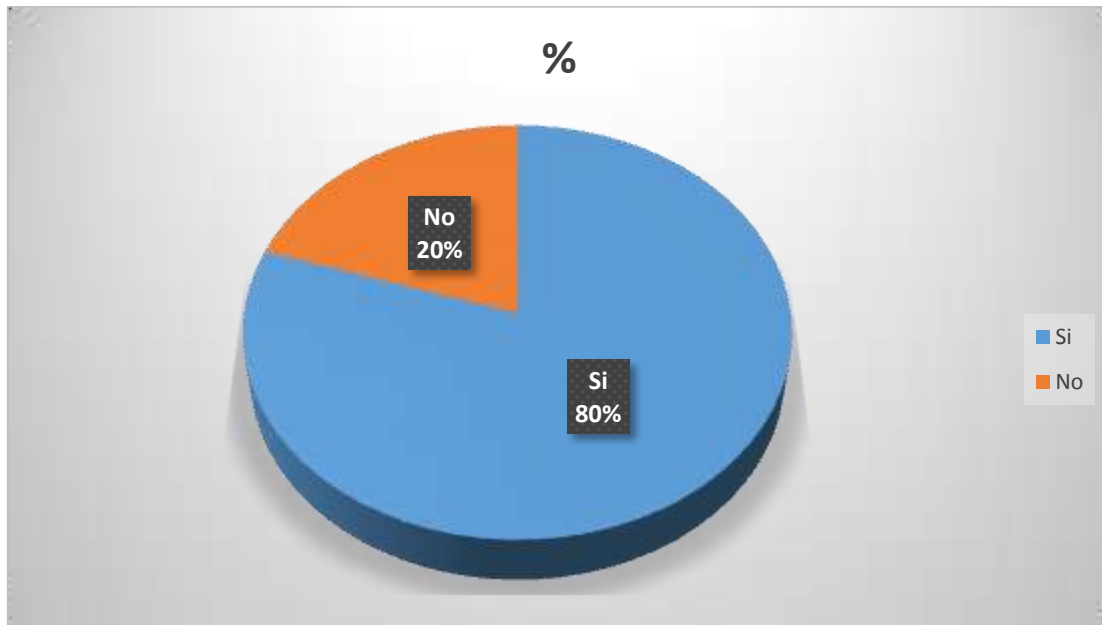


Imagen 22 Producción de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)

Fuente: Encuesta a profesionales en Comercio Exterior

Elaborado por: Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

**Análisis:** Se aprecia que el 80% respondió que sí, es apta para la comercialización internacional, porque nos ayuda a la salud y estabilidad emocional de la persona y el 20% no porque no conocen de los beneficios que brinda este producto motivo por el cual no están seguros que sean aptos para la comercialización.

## **Análisis final de las encuestas**

El análisis final de las encuestas realizadas a los importadores y expertos en la rama profesional mediante la recolección de datos y la debida información queda como resultado los objetivos para cumplir en la presente investigación.

- La aceptación de los productos ecuatorianos se mantiene, dando más oportunidades de abrir nuevos mercados en el extranjero.
- Además, el importador menciona que ha tenido experiencia en adquirir productos de Ecuador, pero no están relacionado con este tipo de productos que se ofrece en el presente proyecto.
- Mediante un adecuado plan de exportación reduciría daños y pérdidas para las partes negociadoras, a través de un manejo logístico para la transportación del producto.
- Las encuestas realizadas arrojó una empresa interesada en realizar una negociación y comercialización del producto.
- Los expertos en la rama favorecen la exportación de este tipo de productos ya que es beneficioso para la salud y armonía en lugar de trabajo u hogares.

## **Capítulo IV: Propuesta**

### **4.1. Título De La Propuesta**

Plan De Exportación De Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) Al Mercado De Estados Unidos.

### **4.2. Justificación De La Propuesta**

De acuerdo a la recopilación de datos mediante las encuestas realizadas, se dará a conocer el interés por parte de los directivos de la microempresa JULIO LUIS MALTA DIVIASSI con su nombre comercial HOLY WOOD EXPORT para la aceptación de un Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo), buscando con ellos la diversificación de sus bienes o servicios en el exterior, mediante la evaluación de factibilidad en la ciudad de Los Ángeles y así la acogida del producto en dicho mercado.

Para los posibles importadores existen la oportunidad de ofrecer el producto, porque en el mercado meta está el consumidor hispanoamericano la cual ya conoce el producto y estarían dispuesto a consumirlo por sus beneficios, asimismo existen un interés de las empresas distribuidoras podrán variar su oferta y cartera de proveedores, estando Ecuador como uno de los países que podrá cumplir y satisfacer las necesidades.


Finalizando, la microempresa JULIO LUIS MALTA DIVIASSI con su nombre comercial HOLY WOOD EXPORT podrá aprovechar este plan de exportación de la cual contará con materia prima disponible obteniendo un valor agregado, contribuyendo al prestigio internacional y a su vez el aumento de sus ingresos, beneficiando las personas involucradas que forman parte de la microempresa. Cabe recalcar que el producto del que se menciona en el proyecto no es nuevo para la organización, por lo que solo se lo comercializa nacionalmente y no ha sido aprovechado su potencial en el exterior.



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE  
DE GUAYAQUIL**

Plan de Exportación De Incienso  
Artesanal *Bursera Graveolens* (Palo  
Santo) para el Sr. Julio Luis Malta  
Diviassi



	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

#### **4.3. Adaptación Del Modelo De Plan De Exportación De División Promoexport 2013.**

Acorde al modelo de la Guía Práctica De Plan de Exportación De Puerto Rico, se adapta a los siguientes puntos:

### **1. ANÁLISIS DE POTENCIAL EXPORTADOR**

#### **1.1. Perfil de la Microempresa**

1.1.1. Reseña histórica

1.1.2. Visión y Misión de la microempresa

#### **1.2. Situación de la Microempresa del Sr. Julio Luis Malta Diviassi**

1.2.1. Análisis Organización

1.2.2. Producto

1.2.3. Precio de Venta

1.2.4. Plaza

1.2.5. Promoción

#### **1.3. Mercadeo**

1.3.1. Estructura de la Microempresa

1.3.2. Políticas de mercadeo y comercialización del palo santo

1.3.3. Canal de distribución


1.3.4. Principales clientes internacionales

#### **1.4. Competitividad**

1.4.1. Análisis de la competencia

#### **1.5. Evaluación global y conclusiones**



	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

1.5.1. Análisis FODA

## **2. SELECCIÓN DE MERCADOS**

2.1. Preselección de mercados

2.2. Priorización de mercados

2.3. Selección final de mercado

## **3. INTELIGENCIA DE MERCADOS**

**3.1. Perfil del país**

**3.2. Acuerdos Comerciales**

**3.3. Requisitos**

3.3.1. Requisitos para entrar al mercado

3.3.2. Licencias


**3.4. Logística**

**3.5. Estudio de Mercado**

**3.6. Precio Local**

**3.7. Entidades u Organizaciones**

**4. Análisis Financiero**

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

## 1.1. Perfil de la Microempresa

### Nombre de la empresa exportadora

JULIO LUIS MALTA DIVIASSI

### Nombre comercial de la exportadora

HOLY WOOD EXPORT.


#### 1.1.2 Reseña histórica

Es un pequeño negocio que nació hace 40 años, fundado por su padre, que inicialmente comenzó con una tienda en el Aeropuerto Internacional Simón Bolívar en Guayaquil, Ecuador. Con el pasar de los años creció como un negocio familiar. Unos años más tarde decidimos extender nuestros negocios nacionalmente como también se ha pensado enviar al exterior para dar a conocer todos los productos ecuatorianos que tiene el Ecuador.

#### 1.1.3 Visión y Misión de la microempresa

##### Misión

Somos una microempresa familiar dedicada a la producción y comercialización de productos artesanos elaborado a base de la madera de palo santo, que demuestra honestidad y compromiso para satisfacer las necesidades del cliente, con los más altos estándares de calidad de cada producto tiene para la venta.

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

## Visión

Ser una empresa reconocida dentro y fuera del país, cruzando fronteras para lograr posicionarse con los productos artesanos de calidad, utilizando materia prima para la elaboración de nuevos productos satisfaciendo las necesidades de los clientes.

## 1.2 Situación de la Microempresa del Sr. Julio Luis Malta Diviassi

### 1.2.1 Análisis Organizacional de la Microempresa

La microempresa del Sr. Julio Luis Malta Diviassi cuenta actualmente con 4 personas, ellos son parte de la familia, cada uno tiene su responsabilidad de acuerdo a su área que desempeña aportando así lo mejor de sí mismo en una forma positiva para un crecimiento en la pyme, ya que es una actividad artesanal que se dedica en entorno familiar.


### 1.2.2. Producto

El palo santo es un trozo de madera que al encenderlo tiene un aroma suave que es utilizado en spa y oficinas. Es una mezcla de aromas a los que están acostumbrados a las personas que usan incienso con un aroma agradable que persiste en el ambiente muy rápidamente una vez que el palo santo se ha extinguido.



**Imagen 23 Palo Santo**

**Fuente:** [www.palosanto.com.ec](http://www.palosanto.com.ec)

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

En la imagen 23 se observa la presentación del producto, el tamaño y textura de cómo será enviado al mercado internacional.

### **Nombre comercial del producto**

Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo).

La microempresa para ofertar su producto, considera que es necesario en el mercado de Los Ángeles cambiar el nombre del producto idioma oficial que es el inglés, quedando así “Artisan Inciense Bursera Graveolens (Palo Santo)”.


### **Portafolio del producto**

El Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo), es una madera de clima cálido que crece en bosques silvestres y en sectores sudamericanos, también se la conoce como madera sagrada su altura es de 18m. El Incienso de Palo Santo tiene propiedades espirituales que son ideales para la meditación, relajación y su aroma es agradable al ser utilizado en cualquier lugar del hogar u oficina y esto hace que cada vez más consumido.

**Tabla 17 Característica del Producto**

<b>Producto</b>	Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)
<b>Composición</b>	Palillos cortado de palo santo, son cortados a mano sin hacer uso de ninguna maquina industrial y secado de forma natural.
<b>Utilidad</b>	Purificante de ambiente, relajante, limpiador y repelente de mosquitos.

**Elaborado Por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

### **1.2.3. Precio de Venta**

Implica el valor económico que el importador deberá asumir por la adquisición del producto a ofrecer, el cual se venderá en kilos a \$11.81 cada 2 meses, es decir 6 exportaciones por año.

Así también se deberá considerar los precios de la competencia para que el producto tenga una comercialización en el mercado extranjero a un precio asequible.

### **1.2.4. Plaza**

El producto se distribuirá en Los Ángeles – Estados Unidos mediante un canal de distribución indirecto corto, la cual serán distribuido entre distintos compradores.


### **1.2.5. Promoción**

Todas las actividades realizadas de la microempresa con el fin de dar a conocer la oferta al público mediante la promoción de publicidad ventas, eventos, relaciones públicas, marketing directo y ferias nacionales que el dueño realice para la promoción de su producto.

## **1.3. Mercadeo**

### **1.3.1. Estructura de la Microempresa**

La presente investigación se la realizo al Sr. Julio Luis Malta Diviassi productor de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo), la cual es una microempresa familiar que se dedica a la actividad artesanal del Ecuador.

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

**Tabla 18 Estructura de la microempresa**

Tipo	Microempresa Familiar
<b>Actividad</b>	Artesanal
<b>Tamaño</b>	Pymes
<b>Tendencia</b>	Todo publico


**Elaborado Por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

### 1.3.2. Políticas de mercadeo y comercialización del palo santo

- Certificados de garantía (tipo pólizas de seguro) contra demandas por defectos en el producto.
- Certificaciones de calidad o de buenas prácticas de manufactura bajo uno u otro esquema privado, según a FDA para este trámite es similar al registro Sanitario Ecuatoriano.
- Un mecanismo de verificación del historial comercial de la empresa.
- Otros certificados dependerán de las características del producto, por ejemplo un producto sólo puede llevar leyendas como “No GMO” (alimentos genéticamente modificados), “Gluten free (harinas)”, “Organic (orgánico)” o similares, si cuenta con el respectivo certificado que lo avale. (Business Center, 2017)

### 1.3.3. Canal de distribución

El canal de distribución es el lugar a través del cual participan organizaciones independientes en el proceso de poner un producto o servicio al consumidor final (fabricante, mayorista, minorista, agentes comerciales) o de un usuario final cuyo

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

objetivo no es más que una respuesta eficaz a la demanda de los usuarios desde una visión practica en conjunto de entidades que se unen con fuerza para alcanzar sus metas. (Velazquez, 2013)

### **Canales De Distribución Para La Exportación De Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo).**


Para comercializar el Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo), producto terminado se necesitará un canal de distribución indirecto corto, reuniendo todas las características necesarias que solicita Estados Unidos, para el ingreso de mercancías, y esto motivará al comprador estadounidense de realizar la venta a los consumidores.



**Imagen 24 Canal de Distribución Indirecto Corto**

**Fuente:** (Sistema de Distribucion , 2013)

En la imagen 24 se aprecia el canal de distribución a utilizar para el envío del Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo), esto va a la necesidad que se tiene dependiendo al tipo de negociación pactado entre ambas partes.

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

#### 1.3.4. Principales clientes nacionales e internacionales

Empresa o Asociaciones que se dedican a la producción o comercialización del Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) en Ecuador.

**Tabla 19 Empresas emprendedoras de Incienso de Palo Santo**


**Empresas emprendedoras que trabajan con incienso de palo santo en Ecuador**

NOMBRE DE LA EMPRESA	UBICACIÓN	TRABAJO QUE REALIZAN
El Artesano	Parque Nacional de Machalilla – Manabí	Producen aceite esencial de palo santo
Tienda de Palo Santo	Puerto López – Manabí	Elaboración de diversos productos a base de la madera de palo santo
Palosanto Solution	Guayaquil	Elaboración de diversos productos a base de la madera de palo santo
Palo Santo Travel	Puerto López – Manabí	Elaboración de diversos productos a base de la madera de palo santo
Aceite Palo Santo	Urdesa - Guayaquil	Elaboración de diversos productos a base de la madera de palo santo
Palo Santo Ecuador (Holy Wood)	Santa Elena – Salinas	Elaboración de diversos productos a base de la madera de palo santo

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

En la tabla 19 se observa el listado de 5 empresas que se dedica o laboran en el campo artesanal, en la elaboración y comercialización del producto a base de la madera de palo santo, haciendo que estas empresas abastezcan el mercado local y así logra que la microempresa Palo Santo Ecuador (HOLY WOOD EXPORT) se internacionalice o busque nuevos destinos para ofertar su producto.



	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

## 1.4. Competitividad

### 1.4.1. Análisis de la competencia

#### Competidores en el Mercado

Entre la competencia más significativa para Ecuador se encontró los siguientes mercados:

**Tabla 20 Empresas Competidoras**

EMPRESAS INTERNACIONALES	PAISES
Norte Export	Perú
Mexorganic	Colombia – Medellín
Heffner Oil	Argentina
Malkhut Químicos	México

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

## 1.5. Evaluación global y conclusiones


### 1.5.1. Análisis FODA

#### Fortaleza

- Cuenta con la experiencia de la producción de productos a base de la madera de palo santo.
- Tiene experiencia en el mercado local.

#### Debilidad

- Desconocimiento en la exportación del producto en el mercado estadounidense
- Poca experiencia en Comercio Exterior.

 <b>Palo Santo Ecuador</b>	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

### **Oportunidad**

- En la ciudad de Los Ángeles habitan muchos latinos que conocen del producto y es más factible su oferta.
- Preferencias arancelarias con los países de América Central.

### **Amenaza**

- Competencia en el mercado.
- Innovación y cambio en la materia prima para la elaboración de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo).


## **2. SELECCIÓN DE MERCADOS**

### **2.1. Preselección de mercados**

De acuerdo a las oportunidades de expansión de mercado que cada vez se apertura es más amplia debido a la globalización y acuerdos comerciales que se ejecutan a favor de incrementar el comercio entre los países negociantes, se dirigirá el producto al mercado de Los Ángeles – Estados Unidos.

### **2.2. Priorización de mercados**


Para esto se ha tomado una población de las empresas dedicadas a la importación y comercialización de este tipo de madera. Las cuales a través de la encuesta realizadas se determina la empresa que está interesada en realizar una importación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo).

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

**Tabla 21 Empresas internacionales**

<b>Empresas</b>	<b>Dirección</b>	<b>Email/Web</b>
Virgelles Inc	1465 central av. Chino CA 91710 Los Angeles – California	<a href="mailto:Virgellesinc84@hotmail.com">Virgellesinc84@hotmail.com</a>
Mathew Tilley Palo Santo Ecuador USA LLC	1430 willamette S 502 Eugeneor United States 19191SN Agüero St port Seint Luice	<a href="mailto:Mathewtilley82@htmail.com">Mathewtilley82@htmail.com</a>  <a href="mailto:Dolive9949@yahoo.com">Dolive9949@yahoo.com</a>
Ruben Robijn Mineralen en Fossielen	Stenograal 1A, 6921 Ex Duiven Netherlands	<a href="mailto:marijk@rubenrobijn.nl">marijk@rubenrobijn.nl</a>
Uit Den Vreemde	Hoofdstraat 172-2071 Em Santpoort	<a href="mailto:Uitden456@yahoo.com">Uitden456@yahoo.com</a>
Mexorganic	Between Ocean Blvd & 3rd	<a href="mailto:Mexorganic356@hotmail.com">Mexorganic356@hotmail.com</a>
Botanica	91-11-31 ave Aest Elmhurst 4404 S Vermot ave, Los Angeles, CA	<a href="mailto:elmasallacorp@hotmail.com">elmasallacorp@hotmail.com</a>
Tienda San Lucas	90037	<a href="http://www.tiendaSanLucas.co.ec">Http://www.tiendaSanLucas.co.ec</a>
Mings Trade	915 Wilshire Blud 1600 Los Angeles	<a href="mailto:mingstrade@gmail.com">mingstrade@gmail.com</a>
Aroma Sagrado	8700 Bererly Blud Los Ángeles CA 90048	<a href="http://www.palosantomaderasagrada.gob.ec">www.palosantomaderasagrada.gob.ec</a>
Prabhuji´s Gift Au Natural Organics Company	858 Route 212 Los Ángeles United States 2048 da street	<a href="http://www.prabhujisgifts.com">http://www.prabhujisgifts.com</a>  <a href="mailto:aunaturalorganic@56.com">aunaturalorganic@56.com</a>
Botánica 7 Mares	Store 1091 sw 40th st. Los Angeles Magikal Night Ken Lowy	<a href="mailto:cousterservicie@hotmail7mares.com">cousterservicie@hotmail7mares.com</a>
GR Madera	1427 Mariner Way 33019 Hollywood, FL United States	<a href="mailto:magikalnight92@gmail.com">magikalnight92@gmail.com</a>
Botanica Ire- Orishas	Botanica Ireorishas 9963 SW 142 Avenue Los Angeles – California 33186 ( Kendall)	<a href="mailto:Botanicaire67@hotmail.com">Botanicaire67@hotmail.com</a>

**Elaborado Por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

### 2.3. Selección final de mercado

De esta empresa se realizó un análisis de resultado en base de las encuestas realizada, se mostró interesada algunas empresas para la importación del Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo).

**Tabla 22 Empresas Importadoras - Compradoras**

<b>Empresa/ Importadoras/ Compradoras</b>	<b>Virgelles Inc.</b>
País	Estados Unidos
Ciudad	Los Ángeles
Estado	California
Teléfono	17146932881


**Elaborado Por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

El resultado que se realizó en el desarrollo de la presente investigación la empresa importadora Virgelles Inc. Se interesó realizar importaciones hacia su país. Esta empresa se dedica a la importación y comercialización de productos latinoamericanos con una amplia variedad de diferentes países como Perú, Colombia, México y Ecuador, es una empresa responsable y comprometida con un pensamiento innovador dispuesto a trabajar conjuntamente en beneficio del perfil consumidor.

## 3. INTELIGENCIA DE MERCADOS

### 3.1. Perfil del país

Generalidades Del País Importador: Los Ángeles – Estados Unidos.

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>


**Tabla 23 Información Básica de Los Ángeles – Estados Unidos**

<b>INFORMACIÓN BÁSICA</b>	
Nombre Oficial	Los Ángeles
País	Estados Unidos
Estado	California
Religión	Católico 37.0%, Pentecostés 1.8%, Bautistas 2.0%, Judíos 1.1%, episcopales 0.4, otros 11,1%
Fiestas Nacionales	4 de julio día de la independencia 3er Lunes de febrero día del presidente
<b>DEMOGRAFÍA</b>	
Población Total	10.163.507(2018)
Aumento Nacional	0.1%
Densidad	35 habitantes Km2
Población Urbana	81.8%
Orígenes Étnicos	Hispano o Latino 48.3%, Blanco no Hispano 27.2%, Asiáticos/Isla del Pacífico 14.6%, Afroamericano 9.2%, Indio Americano/Otros 1.5%
Idioma Oficial	Ingles
Otros Idiomas	Español
Negocios Idiomas	Ingles

**Fuente:** (Santander, 2018)

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

En la tabla 23 detalla sobre la información básica de Estados Unidos que consta de una población, densidad, orígenes étnicos, idiomas y más que todo la negociación entre país a la que lleguen un acuerdo para una exportación e importación.


	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

**Tabla 24 Información Económica de Los Ángeles – Estados Unidos**

<b>ECONOMÍA</b>	
PIB (Corriente Internacional)	\$ 127 millones (2018)
Tasa de Crecimiento PIB Real	2,3 % (2018)
PIB Percial (PPP) (Corriente Internacional)	\$ 28,320 (2018)
Composición del PIB	Agricultura, silvicultura, pesca y caza 0.4%
	Construcción 6.1%
	Fabricación 8.7%
	Comercio por mayor 2.8%
	Comercio por menor 10.4%
Población Activa	Otros servicios 7.2% (2018)
	4.1% (2018)
Tasa de Desempleo	5.5% (2018)
Tasa de Inflación	2.1% (2018)
Moneda	Dólar Estadounidense \$USD
	1 USD=0.8641Eur
Tasa de Cambio	1 Eur =1.1572 USD
<b>ORGANIZACIÓN POLÍTICA</b>	
Tipo de Gobierno	República Federal Demócrata
Poder Ejecutivo	El Presidente de Jefe de Estado comandante en jefe de las fuerzas armadas y la cabeza de gobierno, parlamento comprueba estos poderes. El gabinete es desinado por el presidente con la aprobación del Senado.
	La legislatura es bicameral, el parlamento consiste del Senado y la Cámara de representante, el Senado tiene el poder de confirmar o rechazar las designaciones presidenciales y ratificar tratados, la otra solo obtenga el derecho a inicial proyecto de ley, el congreso puede anular las terceras partes de los votos.
Norma Legislativa	Compuesto por la Corte Federal constitucional y corte superior federales.
Rama Judicial	

**Fuente:** (BestPlace, 2018)

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>


En la tabla 24 se observa los datos básicos del país de destino, su economía y organización política más relevante del mercado meta y así llegar a un acuerdo mutuo para las exportaciones e importaciones que se realicen a futuro, para la presente investigación aporta con el fin que el importador y exportador conozca sobre los datos básicos del país de destino.

### Mapa De Los Ángeles – Estados Unidos



**Imagen 25 Ubicación de Los Ángeles – Estados Unidos**  
**Fuente:** (Mapa de America Latina, 2018)

En la imagen 25 se observa la ubicación geográfica del país de destino, localizado al sur de California en la costa oeste de Estados Unidos, siendo la ciudad más grande de este país antes mencionado.

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

## **Análisis de la Balanza Comercial de Ecuador – Estados Unidos**

### **Balanza comercial**

A Junio de 2018, la balanza comercial total registró un superávit de USD 226 millones.

La balanza no petrolera mostró un déficit de USD 1.913 millones.

Unión Europea, Vietnam y Rusia fueron los mercados con mayor superávit en la balanza comercial no petrolera. Los mercados con el déficit más elevado fueron China, Colombia y Brasil.


### **Exportaciones**

**TOTALES:** Durante los primeros seis meses de 2018, crecieron en 15% en relación con el mismo periodo de 2017. Estados Unidos fue el principal destino de las exportaciones totales, con un crecimiento del 2%, sigue la Unión Europea con el 7% y Perú con el 37%. Estos tres mercados absorbieron el 53% de las exportaciones.

**NO PETROLERAS:** Registraron un crecimiento de 8% con respecto al primer semestre del 2017. La Unión Europea se consolidó como el principal mercado con un crecimiento del 6%, seguido de Estados Unidos con -5 % y Vietnam con -3%. Estos mercados fueron el 56% de las exportaciones no petroleras.

Para el primer semestre de 2018, el principal producto no petrolero exportado fue el camarón registrando un crecimiento del 12%, seguido del banano (1%), enlatados de pescado (11%) y flores naturales (13%). Estos cuatro productos representaron el 67% del total de productos no petroleros. En la Unión Europea, el banano fue el principal producto exportado con una participación del 32%, seguido de camarón (22%) y

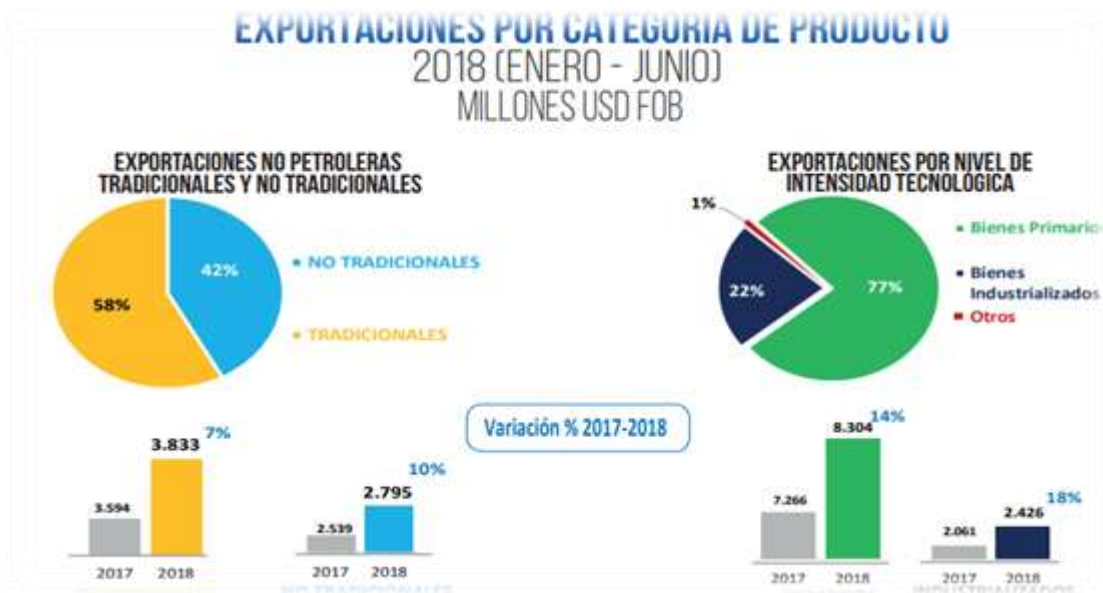


	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

enlatados de pescado (21%). Estos tres productos representaron el 75% de las exportaciones a este destino.

Se observa que el total de la exportación en seis meses ha aumentado un crecimiento del 15 % en relación del año pasado 2017, ocasionando que Estados Unidos sea el país principal de exportaciones con el 2% y la Unión europea con el 7% y Perú con el 37%, con relación de las exportaciones petroleras y no petroleras.


En el presente año los primeros 6 meses las importaciones crecieron un 22% con relación al año pasado, las importaciones petroleras y no petroleras has sido de gran ayuda a las aportaciones económicas de país, entre estos productos los más importantes son: combustibles, automóviles livianos, manufacturas de metal, medicinas y demás.



**Imagen 26 Exportación por Categoría de Producto**

**Elaboración:** Dirección de Estudios Económicos y Comerciales

**Fuente:** (BCE, 2018)

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

En la imagen 26 se observa la exportación petrolera, no petrolera y exportaciones por nivel de intensidad tecnológica que el país Ecuador realiza al mercado internacional, el 7% pertenece a las exportaciones petroleras, el 10% a las no petroleras, el 14% a productos primarios y el 18% a productos industrializados, variaciones en porcentajes comparativas del año 2017-2018.


### **Importaciones**

**TOTALES:** Para junio de 2018, las importaciones totales crecieron 21% con respecto a junio de 2017. La categoría de combustibles y lubricantes fue la de mayor incremento (38%), diversos (37%), bienes de consumo (27%) y bienes de capital (22%).

**NO PETROLERAS:** Las importaciones no petroleras se incrementaron en 18% en comparación al primer semestre de 2017. China ocupó el primer lugar de las importaciones con un crecimiento del 27%, seguido de Estados Unidos (15%) y la Unión Europea (20%).

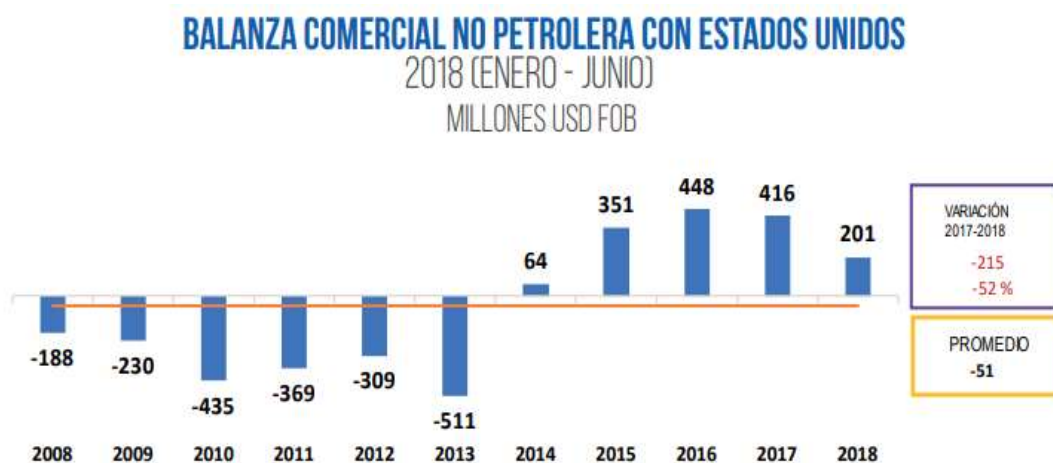
Dentro de los cinco principales productos no petroleros importados, los automóviles livianos ocuparon el primer lugar con un crecimiento del 51%, luego maquinarias industriales y sus partes (54%), medicinas (2%), otras manufacturas de metales (6%) y artículos electrodomésticos (47%).

Las maquinarias industriales y sus partes fueron el principal producto importado desde la Unión Europea registrando un crecimiento del 89%, en segundo lugar, las medicinas (0,4%), automóviles livianos (318%), vacunas, productos inmunológicos y

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	Elaborado por: Adriana Bueno V. y Ana León T.	Aprobado por: M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	Revisado por: Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

plasma (45%) y otras manufacturas de metales (110%). Estos cinco productos representaron el 36% de las importaciones desde la Unión Europea.

En el presente año los primeros 6 meses las importaciones crecieron un 22% con relación al año pasado, las importaciones petroleras y no petroleras has sido de gran ayuda a las aportaciones económicas de país, entre estos productos los más importantes son: combustibles, automóviles livianos, manufacturas de metal, medicinas y demás.




**Imagen 27 Balanza Comercial No petrolera con Estados Unidos**

**Elaboración:** Dirección de Estudios Económicos y Comerciales

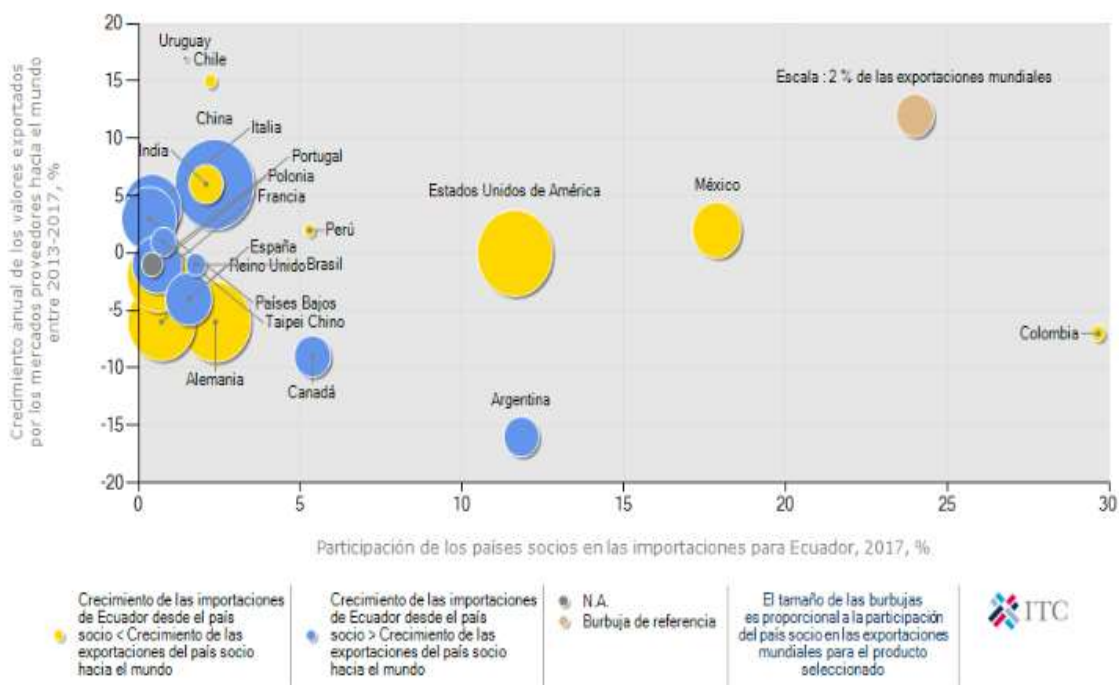
**Fuente:** (BCE, 2018)

En la imagen 27 se presenta la balanza comercial no petrolera entre Ecuador y Estados Unidos, la cual está representada en millones de dólares FOB , desde Enero a Junio del 2018, demostrando las variaciones con un total de (-215 y -52%) en los años antes mencionado, dando como resultado un promedio del -51% de la balanza comercial, es decir que desde el año 2008 al 2014 se han importado productos desde ese país, por lo que muestra un saldo negativo, pero a partir del año 2014 se empieza a

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

observar el incremento en exportaciones, estableciendo la expansión del mercado en este país en relación a Ecuador.


Perspectivas para una diversificación de países proveedores para un producto importado por Ecuador en 2017  
 Producto : 3307 Preparaciones para afeitado o para antes o después del afeitado, desodorantes corporales, preparaciones para el baño, depilatorios y demás preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética, n.c.o.p.; preparaciones desodorantes de locales, incl. sin perfumar, aunque tengan propiedades desinfectantes



**Imagen 28 Perspectiva para diversificación de mercados internacionales**

**Fuente:** (Trade Map, 2017)

De acuerdo a los resultados de TradeMap Estados Unidos de América en las importaciones desde Ecuador refleja un 11.63%, en crecimiento anual de las exportaciones para Estados Unidos de América muestra 0%, cuotas de las exportaciones mundiales 8.73%, crecimiento de las exportaciones mundiales para Estados Unidos de América > Crecimiento de las importaciones de Ecuador desde Estados Unidos de América, la cual se observa el desempeño de la comercialización de este producto hacia

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

el país de los Estados Unidos lo que nos indica que los productos ecuatorianos tienen un crecimiento en las importaciones desde el Ecuador hacia los demás países.

### 3.2. Acuerdos Comerciales

#### Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)

El Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) concede arancel cero o aranceles reducidos a los países beneficiarios. Los países menos desarrollados (LDCs, por sus siglas en inglés) generalmente reciben tratamiento preferencial para ciertos productos y reducciones arancelarias significativas.


El SGP de los Estados Unidos fue autorizado bajo el Título V de la ley de Comercio de 1974 y está sujeto a renovación por el Congreso. El programa fue recientemente extendido hasta el 31 de julio de 2013 y no ha sido renovado. El programa SGP ofrece acceso libre de impuestos y contingentes a aproximadamente 3,500 productos de 127 países en desarrollo y 1,500 productos adicionales de 44 países menos desarrollados.

Países beneficiarios en las Américas en Julio de 2013: Belize, Bolivia, Brasil, Dominica, Ecuador, Granada, Guyana, Haití, Jamaica, Paraguay, Saint Kitts y Nevis, Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas, Uruguay, Venezuela. (Acuerdo Comercial o Régimen Preferencial Con Estados Unidos, 2013)

### 3.3. Requisitos

#### Reglamentos Específicos

Para ciertos productos alimenticios (alimentos, fármacos, aparatos médicos) y productos textiles, aparatos eléctricos y bienes para el consumidor. (Santander Trade Portal, 2018)


	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

### **Control fitosanitario**

La Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) es la entidad encargada de establecer y verificar el cumplimiento de regulaciones para garantizar la seguridad, de los alimentos, medicamentos y cosméticos que se consumen en los Estados Unidos. Los productos importados regulados por la FDA están sujetos a inspección en la fecha de su entrada a la Aduana estadounidense; aquellos que no se encuentren conforme a la ley y reglamentos estarán sujetos a regularización o reexportación voluntaria (sólo en caso de incumplimiento de regulaciones de clasificación, documentación, empaque o etiquetado) o a destrucción en caso se determine que constituyen una amenaza para la salud de los consumidores.

La FDA administra los siguientes aspectos:

- Cumplimiento de la Ley contra el Bioterrorismo
- Alimentos envasados de baja acidez y acidificados (LACF/AF)
- Aditivos e ingredientes alimentarios
- Etiquetado y envasado de alimentos procesados
- Alimentos preparados que contengan menos de 2% de contenido cárnico (Los que tienen mayor contenido son regulados por el FSIS)
- Mariscos y pescados
- Huevo en cáscara (los ovoproductos son regulados por el FSIS)
- Inspección de los límites máximos de residuos de plaguicidas, medicamentos veterinarios, metales pesados y demás contaminantes, conforme a lo establecido por la Agencia de Protección Ambiental (EPA).

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

### 3.3.1. Requisitos para entrar al mercado

De acuerdo a lo desarrollado en el transcurso de la investigación para ingresar al mercado meta como es en la ciudad de Los Ángeles – Estados Unidos, establecen los siguientes requisitos:

- Certificado Fitosanitario
- Certificado de Origen
- Empaque y embalaje
- Calidad, etc.

### 3.3.2. Licencias

Los documentos previos necesarios para la exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) hacia Los Ángeles – Estados Unidos.


#### **Certificado Fitosanitario**

Se lo obtiene registrándose con su RUC, copia de cedula. Constitución de la empresa y nombramiento del representante legal, ubicación del exportador. Al momento de adquirir el certificado tendrá que cancelar la tasa por el servicio dado por AGROCALIDAD.



**Imagen 29 Certificado**

**Elaborado Por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

 <b>Palo Santo Ecuador</b>	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

### 3.4. Logística

Al realizar una logística de exportación hay que tener en cuenta la cantidad exacta que se va a enviar del producto la clase del mismo, los cuidados y el corte perfecto para el incienso artesanal.

En términos generales la proforma es un documento invalido contable o fiscal, para el área comercial del exterior es el principio de una posible negociación internacional, porque expresa o detalla las características principales del producto, es decir precios, peso, procedencia, donde el comprador verificara sus datos antes de la compra del producto.

Al realizar este documento se oferta una venta comercial de interés al comprador es por eso que el desarrollo de la propuesta como primer paso es la comercialización de un producto siendo este el caso del Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Sano) se envía en la proforma.


#### Preparación del producto

Al realizar una exportación de un producto como es la madera del palo santo se necesita seguir recomendaciones en el proceso de la elaboración del producto.

#### Selección del producto

Los recolectores deben seleccionar el producto que se va a exportar, cumpliendo con



	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

características de excelentes calidad, aroma, textura y apariencia. Esto se obtiene en el transcurso de varios días.

- Que la madera este en buen estado
- No se debe cortar la madera directamente del palo, sino dejar que caiga por si solo
- El producto que este manipulado no sirve porque pierde su esencia natural
- La madera debe por si sola obtener su aroma sin necesidad de químicos.




**Imagen 30 Palo Santo**

**Fuente:** [www.palosanto.com.ec](http://www.palosanto.com.ec)

**Empaque, Embalaje y Etiquetado**

Para la exportación del Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) es importante tener una ejecución logística adecuada para que el producto mantenga su estado original y esencia, considerando aspectos externos e internos, teniendo en cuenta los estándares de calidad al momento de llegar al consumidor final.

- No empacar con algún otro producto porque puede perder su esencia natural

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>


- La precisión del peso debe ser la adecuada para colocar en el cartón
- Evita la humedad dentro del empaque
- Envase de fundas plásticas varía según el peso por kilo al ser enviado.

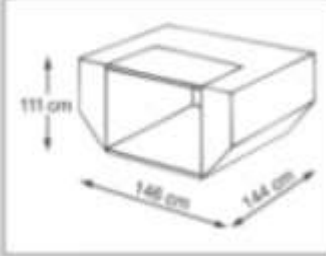
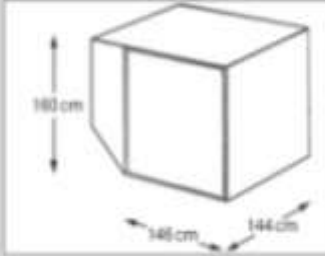
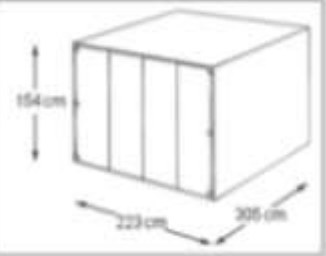


**Imagen 31 Funda Plástica Quintalera**  
**Fuente:** (cobacha, 2019)

Norma ISO 3394 Según (Valdebenito) esta norma hace referencia a las dimensiones de las cajas masters, son según su medida de las bases deben corresponder a un patrón de 60 x 40 cm en las medidas externas que constar que la altura se organiza acorde a las dimensiones del producto.

- Para la exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) se usarán cajas que permitan la unitarización y el uso de pallets adecuadas al producto, dichas cajas 52 largo x 58 ancho x38 alto cm dando un total de 13 cajas de 53x59x28 cm con capacidad de trasladar un peso de 25 kilo.
- 1 caja contiene 2 fundas de incienso de palo santo, donde cada funda contiene un peso 12.5 kilos cada una.
- La caja en el interior debe recubrir con material resistente a la humedad para conferir a las temperaturas que el producto requiera.

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

Contenedor A120 / A121	Contenedor 1D1	Contenedor AMP
		
Aceptado para aeronaves tipo: 8747 - 200F - MD11 - A300 > A340	Aceptado para aeronaves tipo: 8747 - 200F - MD11 - A300 > A340	Aceptado para aeronaves tipo: 8747 - 200F - MD11 - A300 > A340

### Imagen 32 Carga Suelta

Fuente: <http://www.cargax.com/up/84521440.jpg>


En la imagen 32 se identifica el contenedor aéreo de como llevaría la carga suelta de los Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) con sus medidas respectivas aceptadas para cualquier tipo de aeronaves.

### PREPARACIÓN DEL EMPAQUE Y EMBALAJE

En esta etapa es muy importante porque depende el nivel de aceptación y el ingreso permitido del producto a ser transportado a varios países tomando en cuenta la presentación del producto.

### Reglas de embalaje y etiquetado en los Estados Unidos

Según Norma ISO se utilizará 9001 en caso de Estados Unidos con sus medidas de 1.219 mm de ancho x 1.016mm de fondo es decir 48" x40" pulgadas, y las normas ISO (780: 1983) que son para el etiquetado y para uso de símbolo en el mercado de ítems, la cual es transportadas y reguladas por el FDA.

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

El empaque tiene como objetivo principal lograr un vínculo comercial permanente entre un producto y el consumidor final.

El embalaje tiene como objetivo principal proteger al producto durante el proceso logístico para que llegue a su destino final.

- Embalar el producto en contenedores fuertes que absorban la humedad.
- Distribuir el peso del producto uniformemente.
- Utilizar una protección adecuada y un anclaje dentro del contenedor.
- Utilizar contenedores transatlánticos o paletes para el embalaje para fácil manejo.

### Idiomas permitidos en el embalaje y el etiquetado

El idioma oficial es el inglés sin embargo se utilizan otros idiomas como optativos de manera que se puede utilizar como imagen internacional a una marca.




### Imagen 33 Etiquetado

**Elaborado Por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

### Unidades de medidas autorizadas

Se utilizan la siguiente:

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

- Unidades métricas de medidas y peso.
- Marcado de Origen “Hecho en” (Obligatorio)

**Normativas relativas al etiquetado:** Todos los productos importados deben tener etiquetas indelebles, es decir no borrrable, que menciona su país de origen dependiendo su producto. Los productos alimentarios deben de nombrar todos los ingredientes en el siguiente orden:


- De mayor a menor prevalencia
- Listar toda la información nutricional del producto

Productos textiles y ropa deben indicar el contenido de fibra de cuidado de la tela.

(Santander, 2018)

## **AEROPUERTO DE LLEGADA**

Los Ángeles California cuenta con el aeropuerto de Internacional de Los Ángeles LAX, se encuentra ubicado al suroeste de Westchester a 27 km del centro de la ciudad de los Ángeles California siendo el principal terminal aéreo de esta ciudad LAX es el quinto aeropuerto más transitado del mundo, sirviendo más de 60 millones de pasajeros y moviendo más de 2 millones de tonelada de carga, sirve a 87 destino doméstico y 69 destino internacionales a Norteamérica, Latinoamérica, Europa, Asia y Oceanía. Este aeropuerto ocupa 14 km<sup>2</sup> de la ciudad cerca de Costa del Pacifico siendo uno de los lugares más famosos para aviones comerciales.

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>


### **Coordinación con la línea aérea**

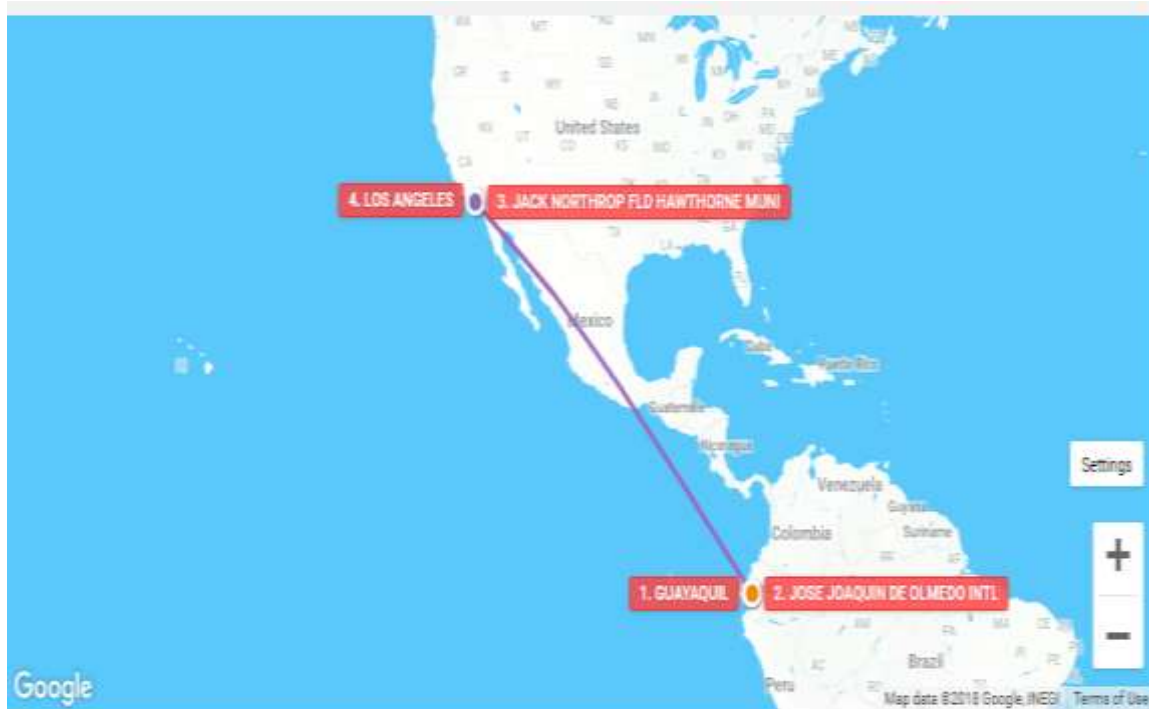
La coordinación con la línea aérea se tendrá que consultar el término de negociación con el que se realizará la transacción comercial internacional, determinado las cuanto a la economía. Es por eso que cuenta con varios aeropuertos, el principal es el Aeropuerto Internacional de Los Ángeles, al que también se le conoce por su Código IATA, LAX y ocupa una superficie de 1416 hectáreas, es el de mayor uso en California, seguido del Aeropuerto Internacional de San Francisco (SFO).

Como él envió va hacer aérea el tránsito internacional dura aproximadamente de 24 a 48 horas, puede variar por la climatología o rutas aéreas y tiene un costo de 786 aproximadamente varía dependiendo el total de los kilos, las aerolíneas que cubren la ruta Ecuador – Los Ángeles California Estados Unidos son:

- Tampa/Avianca
- Cargo Iberia
- American Airlines
- Tame
- Spirit Airlines
- LATAM Ecuador

El destino final del producto es la ciudad de los ángeles California por lo que se recomienda la llegada de la aerolínea al aeropuerto de Internacional de Los Ángeles LAX, se encuentra a unos 26 km de la ciudad, al suroeste, en el barrio de Westchester por vía terrestre.

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>




**Imagen 34** Transito desde Ecuador a Estados Unidos Via Aerea

**Fuente:** (SeaRates, 2018)

En la imagen 34 se observa la trayectoria desde Guayaquil hasta el aeropuerto de Internacional de Los Ángeles LAX, destino para la venta de la mercancía.

La línea que se contrate tendrá que realizar las respectivas coordinaciones como es el espacio en el avión, tramites, documentos que el embarque lo solicite.

Al establecer a la compañía aérea se debe tener en cuenta las condiciones climáticas de almacenamiento para el producto ya que de eso depende la vida útil del mismo, que está establecido para todo el año para poder ser comercializado en el destino de exportación con normalidad.

 <b>Palo Santo Ecuador</b>	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>



**Imagen 35 Preparación del transporte**

**Fuente:** Bueno, Adriana, León, Gabriela (2019)


### **Coordinar transporte interno**

El dueño de la microempresa ya constituido en la comercialización del Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo), para transportarlo hasta el aeropuerto contrata una buseta que le cuesta 150 dólares, facilitando así que el producto llegue a tiempo, sin embargo no es tarea fácil porque hay contratiempos.

### **Procedimientos para la carga aérea**

- Definir el embarque (cantidad de cajas, dimensiones, peso, detalles de la carga)
- Definir el aeropuerto en destino (solicitar código IATA del aeropuerto)
- Definir la fecha de reserva (mínimo dos días antes de la fecha de salida)
- Tener los documentos listos para la exportación aérea
- Solicitar la reserva correspondiente
- Ingresar la carga al almacén



	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

- Recibir el Warehouse
- Numerar la DAE correspondiente
- Dejar todos los documentos con el agente de carga o aerolínea

### **Documentos para recepción de la carga**

#### **Pre Guía Aérea**


Documento que es entregado por el agente de carga o aerolínea con el cual se autoriza el ingreso de la mercancía a los almacenes correspondientes, se deberá verificar:

- Datos del exportador
- Datos del importador
- Aeropuerto de salida
- Aeropuerto de llegada
- Cantidad de cajas
- Descripción del producto
- Peso aproximado
- Aérea a aplicar

#### **Instrucciones del Embarque**

Documento mediante el cual se detalla la información del despacho para la exportación en transporte aérea:

- Datos del exportador


	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

- Datos del importador
- Detalles del embarque
- Cantidad de cajas
- Descripción de producto (partida arancelaria)
- Cantidad de cajas, dimensiones y peso aproximado
- Aeropuerto de salida
- Aeropuerto de llegada
- Fecha de entrada del embarque
- Fecha estimada de llegada (requerida por el importador)
- Valor de la carga
- Seguro de la carga
- Aerolínea a utilizar

### **Factura Comercial**

Documento mediante el cual se declara el producto o exportar, teniendo en cuenta:

- Datos del exportador
- Datos completos del importador (dirección, teléfono)
- Descripción del producto (en el idioma que corresponda y en castellano para la aduana ecuatoriana)
- Incoterms de negociación
- Valor unitario y total en dólares americanos

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

- Cantidad del producto
- Partida arancelaria
- Forma de pago


#### **Packing List (Lista de Empaque)**

- Documento mediante el cual se detalla la descripción del embarque aéreo.
- Descripción del producto
- Características
- Cantidad de piezas por caja
- Cantidad de cajas
- Dimensiones
- Peso aproximado

#### **Guía de Remisión**

Documento que se ejecuta el comercio para enviar mercaderías solicitadas por el comprador según su lista de pedido y este se encuentra impreso y membretado, según la necesidad de la empresa.

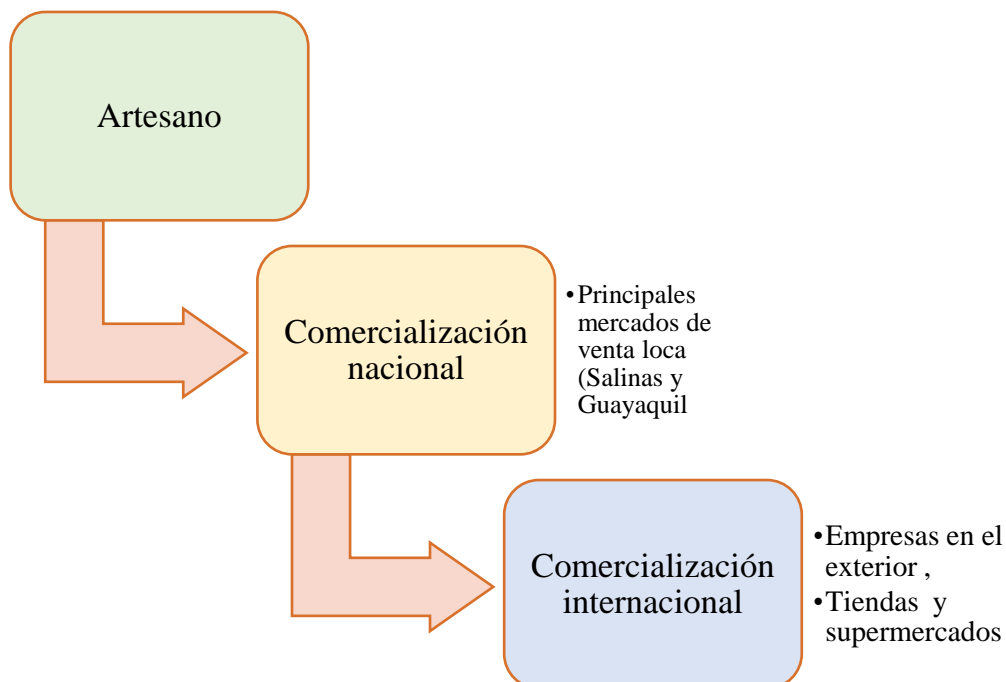
- Membrete o razón social del exportador
- Numeración correlativa
- Lugar y fecha
- Nombre y razón social del importador
- Dirección del cliente

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>


- Detalle del producto
- Cantidad
- Precio
- Firma de vendedor
- Firma del cliente o la persona que recibe el producto

Al tener todos estos documentos se ingresa la carga al almacén de la aerolínea para acreditar, la procedencia está de acuerdo, se adjunta todo lo solicitado para la regularización ante la aduana aérea.

### **Esquema de comercialización planteado para el Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)**



**Imagen 36 Esquema de la comercialización del incienso artesanal**  
**Elaborado Por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

### 3.5. Estudio De Mercado Meta

#### Segmento donde va dirigido el producto

Este plan de exportación va dirigido a la población general a la ciudad de Los Ángeles, por medio de un comprador mismo que colocara el producto en sus tiendas o supermercado de la localidad.

**Tabla 25 Segmentación de Mercado**

SEGMENTO	Niños. Adultos Mayores
<b>PERFIL DEL CONSUMIDOR</b>	Relajante Relajantes
<b>TEMPORRADA DE COMPRA</b>	Todo el año


**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

### 3.6. Precio local

Para el mercado local el incienso arsenal tiene un precio de \$5 a \$8 por kilo y varía según la necesidad del consumidor el costo más alto se refleja en con seguridad en la ciudad de Guayaquil.

#### **Precio de comercialización del Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo santo) hacia el mercado estadounidense**

Es las estadísticas de SINAGAP acumuladas del 2014 al 2017 se puede apreciar la tabla con los valores y toneladas métricas que se han comercializado desde Ecuador hacia Estados Unidos.

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

**Tabla 26 Partida Arancelaria**

PARTIDAS	Toneladas Métricas	Valor Fob (Miles de \$)	Valor Cif (Miles de \$)
3307410000 «AGARBATTI» Y DEMÁS PREPARACIONES ODORÍFERAS QUE ACTÚAN POR COMBUSTIÓN	297,24	741,95	782,40

**Fuente:** (Ecuador, año 2014)


**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

### 3.7. Entidades u organismos que ayudan a internacionalizar el producto



**Imagen 37 Entidades u Organizaciones**

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)


 <b>Palo Santo Ecuador</b>	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

### **Estrategias para la propuesta**

- Formación de una estructura organizacional otorgando responsabilidades a cada miembro de la microempresa.
- Capacitaciones en procesos logísticos que sea necesarios para el mejoramiento del mismo.
- Tener certificaciones necesarias para las negociaciones internacionales para el producto.
- Desarrollar un plan de exportaciones de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) satisfaciendo la demanda internacional de Los Ángeles – Estados Unidos.

### **Estrategias de promoción**

- Realizar ferias internacionales para dar a conocer el producto
- Ofertar muestras del producto como degustación para demostrar la calidad del mismo.
- Ofrecer un mejor servicio en el tiempo de tránsito para la comercialización del producto en el mercado seleccionado.

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

### Proceso De Exportación




**Imagen 38 Flujo de Exportación**

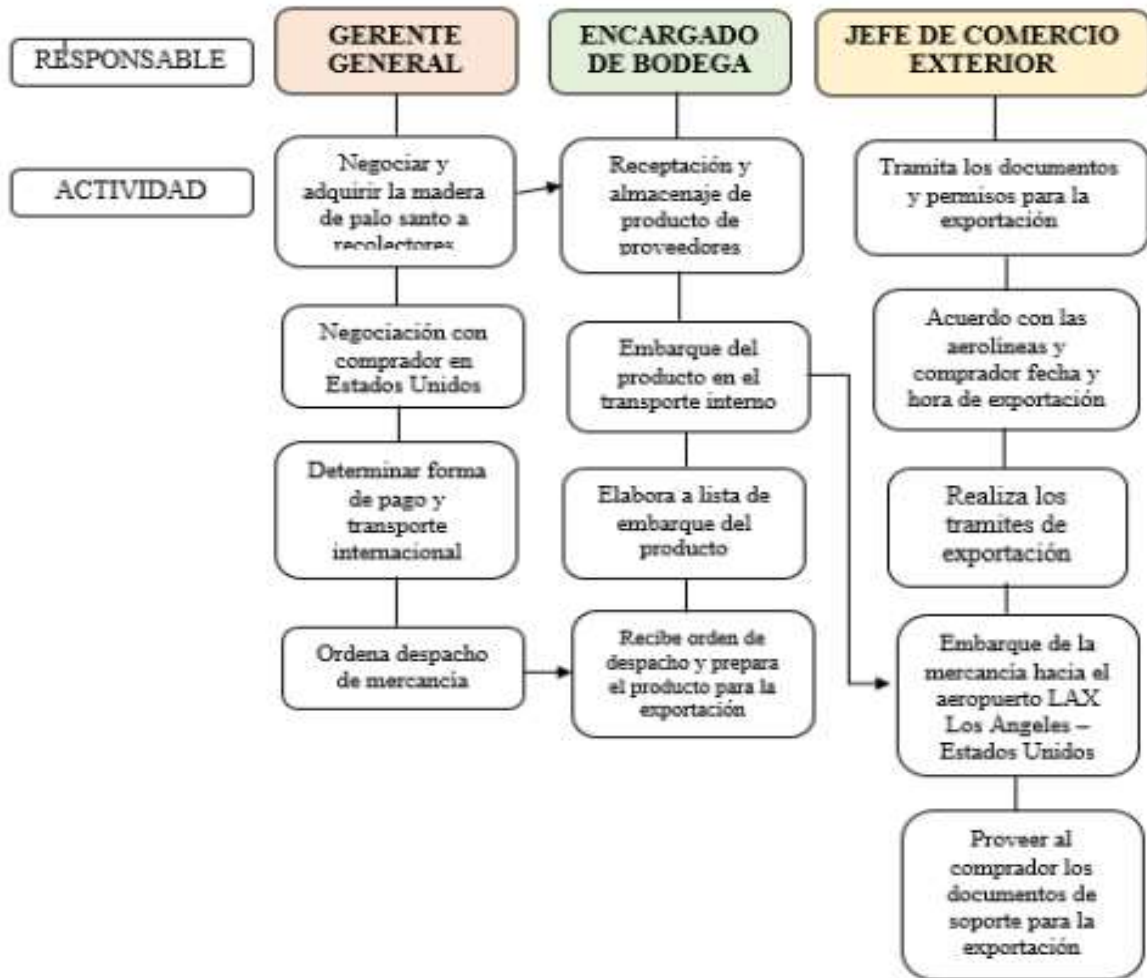
**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

En la imagen 38 se observa el proceso que debe iniciar en la negociación del exportador con el cliente, donde realiza el pedido del producto, la producción y embalaje para la exportación, luego deberá reservar el espacio de la nave y realizar el trámite y documentación necesaria para envía el producto a la zona primaria, para ser almacenada, aforada y luego será retira el documento de transporte y receptación de la declaración aduanera de exportación.



	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>


### Proceso Del Plan De Exportación



**Imagen 39 Esquema general del Plan de Exportación**

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

En la imagen 39 se presenta el esquema general para la correspondiente exportación del Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) desde las responsabilidades del gerente hasta las actividades que realiza cada personal dentro de la microempresa, llegando la documentación solicitada por el agente de aduana y poder continuar con la exportación del producto.

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

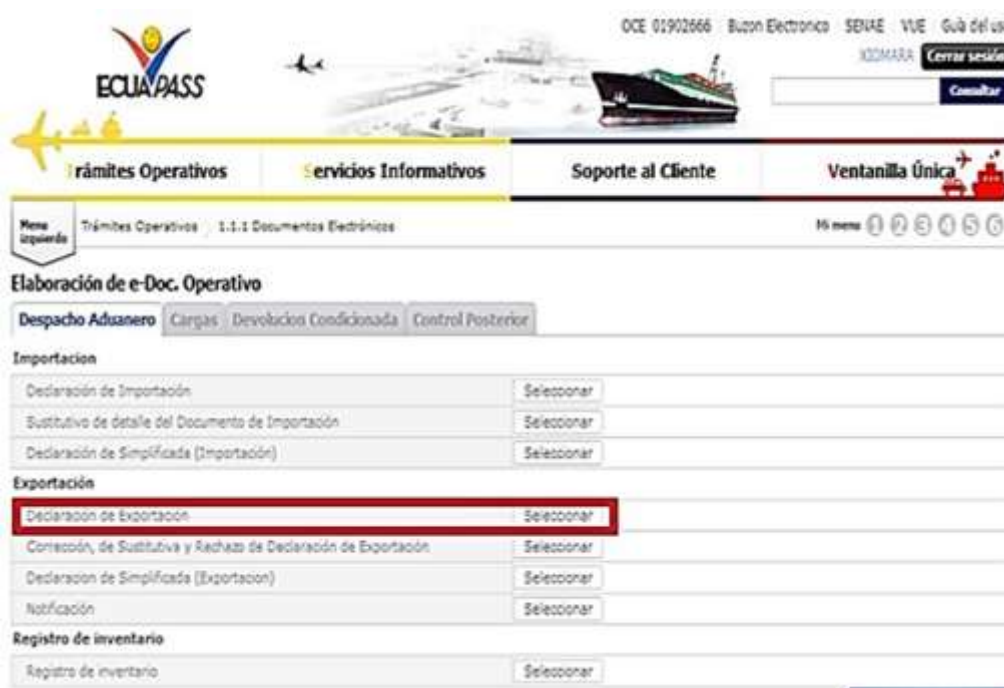
## Declaración aduanera de exportación

Esta documentación es un formulario en el se registran las exportaciones que se realizan durante la negociación internacional, se debe presentar al distrito aduanero para formalizar la exportación, adjuntando con los demás documentos de acompañamientos y soporte necesarios.

## Desarrollo


Para realizar la declaración aduanera de realiza lo siguiente:

- Ingresar al portal de la aduana Ecuapass con el ID y contraseña del Usuario.
- En la Opción Tramites Operativos seleccionar Documentos Electrónicos
- Seleccionar Declaración De Exportación
- Ir a Formulario en el cual se llenan información requerida para la DAE.



The screenshot shows the Ecuapass web portal interface. At the top, there is a navigation bar with the ECUAPASS logo and several menu items: 'Trámites Operativos', 'Servicios Informativos', 'Soporte al Cliente', and 'Ventanilla Única'. Below this, there is a section titled 'Elaboración de e-Doc. Operativo' with sub-sections for 'Despacho Aduanero', 'Cargas', 'Devoluciones Condicionada', and 'Control Posterior'. Under 'Importación', there are three options: 'Declaración de Importación', 'Sustitutivo de detalle del Documento de Importación', and 'Declaración de Simplificada (Importación)'. Under 'Exportación', there are four options: 'Declaración de exportación' (highlighted with a red box), 'Comisión, de Sustitutivo y Rechazo de Declaración de Exportación', 'Declaración de Simplificada (Exportación)', and 'Notificación'. At the bottom, there is a 'Registro de inventario' section with one option: 'Registro de inventario'. Each option has a 'Seleccionar' button next to it.


**Imagen 40 Declaración de Exportación Ecuapass**  
**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

- Información General (Código del Declarante, Código de distrito, Código de Régimen y Tipo de despacho)
- Información de Exportador (Ruc, Nombre, Dirección y CIU del Exportador)
- Información Agente (Ruc, Nombre, Dirección del Declarante)
- Información del Consignatario (Nombre, Dirección, país de destino del consignatario)
- Información de los Ítems (Cantidad, Peso, Partida Arancelaria, Valor FOB)
- Información de Documentos ( Documentos de Soporte y Acompañamiento )
- Para finalizar se procede al envío por el portal con el Firmado



**Imagen 41 Declaración de Exportación Ecuapass**  
**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>



**Imagen 42 Token en el sistema Ecuapass**

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)


## **Clasificación Arancelaria**

### **Clasificación Arancelaria Del Producto En Ecuador.**

Desde que se firmó el Acuerdo de SGP entre Ecuador y Estados Unidos, existen partidas arancelarias con libre pago de tributos, dando beneficio a ambos países, es decir para la exportación como la importación.

Según (COMEX, 2018) indica que la subpartidas del producto puede ingresar con el 0%. Para el Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo), la partida y subpartidas de ingreso es la siguiente:

### **Sección VI Productos de las Industrias Químicas o de las Industrias Conexas**

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

**Capítulo 33:** Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética.

**Partida 33.07** Preparaciones para afeitar o para antes o después del afeitado desodorantes corporales, preparaciones para el baño, depilatorios y demás preparaciones de perfumería, de tocador o cosmética, no expresados ni comprendidas en otra parte; preparaciones de desodorante de locales, incluso sin perfumar, aunque tenga propiedades desinfectantes.

**Subpartida 3307.41.00.00 (AGARBATTI)** y demás preparaciones odoríferas que actúan por combustión.



ECUAPASS  
 OCE Buzon Electronico SENA E VUE Guía del uso  
 Iniciar sesión Consultar

Límites Operativos Servicios Informativos Soporte al Cliente

Menu Izquierdo Servicios Informativos > 2.1.1 Consulta de arancel Mi menu 1 2 3 4 5 6

**Adm. de nomenclatura y características de mercancías**

Lista de Código de Elemento  Seccion S.A.  Capitulo S.A.  Partida S.A.  Subpartida S.A.  Subpartida NANDINA  Subpartida ARIAN

Subpartida  Igual  Entre  En 3203001900

Código de Norma (Base Legal) Fecha de Consulta Hoy 10/04/2018 10/04/2018

Tipo de Norma Nombre de Norma

Descripción de Elemento

Búsqueda en resultados Subpartida Consultar

Resultado : 2


Tipo de Elemento	Subpartida	Código Complementario	Código Suplementario	Descripción de Elemento	Código de Unidad Física	Fecha de Vigencia
SECCION S.A.	VI	28	38	PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS QUIMICAS O DI		01/Ene/
Subpartida NATIONAL(AI	3203.00.19.00	0000	0000	--LOS DEMAS	KILOGRAMO BRUTO	01/Sept/

**Imagen 43 Partida Arancelaria de Ecuador**

**Fuente:** SENA E – Ecuapass

### **Clasificación Arancelaria En Estados Unidos**

**Chapter 33:** Essential oils and resinoids; perfumery, cosmetic or toilet preparations.

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

**Heading/Subheading:** Pre-shave, shaving or after-shave preparations, personal deodorants, bath preparations, depilatories and other perfumery, cosmetic or toilet preparations, not elsewhere specified or included; prepared room deodorizers, whether or not perfumed or having disinfectant properties:


**Subheading 3307.41.00.00:** “Agarbatti” and other odoriferous preparations which operate by burning.

3307.30		Perfumed bath salts and other bath preparations:				
3307.30.10	00	Bath salts, whether or not perfumed	kg	5.8%	1/	Free (A*, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG) 75%
3307.30.50	00	Other	kg	4.9%	1/	Free (A*, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG) 75%
3307.41.00	00	Preparations for perfuming or deodorizing rooms, including odoriferous preparations used during religious rites: "Agarbatti" and other odoriferous preparations which operate by burning	X	2.4%	1/	Free (A, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG) 20%
3307.49.00	00	Other	kg	6%	1/	Free (A*, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, MX, OM, P, PA, PE, SG) 73.2%
3307.90.00	00	Other	X	5.4%	1/	Free (A, AU, BH, CA, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, PE, SG) 75%

**Imagen 44 Partida Arancelaria de Estados Unidos**

**Fuente:** (United States International Trade Commission, 2015)

En la imagen 44 se aprecia el capítulo, partida y Subpartida arancelaria con la que el producto ingresa al país de destino.

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

### **Termino De Negociación Seleccionado**

**CPT (incluya el lugar de destino designado)**


### **NOTA DE ORIENTACIÓN**

Esta regla puede utilizarse con independencia del modo de transporte seleccionado y también puede usarse cuando se emplea más de un modo de transporte.

“Transporte Pagado Hasta” significa que el vendedor entrega la mercancía al porteador o a otra persona designada por el vendedor en un lugar acordado (si dicho lugar se acuerda entre las partes) y que el vendedor debe contratar y pagar los costos del transporte necesario para llevar la mercancía hasta el lugar de destino designado.

Cuando se utilizan CPT, CIP, CFR o CIF, la empresa vendedora cumple con su obligación de entrega cuando pone la mercancía en poder del porteador y no cuando la mercancía llega al lugar de destino.

Esta regla tiene dos puntos críticos, porque el riesgo se transmite y los costos se transfieren en lugares diferentes. Es muy recomendable que las partes identifiquen en el contrato, tan precisamente como sea posible, tanto el lugar de entrega, donde el riesgo se transmite al comprador, como el lugar de destino designado hasta donde el vendedor debe contratar el transporte. Si se utilizan varios porteadores para el transporte hasta el destino acordado y las partes no acuerdan un punto de entrega específico, la posición por defecto es que el riesgo se transmite cuando la mercancía se ha entregado al primer porteador en un punto a la entera elección de la empresa vendedora y sobre el que la compradora no tiene ningún control. Si las partes desearan que el riesgo se transmita en

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

una etapa posterior (por ejemplo, en un puerto oceánico o en un aeropuerto), necesitan especificarlo en el contrato de compraventa.

También se recomienda a las partes que identifiquen tan precisamente como sea posible el punto en el lugar de destino acordado, puesto que los costos hasta dicho punto son por cuenta del vendedor. Se recomienda al vendedor que proporcione contratos de transporte que se ajusten con precisión a esta elección. Si el vendedor incurre en costos según el contrato de transporte que estén relacionados con la descarga en el lugar de destino designado, no tiene derecho a recuperarlos del comprador a menos que las partes lo acuerden de otro modo.

CPT exige que el vendedor despache la mercancía para la exportación, cuando sea aplicable. Sin embargo, el vendedor no tiene ninguna obligación de despacharla para la importación, pagar ningún derecho de importación o llevar a cabo ningún trámite aduanero de importación. (Reglas de ICC, 2013)


### **Responsabilidades del Vendedor**

- Contrata y paga el transporte hasta el lugar convenido
- Efectuar el despacho de exportación de la mercancía

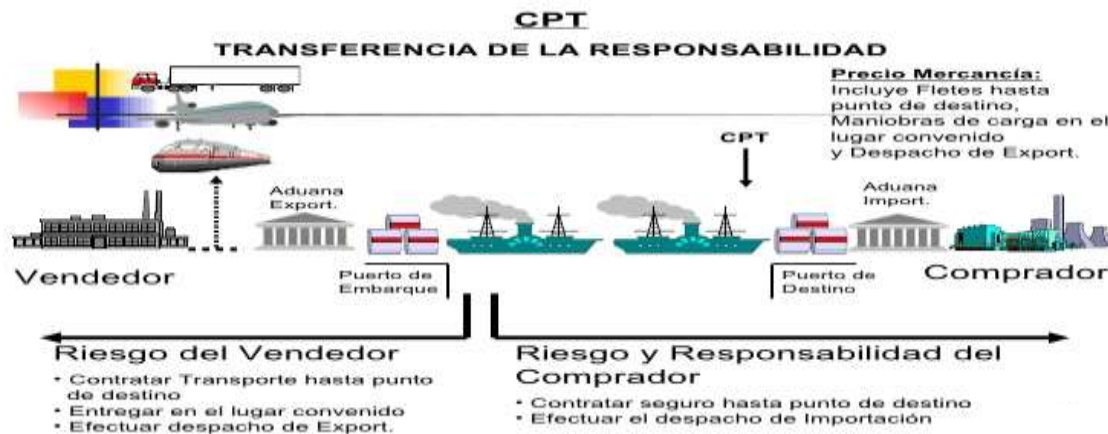
### **Responsabilidades del Comprador**

- Soporta los riesgos inherentes a la mercancía desde que el vendedor la entrega al primer transportista, así como cualquier gasto adicional en tránsito (carga, descarga, daños en tránsito, etc.)
- Contrata un seguro para los bienes.




	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

Para la presente investigación se escogió el termino de negociación CPT, porque es de uso multimodal y la carga a envía será vía aérea ya que el comprador decidió llevara por este medio y a su vez no tiene conocimiento del proceso logístico del transporte internacional. Al indicarle el otro medio de transporte como es el marítimo la carga tendrá riesgo de daños y perdida de su esencia natural, su costo será muy elevado porque tendrá que pagar por espacio del contenedor y la carga demoraría en llegar as es destino (8 -10 Días), por tal motivo se recomienda dicho transporte aéreo ya que cobra por kilos volumen, no tendrá riesgo, su carga llegaría rápido siendo de (1-2 Días) vuelo directo.



**Imagen 45 Término de Negociación**  
**Fuente:** (Comercio y Aduanas, 2017)

En la imagen 45 se presenta el termino de negociación CPT (incluya el lugar de destino designado), el que se utilizara para él envío de las mercancías, la cual detalla los riesgos y responsabilidades correspondientes para ambas partes, es decir, comprador y vendedor.

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

### **Medio De Pagos**

Esta modalidad depende del conocimiento que tenga el comprador y vendedor con frecuencia entre las operaciones que realiza tanto como lo detalla la guía aérea sobre la internacionalización de pequeñas y medias empresas,


#### **Carta de Crédito:**

Promesa de un pago al Banco Emisor por cuenta de un solicitante a favor de un beneficio que es representando por un Banco Notificador, esta modalidad reduce el riesgo del impago solicitando el documento al comprador. (Casilda, 2015)

En este caso el medio de pago más recomendado es el uso de la carta de crédito, donde un banco asume las responsabilidades para el pago de la exportación siempre y cuando el mismo presente la documentación de soporte requerida, brindando seguridad a los exportadores nuevos y en este caso será el banco BANECUADOR.

#### **Beneficios**

- Garantiza el pago oportuno, después del cumplimiento de los términos de condición estipuladas en la misma
- Potente herramienta para aminorar los riesgos comerciales
- Facilita la gestión de compra-venta internacional, ofreciendo una mejor gestión de los riesgos implícitos.

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lázaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

- Posibilidad de financiamiento mediante plazos de pago al realizar una exportación.

### Requisitos

- Ser cliente del Banco
- El banco corresponsal en el extranjero será Banamex USA (BUSA Servicing, Inc., 2029 Century Park East Suite 4100, Los Ángeles, CA 90067)
- El importador en el territorio estadounidense se someterá a las políticas que solicite su banco y acogerse a las cláusulas de la misma.

### 4. Análisis Financiero

El Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) al mercado estadounidense, en esta etapa de estudio se analizará los estados financieros resultante a dicha importación, donde permitirá determinar que el proyecto es económicamente rentable.

### FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

**Tabla 27 Financiación del Proyecto**

<b>Condiciones del Crédito</b>	
<b>Valor del Préstamo</b>	\$ 7.000.00
<b>Periodos de pago</b>	36
<b>Tasa de interés</b>	14.4%
<b>Forma de capitalización</b>	mensual a 3 años
<b>PAGO</b>	<b>\$ 239.24</b>

<b>No.</b>	<b>Principal</b>	<b>Intereses</b>	<b>Pago</b>	<b>Amort. Prést.</b>
<b>0</b>			\$ 239.24	\$ 7.000.00
<b>1</b>	\$ 158.	\$ 81.67	\$ 239.24	\$ 6.842.42
<b>2</b>	\$ 159.42	\$ 79.83	\$ 239.24	\$ 6.683.01
<b>3</b>	\$ 161.27	\$ 77.97	\$ 239.24	\$ 6.521.73
<b>4</b>	\$163.16	\$ 76.09	\$ 239.24	\$ 6.358.58
<b>5</b>	\$ 165.06	\$ 74.18	\$ 239.24	\$ 6.193.52
<b>6</b>	\$ 166.99	\$ 72.26	\$ 239.24	\$ 6.026.53
<b>7</b>	\$ 168.93	\$ 70.31	\$ 239.24	\$ 5.857.60
<b>8</b>	\$ 170.90	\$ 68.34	\$ 239.24	\$ 5.686.69
<b>9</b>	\$ 172.90	\$ 66.34	\$ 239.24	\$ 5.513.79
<b>10</b>	\$ 174.92	\$ 64.33	\$ 239.24	\$ 5.338.88
<b>11</b>	\$ 176.96	\$ 62.29	\$ 239.24	\$ 5.161.92
<b>12</b>	\$ 179.02	\$ 60.22	\$ 239.24	\$ 4.982.90
<b>13</b>	\$ 181.11	\$ 58.13	\$ 239.24	\$ 4.801.79
<b>14</b>	\$ 183.22	\$ 56.02	\$ 239.24	\$ 4.618.57
<b>15</b>	\$ 185.36	\$ 53.88	\$ 239.24	\$ 4.433.21
<b>16</b>	\$ 187.52	\$ 51.72	\$ 239.24	\$ 4.245.69
<b>17</b>	\$ 189.71	\$ 49.53	\$ 239.24	\$ 4.055.97
<b>18</b>	\$ 191.92	\$ 47.32	\$ 239.24	\$ 3.864.05
<b>19</b>	\$ 194.16	\$ 45.08	\$ 239.24	\$ 3.669.89
<b>20</b>	\$ 196.43	\$ 42.82	\$ 239.24	\$ 3.473.46
<b>21</b>	\$ 198.72	\$ 40.52	\$ 239.24	\$3.274.74
<b>22</b>	\$ 201.04	\$ 38.21	239.24	\$ 3.073.70
<b>23</b>	\$ 203.38	\$ 35.86	\$ 239.24	\$ 2.870.32
<b>24</b>	\$ 205.76	\$ 33.49	\$ 239.24	\$ 2.664.56
<b>25</b>	\$ 208.16	\$ 31.09	\$ 239.24	\$ 2.456.41
<b>26</b>	\$ 210.59	\$ 28.66	\$ 239.24	\$ 2.245.82
<b>27</b>	\$ 213.04	\$ 26.20	\$ 239.24	\$ 2.032.78
<b>28</b>	\$ 215.53	\$ 23.72	\$ 239.24	\$ 1.817.25
<b>29</b>	\$ 218.04	\$ 21.20	\$ 239.24	\$ 1.599.21
<b>30</b>	\$ 220.59	\$ 18.66	\$ 239.24	\$ 1.378.62
<b>31</b>	\$ 223.16	\$ 16.08	\$ 239.24	\$ 1.155.46
<b>32</b>	\$ 225.76	\$ 13.48	\$ 239.24	\$ 929.70
<b>33</b>	\$ 228.40	\$ 10.85	\$ 239.24	\$ 701.30
<b>34</b>	\$ 231.06	\$ 8.18	\$ 239.24	\$ 470.24
<b>35</b>	\$ 233.76	\$ 5.49	\$ 239.24	\$ 236.48
<b>36</b>	\$ 236.48	\$ 2.76	\$ 239.24	\$ 0.00

---

<b>Años</b>	<b>Principal</b>	<b>Intereses</b>
<b>1er.</b>	\$ 2.017.10	\$ <b>853.82</b>
<b>2do.</b>	\$ 2.318.34	\$ <b>552.58</b>
<b>3er.</b>	\$ 2.664.56	\$ <b>206.36</b>
<b>TOTAL</b>	\$ <b>7.000.00</b>	\$ <b>1.612.76</b>

---

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

Se considera un préstamo de \$7000.00 a 3 años plazo a 36 cuotas mensuales con una tasa de interés de 14.4%, donde cada cuota se pagará \$239.24.

El préstamo se realiza con la finalidad de sustentar los costos de exportación, requerido que la empresa comercializa a nivel nacional, por ende, los costos son planificado en sus ventas locales.

## PRECIO CPT

### GASTOS DE EXPORTACIÓN DE INCIENSO ARTESANAL BURSERA GRAVEOLENS (PALO SANTO)

Los costos se fijan en la cantidad de envío que realizará 6 veces al año.

Datos Mensuales:

- 78 cajas de 53x59x28 cm con capacidad de trasladar un peso de 25 kilo
- 1 caja contiene 2 fundas de incienso de palo santo, donde cada funda contiene un peso 12.5 kilos cada una.

**Tabla 28 Gastos de Exportación**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD/FUNDA	CAJAS	DIMENSIÓN p/C	kilos	kilos total	PRECIO/KILO	TRANSPORTE INTERNACIONAL	
<b>palo santo</b>	26	13	59 X 53 X28	25	325	\$ 8.00	PESO	715
<b>13</b>	CAJAS						GUIA	15
<b>25</b>	KILOS CADA CAJA						AWA	114
<b>10%</b>	INCREMENTO POR AÑO						TOTAL	844

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
<b>Cantidad</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>13</b>	<b>78</b>	<b>86</b>	<b>94</b>	<b>104</b>	<b>114</b>
<b>Costo Unitario</b>		\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00
		\$2.600.00	\$15.600.00	\$17.160.00	\$18.876.00	\$20.763.60	\$22.839.96
<b>MARGEN DE UTILIDAD DEL 20%</b>		\$520.00	\$3.120.00	\$3.432.00	\$3.775.20	\$4.152.72	\$4.567.99
<b>Total Exw</b>		<b>\$3.120.00</b>	<b>\$18.720.00</b>	<b>\$20.592.00</b>	<b>\$22.651.20</b>	<b>\$24.916.32</b>	<b>\$ 27.407.95</b>
<b>COSTOS FCA</b>							
<b>TRANSPORTE</b>							
Transporte Interno		\$150.00	\$900.00	\$900.00	\$900.00	\$900.00	\$900.00
Carga y Estiba en Bodega		\$100.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00	\$600.00
<b>EMPAQUE EMBALAJE PARA LA ADAPTACION</b>							
Cajas	13	\$7.80	\$46.80	\$51.48	\$56.63	\$62.29	\$68.52
Fundas	26	\$9.10	\$27.30	\$30.03	\$33.03	\$36.34	\$39.97
<b>CERTIFICACIONES</b>							
Certificaciones (certificado de Origen)		\$50.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00
Certificado sanitario		\$50.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00
Certificado de calidad		\$50.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00
HONORARIOS POR TRÁMITE DE AGENTE DE EXPORTACIÓN		\$252.00	\$1.512.00	\$1.512.00	\$1.512.00	\$1.512.00	\$1.512.00
<b>HONORARIOS POR INSPECCION DE ANTINARCOTICOS</b>							
Manipuleo Inspección Antinarcóticos ( Pago a aeropuerto)		\$50.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00	\$300.00
<b>OTROS COSTOS FCA</b>							
<b>TOTAL DE COSTOS</b>		<b>\$718.90</b>	<b>\$4.286.10</b>	<b>\$4.293.51</b>	<b>\$4.301.66</b>	<b>\$4.310.63</b>	<b>\$4.320.49</b>
<b>TOTAL FCA</b>		<b>\$3.838.90</b>	<b>\$19.886.10</b>	<b>\$21.453.51</b>	<b>\$23.177.66</b>	<b>\$25.074.23</b>	<b>\$27.160.45</b>
<b>COSTO UNITARIO</b>		<b>\$9.60</b>					
<b>COSTO UNITARIO DE EXPORTACION</b>		<b>\$11.81</b>	<b>\$23.033.40</b>	<b>\$25.336.74</b>	<b>\$27.870.41</b>	<b>\$30.657.46</b>	<b>\$33.723.20</b>
<b>TRANSPORTE INTERNACIONAL</b>			\$5.064.00	\$5.064.00	\$5.064.00	\$5.064.00	\$5.064.00
<b>SEGURO INTERNACIONAL</b>			\$112.32	\$123.55	\$135.91	\$149.50	\$164.45
<b>TOTAL CPT</b>			<b>\$28.209.72</b>	<b>\$30.524.29</b>	<b>\$33.070.32</b>	<b>\$35.870.9</b>	<b>\$38.951.65</b>

<b>TOTAL FCA</b>		<b>\$</b>	<b>3,838.90</b>
TRANSPORTE INTERNACIONAL		\$	844.00
SEGURO INTERNACIONAL	0,60%	\$	18.72
<b>TOTAL CPT</b>		<b>\$</b>	<b>4,701.62</b>

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

En base al valor total EXW \$3,120.00 se agregan los gastos de exportación, la cual la suma es de \$3,838.90, en la cual se le incrementa una utilidad del 20% fijado en el precio de CPT total \$4,701.62 (Costo Unitario \$9,60 y Costo de exportación \$11.34).

También se consideran los gastos de cartón y funda para los envíos que se realizaron en la exportación del producto.

## **VENTAS PROYECTADAS**

**Tabla 29 Ventas proyectadas por envíos**

PVP	11,81
KILO	25
INCREMENTO POR AÑO	10%



---

**PRESUPUESTO DE VENTAS**

---

PRODUCTO	1ER ENVIO ENERO		2DO ENVIO MARZO		3ER ENVIO MAYO		4TO ENVIO JULIO		5TO ENVIO SEPTIEMBRE		6TO ENVIO NOVIEMBRE	
	CAJAS	VALORES	CAJAS	VALORES	CAJAS	VALORES	CAJAS	VALORES	CAJAS	VALORES	CAJAS	VALORES
PALO SANTO	13	\$ 3.838.90	13	\$ 3.838.90	13	\$ 3.838.90	13	\$ 3.838.90	13	\$ 3.838.90	13	\$ 3.838.90

---

AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
CAJAS	VALORES	CAJAS	VALORES	CAJAS	VALORES	CAJAS	VALORES	CAJAS	VALORES
78	\$ 23.033.40	86	\$ 25.336.74	94	\$ 27.870.41	104	\$ 30.657.46	114	\$ 33.723.20

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

Para la exportación del Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo), la venta al público será de \$11.81 el kilo por caja con un incremento del 10% por año. Se realizará 6 envíos cada dos meses, en la que consta 13 cajas con un valor de \$3,838.90. En el primer año se envía 78 cajas con un valor de \$23.033.40, por la cual se incrementará el 10% anteriormente mencionado para cada año.

## GASTOS DE EXPORTACIÓN

**Tabla 30** *Gastos de ventas para la exportación*

	<b>VENTAS</b>	<b>G. DE EXPORTACION ( FCA)</b>	<b>TOTAL GASTOS</b>
AÑO 1	\$ 23.033.40	\$ 19.886.10	\$ <b>19.886.10</b>
AÑO 2	\$ 25.336.74	\$ 21.453.51	\$ <b>21.453.51</b>
AÑO 3	\$ 27.870.41	\$ 23.177.66	\$ <b>23.177.66</b>
AÑO 4	\$ 30.657.46	\$ 25.074.23	\$ <b>25.074.23</b>
AÑO 5	\$ 33.723.20	\$ 27.160.45	\$ <b>27.160.45</b>

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

Estos gastos se harán por las ventas por cada año que se realiza el envío donde se incorporó todos los requerimientos exigidos y normas de calidad de la misma.

## ESTADO DE PÉRDIDA Y GANANCIA

**Tabla 31 Estado de Pérdida y Ganancia**

<b>ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
VENTAS	\$ 3.033.40	\$25.336.74	\$27.870.41	\$30.657.46	\$ 33.723.20
COSTO DE VENTA	\$15.600.00	\$17.160.00	\$18.876.00	\$20.763.60	\$ 22.839.96
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 7.433.40	\$ 8.176.74	\$ 8.994.41	\$9.893.86	\$ 10.883.24
INGRESOS OPERACIONALES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 7.433.40	\$ 8.176.74	\$ 8.994.41	\$9.893.86	\$ 10.883.24
GASTOS OPERACIONALES DE VENTAS	\$ 5.139.92	\$ 4.846.09	\$ 4.508.02	\$4.310.63	\$ 4.320.49
GASTOS FINANCIEROS	\$ 4.286.10	\$ 4.293.51	\$ .301.66	\$4.310.63	\$ 4.320.49
UTILIDAD DEL EJERCICIO PARTICIPACIÓN 15%	\$ 853.82	\$ 552.58	\$ 206.36	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA 22%	\$ 2.293.48	\$ 3.330.65	\$ 4.486.39	\$5.583.23	\$ 6.562.75
UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL 10%	\$ 344.02	\$ 499.60	\$ 672.96	\$ 837.48	\$ 984.41
UTILIDAD DEL PERIODO	\$ 1.949.46	\$ 2.831.05	\$ 3.813.44	\$4.745.74	\$ 5.578.34
	\$ 504.57	\$ 732.74	\$ 987.01	\$1.228.31	\$ 1.443.81
	\$ 1.444.89	\$ 2.098.31	\$ 2.826.43	\$3.517.43	\$ 4.134.53
	\$ 229.35	\$ 333.06	\$ 448.64	\$ 558.32	\$ 656.28
	<b>\$ 1.215.54</b>	<b>\$ 1.765.24</b>	<b>\$ 2.377.79</b>	<b>\$2.959.11</b>	<b>\$ 3.478.26</b>

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

Se puede observar que durante los 5 años existirá un margen de utilidad en la Exportación de Incienso Artesanal *Bursera Graveolens* (Palo Santo). Esto se da a un nivel de venta creciente empezando con un valor de \$ 23.033.40 con una utilidad de \$1.215.54 mediante el periodo seleccionado.

## PRESUPUESTO DE EFECTIVO

Tabla 32 Presupuesto de Efectivo

<b>PRESUPUESTO DE EFECTIVO</b>						
	<b>1ER AÑO</b>	<b>2DO AÑO</b>	<b>3 CER AÑO</b>	<b>4TO AÑO</b>	<b>5TO AÑO</b>	
<b>SALDO</b>						
<b>ANTERIOR</b>		\$ 2.293.48	\$ 5.631.54	\$10.133.49	\$15.741.25	
<b>INGRESO POR</b>						
<b>VENTAS</b>	\$ 23.033.40	\$25.336.74	\$ 27.870.41	\$30.657.46	\$33.723.20	
<b>TOTAL</b>						
<b>INGRESOS</b>	\$23.033.40	\$27.630.22	\$ 33.501.95	\$40.790.95	\$49.464.45	
<b>EGRESOS</b>						
<b>GASTOS DE EXPORTACION</b>						
<b>Costo de venta</b>	\$ 15.600.00	\$ 17.160.00	\$ 18.876.00	\$20.763.60	\$22.839.96	
Transporte Interno	\$ 900.00	\$ 00.00	\$ 900.00	\$ 900.00	\$ 900.00	
Carga y Estiba en Bodega	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	
Honorarios Agente de Aduana	\$ 1.512.00	\$ 1.512.00	\$ .512.00	\$ 1.512.00	\$ 1.512.00	
Inspección						
Antinarcóticos	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	
Fundas y cajas	\$ 74.10	\$ 74.10	\$ 74.10	\$ 74.10	\$ 74.10	
Certificaciones	\$ 900.00	\$ 900.00	\$ 900.00	\$ 900.00	\$ 900.00	
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Gasto financiero	\$ 853.82	\$ 552.58	\$ 206.36	\$ -	\$ -	
<b>TOTAL</b>						
<b>EGRESOS</b>	\$20.739.92	\$21.998.68	\$ 23.368.46	\$25.049.70	\$27.126.06	
<b>TOTAL</b>						
<b>EFECTIVO</b>	<b>-7000</b>	\$ 2.293.48	\$ 5.631.54	\$ 10.133.49	\$15.741.25	\$22.338.39

Elaborado por: Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

En los movimientos realizados del efectivo pronosticado durante los 5 años en la exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) se puede apreciar un flujo total de \$2.293.48 en el primer año y finalizando con un valor total de efectivo de \$ 22.338.39 al 5to año, en donde se refleja que el flujo es creciente y no representa cifras negativas algunas.

## TIR Y VAN

Cálculo del valor presente, valor presente neto y la tasa interna de retorno.

**Tabla 33** *Calculo de TIR y VAN*

AÑO	FLUJO DE EFECTIVO	VALOR PRESENTE	TASA DE INTERES: 14,40%
0	-7000.00	(\$ 7.000.00)	
1	2.293.48	\$ 2.293.48	
2	5.631.54	\$ 5.631.54	
3	10.133.49	\$ 10.133.49	
4	15.741.25		
5	22.338.39		
		<b>\$ 11.058.51</b>	
<b>VALOR PRESENTE NETO (VPN):</b>		<b>\$ 26.667.00</b>	

$$VAN = -A + \frac{Q_1}{(1+k)} + \frac{Q_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{Q_n}{(1+k)^n}$$

Donde:  
 VA= Valor Actual Neto.  
 A= Desembolso inicial requerido para la inversión.  
 K= Tipo de actualización o de descuento aplicable a la inversión.  
 Q<sub>1</sub>, Q<sub>2</sub>, ..., Q<sub>n</sub> = Flujo de caja de cada periodo.

**TASA INTERNA DE RETORNO (TIR):** 84%

**Elaborado por:** Bueno, Adriana; León, Gabriela (2019)

Una vez calculado los valores anteriores se procedió calcular la TIR y VAN, dando como resultado una TIR de 84%, siendo un porcentaje aceptado, mientras que la VAN resulta positiva con un valor de \$26.667.00, indicando la factibilidad del negocio, se demuestra que el periodo de recuperación es en el tercer año luego de la inversión.

## CONCLUSIONES

Después de estudio realizado en la investigación se llega a la siguiente conclusión:

Con la exportación del Incienso Artesanal *Bursera Graveolens* (Palo Santo), que se desarrolló, se pudo obtener información para confeccionar un manual para un plan de exportación, el cual tiene como objetivo: ayudar a las pequeñas pymes para tener una idea clara de cómo lograr llegar a nuevos mercados, ya que Ecuador tiene muchas oportunidades de ingreso para así satisfacer la preferencia de la demanda internacional y poder ofrecer sus productos elaborados artesanalmente.

Se pudo conocer los requisitos y permisos de ingreso al mercado, siendo este Los Ángeles – Estados Unidos, documentación exigida como es certificados de calidad, certificado sanitario y demás antes mencionados en el presente proyecto.

El producto a exportar goza con un sistema general de preferencias arancelarias, siendo del 20% de arancel para el ingreso en ese país, para esto se tomó como referencia la Guía Práctica De Plan de Exportación De Puerto Rico, que se adaptó a las necesidades del mismo, comprendidos en cuatros puntos específicos.

Mediante las encuestas realizadas se muestra una satisfacción al adquirir este producto por lo que su visión es emprender actividad económica, con la finalidad de una oportunidad de negociación.

Al puntualizar la factibilidad del presente proyecto para la microempresa, se menciona que la exportación se realizara dos veces al mes lo cual equivale 6 envíos al año, logrando obtener cifras de una tasa interna de retorno 84% y un Valor Neto VAN que asciende a \$26,667.00, justificando así lo atractivo de la inversión.

## RECOMENDACIONES

A raíz de las conclusiones planteadas se realizan las siguientes recomendaciones para el plan de exportación desarrollado:

Que los artesanos sigan aumentando esfuerzo para conseguir una elaboración de productos artesanales de calidad exportable para así ofrecer al mercado internacional y poder apreciar el arduo trabajo de estas personas, de esta forma aumentaría el volumen de venta sin necesidad de realizar inversiones de otros y así podrá ofertar con éxito y alcanzar lo pronosticado de la propuesta realizada en el presente proyecto.

Los artesanos deben estar continuamente actualizados en cualquier cambio que realicen los países para el ingreso de los productos artesanales, por lo que se sugiere canales de comunicación eficientes ya que muchas veces esto puede ocasionar un cierre de futuras negociaciones.

El modelo que se adoptó para el diseño de exportación, se basó en las necesidades del proyecto, recomendando su uso para otras futuras investigaciones y así seguir ofertando este tipo de producto ya que se consideró dicha adaptación.

En referencia al análisis financiero se recomienda la adaptación de la propuesta, incorporando en el caso de cualquier modificación a la misma se evaluará si resulta influyente en resultados proyectados para el presente proyecto.

Otra de las recomendaciones para el presente proyecto es capacitar a empresas dedicadas a este tipo de trabajo artesanal de incienso de palo santo y productos similares, para realizar el proceso de venta en diferentes mercados, ya sean en base se sus materias primas o productos con valor agregado.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acuerdo Comercial o Régimen Preferencial Con Estados Unidos*. (Julio de 2013). Obtenido de [http://www.sice.oas.org/TPD/GSP/Sources/USTR\\_GSP%20Guidebook\\_06\\_26\\_2013\\_e.pdf](http://www.sice.oas.org/TPD/GSP/Sources/USTR_GSP%20Guidebook_06_26_2013_e.pdf)
- ARCSA. (2015). *AGENCIA NACIONAL DE REGULARIZACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA*. Obtenido de Publica, Ministerio de Salud: [http://www.supertiendaecuador.gob.ec/Documentos/Resolucion\\_057.pdf](http://www.supertiendaecuador.gob.ec/Documentos/Resolucion_057.pdf)
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación*. Caracas, Venezuela: EPISTEME, C.A.
- Asamblea Nacional*. (2008). Obtenido de [https://www.corteconstitucional.gob.ec/images/contenidos/quienes-somos/Constitucion\\_politica.pdf](https://www.corteconstitucional.gob.ec/images/contenidos/quienes-somos/Constitucion_politica.pdf)
- Ávila, R. (29 de Octubre de 2015). *Cómo hacer el plan de marketing*. Obtenido de <https://blog.luz.vc/es/como-hacer/c%C3%B3mo-hacer-el-plan-de-marketing-de-uno-plan-de-negocios/>
- BCE, B. C. (Junio de 2018). *Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones*. Obtenido de Estudios Economicos y Comerciales: [https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2018/08/Informe-Mensual-Final-Junio-2018-.pdf?fbclid=IwAR3vnNu6EpAFV5JM18zV7Hh7UZ7So8z\\_GbuebvoLyeOfPQilclVUTb2FWtw](https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2018/08/Informe-Mensual-Final-Junio-2018-.pdf?fbclid=IwAR3vnNu6EpAFV5JM18zV7Hh7UZ7So8z_GbuebvoLyeOfPQilclVUTb2FWtw)
- BestPlace. (2018). Obtenido de [https://www.bestplaces.net/economy/city/california/los\\_angeles](https://www.bestplaces.net/economy/city/california/los_angeles)
- Buenas Vibras*. (2016). Obtenido de <https://buenavibra.es/zapping/astrologia/10-beneficios-secretos-del-palo-santo/>
- Business Center. (14 de Diciembre de 2017). Obtenido de [https://www.ecamcham.com/Boletines/Informacion\\_export.pdf](https://www.ecamcham.com/Boletines/Informacion_export.pdf)
- Casilda, A. (22 de Abril de 2015). *Formas de pago en el comercio internacional*. Obtenido de <http://www.expansion.com/pymes/2015/04/22/5537d217268e3e02348b456e.html>



- Comercio Justo . (9 de Junio de 2016). *Telegrafo* , págs.  
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/septimo/1/el-comercio-justo-pone-en-el-centro-del-negocio-a-los-seres-humanos>. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/septimo/1/el-comercio-justo-pone-en-el-centro-del-negocio-a-los-seres-humanos>
- Comercio y Aduanas. (2017). Obtenido de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/responsabilidades-fca-incoterm/>
- Comercio y Exportaciones de Puerto Rico. (2013). Obtenido de <file:///C:/Users/user/Desktop/TESIS/gua%20prctica%20del%20plan%20de%20exportacin-version%20final%20oficial2016.pdf>
- Comunidad Comercio Exterior. (2015). Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/exportacion-de-artesanas-1>
- Copci*. (19 de Diciembre de 2010). Obtenido de Código Orgánico De La Producción, Comercio E Inversiones: <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2018/01/COPCI.pdf>
- Deresky, H. (2014). *International Management*, septima edicion . En H. Deresky. New York: Pretince Hall .
- El Universo. (12 de Junio de 2014). *El Universo*. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/2014/06/12/nota/3090281/bosque-sendero-palo-santo-entredicho>
- Explorable.Com. (2018). *Muestreo no probabilístico*. Recuperado el 18 de 05 de 2018, de Muestreo no probabilístico: <https://explorable.com/es/muestreo-no-probabilistico>
- GlobalEDGE. (2018). *Michigan State University*. Obtenido de <https://globaledge.msu.edu/countries/ecuador/economy>
- Google Maps. (8 de Abril de 2015). *Google*. Obtenido de Google: <https://maps.google.com.ec>
- Gutierrez, C. (13 de Febrero de 2018). Obtenido de <https://www.cristiand.com/single-post/MarketingTradicional>

INEC. (12 de Diciembre de 2011). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico:  
[http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com\\_content&view=article&id=112&Itemid=90&](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90&)

INEC. (28 de Julio de 2015). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Ecuador en cifras: [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi\\_esGuayaquil\\_cifra\\_a\\_cifra.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf)

Inkanat. (11 de 08 de 2018). Obtenido de <http://www.inkanat.com/es/arti.asp?ref=palo-santo-incienco>

International Global Marketing Strategies. (2013). Obtenido de <https://docplayer.es/1592930-Guia-practica-para-empresas.html>

Katheryne. (30 de Enero de 2013). *La Importancia de la Logística en Nuestros Días*. Obtenido de <http://logisticainternacional-katheryne.blogspot.com/2011/01/distribucion-fisica-internacional-dfi.html>

*La biodiversidad de Ecuador*. (9 de Abril de 2018). Obtenido de <http://www.e-travelware.com/ztravel/ecuador.htm>

Madera Sagrada. (2018). <https://maderasagrada.com/index.php/que-es-el-palo-santo>. Obtenido de <https://maderasagrada.com/index.php/que-es-el-palo-santo>

*Mapa de América Latina*. (2018). Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/place/Latin+America/@-4.8022004,-89.8319325,4z/data=!4m5!3m4!1s0x90f99effb40af535:0xd2673dbf02a5b69c!8m2!3d-4.4420385!4d-61.3268535>

María Cecilia Benac . (8 d de julio de 2016). *Reconciliando Mundos*. Obtenido de <http://reconciliandomundos.com.ar/la-interdependencia-del-siglo-xxi-picadito-de-comercio-internacional/>

MatCargo. (2015). Obtenido de <http://www.matcargo.com/es/index.php/herramientas/carga-aerea>

*Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones* . (s.f.). Obtenido de <https://www.comercioexterior.gob.ec/ecuador-aumenta-sus-exportaciones-al-mundo/>

Morales, C. (2013). plan de exportacion: lleve sus productos a tod el mundo 3° edicion . En C. Morales. Mexico: Editores Unidos.

Moreira, L. (2017). *EcuadorianHands*. Obtenido de [http://plantas.facilísimo.com/palo-santo-una-alternativa-para-llenar-tu-vida-de-buenas-energias\\_2157088.html](http://plantas.facilísimo.com/palo-santo-una-alternativa-para-llenar-tu-vida-de-buenas-energias_2157088.html)

Proecuador. (2017). *FICHA TÉCNICA DE ESTADOS UNIDOS*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/ficha-tecnica-pais/>

Promoexport, D. (2013). *Guia Practica Plan de Exportacion*. Obtenido de [http://www.comercioyexportacion.com/images/documentos/exportar/Guia\\_Practica\\_del\\_Plan\\_de\\_Exportacion-Version\\_Final\\_Oficial\\_LV.pdf](http://www.comercioyexportacion.com/images/documentos/exportar/Guia_Practica_del_Plan_de_Exportacion-Version_Final_Oficial_LV.pdf)

Reglas de ICC. (2013). *Camara de Comercio Internacional*. Barcelona: Cours Albert 1er. Obtenido de <file:///C:/Users/user/Desktop/LIBRO%20OFICIAL%20INCOTERMS%202010.pdf>

*Registro Oficial* . (2011). Obtenido de <http://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/reglamento-codigo-organico-produccion-comercio-inversiones.pdf>

Rivas, M. I. (s.f.). *BIBLIOTECA VIRTUAL de Derecho, Economía y Ciencias Sociales*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/900/Teorias%20del%20comercio%20Internacional.htm>

Sampieri. (2014). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico: Mc Graw Hill Education .

*Santander*. (Julio de 2018). Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/estados-unidos/empaques-y-nomas>

*Santander*. (Julio de 2018). *POLÍTICA Y ECONOMÍA*. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia>

*Santander*. (Julio de 2018). *Santander*. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor>

*Santander Trade Portal*. (Julio de 2018). Obtenido de

<https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/estados-unidos/empaques-y-nomas>

SeaRates. (2018). *Encuentre la mejor cotización de carga*. Obtenido de

<https://www.searates.com/es/shipping/request/>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). *Transformación de la Matriz*

*Productiva: Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano*.

Quito : SENPLADES .

Senae. (Abril de 2017). Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>

Senplades. (2012). *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*. Obtenido de

[http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz\\_productiva\\_WEBtodo.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf)

Sistema de Distribucion . (2013). Obtenido de

[https://www.google.com.ec/search?q=canal+de+distribuci%C3%B3n+indirecto+corto&rlz=1C1AVFA\\_enEC780EC780&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwi1pb71oofeAhXut1kKHUlfCoMQ\\_AUIDigB&biw=1024&bih=489#imgrc=TEjX\\_aRRgtG8NM:](https://www.google.com.ec/search?q=canal+de+distribuci%C3%B3n+indirecto+corto&rlz=1C1AVFA_enEC780EC780&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwi1pb71oofeAhXut1kKHUlfCoMQ_AUIDigB&biw=1024&bih=489#imgrc=TEjX_aRRgtG8NM:)

*Teorías Clásicas del Comercio Internacional*. (2014). Obtenido de

<https://www.emprendices.co/teorias-clasicas-del-comercio-internacional/>

*Trade Map*. (2017). Obtenido de

[https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|842|||330741||6|1|1|1|1|2|1|1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|842|||330741||6|1|1|1|1|2|1|1)

*Trade Map*. (2017). Obtenido de

[https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|218|||330741||6|1|1|2|1|1|2|1|1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|218|||330741||6|1|1|2|1|1|2|1|1)

*United States International Trade Commission*. (2015). Obtenido de

<https://www.usitc.gov/tata/hts/bychapter/index.htm>

Universidad Católica Tamayo y Silva. (s.f.). *TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE*

*DATOS*. Obtenido de <http://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/23.pdf>

Uscategui, E. (6 de ABRIL de 2018). *EcuadorianHands.com*. Obtenido de <http://www.ecuadorianhands.com/blog-es/2013/06/11/palo-santo-arbol-curativo-en-puerto-lopez/>

Valdebenito, S. V. (s.f.). *Empaque, Embalaje y Etiquetado*. Obtenido de <https://www.browne.cl/charlas/embalajes.ppt>

Velazquez, E. (2013). *Canal de distribucion y logistica*. Obtenido de [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico\\_administrativo/Canales\\_de\\_distribucion\\_y\\_logistica.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Canales_de_distribucion_y_logistica.pdf)

## ANEXOS

### Anexo 1 Muestras Relacionadas

#### Estadístico de muestras realcionados

	Media	N	desviación típ	Error típ de la media
¿Cree usted que la implementación de un plan de exportación por parte de la microempresa, facilitara el acceso del producto al Mercado Estadounidense?	1.09	33	,294	,063
¿Mediante el plan de exportación mejoraría la Comercialización del producto?	1,00	33	,000	,000

#### Correlaciones de muestras relacionadas

	N	Correlación	Sig.
¿Cree usted que la implementación de un plan de exportación por parte de la microempresa, facilitara el acceso del producto al Mercado Estadounidense?	33		
¿Mediante el plan de exportación mejoraría la Comercialización del producto?			

Prueba de muestra relacionada

	Media	desviación típ	Diferencias relacionadas		1	gl	Sig.	
			Error típ de la media	5% intervalo de confianza para la diferencia				inferior
¿Cree usted que la ,063 implementación de un plan de exportación por parte de la microempresa, facilitara el acceso del producto al Mercado Estadounidense? ¿Mediante el plan de exportación mejoraría la Comercialización del producto?		,091	,294	,087	,095	1,449	21	,162

Resumen del procesamiento de los casos

	casos					
	validos		perdidos		total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
¿Cree usted que la implementación de un plan de exportación por parte de la microempresa, facilitara el acceso del producto al Mercado Estadounidense? ¿Mediante el plan de exportación mejoraría la Comercialización del producto?	33	100,0%	0	0,0%	33	100,0%

Tabla de contingencia ¿Cree usted que la implementación de un plan de exportación por parte de la Microempresa, Facilitara el acceso del producto al mercado Estadounidense? ° ¿Mediante el plan de exportación mejoraría la comercialización del producto?

		Mediante el plan de exportación mejoraría la comercialización del producto?		
		Si	NO	total
¿Cree usted que la implementación de un plan de exportación por parte de la microempresa, facilitara el acceso del producto al Mercado Estadounidense?	Si	28	3	31
	No	2	0	2
		30	3	33

Prueba Chi Cuadrado

Prueba de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. Asintótica (bilateral)	Sig. Exacta (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,220 <sup>a</sup>	1	,639		
Correlación por cantidad <sup>b</sup>	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,401	1	,527		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,823
Asociación lineal por lineal	,210	1	,647		
N de casos Validos	33				


a.3 casillas (75,0%) tiene una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es , 18.

B Calculado solo para un tabla de 2x2



**Anexo 2 Entrevista Con El Señor Julio Luis Malta Diviassi**



	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolen (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lazaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

*Formato de encuesta para las empresas importadores del Incienso Artesanal Bursera Graveolen (PaloSanto)*

**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**Pregunta 1**

**¿Se encuentra interesado en la importación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) desde Ecuador?**

..... SI

..... NO

**Pregunta 2**

**¿Usted ha realizado importaciones de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) desde Ecuador para ser distribuida y comercializada a mercado Los Angeles – Estados Unidos?**

..... SI

..... NO

**Pregunta 3**

**¿Cuál es su experiencia importando productos desde Ecuador?**

..... Exitosa

.....Muy Buena

.....Buena

.....Regular

**Pregunta 4**

**¿Considera usted que el empaque y embalaje sea un factor importante para el Incienso Artesanal Bursera Graveolens para que no pierda su esencia y aroma natural ?**

..... SI

..... NO

**Pregunta 5**

**¿Considera usted que si se comercializa el Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) ecuatoriano en su mercado tendría demanda por parte del consumidor final?**

..... SI


..... NO

**Pregunta 6**

**¿Ha tenido algún inconveniente al momento de realizar importaciones de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) desde Ecuador?**

..... SI

..... NO

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolen (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lazaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

**Formato de entrevista para el gerente de la empresa el señor Julio Luis Malta Diviassi**

**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL FACULTAD  
DE ADMINISTRACIÓN**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**1) Se han realizado exportaciones de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (PaloSanto).**

.....

.....

.....

**2) Porque se dedican a esta actividad de la recolección de palo santo como Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo).**

.....

.....

.....

**3) ¿Cuántos años tiene la empresa en el Ecuador?**

.....

.....

.....

.....

**4) Considera que existe oferta suficiente de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) para cubrir demanda internacional.**

.....  
.....  
.....

**5) ¿Cómo se organizan en la recolección de a materia prima para la elaboración de los Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)?**


.....  
.....  
.....  
.....

**6) ¿Cómo surgió la idea de inicial la actividad empresarial?**

.....  
.....  
.....

**7) ¿La microempresa cuenta con el suficiente personal para llevar a cabo el proceso de exportación?**

.....  
.....  
.....  
.....

	<b>Plan de Exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolen (PaloSanto)</b>	
	<b>Elaborado por:</b> Adriana Bueno V. y Ana León T.	<b>Aprobado por:</b> M.sc Lazaro Ulises Muñoz Carine
	<b>Revisado por:</b> Julio Luis Malta Diviassi	<b>Año: 2019 Version 1</b>

**Formato de la Encuesta a los Profesionales en Comercio Exterior**

**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**Pregunta 1**

**¿Conoce usted alguna empresa que cuenten con una guía de exportación para el Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)?**

..... SI

..... NO

**Pregunta 2**

**¿Cree usted que el Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) tenga acogida en el mercado internacional?**

..... SI

..... NO

**Pregunta 3**

**¿Conoce usted los parámetros que deben tener en cuenta para lograr una exportación exitosa en el mercado Los Ángeles – Estados Unidos?**

..... SI

..... NO

**Pregunta 4**

**¿Cree usted que la implementación de un plan de exportación facilite el acceso del producto al mercado estadounidense?**

..... SI

..... NO

**Pregunta 5**

**¿Conoce usted de alguna organización que brinde asesoramiento para la exportación de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo)?**

..... SI

..... NO

**Pregunta 6**

**¿Cree usted que la producción de Incienso Artesanal Bursera Graveolens (Palo Santo) es apta para la comercialización internacional?**

..... SI

..... NO

## **Anexo 3 Proceso De La Elaboración Del Incienso Artesanal Bursera Graveolens**

**(Palo Santo)**

### **Recolección del Palo Santo**



### **Elección de la madera en buen estado del Palo Santo**





**Corte del Palo Santo**



**Incienso del Palo Santo**



#### Anexo 4 Embalaje De Mercadería



**Anexo 5 Inspección Antinarcoótico**



## Anexo 6 Aforo De La Mercadería

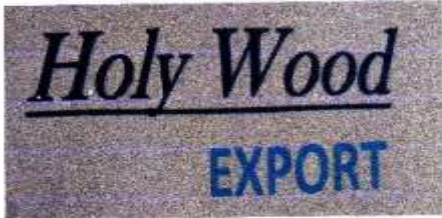


## Anexo 7 Presentación Del Envío Por Cajas



# Anexo 8 Documentación

## Factura



R.U.C.:

**FACTURA**

No. 002-001-00000


NÚMERO DE AUTORIZACIÓN  
05112018010905774659001200200100000064912

FECHA Y HORA DE AUTORIZACIÓN

AMBIENTE: PRODUCCION

EMISIÓN: NORMAL

CLAVE DE ACCESO



0511201801090577465900120020010000006491234567810

MALTA DIVASSI JULIO LUIS

Dirección: AVE 8 ENTRE CALLE 26 Y 27 SALINAS, SANTA ELENA

Matriz:

Dirección Sucursal: AVE 8 ENTRE CALLE 26 Y 27 SALINAS, SANTA ELENA

OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD: NO

Razón Social / Nombres y Apellidos: Identificación:

Fecha Emisión: Guía Remisión:

Cod. Principal	Cod. Auxiliar	Cant.	Descripción	Detalle Adicional	Detalle Adicional	Detalle Adicional	Precio Unitario	Subsidio	Precio Sin Subsidio	Descuento	Precio Total
								0.00	0.00	0	
								0.00	0.00	0	

Información Adicional

Dirección

Email

INCIENSO PALO SANTO (BURSERA GRAVEOLENS)

PESO NETO:

PESO BRUTO:


BULTOS: P.A:

FDA:

Forma de Pago	Valor
SIN UTILIZACION DEL SISTEMA FINANCIERO	

SUBTOTAL 14%	0
SUBTOTAL 0%	
SUBTOTAL No objeto de IVA	0
SUBTOTAL Exento de IVA	0
SUBTOTAL SIN IMPUESTOS	
TOTAL Descuento	0
ICE	0
IVA 14%	0
IREPNR	0
PROPINA	0.00
VALOR TOTAL	
VALOR TOTAL SIN SUBSIDIO	0.00
AHORRO POR SUBSIDIO: (Incluye IVA cuando corresponda)	0.00

**WAREHOUSE**



**GA**  
GENERALAIR S.A.

**WAREHOUSE RECEIPT**

Vuelo:

Destino:

Agencia:

Nro. Guin:

Fecha:

Hora Inicio:

Hora Fin:

DESCRIPCION	DAE/DAS	PZS	DIMENSION			PESOS			T	CONTROLES									
			L	H	A	VOL	KILO	W.R.		FR	RX	MAN	K9	EDS					
<b>TOTAL</b>																			

Observaciones:

~~FBRVADELIVERY~~

~~CARPIO ANCHINDIA BERNA~~

~~GENERALAIR S.A.~~

~~PARREY ASTRAMIGUEL~~

~~CCPA AIRLINES~~

~~ARENAS AVALOS LUIS~~

~~ACTIVE SECURITY COMPANY~~

~~LEON BLANCO MIGUEL~~

T° Aceptable Productos			
Rosa	8°C	Flor de Yacuzzi	8°C General +15°C
Clavel	12°C	Flor Tropical	18°C
Oyano	8°C	Pasado	1°C

Si el Producto es recibido fuera de las Condiciones de Temperatura establecidas se declara de toda responsabilidad a la Línea Aérea y a GENERALAIR S.A. en caso de futuros reclamos.  
La línea aérea se declara de cualquier tipo de responsabilidad en caso de no conformarse la mercancía por fuerza mayor.

**Guía Aérea (Air Waybill)**

Shipper's Name and Address BLUE SEA SHIPPING 841 SANDHILL AVE CARSON, CA 90746		Shipper's Account Number 123548		Not Negotiable <b>Air Waybill</b> Issued by BLUE SEA SHIPPING 841 SANDHILL AVE CARSON, CA 90746		TPE-676542	
Consignee's Name and Address FLORIDA INTERNATIONAL USA 501 SOUTH ANDREWS FT LAUDERDALE, FL FT LAUDERDALE, FL 33301		Consignee's Account Number 464536		Copies 1, 2 and 3 of this Air Waybill are original and have the same validity.			
Issuing Carrier's Agent Name and City BLUE SEA SHIPPING 841 SANDHILL AVE CARSON, CA 90746		Agent's IATA Code		Account No.		Accounting Information	
Airport of Departure (Addr. off Act. Carried) and Requested Flighting LOS ANGELES		MAWB: 016-2354-5463					
To	By First Carrier	Carrier Code	To	By	By	Declared Value for Carriage	Declared Value for Customs
MIA	UNITED AIRLINES		LAX	UA	MIA	USD	84300.00 USD
MIAMI	MIAMI		834	FORWARD AIR			
Handling Information PLEASE NOTIFY CONSIGNEE UPON ARRIVAL		Amount of Insurance NIL		INSURANCE - For other insurance, and such insurance is required in accordance with the conditions of the contract, please advise.			
These commodities, technology or software are exported from the United States in accordance with the Export Administration Regulations. Ultimate destination USA		Disposition contrary to U.S. Law prohibited		SCI			
No. of Pieces PCP	Gross Weight	Rate Class Commodity Description	Chargeable Weight	Rate Charge	Total	Nature and Quantity of Goods (incl. Dimensions and Volume)	
250 CTNS	8056.00L 3654.178K		3654.00	1.82	6650.28	COMPUTER PARTS	
250 CTNS	8056.00L 3654.178K				6650.28		
Freight		Weight Charge		Collect		Other Charges	
		.00		6650.28			
The Inland Charge (See Note 1)		.00		.00		Shipper certifies that the packages contain the true and correct actual weight and any part of the consignment contains dangerous goods, such part is properly described by name and is in proper condition for carriage by air according to the applicable International Civil Aviation Regulations.	
The Inland Charge (See Note 2)		.00		.00		SAMPLE AGENT	
The Inland Charge (See Note 3)		.00		.00		Signature of Shipper or its Agent	
The Inland Charge (See Note 4)		.00		6650.28		Signature of Issuing Carrier or its Agent	
The Inland Charge (See Note 5)		.00		.00		11/19/2003	
The Inland Charge (See Note 6)		.00		.00		TAIPEI	
The Inland Charge (See Note 7)		.00		.00		SAMPLE AGENT	
The Inland Charge (See Note 8)		.00		.00		Signature of Issuing Carrier or its Agent	
The Inland Charge (See Note 9)		.00		.00		TPE-676542	





# Certificado Fitosanitario

					
REPÚBLICA DEL ECUADOR MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO - AGROCALIDAD					
CERTIFICADO FITOSANITARIO DE EXPORTACIÓN PHYTOSANITARY CERTIFICATE FOR EXPORT					
Nr. _____					
Organización de Protección Fitosanitaria de Ecuador Plant Protection Organization of Ecuador			A: Organización(es) de Protección Fitosanitaria de TO: Plant Protection Organization (s) of		
I. Descripción del Envío / Description of Consignment					
1. Nombre y dirección del exportador Name and Address of exporter		2. Nombre y dirección declarados del destinatario Declared name and address of consignee			
3. Lugar de origen / Place of origin		4. Medios de transporte declarados / Declared means of conveyance			
5. Punto de entrada declarado / Declared point of entry		6. Marcas distintivas / Distinguishing marks			
7. Número y descripción de los bultos Number and description of packages		8. Cantidad declarada y nombre del producto Name of produce and quantify declared			
9. Nombre botánico de las plantas Botanical name of plants					
<p>Por la presente se certifica que las plantas, productos vegetales u otros artículos reglamentados descritos aquí se han inspeccionado y/o sometido a prueba de acuerdo con los procedimientos oficiales adecuados y se considera que están libres de las plagas cuarentenarias especificadas por la parte contratante importadora y que cumplen los requisitos fitosanitarios vigentes de la parte contratante importadora, incluidos los relativos a las plagas no cuarentenarias reglamentadas.</p> <p>This is to certify that the plants, plant products and/or other regulated articles described here have been inspected and/or tested according to appropriate official procedures and are considered to be free of quarantine pests specified by the importing contracting party, and to conform with the current phytosanitary requirements of the importing contracting party, including those for regulated non-quarantine pests.</p>					
II. Declaración Adicional / Additional Declaration					
N/A					
III. Tratamiento de Desinfestación y/o Desinfección / Desinfestation and/or Desinfection Treatment					
10. Fecha/Date N/A		11. Tratamiento / Treatment N/A			
12. Producto químico (ingrediente activo) Chemical (active ingredient) N/A		13. Duración y temperatura Duration and temperature N/A		14. Concentración Concentration N/A	
15. Información adicional/ Additional information N/A		Nombre y funcionario autorizado / Name of authorized officer			
Lugar de expedición / Place of issues		  AGROCALIDAD AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO DIRECCIÓN DISTRITAL Y ARTICULACIÓN TERRITORIAL ZONA 6 GUAYAS CERTIFICACIÓN FITOSANITARIA			
Fecha / Date					
Ing. Yolanda Estevez INSPECTOR FITOSANITARIO AGROCALIDAD					
MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO - AGROCALIDAD					
					