



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE
GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

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

TEMA:

**“PLAN DE EXPORTACIÓN DE EDULCORANTE DE STEVIA AL
MERCADO DE MÁLAGA, ESPAÑA”**

TUTOR:

MGS. HERMAN SOZORANGA SANDOVAL

AUTORA:

JUANA DEL ROCÍO LUA CARRERA

GUAYAQUIL

2020

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: “Plan de exportación de edulcorante de stevia al mercado de Málaga, España”	
AUTOR/ES: Juana del Rocío Lúa Carrera	REVISORES O TUTORES: Herman Vladimir Sozoranga Sandoval
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Roca fuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Licenciada en Comercio Exterior
FACULTAD: Facultad de Administración	CARRERA: Carrera de Comercio Exterior
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2020	N. DE PAGS: 114
ÁREAS TEMÁTICAS: EDUCACIÓN COMERCIAL Y ADMINISTRACIÓN	
PALABRAS CLAVE: Economía Internacional, Política Comercial, Integración Económica, Inversión Extranjera, Acuerdo internacional.	
RESUMEN: <p>La presente investigación tiene como objetivo desarrollar un plan de exportación de edulcorante stevia para la Hacienda “La Finca”, Comuna Zapotal, Provincia de Santa Elena hacia el mercado de Málaga – España. Este proyecto surge ante la necesidad que tiene la economía ecuatoriana por diversificar su oferta exportable, pero a través de un producto terminado que permita una mayor entrada de divisas, a fin de guardar relación con las políticas que impulsa el gobierno nacional para promover la transformación de la matriz productiva y reducir el déficit de la balanza comercial. Para lograrlo, se realizó una recopilación de la información necesaria que permita establecer la viabilidad de la exportación de stevia hacia el mercado español; luego, se analizaron las normativas que exige este mercado para el ingreso exitoso de este producto; y finalmente, se diseñó un</p>	

plan de exportación del edulcorante, donde se determinó que la inversión inicial sería de \$ 114967.13 para la adquisición de propiedad, planta y equipo, así como los gastos de pre-operación y capital de trabajo. El horizonte de tiempo que se tomó para calcular los escenarios financieros fue de cinco años, y se llegó a la conclusión de que el proyecto sería rentable porque la inversión se recuperaría en 2 años, dejando una TIR de 34.15% y un VAN equivalente a \$ 69314.87, lo que significa que por cada dólar invertido se generan \$ 0.65 de beneficios netos.

<p>N. DE REGISTRO (en base de datos): (Biblioteca se encarga de llenar este campo con la información que corresponda)</p>	<p>N. DE CLASIFICACIÓN: (Biblioteca se encarga de llenar este campo con la información que corresponda)</p>
--	--

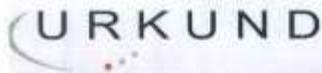
DIRECCIÓN URL (tesis en la web): (Biblioteca se encarga de llenar este campo con la información que corresponda)

<p>ADJUNTO PDF:</p>	<p>SI <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>NO <input type="checkbox"/></p>
----------------------------	--	---

<p>CONTACTO CON AUTOR/ES: Juana del Rocío Lúa Carrera</p>	<p>Teléfono: 098 120 8582</p>	<p>E-mail: rocio_lua2005@hotmail.com</p>
--	--	---

<p>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</p>	<p>PhD. Rafael Iturralde Solórzano Teléfono: 2596500 Ext. 201 E-mail: riturraldes@ulvr.edu.ec</p> <p>Mgs. Betty Aguilar Escheverría Teléfono: 2596500 Ext. 264 E-mail: baguilare@ulvr.edu.ec</p>
---	--

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS ROCÍO LÚA FINAL PLAN DE EXPORTACION.docx (D59395713)
Submitted: 22/11/2019 9:48:00
Submitted By: hsozorangas@ulvr.edu.ec
Significance: 7 %

Sources included in the report:

NUGGETS DE CAMARON- RIZZO FARIAS.docx (D50093451)
aguilera Juguetes eco amigables.docx (D50078144)
<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/11/exportacion-stevia-espana.pdf>
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/10089/Llanesardila2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
https://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento_anexo/mdez/mju1/-edisp/dax2013255463.pdfLamazares,
<https://docplayer.es/115019046-Caratula-universidad-laica-vicente-rocafuerte-de-guayaquil-facultad-de-administracion-carrera-de-comercio-exterior-plan-de-titulacion.html>
<https://docplayer.es/78713167-Universidad-laica-vicente-rocafuerte-de-guayaquil-facultad-de-administracion-carrera-de-comercio-exterior-proyecto-de-investigacion.html>
<https://docplayer.es/74916921-Universidad-politecnica-salesiana-sede-quito.html>

Instances where selected sources appear:

36


HERNAN SOZORANGA S.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

La egresada Juana del Rocío Lúa Carrera declara bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación corresponde totalmente a los suscritos 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 edulcorante de stevia al mercado de Málaga, España".

Autora

Firma:  _____

JUANA DEL ROCÍO LÚA CARRERA

C.I. 0915441257

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación "Plan de exportación de edulcorante de stevia al mercado de Málaga, España", designado 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 edulcorante de stevia al mercado de Málaga, España" presentado por la estudiante Juana del Rocío Lúa Carrera, como requisito previo, para optar al Título de Licenciada en Comercio Exterior, encontrándose apto para su sustentación

Firma: _____



HERMAN VLADIMIR SOZORANGA SANDOVAL

C.I. 070344084

AGRADECIMIENTO

“Den gracias al SEÑOR, porque él es bueno su gran amor perdura para siempre”

Agradezco a Dios por ayudarme fortalecerme y ser mi fuerza en cada paso de este proyecto, a mi papa Freddy y mi mami Laura por ser mi guía mi pilar mi apoyo en todo instante por enseñarme a terminar lo que se empieza, a mi esposo Luis Pincay por tenerme paciencia durante este proceso a darme fuerza a brindarme su ayuda moral y económica, a mis hijos Andrés Daniel Luis Verónica por su sonrisa que me inspiran a luchar. A mi abuela Juana por ayudarme en el cuidado de mi hijo para poder estudiar y por su apoyo incondicional. A mi tío Sixto y a mi tío Mauro ya que fueron personas que también aportaron mucho para que yo pudiera estudiar y poder concluir este proyecto.

DEDICATORIA

Le dedico este trabajo a Dios ya que él me ha dado vida para poder hacer esto posible.

Se lo dedico a dos personas en especial mis hermanas Mariana y Alba que me enseñaron con su sonrisa que todo problema tenía solución, que son personas que luchan todos los días me hicieron entender que los problemas que yo tenía eran muy pequeños en comparación de su vida diaria y que siempre tenían y tienen ganas de seguir luchando no se dan por vencidas a esas dos guerreras que son mi ejemplo les dedico este proyecto. Gracias mil gracias por enseñarme a luchar y se mi inspiración son las mejores hermanas, que Dios me ha dado.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	xvii
ABSTRACT.....	xviii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.	3
DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	3
1.1 Tema.....	3
1.2 Planteamiento del problema	3
1.3 Formulación del problema	4
1.4 Sistematización del problema.....	4
1.5 Objetivo general	4
1.6 Objetivos específicos.....	4
1.7 Justificación de la investigación.....	5
1.8 Delimitación del problema	6
1.9 Idea a Defender	6
1.10 Línea de Investigación.....	6
CAPÍTULO II.	7
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	7
2.1 Marco teórico	7
2.1.1 La stevia.....	7

2.1.2	Teorías modernas del Comercio Internacional	10
2.1.2.1	El Modelo Heckscher Olim (H-O).....	10
2.1.3	Teoría de la internacionalización	11
2.1.3.1	Plan de Exportación	13
2.1.4	Teorías bases para la investigación.....	17
2.2	Marco conceptual	18
2.3	Marco legal.....	20
2.3.1	Constitución de la República del Ecuador	20
2.3.2	Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones	21
2.3.3	Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021	24
CAPÍTULO III.....		26
METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN		26
3.1	Tipo de investigación	26
3.2	Enfoque	26
3.3	Técnicas de investigación.....	27
3.4	Población y muestra	27
3.5	Análisis de Resultados	29
3.5.1	Entrevista a Agentes de Aduana	29
3.5.2	Entrevista para productores de stevia	31
3.5.3	Entrevistas para exportadores de Stevia	33
3.5.4	Análisis del comportamiento del consumidor en España	34
3.5.4.1	Importación de edulcorantes por parte del mercado español	35

3.5.4.2	Importaciones de stevia realizadas por el mercado español.....	35
3.5.4.3	País de origen de la Stevia importada por España	36
3.5.5	Conclusión de la investigación	37
CAPÍTULO IV.		38
LA PROPUESTA		38
4.1	Título de la propuesta.....	38
4.2	Generalidades de la propuesta.....	38
4.3	Plan de Exportación	39
4.3.1	Análisis del Potencial Exportador.....	39
4.3.1.1	Perfil General de la compañía	39
4.3.1.2	Misión, Visión, Objetivos	40
4.3.1.3	Organigrama.....	40
4.3.1.4	Productos y servicios.....	41
4.3.1.5	Análisis FODA.....	41
4.3.2	El producto.....	41
4.3.2.1	Características del producto: ventajas y uso.	41
4.3.2.2	Estadísticas de comercialización de Stevia	42
4.3.2.3	Clasificación arancelaria en Ecuador y España.	43
4.3.3	Inteligencia de Mercado.....	44
4.3.3.1	Perfil de España.....	44
4.3.3.2	Comercio bilateral entre Ecuador y España	44
4.3.4	Logística.....	46

4.3.4.1	Normativa de Servicio Ecuatoriano de Normalización-INEN Etiquetado	46
4.3.4.2	ISO 6346 Norma internacional de transporte de contenedores de carga– codificación, identificación y marcado	48
4.3.4.3	Sistemas de identificación.....	48
4.3.4.4	ISO 1496 – 1: 2013 Contenedores de carga general para mercancías	49
4.3.4.5	Documentación requerida para la salida del producto desde Ecuador.....	50
4.3.4.6	Documentación requerida para la entrada del producto a España ..	50
4.3.5	Registro Sanitario – Ecuador	51
4.3.6	Etiquetado y empaque.....	52
4.3.6.1	Descripción del producto	53
4.3.6.2	Otras barreras no arancelarias	54
4.3.6.3	Fase de preembarque.....	54
4.3.6.4	Apertura de la exportación.....	54
4.3.7	Términos de negociación	55
4.4	Análisis Financiero.....	55
4.4.1	Inversión inicial	56
4.4.2	Financiamiento de la inversión	58
4.4.3	Presupuestos de operación	59
4.4.4	Cálculo del punto de equilibrio.....	64
4.4.5	Estados financieros proyectados	65
4.4.5.1	Estado de Situación Financiera	65
4.4.5.2	Estado de Resultados.....	66

4.4.6	Evaluación financiera	67
4.4.6.1	Flujo de efectivo.....	67
4.4.6.2	Tasa de descuento	68
4.4.6.3	Período de recuperación de la inversión	68
4.4.6.4	Análisis de rentabilidad TIR y VAN.....	68
CONCLUSIONES		69
RECOMENDACIONES.....		70
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		71
ANEXOS		75

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Componentes nutricionales de la stevia</i>	8
Tabla 2. <i>Población</i>	27
Tabla 3. <i>Descripción de la población escogida</i>	28
Tabla 4. <i>Inversión en activos fijos</i>	56
Tabla 5. <i>Inversión en gastos de pre-operación</i>	56
Tabla 6. <i>Tiempo estimado del ciclo de efectivo</i>	57
Tabla 7. <i>Inversión en capital de trabajo</i>	57
Tabla 8. <i>Inversión total</i>	58
Tabla 9. <i>Fuentes de financiamiento</i>	58
Tabla 10. <i>Condiciones del financiamiento</i>	58
Tabla 11. <i>Tabla de amortización del préstamo</i>	58
Tabla 12. <i>Gastos de sueldos y beneficios sociales</i>	59
Tabla 13. <i>Estimación de la producción por hectárea de stevia</i>	59
Tabla 14. <i>Rendimiento por hectárea de stevia</i>	60
Tabla 15. <i>Presupuestos de ingresos por exportación de stevia</i>	60
Tabla 16. <i>Presupuesto de costos de producción</i>	60
Tabla 17. <i>Presupuesto de gastos de administración</i>	61
Tabla 18. <i>Presupuesto de gastos de logística</i>	61
Tabla 19. <i>Presupuesto de gastos de ventas</i>	61
Tabla 20. <i>Costo Unitario del producto</i>	62
Tabla 21. <i>Estimación de las medidas y pesos del producto en un contenedor</i>	63
Tabla 22. <i>Cálculo del punto de equilibrio</i>	64
Tabla 23. <i>Estado de Situación Financiera</i>	65
Tabla 24. <i>Estado de Resultados</i>	66
Tabla 25. <i>Flujo de Efectivo</i>	67
Tabla 26. <i>Cálculo de la TMAR</i>	68
Tabla 27. <i>Período de recuperación de la inversión</i>	68
Tabla 28. <i>Análisis de rentabilidad</i>	68

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Principales provincias con producción de stevia.....	7
<i>Figura 2.</i> Modelo Heckscher Olim (H-O).....	10
<i>Figura 3.</i> Motivos que impulsan la internacionalización	12
<i>Figura 4.</i> Importaciones de edulcorantes realizadas por España durante 2015 - 2018..	35
<i>Figura 5.</i> Importaciones de stevia realizadas por España durante 2015 - 2018.....	36
<i>Figura 6.</i> País de origen de la stevia que importó España durante 2015 - 2018.....	36
<i>Figura 7.</i> Organigrama institucional	40
<i>Figura 8.</i> Análisis FODA	41
<i>Figura 9.</i> Exportaciones de stevia ecuatoriana al mundo.....	42
<i>Figura 10.</i> Mercados de destino de la stevia ecuatoriana	43
<i>Figura 11.</i> Partida Arancelaria de la Stevia	43
<i>Figura 12.</i> Balanza comercial no petrolera entre Ecuador y España, período 2014 – 2019	45
<i>Figura 13.</i> Principales productos ecuatorianos exportados a España	45
<i>Figura 14.</i> Flujo de inversión extranjera directa de España en Ecuador.....	46
<i>Figura 15.</i> Identificador del Servicio Ecuatoriano de Normalización- INEN	46
<i>Figura 16.</i> Sistema de identificación.....	49
<i>Figura 17.</i> Contenedores	49
<i>Figura 18.</i> Dimensiones de contenedores	49
<i>Figura 19.</i> Presentación del producto	53
<i>Figura 20.</i> Datos de la Declaración aduanera	54
<i>Figura 21.</i> Marcas Competidoras.....	62

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Formato de Entrevista Funcionarios Públicos	75
Anexo 1. Formato de Entrevista a Agentes de Aduana.....	75
Anexo 1. Formato de Entrevista para Productores de Stevia	76
Anexo 1. Formato de Entrevista para Exportadores de Stevia	76
Anexo 2. Transcripción de entrevistas	77
Anexo 3. Tabla de amortización del préstamo	92
Anexo 4. Índices macroeconómicos.....	944
Anexo 5. Correo de confirmación	925
Anexo 6. Carta de negociación.....	946

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo desarrollar un plan de exportación de edulcorante stevia para la Hacienda “La Finca”, Comuna Zapotal, Provincia de Santa Elena hacia el mercado de Málaga – España. Este proyecto surge ante la necesidad que tiene la economía ecuatoriana por diversificar su oferta exportable, pero a través de un producto terminado que permita una mayor entrada de divisas, a fin de guardar relación con las políticas que impulsa el gobierno nacional para promover la transformación de la matriz productiva y reducir el déficit de la balanza comercial. Para lograrlo, se realizó una recopilación de la información necesaria que permita establecer la viabilidad de la exportación de stevia hacia el mercado español; luego, se analizaron las normativas que exige este mercado para el ingreso exitoso de este producto; y finalmente, se diseñó un plan de exportación del edulcorante, donde se determinó que la inversión inicial sería de \$ 114967.13 para la adquisición de propiedad, planta y equipo, así como los gastos de pre-operación y capital de trabajo. El horizonte de tiempo que se tomó para calcular los escenarios financieros fue de cinco años, y se llegó a la conclusión de que el proyecto sería rentable porque la inversión se recuperaría en 2 años, dejando una TIR de 34.15% y un VAN equivalente a \$ 69314.87, lo que significa que por cada dólar invertido se generan \$ 0.60 de beneficios netos.

Palabras claves: Economía Internacional, Política Comercial, Integración Económica, Inversión Extranjera, Acuerdo internacional.

ABSTRACT

This research aims to develop an export plan for stevia sweetener for the Hacienda "La Finca", Zapotal Commune, Province of Santa Elena towards the market of Malaga - Spain. This project arises from the need of the Ecuadorian economy to diversify its exportable offer, but through a finished product that allows greater foreign exchange, in order to be related to the policies promoted by the national government to promote the transformation of the productive matrix and reduce the trade balance deficit. To achieve this, a compilation of the necessary information was made to establish the viability of stevia's export to the Spanish market; then, the regulations required by this market for the successful entry of this product were analyzed; and finally, an export plan for the sweetener was designed, where it was determined that the initial investment would be \$ 126,193.10 for the acquisition of property, plant and equipment, as well as pre-operation expenses and working capital. The time horizon taken to calculate the financial scenarios was five years, and it was concluded that the project would be profitable because the investment would be recovered in 2 years, leaving an IRR of 34.15% and a NPV equivalent to \$ 69314.87, which means that for every dollar invested \$ 0.60 of net profits are generated.

Keywords: International Economy, Commercial Policy, Economic Integration, International Investment, International Agreements.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el enfoque del Estado ecuatoriano se encuentra dirigido hacia el fomento de las exportaciones de bienes nuevos, provenientes de productores nuevos, particularmente de la economía popular y solidaria o que incluyan mayor valor agregado, de alimentos frescos y procesados, confecciones y calzado, turismo, esto reforzado con diversificación y ampliación de los destinos internacionales de los bienes y servicios ecuatorianos según lo establecido con el propósito de cambiar la matriz productiva del país. Durante el período 2011-2017 en el país se produjo un déficit considerable en la balanza comercial que cerró con saldo negativo, la diferencia entre las importaciones que crecieron rápidamente, y las exportaciones que tienden a contraerse, representa un grave problema para el país. A través de este proyecto busca fomentar e incrementar las exportaciones de productos no tradicionales, uno de ellos es la stevia como edulcorante natural.

La demanda de edulcorantes alternativos al azúcar está creciendo a un ritmo acelerado anualmente, y el mercado muestra cada vez mayor interés por los de origen natural frente a los sintéticos. El auge de este tipo de productos se debe a la preocupación de las personas al notar el incremento de las enfermedades como la hipertensión, diabetes, obesidad que se ha ido incrementando entre los jóvenes y adultos. La stevia es una planta que se caracteriza por ser un edulcorante natural, a tal punto de convertirse en el mejor sustituto del azúcar, debido a que no contiene calorías y puede ser consumida por personas con diabetes. Esta planta originaria de Brasil y Paraguay llegó a Ecuador en el año 2007, y desde entonces empezaron a desarrollarse diversos cultivos tanto en la costa como en la sierra ecuatoriana pues, su composición rica en hierro y antioxidantes naturales hacen que pueda ser cultivada en cualquiera de estas dos regiones, ya que su propagación no es por semilla, sino por tallos (Durán, Rodríguez, Cordón, & Record, 2012).

En Ecuador, específicamente en la provincia de Santa Elena existen 200 hectáreas de stevia, siendo el principal productor de esta planta en el país, su cosecha es destinada para la actividad agroindustrial, lo cual se da por medio de la extracción del azúcar de stevia ya procesada. Actualmente, la mayor parte de stevia se exporta a Chile y Polonia; sin embargo, los productores nacionales están conscientes de que el mercado aún se encuentra en crecimiento y para su expansión necesitan abrir nuevos canales de distribución a nivel internacional (Revista Líderes, 2015).

Bajo este contexto, la creación de nuevos proyectos que contribuyan en el campo del desarrollo de la producción con valor agregado da pie para la industrialización de un edulcorante a base de stevia, que se convertiría en una propuesta interesante, ya que, además de su exportación en estado bruto, convertirla en cristales para endulzar haría que el producto sea más fácilmente consumible y comerciable.

De esta manera, la presente investigación propone evaluar la factibilidad de la exportación de un edulcorante a base de stevia con la finalidad de contribuir con el cambio de la matriz productiva, sirviendo de aporte para el sector económico generando fuentes de trabajo, y contribuir con la inversión en desarrollo y conocimiento, como lo propone el Gobierno Nacional por medio de la SENPLADES, dentro del Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021 (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017).

CAPÍTULO I.

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

“Plan de exportación de edulcorante de stevia al mercado de Málaga, España”

1.2 Planteamiento del problema

El problema de investigación se manifiesta en las dificultades que poseen los propietarios de la Hacienda “La Finca”, Comuna Zapotal, Provincia de Santa Elena, por iniciar un proceso de exportación de edulcorante de stevia que le ayude a incrementar su productividad y entrada de divisas hacia el mercado español, considerando que existe una atractiva demanda de este edulcorante para el consumo local, por ende, requieren la importación de stevia desde Sudamérica, siendo Paraguay el país más fuerte en este campo (Barboza, 2017).

Por ello, es importante disponer de acciones que permitan la exportación de stevia ecuatoriana al mercado español, identificando las etapas que involucra el acceso a esta nación, requisitos que debe cumplir el producto tanto sanitario como fitosanitario, las condiciones de empaque y embalaje, y los términos de negociación más idóneos para concretar una exportación exitosa. La problemática se relaciona con la falta de contactos para colocar su producto en el mercado español, así como la poca experiencia en temas de comercio internacional, por parte de los directivos de esta hacienda, para concretar una exportación exitosa y generar una entrada de divisas por concepto de la comercialización de stevia.

Los directivos de la Hacienda “La Finca”, Comuna Zapotal, Provincia de Santa Elena oportuno la expansión de su mercado hacia destinos internacionales aprovechando el fomento de las exportaciones, razón por la cual requieren el diseño de un plan de exportación para colocar su producto en el mercado español, siendo la ciudad de Málaga el destino más apropiado por poseer uno de los puertos marítimos más importantes del continente europeo en donde se movilizan alrededor de 1 millón de TEUS anuales, lo que representa una oportunidad de negocio la introducción de un edulcorante a base de stevia para los 500 mil habitantes que posee esta localidad. Además, considerando que el Ecuador necesita un impulso en sus exportaciones, surge la idea de fomentar este tipo de propuestas con valor agregado para contribuir en la entrada de divisas que den la oportunidad para el desarrollo y expansión hacia

nuevos mercados; en este caso particular, la Hacienda “La Finca”, Comuna Zapotal, Provincia de Santa Elena ampliaría su cobertura hasta el mercado español.

La cultura alimenticia de los mercados mundiales ha evolucionado demostrando un cambio en su cultura de consumo de alimentos, ahora la gran mayoría prefiere aquellos productos considerados como naturales, amigables con el medio ambiente y que contengan un alto nivel de beneficios para la salud.

1.3 Formulación del problema

¿Es factible la exportación de un edulcorante de stevia hacia Málaga, España por parte de la Hacienda “La Finca”, Comuna Zapotal, Provincia de Santa Elena?

1.4 Sistematización del problema

- 1) ¿Qué información es necesaria para determinar la viabilidad de exportación de edulcorante de stevia a Málaga, España?
- 2) ¿Qué normativas de comercio exterior exige el mercado español para el ingreso de edulcorantes de stevia?
- 3) ¿Cuáles son los factores que involucra un plan de exportación de edulcorante de stevia a Málaga, España?

1.5 Objetivo general

Desarrollar un plan de exportación de un edulcorante stevia para la Hacienda “La Finca”, Comuna Zapotal, Provincia de Santa Elena hacia el mercado de Málaga – España.

1.6 Objetivos específicos

- 1) Recopilar la información necesaria que determine la viabilidad de exportación de stevia a Málaga, España.
- 2) Analizar las normativas de comercio exterior que exige el mercado español para el ingreso de edulcorantes de stevia.
- 3) Diseñar un plan de exportación de edulcorante de stevia a Málaga, España.

1.7 Justificación de la investigación

Ecuador es un país con un gran potencial para el incremento de las exportaciones que mediante el nuevo acuerdo con la Unión Europea se puede avanzar en el comercio bilateral entre ambas partes, puesto que abarca temas económicos, de cooperación y comerciales; esto es una oportunidad para la presente propuesta, puesto que desde el 2017 se ha apreciado un incremento el comercio bilateral entre ambas partes de un 10% a un 30%, pudiendo hacer de España un gran socio estratégico, debido a que esta nación muestra ser un mercado con oportunidades para la comercialización de la stevia y esto generaría un beneficio para los agricultores de la Hacienda “La Finca”, Comuna Zapotal, Provincia de Santa Elena. Bajo este contexto, el desarrollo de un plan de exportación de un edulcorante de stevia generaría beneficios en distintos sectores del país:

- 1) En el aspecto económico, este proyecto contribuirá con la generación de ingresos en la Hacienda “La Finca”, Comuna Zapotal, Provincia de Santa Elena, quien verá incrementado su volumen de producción, sus ingresos y su demanda de mano de obra; es decir mayores plazas de trabajo para el sector agrícola.
- 2) En lo que respecta al marco social, se brindará una ayuda al campo laboral, esto es posible ya que, al expandir el campo de industrialización se requerirá de personal que realice los procesos manuales de la empresa, además de contribuir a que exista una necesidad de mayor producción de su materia prima, generando fuentes de empleo en lo que respecta al proceso primario de este producto.
- 3) Con relación al tema ambiental, el proceso de exportación de edulcorantes no genera emisiones de algún tipo de contaminante que pueda afectar a la comunidad europea. Además, para garantizar la debida sanidad, se harán inspecciones en los empaques y se cumplirán con las normas técnicas que exige la Unión Europea para evitar la presencia de plagas o cualquier tipo de contaminantes que pudiera representar algún riesgo en las negociaciones.
- 4) A nivel de comercio internacional, se cumplirán las resoluciones que exige el COMEX, el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE) como ente de control, y las disposiciones establecidas en el Código Orgánico de la

Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) como instrumento legal para regular las actividades de exportación y así evitar sanciones y pago de multas.

- 5) A nivel académico, el plan de exportación incluye un conjunto de etapas que debe cumplir una empresa para internacionalizar su producto, por tanto, a través de este plan podrán identificar aspectos como: marco legal, convenios suscritos, requisitos para acceder a un mercado, formas de empaque y embalaje, y demás aspectos que servirán de respaldo para futuras investigaciones.

Asimismo, este plan de exportaciones es relevante por la necesidad que tiene el Ecuador de incrementar las exportaciones no petroleras y así aportar en la internacionalización de más empresas, como el caso de la Hacienda “La Finca”, Comuna Zapotal, Provincia de Santa Elena, por lo que se cree pertinente la expansión de las fronteras comerciales para buscar estrategias que dinamicen el comercio internacional y, en este sentido, España es uno de los países con alto poder de mercado que beneficiarían la economía ecuatoriana, tanto a pequeños como grandes productores. (Banco Central del Ecuador, 2017).

1.8 Delimitación del problema

- Campo de estudio: Comercio Internacional
- Propósito: Elaborar un plan de exportación de stevia al mercado español.
- Período: 2019
- Dimensión espacial: La Hacienda “La Finca”, Comuna Zapotal, Provincia de Santa Elena
- Mercado de destino: Málaga, España.

1.9 Idea a Defender

Desarrollar un plan de exportación edulcorante de stevia en la Hacienda “La Finca”, Comuna Zapotal, Provincia de Santa Elena, que le permita ingresar al mercado de Málaga, España.

1.10 Línea de Investigación

Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables.

CAPÍTULO II.

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

2.1 Marco teórico

2.1.1 La stevia

El nombre científico de la planta es stevia Rebaudiana Bertoni, que se trata de un arbusto de zonas subtropicales, que puede alcanzar 90 cm. de altura y cuenta con hojas de color verde brillante, elípticas y dentadas, que tienen un tamaño variable de 3 a 5 cm. de largo y de 1,5 a 2 de ancho, es un excelente sustituto del azúcar, sus hojas que contienen una sustancia 15 veces más dulce que el azúcar de mesa o refinado. Además, la stevia como edulcorante natural no aporta calorías al organismo. La stevia es una planta que posee múltiples beneficios, es altamente recomendable en persona con problemas de azúcar pues reduce sus niveles, disminuye los problemas de hipertensión, y es uno de los ingredientes más utilizados en productos que buscan ayudar a las personas con problemas de peso y ansiedad. No solo por sus propiedades digestivas sino porque, al ser un reemplazo del azúcar en postres o bebidas reduce significativamente las calorías que dichos alimentos aportan normalmente, sin contar con sus altos estándares de nutrientes (Pure circle, 2012).



Figura 1. Principales provincias con producción de stevia

Fuente: (ProEcuador, 2017)

A continuación se describen algunas de las características más importantes que posee la stevia:

- **Funcionalidad hipoglicémica:** la stevia actúa de manera positiva en la función del páncreas con el fin de generar la secreción de insulina, por lo que es muy recomendada para las personas que sufren de diabetes.

- **Cardiotónico:** Contiene propiedad que estimulan el buen funcionamiento cardiaco, lo que puede considerarse parte de los componentes que previenen ataques cardiacos o infartos.
- **Activación digestiva:** Una infusión con stevia a mejorar el sistema digestivo sirviendo como depurador para eliminar toxinas por medio de las vías urinarias.
- **Antirreumáticas:** Ayuda a reducir los dolores articulares generados por el reumatismo, ingerirla se considera beneficiosa para mejorar la circulación de la sangre.
- **Anti caries:** Se la utiliza como componente en pastas dentales o chicles ya que tienen un efecto restaurador en el esmalte dental el cual se desgasta con el pasar de los años.
- **Mejora las funciones gastrointestinales:** Sirve como producto para ayudar a reducir los niveles de ansiedad en las personas que consumen alcohol o tabaco disminuyendo su dependencia.
- **Relajante natural:** También puede servir para reducir el estrés pues reduce la tensión muscular y ayuda al sistema nervioso central. Sirve también para reducir o evitar la depresión.

Las hojas secas de stevia se exportan en empaques de polipropileno de 45 kg en bodegas que no requieren humedad, en contenedores de 20 a 40 pies y poseen los siguientes valores nutricionales:

Tabla 1. *Componentes nutricionales de la stevia*

Contenido de vitaminas en stevia/100 g. (Sato 2000)	
Vitaminas	Hojas de stevia
Betacaroteno	1,700
Vitamina E mg	1.6
Vitamina B1 mg	0.04
Niacina mg	1.3

Análisis foliar de stevia en minerales

Mineral	Hojas de stevia
Calcio %	0.61
Fósforo %	0.34
Magnesio %	0.5
Potasio %	3.45
Sodio %	0.03
Hierro ppm	702
Cobre ppm	17
Magnesio ppm	68
Zinc ppm	85
Boro ppm	47

Fuente: (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2017)

En Ecuador, la stevia se posiciona como un cultivo innovador y rentable que presenta condiciones promisorias en el mercado nacional, como internacional. Todo indica que el consumo de esta planta y sus derivados están destinados a sustituir el uso de edulcorantes sintéticos como el aspartamo, sacarinas y ciclamatos. Debido al clima del país, se produce durante todo el año generando un promedio de 4 cosechas al año. De acuerdo con los datos proporcionados por la empresa Stevia del Ecuador, el cultivo de la stevia requiere 1,400 a 1,800 mm de lluvia por año, debido a que la planta no soporta sequías muy prolongadas. Además, requiere una alta luminosidad con una temperatura superior a los 13°C siendo ideal entre los 18 y 34 °C, sin embargo, resiste y prospera hasta los 43°C acompañado de precipitaciones frecuentes.

En los casos donde las temperaturas bordean entre los 5 y 15°C no matan la planta, pero inhiben o detiene su desarrollo foliar. La stevia produce bien, en suelos franco arenoso o francos arcillosos con pH entre 5.5 y 7.5, se desarrolló mejor hasta 1500 msnm. En zonas con altas precipitaciones es recomendable que el terreno tenga una ligera pendiente para evitar encharcamientos, también es recomendable establecer curvas de nivel. No son recomendables los suelos salinos.

En una hectárea se pueden sembrar hasta 80.000 plantas de stevia con rendimiento de 1000 kilos en la primera cosecha y hasta 2000 kilos en las cosechas subsiguientes hasta tres cosechas

al año. La planta tiene una vida de seis a ocho años, todo depende del nivel de cuidado que se le dé a la misma, los precios en el mercado fluctúan de USD. 5,00 a 8,00 el Kilo dependiendo de la calidad de la hoja y de su proceso de deshidratación por lo que el rendimiento por cultivo de hectárea es de \$5000 a \$8.000 por cada cosecha descontando los gastos de inversión y mano de obra.

2.1.2 Teorías modernas del Comercio Internacional

2.1.2.1 *El Modelo Heckscher Olim (H-O)*

Este es un modelo que se encuentra basado principalmente en el postulado del 2x2x2, el cual se traduce en que dos naciones cuentan con 2 bienes y dos factores, los cuales son el trabajo y el capital; este modelo se desarrolló por parte del economista de origen sueco Bertil Ohlin, lo que fue posible mediante la modificación de un teorema inicial efectuado por el maestro Heckschery con el propósito de explicar la manera en la que funcionan los flujos del comercio internacional.

Este modelo surge en relación con la teoría de David Ricardo, la cual trata de la Ventaja comparativa, afirmando que las naciones se especializan en la exportación de los bienes que requieren grandes cantidades de los factores de producción, los cuales son más abundantes al ser comparados y por ende se decantan por importar los bienes que utilizan factores de producción en los que escasean, pudiendo entonces lograr recursos para adquirir aquellos productos que el país requiere (Llano, 2014).

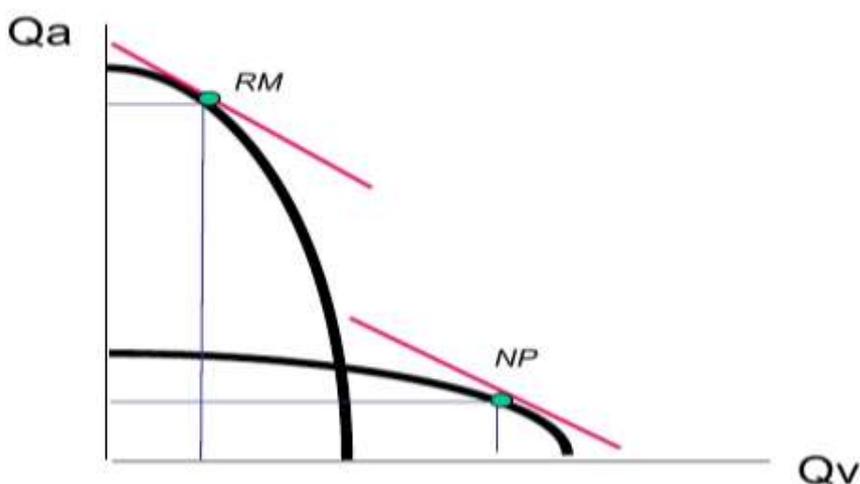


Figura 2. Modelo Heckscher Olim (H-O)

Fuente: (Llano, 2014)

La abundancia en el factor tierra resulta ser superior en este modelo, esto por encima del factor de trabajo; es así que, si un país cuenta con una gran oferta de un recurso específico con relación a su oferta de otros recursos, entonces se puede llegar a considerar que la nación es abundante en este recurso, por lo que un país producirá más estos bienes que son utilizados de forma intensiva que sus recursos naturales. En conclusión, las naciones tienden a exportar los bienes o servicios que poseen en mayor medida y no aquellos de los que cuentan en limitadas cantidades; por este motivo, los países en desarrollo son más intensivos en lo que respecta a la utilización del factor trabajo, mientras que en el caso de los países desarrollados, estos son más intensivos en el uso del factor capital (Llano, 2014). El modelo indicado previamente cumple con los aspectos que son presentados en el siguiente listado:

- Se presenta en economías a escala.
- Se genera una especialización.
- Las preferencias son iguales en ambas naciones.
- Existe una competencia ideal en los mercados de mercancías y de factores en ambas naciones.
- Se da una movilidad adecuada entre los distintos factores.
- No se generan costos de transporte, aranceles ni ninguna barrera al libre flujo en el comercio internacional.
- Todos los recursos se utilizan en su totalidad.
- El comercio internacional entre las dos naciones se encuentra equilibrado.

2.1.3 Teoría de la internacionalización

La teoría de la internacionalización de la empresa multinacional tiene su origen en considerar que cuando los mercados son perfectamente competitivos, no se requiere ningún tipo de mecanismo de control, puesto que la amenaza de que una organización sea sustituida por otra empresa, elimina la posibilidad de desarrollar un comportamiento oportunista y fuerza a las empresas a desarrollar sus actividades con altos niveles de eficiencia (Peralta, 2014).

Cuando disminuye la cantidad de proveedores, entonces la empresa cuenta con una menor cantidad de posibilidades para poder sustituirlos y, por lo tanto, los costos de transacción se ven incrementados, esto debido a que es necesario una negociación rigurosa y que se asuman ciertos costos de supervisión para entonces poder asegurar que el contrato se cumpla en las condiciones que previamente se habían establecido; el análisis de los costos de transacción

predice que la empresa internacionalizará los mercados, cuando la especificidad de los activos sea mayor (Peralta, 2014).

La teoría de la internalización se encuentra centrada en explicar por qué están organizadas por jerarquías las transacciones de productos intermedios entre las naciones, en lugar de venir determinadas por las fuerzas que posee el mercado; la hipótesis básica de esta teoría es que las organizaciones multinacionales representan un mecanismo alternativo al mercado en lo referente a las gestiones de las actividades de valor por medio de fronteras nacionales, y que para que las empresas se impliquen en inversiones directas en el extranjero deben presentarse las siguientes condiciones:

- Que existan ciertas ventajas de localizar las actividades
- Que el organizar estas actividades dentro de la organización resulte más eficiente que comercializarlas o cederlas a otras empresas del país extranjero en cuestión.

Los motivos que impulsan a las empresas a internacionalizarse son los presentados a continuación:

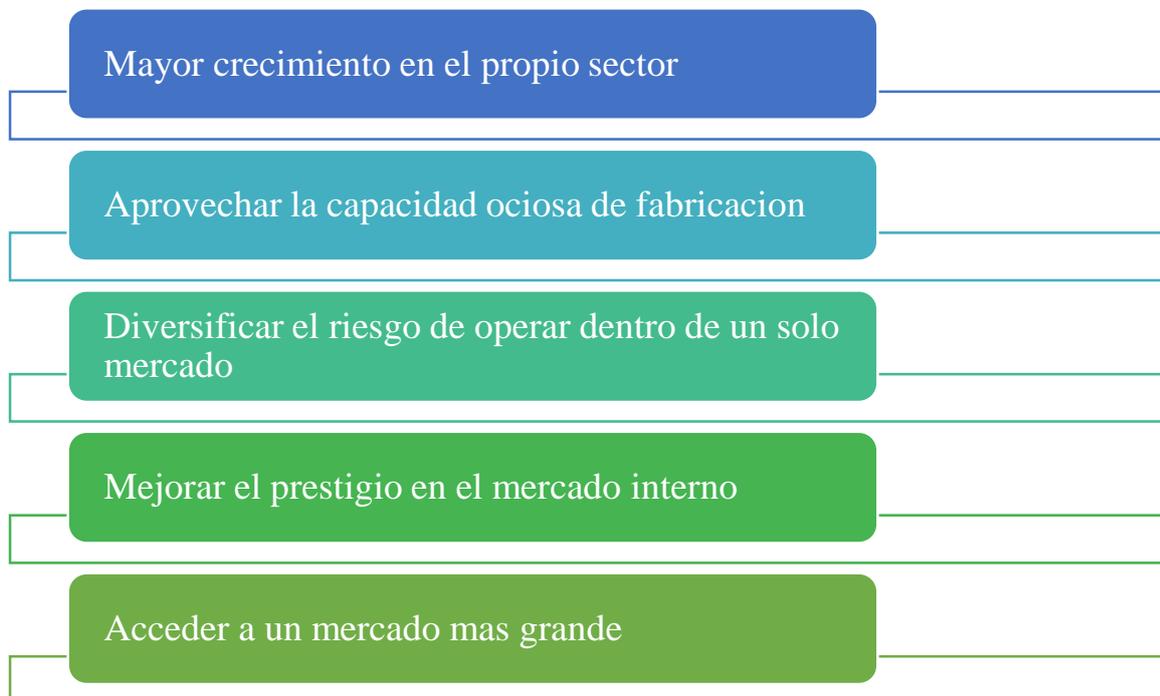


Figura 3. Motivos que impulsan la internacionalización
Fuente: (Peralta, 2014).

La esencia del argumento de la teoría de la internalización se basa principalmente en los beneficios que se puede alcanzar gracias a esta, que en la medida en que se realice más allá de las fronteras nacionales implicará la creación de una empresa multinacional, surgiendo principalmente por la elusión de los costos que se encuentran asociados a las imperfecciones de los mercados extranjeros.

Es entonces que, las naciones poseen una tendencia a producir y exportar aquellos productos que requieren de un recurso que se encuentra en abundancia de manera local, llegando a importar los que demandan un recurso que se encuentra en pocas cantidades o incluso no se presentan, esto explica el por qué las naciones con mano de obra barata se dedican a exportar bienes intensivos en trabajo hacia aquellas naciones más intensas en cuestiones de capital y viceversa. Además resulta importante que dentro de la teoría se tomen en consideración que las ventajas absolutas en los costos no son una condición estrictamente necesaria para lograr los beneficios en el campo del comercio, ya que este es el que producirá beneficios para todas las partes que llevan a cabo actividades de intercambio, siempre que los costos relativos sean distintos para dos o más artículos (Cardozo, Chavarro, & Ramírez, 2007).

Finalmente, las principales ventajas que posee esta teoría han quedado establecidas con el transcurrir de los años de la siguiente manera:

- Se logran generar varias relaciones con socios en naciones que son nuevas para las empresas internacionalizadas, logrando de esta manera alcanzar la necesaria expansión internacional.
- Se incrementa el compromiso en las redes que ya se encuentran establecidas, aumentando la penetración en una gran cantidad de mercados.
- Se pueden integrar las posiciones que se tienen en las redes entre diferentes naciones alrededor del mundo.

2.1.3.1 Plan de Exportación

El comercio internacional es capaz de proveer una gran cantidad de beneficios para las empresas que se deciden incursionar en este, siendo que los objetivos de la estrategia internacional se encuentran regidos, fundamentalmente por la meta puesta para la consecución de los objetivos económicos, ya sea por medio de la expansión en las ventas o mediante una estrategia que tenga como fin la reducción de los costos de producción y la canalización o

distribución, aunque también es importante que, sumado al éxito internacional se puede lograr una mayor credibilidad a los ojos de potenciales inversionistas locales e internacionales, así como una mejor imagen o valor de marca y la posterior fidelización de clientes en todo el mundo (Mercado, 2014).

Debido a que el tránsito hacia la internacionalización se encuentra plagado de riesgos y cambios importantes en lo referente a la estructura de las empresas, resulta crucial que la decisión de avanzar hacia esta debe estar fundamentada en un análisis desarrollado de manera adecuada que permita identificar los motivos que son realmente importantes para entonces proceder a traspasar las fronteras y entonces efectuar la elaboración de una atinada táctica de internacionalización. Adicionalmente, se deben de establecer las disposiciones de control requeridas, esto con el objetivo de que se logren corregir a tiempo cada una de las acciones en las diferentes variables que están relacionadas con el marketing mix (Mercado, 2014).

Es entonces que, el plan de exportación se constituye como una guía que muestra al empresario hacia dónde dirigir sus esfuerzos como exportador y la manera en la que debe de competir con sus productos y/o servicios en el mercado internacional, pudiendo lograr exportaciones seguras que vayan en incremento y alcancen una mayor rentabilidad, para entonces lograr el éxito (Suquilanda, 2006). Las variables que se encuentran dentro del mercado internacional son más que las existentes en el mercado nacional, es por esto que posee una gran importancia la realización de un plan de exportación, siendo que su elaboración tiende a otorgar los beneficios que se presentan a continuación:

- Reducir al mínimo la presencia de decisiones irracionales frente a los imprevistos suscitados.
- Disminuir los conflictos relacionados con los objetivos a los cuales la empresa quiere llegar.
- Aumentar la preparación de la empresa en lo referente al cambio, pudiendo adaptarse a distintos momentos.
- Suministrar a la empresa un esquema para la constante evaluación de sus actividades.
- Disciplinar, de manera sistemática, el planteamiento de la razón de ser de la entidad.

Finalmente, se presenta un esquema para la realización de un plan de exportación, lo que resulta necesario para que la empresa fundamente cada una de las actividades a ser desarrolladas, pudiendo llegar de forma precisa hacia el mercado objetivo (Global Negotiator, 2016); es entonces que, se muestran las siguientes etapas:

“PLAN DE EXPORTACIÓN PARA LA HACIENDA LA FINCA, COMUNA ZAPOTAL DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA”

1. ANÁLISIS DEL POTENCIAL EXPORTADOR

- Perfil general de la compañía – Hacienda La Finca
- Misión, Visión, Objetivos
- Organigrama
- Productos y servicios
- Análisis FODA

2. EL PRODUCTO

- Características del producto: ventajas y uso.
- Mercado a nivel local (Ecuador).
- Clasificación arancelaria en Ecuador y España.

3. INTELIGENCIA DE MERCADO

- Perfil de España
- Entorno comercial e indicadores económicos de España
- Identificación de oportunidades y amenazas
- Balanza Comercial entre Ecuador y España
- Acuerdos Comerciales
- Requisitos para acceder al mercado español
- Licencias
- Documentos requeridos para ingresar el producto
- Etiquetado y empaque

4. LOGÍSTICA

- Proceso de exportación
- Fase de pre embarque
- Herramienta de negociaciones internacionales
- Fase de post embarque

- Diagrama de proceso de exportación
- Base legal de la exportación: COPCI.
- Incoterm seleccionado: obligaciones de importador y exportador

5. ESTRATEGIAS DE MERCADO

- Marketing Mix (4 P)

6. PLAN FINANCIERO

- Inversión
- Financiamiento
- Presupuestos de operación
- Evaluación Financiera: Flujo de Caja
- Indicadores de Rentabilidad: TIR – VAN

De igual manera, Mercado (2014) indica que en el desarrollo de un correcto plan de exportación, resulta esencial que se dé el cumplimiento de cinco tareas, las cuales son detalladas a continuación:

- Descripción de la situación actual por la que atraviesa el negocio, lo que implica la elaboración de un resumen detallado de cada uno de los aspectos que poseen relevancia en las operaciones.
- Detección de oportunidades comerciales que se encuentran en el mercado internacional, para lo cual es necesario que se lleve a cabo una investigación de producto-mercado.
- Evaluación de la competitividad internacional de la empresa y de sus productos o servicios, situación que se debe desarrollar por medio de un análisis comparativo entre las fuerzas y debilidades de la entidad, mayormente en lo que respecta con los productos y servicios contra los competidores que se encuentren los mercados meta.
- Determinación de la estrategia competitiva, esto con base en la información que se haya recolectado dentro de los tres pasos desarrollados previamente, y haciendo uso de factores como el ingenio y la astucia, puesto que de esta forma se podrá identificar y determinar las acciones para mejorar el funcionamiento

de la empresa en los nuevos mercados que se pretende captar, para entonces incrementar el éxito del exportador.

- Formulación del plan de exportación, dentro del cual se deben identificar y describir uno o varios proyectos específicos de exportación que se consideren como prometedores.

2.1.4 Teorías bases para la investigación

De las diversas teorías que fueron recabadas y desarrolladas en numerales anteriores, a continuación, se detalla su relación con la propuesta del presente documento, justificando su presencia en el mismo:

- En el caso del Modelo Heckscher Olim, esta destaca la importancia del factor tierra, por lo que la Hacienda “La Finca”, Comuna Zapotal, Provincia de Santa Elena, al contar con una gran oferta de un recurso específico, en este caso la stevia, pudiendo únicamente emplear sus esfuerzos productivos para producir aquello que posee en abundancia y por ende, aquello que menos le cuesta producir.
- Mientras que la Teoría de la Internacionalización en el presente caso tiene una gran importancia, puesto que indica que uno de los aspectos que destaca es la identificación de un mercado grande, mismo que sería la ciudad de Málaga en España, pudiendo la Hacienda “La Finca”, Comuna Zapotal, Provincia de Santa Elena enviar su producto (la stevia) a un mercado en el cual exista una mayor de manda.
- Finalmente, el plan de exportación creado por la empresa Global Negotiator (2016) ha sido el seleccionado, esto debido a que cuenta con los pasos necesarios para que una propuesta como la que se plantea en el presente documento pueda darse de manera adecuada, puesto que inicia con el diagnóstico de exportación, finalizando con el plan económico en el cual se establezca la viabilidad de cada una de las acciones a ser desarrolladas.

2.2 Marco conceptual

- **Internacionalización:** Es un término que se refiere a la participación de cualquier empresa a nivel internacional o fuera del país en el cual se encuentra situada, esto fortalece a la economía de la institución y a su productividad, siendo una operación considerada como de gran importancia en el campo estratégico. La importancia de conocer este término radica en que la Hacienda “La Finca”, Comuna Zapotal, Provincia de Santa Elena busca comercializar su stevia a un mercado extranjero, por lo que por medio de La Teoría de la Internacionalización es que podrá lograrlo.
- **Logística:** La logística se establece como un proceso en el cual resulta importante una excelente planificación, manteniendo un control eficiente desde el punto de origen hasta el destino que se haya planteado, cada movimiento se ve administrado de una manera estratégica que permita satisfacer cada una de las necesidades y las expectativas de los clientes. Dentro de la propuesta se podrán establecer cada una de las actividades desde la creación del producto a ser exportado hasta su llegada al mercado de destino, manteniendo un control, el cual a la hacienda le permita disminuir la presencia de errores.
- **Plan de Exportación:** El plan de exportación se establece como una herramienta capaz de brindar una ayuda a la empresa o persona que requiera aplicarla, ya que es una planificación estructurada y ordenada para efectuar operaciones en el campo internacional. Por medio del plan de exportación, la Hacienda “La Finca”, Comuna Zapotal, Provincia de Santa Elena podrá establecer cada uno de los pasos que sean necesarios para que su producto, la stevia, pueda llegar de manera correcta hacia el mercado español.
- **Posicionamiento:** El posicionamiento es la imagen que posee o alcanza a poseer una marca, producto, servicio o empresa dentro de la mente de los clientes objetivos; este logra construir mediante la percepción que posee el cliente de una empresa de forma individual con respecto a las demás empresas que forman parte de la competencia. La Hacienda “La Finca”, Comuna Zapotal, Provincia de Santa Elena deberá buscar alcanzar el posicionamiento que le permita convertirse en la principal opción en el mercado meta en lo que respecta al consumo de stevia, logrando de esta manera

volverse, por medio de la marca empleada, la favorita o una de las más importante por parte de los consumidores finales.

- **Ventas:** Las ventas son cada una de las acciones que se generan con el objetivo de expender un determinado bien o servicio a cambio de una determinada cantidad de dinero, las ventas pueden ser efectuadas por vía personal o haciéndose uso de diferentes medios de comunicación. Serán las ventas la actividad principal que la Hacienda “La Finca”, Comuna Zapotal, Provincia de Santa Elena realizará, esto por medio de enviar la producción de stevia que le sea demandada, pudiendo mejorar sus ingresos económicos.
- **Transporte Internacional:** Es una parte importante en lo que respecta a la logística, ya que mediante a este se logra **movilizar** las mercancías, haciéndose uso de distintos medios de transporte que agilicen y faciliten la movilización de la carga desde el país de origen hasta su destino. Es necesario que los métodos de transporte que conforman la forma de transportación internacional sean definidos de manera adecuada, puesto que al realizar esto, entonces es posible que los recursos del vendedor sean empleados de la manera más eficiente posible.
- **Clientes:** Los clientes son los individuos que a cambio de un determinado pago reciben servicios o productos de alguien que se los da por este **concepto**, los clientes de una empresa pueden ser de distintos tipos, esto de acuerdo al servicio o producto que requieren. Los clientes son el pilar de toda empresa, por lo que dentro de la presente propuesta no se puede escapar de esto, debiendo la Hacienda “La Finca”, Comuna Zapotal, Provincia de Santa Elena conocer sus necesidades y satisfacer sus demandas. Evitando una pérdida del mercado meta que haya logrado captar.
- **Servicio:** Los servicios se establecen como el conjunto de actividades que una empresa lleva a cabo con el objetivo de satisfacer las necesidades de cada uno de sus clientes; un servicio se puede considerar como un bien no material intangible, el mismo que suele cumplir con características como lo perecedero, ya que no se puede ser almacenado, la inseparabilidad, puesto que la producción y el consumo son simultáneos y la heterogeneidad, ya que dos servicios nunca pueden llegar a ser idénticos. Este

término puede considerarse como básico para que las empresas puedan llevar a cabo sus actividades, siendo el complemento para que en este caso, la stevia sea comercializada y los clientes, los cuales serían los que la expendan a los minoristas, consideren atractiva a la Hacienda “La Finca”, Comuna Zapotal, Provincia de Santa Elena.

2.3 Marco legal

Dentro del presente marco legal se establecen las distintas disposiciones relacionadas con el comercio exterior por parte del Ecuador, por lo que se toman en consideración a los artículos que promueven la correcta realización de las actividades de exportación e importación en el país.

2.3.1 Constitución de la República del Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador se constituye como el cuerpo legal de mayor importancia dentro del territorio nacional, dentro del que se establece por medio de sus artículos los distintos lineamientos que se deben seguir para la realización de las distintas actividades en el país (Asamblea Constituyente, 2008); en relación con el comercio exterior se presentan los siguientes artículos:

- Art. 261.- El Estado central tendrá competencias exclusivas sobre las políticas económica, tributaria, aduanera, arancelaria; fiscal y monetaria; comercio exterior y endeudamiento.
- 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.
- Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:
 1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
 2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
 3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.

4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

2.3.2 Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones

Este código fue publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 351 el 29 de diciembre del 2010 y dentro del mismo se encuentran divisiones denominadas como libros, en los que se encuentran los artículos para que el Ecuador pueda llevar a cabo acciones que le permitan mejorar sus exportaciones (Asamblea Nacional, 2010).

Libro II: Del desarrollo de la inversión productiva y de sus instrumentos

Sección I: De las Inversiones Productivas

Art. 14.- Aplicación

Las nuevas inversiones no requerirán de autorizaciones de ninguna naturaleza, salvo aquellas que expresamente señale la ley y las que se deriven del ordenamiento territorial correspondiente; debiendo cumplir con los requisitos que exige esta normativa para beneficiarse de los incentivos que aquí se establecen.

Art. 17.- Trato no discriminatorio

Los inversionistas nacionales y extranjeros, las sociedades, empresas o entidades de los sectores cooperativistas, y de la economía popular y solidaria, en las que éstos participan, al igual que sus inversiones legalmente establecidas en el Ecuador, con las limitaciones previstas en la Constitución de la República, gozarán de igualdad de condiciones respecto a la administración, operación, expansión y transferencia de sus inversiones, y no serán objeto de medidas arbitrarias o discriminatorias. Las inversiones y los inversionistas extranjeros gozarán de protección y seguridades plenas, de tal manera que tendrán la misma protección que reciben los ecuatorianos dentro del territorio nacional.

Sección III: Incentivo de estabilidad tributaria en contratos de inversión

Art. 28.- De la aplicación de los incentivos

La Secretaría Técnica del Consejo Sectorial de la producción coordinará con los organismos de control competente, la ejecución adecuada de los beneficios reconocidos para cada proyecto

de inversión, sin que se pueda exigir a los inversionistas otros requisitos que los establecidos en esta legislación.

Libro IV

Del comercio exterior, sus órganos de control e instrumentos

Sección IV. Del Fomento y la promoción de exportaciones

Art. 93.- Fomento a la exportación

El Estado es el encargado de impulsar las exportaciones a través de mecanismos de orden general, contemplados como normas legales o programas de Gobierno, estos podrían ser a través de:

- Acceso a programa de preferencias arancelarias.
- Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos o materias primas que establezca este Código.
- Derecho a acogerse a regímenes especiales aduaneros.
- Asistencia o facilitación financiera prevista en programas generales o sectoriales.
- Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa y desarrollo de mercados, conformación de consorcios, unión de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones que impulse el gobierno.
- Derecho a acceder a los incentivos de la inversión pública productiva, previstos en este Código y sus normas pertinentes.

Libro V

De la Competitividad Sistémica y de la Facilitación Aduanera

Título I. Del fomento y promoción de los sectores estratégicos claves para la infraestructura productiva

Art. 96.- Inversión en sectores estratégicos

El Estado podrá delegar excepcionalmente, a la iniciativa privada y a la economía popular y solidaria, las inversiones en sectores estratégicos en los casos que se establezcan en las leyes de cada sector y en el presente Código.

Art. 99.- Simplificación de los trámites administrativos.

De conformidad con el objetivo del Sistema Nacional de Registros de Datos Públicos, las entidades, instituciones y organismos del Estado, en el ámbito de sus competencias, deberán

simplificar los trámites administrativos que se realicen ante los mismos. Dentro de este contexto, las entidades, instituciones y organismos públicos deberán implementar bases de datos automatizadas y no podrán exigir la presentación de copias certificadas o fotocopias de documentos que esas entidades, instituciones y organismos tengan en su poder o de los que tenga posibilidad legal y operativa de acceder. Las entidades, instituciones y organismos públicos procurarán limitar al mínimo, la exigencia de presentación de copias certificadas actualizadas de documentos públicos que puedan obtenerse por vía legal u operativa, a través de la interconexión de bases de datos del Sector Público.

Dentro del Reglamento establecido en el COPCI se encuentran los artículos que se presentan a continuación:

Capítulo IV: Despacho

Sección I: Declaración Aduanera

Art. 63.- Declaración Aduanera

En este artículo se indica que la declaración aduanera de las mercancías se debe presentar de forma electrónica o física, si esta es de un mismo declarante, entonces una misma declaración aduanera tendrá la facultad de contener la totalidad de los documentos de soporte, de acompañamiento, las facturas y los documentos de transporte que conformen la exportación o la importación de las mercancías pertinentes. (Asamblea Nacional, 2010)

Art. 64.- Declarante

La Declaración Aduanera es única, personal y consecuentemente, será transmitida o presentada por el importador, exportador o pasajero, por sí mismo, o a través de un Agente de Aduanas. Este declarante es responsable ante el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE) por la exactitud de la información que se encuentre consignada en la Declaración Aduanera. (Asamblea Nacional, 2010)

Art. 65.- Contenido de la Declaración Aduanera

Los datos que se consignan en esta declaración deben estar fijados por el SENAE, de conformidad con lo estipulado en el formato que se determine para el efecto, considerando requisitos contemplados en los convenios o tratados internacionales de los que el Ecuador forme parte. Como mínimo debe poseer la identificación del declarante, la del medio de transporte y la descripción de la mercadería, su origen, procedencia y valor de estas (Asamblea Nacional, 2010).

Art. 66.- Plazos para la presentación de la declaración. -

Dentro de este artículo se establece que, en el caso de realizarse una importación, esta deberá presentarse en un periodo que no supere los quince días calendario antes de que el medio de transporte llegue y en el caso de las exportaciones, se podrá presentar hasta las 24 horas previas a que los productos se encuentren en zona primaria o en los treinta días posteriores al embarque de las mercancías (Asamblea Nacional, 2010).

Sección II: Documentos que acompañan a la declaración aduanera

Art. 72.- Documentos de acompañamiento. -

En este artículo se menciona todo lo relacionado con los documentos de acompañamiento que son necesarios para llevar a cabo el control previo, los cuales deben encontrarse aprobados antes de que se efectúe el embarque de cada uno de los productos a ser exportados (Asamblea Nacional, 2010).

Art. 73.- Documentos de soporte. -

En este artículo se indica que los documentos de soporte son aquellos que permiten elaborar una base de información para llevar a cabo la correspondiente declaración aduanera y estos son los siguientes (Asamblea Nacional, 2010):

- Documento de transporte
- Factura comercial
- Certificado de origen

Los artículos mencionados previamente se aplican en la presente investigación; ya que se establecen como una base importante que permite asegurar que el proceso de exportación de stevia será óptimo y tendrá las correspondientes facilidades que ofrece el Estado ecuatoriano, además de ser una documentación correcta para la declaración de mercancías, en un tiempo establecido y cumpliendo con cada uno de los con requisitos específicos (Asamblea Nacional, 2010).

2.3.3 Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021

Finalmente, dentro de los objetivos que posee el Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021 se encuentran varios lineamientos que guardan relación directa e indirecta con el la actual investigación, por lo que a continuación se explica a detalle la importancia que posee el objetivo 10 en lo referente a la contribución con el cambio de la matriz productiva en el Ecuador, esto

con el propósito de mejorar los ingresos económicos que obtiene el país en la comercialización de productos y servicios.

- **Eje 2: Una Economía al Servicio de la Sociedad**

Dentro de este eje principalmente se promueve que el Ecuador alcance de manera efectiva el tan ansiado cambio de la Matriz Productiva, aspectos que ha sido de gran importancia para el anterior y actual Gobierno Nacional creándose un sustento legal enfocado en distintos lineamientos, los cuales mayormente buscan lograr el incremento de la intensidad tecnológica en todas las actividades que están relacionadas con la producción de bienes primarios, intermedios y finales.

Así también, en el Plan Nacional de Desarrollo se persigue el objetivo de lograr la creación de un país con un mayor nivel de competitiva en el contexto internacional, otorgando un mayor valor agregado en los que son considerados en materia estatal como sectores prioritarios que proveen este tipo de servicios, esto mediante de la generación de industrias con mayores niveles de equidad y con un grado más elevado en cuanto a rentabilidad para los habitantes de Ecuador, lo cual se podrá hacer posible mediante la exportación de bienes terminados hacia nuevos mercados (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017)

CAPÍTULO III.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación

La investigación fue de tipo descriptivo, debido a que se fundamenta en identificar las características esenciales de una población en particular, las mismas que marcan su comportamiento y hábitos, lo que permite definir un perfil que definirá sus preferencias. Esta investigación brinda la posibilidad de establecer los procedimientos más importantes de un sector en particular, lo que facilita relacionar las variables que intervienen dentro del estudio, para elaborar conclusiones definitivas (Meyer & Dalen, 2016).

Estos aspectos se analizarán durante la recolección de datos para entender la forma en que han evolucionado las relaciones comerciales entre Ecuador y España y establecer los factores que mayor incidencia han tenido, ya sea cultura de negocios, acuerdos comerciales, políticas comerciales que aplican cada gobierno para la exportación de stevia en su territorio, así como posibles fuentes de inversión y demás variables que determinen un impacto en otras variables como empleo, importaciones y exportaciones.

Asimismo, tomando en consideración que resulta difícil viajar hasta España para hacer un estudio de mercado, este proyecto de investigación se fundamentará en las estadísticas de páginas oficiales que trabajen juntamente con el gobierno español, para analizar el comportamiento del consumidor español, respecto a la demanda de un edulcorante a base de stevia, para tener un marco de referencia que ayude a establecer la viabilidad de exportar este producto, ya que al menos sirve de base para conocer la predisposición y aceptación del edulcorante de stevia, por parte del mercado objetivo.

3.2 Enfoque

El enfoque de investigación será de tipo mixto, ya que se toman en consideración los enfoques cualitativos y cuantitativos, pudiendo realizar mediciones numéricas y no numéricas de la información recabada, esto para así establecer las necesidades de los exportadores, así como las preferencias del mercado de destino (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). En primera instancia es cualitativa, debido a que se empleó una entrevista a un grupo de expertos en temas de comercio exterior, así como a productores y exportadores de stevia, para determinar la posibilidad y la predisposición para exportar y realizar trámites; mientras que,

luego es cuantitativa porque se emplearon estadísticas que ayudaron a conocer un poco el comportamiento del consumidor, a través de boletines oficiales de sitios como *Trade Map*, para identificar la aceptación del producto. En este caso, es cuantitativo porque implica una medición numérica al valorar la cantidad de edulcorantes que importó España, y las variaciones que ha habido entre un año y otro, para determinar si hubo o no un crecimiento atractivo de estas cifras.

3.3 Técnicas de investigación

Se aplicaron cuatro tipos de entrevistas a través de un cuestionario de preguntas abiertas a funcionarios relacionados con el tema de comercio exterior, como: Agentes de Aduana, Productores de Stevia, Exportadores de stevia con la finalidad de que aporten en el enriquecimiento del conocimiento que ayudará a la elaboración de un plan de exportaciones que facilite e impulse el comercio entre estas dos naciones. También se aplicó la observación, al momento de elaborar las estadísticas descriptivas sobre la evolución de las importaciones de stevia y edulcorantes en general que España realizó en los últimos cinco años (2014 – 2018). A fin de tener un panorama del comportamiento del consumidor que determine su interés por adquirir este producto originario de Ecuador.

3.4 Población y muestra

Como parte del estudio de campo, se considera como población al grupo de actores involucrados en la exportación de stevia hacia el mercado español, para este efecto, no se aplicará ningún cálculo estadístico, ya que se analizarán las opiniones de funcionarios del sector público y privado que ayuden al diseño del plan de exportación propuesto. La muestra se compone de los siguientes actores:

Tabla 2. Población

Actor involucrado para entrevistas	Cantidad
Agente de Aduanas	5
Productores de stevia	5
Exportadores de stevia	5
Total	15

Elaborado por: Lua, R. (2019)

Una vez que se han definido los diferentes actores involucrados en las entrevistas se procede a hacer una breve explicación de su selección:

Tabla 3. *Descripción de la población escogida*

Funcionarios	Descripción
Agente de Aduanas	Su opinión será relevante para identificar los procesos que deben realizar las empresas exportadoras para garantizar un acceso exitoso al mercado de destino. Se escogió a seis compañías, debido a que son las más reconocidos en la ciudad de Guayaquil. Entre estos se encuentran empresas como: Torres y Torres, Rocalvi S.A., Rosero Pérez Jorge, Comercial Aduanera Coka Barriga Cía. Ltda., FMA Francisco Mosquera Aulestia Cía. Ltda., y SECARIN S.A.
Productores de stevia	Ya sean personas naturales o jurídicas que actualmente estén produciendo stevia, para analizar su experiencia en este campo, y tener un marco de referencia para el diseño de un plan de exportación.
Exportadores de Stevia	Ya sean personas naturales o jurídicas que actualmente estén exportando stevia, para analizar su experiencia en este campo, y tener un marco de referencia para el diseño de un plan de exportación.

Elaborado por: Lua,R. (2019)

3.5 Análisis de Resultados

3.5.1 Entrevista a Agentes de Aduana

1. ¿Los procesos y procedimientos aduaneros para exportar han mejorado en el Ecuador?

Los entrevistados relataron que desde el año 2013 en adelante, el Ecuador experimentó un cambio de plataforma con la implementación del sistema ECUAPASS, el mismo que facilitó las operaciones aduaneras, especialmente, en la reducción de los tiempos relacionados con los procesos de exportación, brindando seguridad en las transacciones. El proceso aduanero para exportar hoy en día es muy sencillo. Una vez que se reserva el espacio para la carga con una naviera o con un agente de carga, se realiza la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) y se ingresa la carga a zona primaria, para luego realizar el aforo, donde este queda listo para su embarque y el exportador dispone de 30 días para regularizar la DAE.

2. ¿Qué requisitos se deben cumplirse para exportar a la Unión Europea (España) edulcorante de stevia?

La Unión Europea es un mercado muy atractivo porque se compone de un total de 28 naciones, y con la firma del nuevo acuerdo suscrito por Ecuador, se espera un crecimiento de las exportaciones hacia este continente; sin embargo, para exportar todo tipo de productos se debe cumplir con la declaración aduanera de exportación (DAE), la factura comercial, la póliza de seguro en caso de aplicar, cumplir con las normas sanitarias y fitosanitarias, el registro sanitario que garantice la seguridad alimentaria. Asimismo, debe cumplirse con requisitos obligatorios como la información del producto, lista de ingredientes, origen del edulcorante, etiquetado en el idioma oficial del país, en este caso si es para exportar a España, debe estar en español, fecha de vencimiento, cantidad neta del producto en gramos o kilogramos. En el Ecuador los requisitos para las exportaciones son:

- a) Contar con el RUC
- b) Obtener la firma electrónica (TOKEN) en el registro civil o Security Data
- c) Registrarse como exportador en el sistema ECUAPASS

3. ¿Se han reducido los costos y gastos logísticos en el proceso de exportación?

Los entrevistados manifestaron que no se podría aseverar la existencia de reducción en los costos y gastos de logística, debido a que todo es variable y relativo según la documentación

que posee la empresa que está haciendo la exportación. Si todo está en regla, evidentemente la exportación será más ágil y, por ende, implicará menos costos.

Los gastos que dependen del sector privado no han disminuido, pero si en cuanto al proceso pues hoy en día lo puede hacer el mismo exportador, obviando la contratación del agente de aduana.

4. ¿Bajo qué subpartida arancelaria se exportaría el edulcorante de stevia?

Las subpartidas arancelarias que se utilizarían para la categoría de edulcorante de stevia están en la sección 12, pueden ser la 1212999000 – 1212991000, otro entrevistado considera que se podría realizar bajo la subpartida 2202.10.00.00.

5. ¿Qué recomendaciones se haría a los exportadores de edulcorante de stevia para garantizar una exportación exitosa al mercado español?

Los entrevistados recomiendan que, al momento de realizar una exportación se debe ofrecer toda la información del producto bajo el cumplimiento de las exigencias del mercado español; ya que la falta de documentación genera pérdida de tiempo y dinero, es así que el etiquetado debe cumplir con todas las condiciones específicas que se exigen. También se debe tener claro los beneficios de ley como: devoluciones en el pago de IVA en exportaciones, o tarifa cero, cambios de resoluciones debido a que se suele generar demoras en la revisión de los documentos. A continuación, se detallan algunos aspectos que destacaron los entrevistados:

- a) Analizar los gustos y preferencias de los consumidores.
- b) Estudiar a la competencia para medir el grado de competitividad de nuestros productos en cuanto a precio y calidad.
- c) Revisar los requisitos de ingreso que impone el mercado europeo a los productos ecuatorianos.

3.5.2 Entrevista para productores de stevia

1. ¿Cuántos años lleva en la actividad de producción de stevia y cuántas hectáreas posee de estos cultivos?

Los productores de stevia manifestaron que llevan alrededor de 9 años cultivando la planta, conocida también como Morita, uno de los casos más relevantes es el de la empresa productora Biofuels, la cual comenzó los cultivos con tres ha, las mismas que después de 8 años de trabajo se extendieron a 150 ha, que producen 2.500 toneladas de stevia destinadas a la exportación, de esta manera la empresa ha logrado posicionarse en el país como el más grande productor de stevia poseyendo el 93% de participación del mercado nacional.

2. ¿Qué beneficios recibe por parte del Gobierno para la producción de stevia?

Lograr un buen proceso de siembra y cosecha de stevia depende en gran medida de la tecnología que se utiliza, por tal motivo es importante contar con instrumentaría especializada que permita clasificar y esterilizar la hoja de manera adecuada, es preciso el apoyo del gobierno a los pequeños y medianos productores con préstamos o facilidades para la importación y adquisición de maquinaria; actualmente realizan capacitaciones para direccionarlos hacia la exportación de la planta.

También es necesario que se promueva la conformación de un gremio que respalde a los productores de stevia y se pueda dar a conocer en cifras reales la cantidad de plantaciones que existen y las necesidades más específicas de los productores, ya que este tipo de organizaciones promueve la consolidación del sector para propiciar el impulso de productos derivados y la exportación.

3. ¿Considera que sus niveles de producción de stevia han mejorado en los últimos cinco años?

Para pequeños y medianos agricultores la producción de stevia ha crecido de manera lenta, por la dificultad de colocar el producto en las manos del vendedor, sin embargo para una de las más grandes productoras como Biofuels ha sido excelente, por sus contactos con la demanda internacional, la cual ha emergido debido a la popularidad que ha ido adquiriendo este endulzante natural en el exterior, por tal motivo es preciso que se ofrezcan valores rentables a la exportación de pequeño y medianos agricultores siendo el Estado un ente regulador de los precios que proponen los intermediarios.

Los productores también consideran conveniente el apoyo del gobierno para la creación de una planta que permita el procesamiento industrial que convierta la planta en cristales endulzantes que promueva el consumo nacional.

4. ¿Los costos, gastos y precios en la producción de stevia se han incrementado en estos últimos cinco años?

La producción agrícola de stevia depende en gran medida de las condiciones climáticas, la tecnificación, la capacitación y adiestramiento que tenga el agricultor; Ecuador es un país propicio para el cultivo de la planta, sin embargo, los agricultores manifestaron que los costos de producción sí se han encarecido, por tal motivo es importante que el estado financie parte del proceso a pequeños y medianos productores, para que su cosecha les resulte económicamente rentable.

5. ¿La producción de stevia es rentable en la actualidad?

La producción de stevia resulta rentable cuando se tiene un comprador disponible, pero actualmente la demanda interna es baja, motivo por el cual los pequeños y medianos productores buscan vender su producto a intermediarios, quienes exportan la producción a países como Estados Unidos o al continente asiático como China, sin embargo, resulta difícil vender la producción para pequeños agricultores; ya que por lo general estas se consolidan a grande escala.

3.5.3 Entrevistas para exportadores de Stevia

1. ¿Cuántos años lleva exportando stevia y productos edulcorantes de stevia y hacia qué mercados?

La exportación de Estevia se ha desarrollado desde hace cinco años, y se ha ido incrementando gracias al apoyo de entidades gubernamentales que han ampliado el camino de la exportación por medio de acuerdos y capacitaciones con los agricultores nacionales, para que esta tenga la apertura en países como Estados Unidos, España, Suiza, China, Francia y Canadá.

Una hectárea deja una producción de alrededor de 800 kilos de hojas por cosecha, la cual se obtiene cada dos meses y al año se pueden realizar hasta 7 producciones, en Ecuador las condiciones climáticas son propicias para la producción de esta planta, ya que situaciones de extremo frío, lluvia o calor no permiten su desarrollo.

2. ¿Qué requisitos se deben cumplirse para exportar a la Unión Europea (España) stevia y edulcorante de stevia?

Los productores manifestaron que, para realizar la exportación de la planta, se deben realizar varias pruebas de seguimiento, inspección y de laboratorio, que corrobore que la producción no contiene hongos ni fertilizantes artificiales, además debe poseer un etiquetado correcto y demás procedimientos protocolarios de aduana.

3. ¿Cree usted que los niveles de exportación de stevia y productos edulcorantes de stevia se han incrementado o se han reducido en los últimos cinco años?

Los niveles de exportación de stevia han avanzado de manera lenta, así lo comentaron algunos productores considerando que poseen una baja rentabilidad por la poca producción que generan, también manifestaron que en el país no se realizan productos edulcorantes porque no poseen la tecnificación ni el espacio de una planta que procese la hoja; sino que este se exporta en estado natural.

4. ¿Qué incentivos podrían recibir por parte del Estado Ecuatoriano, los exportadores de stevia y productos edulcorantes?

Uno de los principales incentivos que esperan recibir los productores es que se gestione la devolución de impuestos por la importación de productos y maquinarias que se necesitan para

el proceso agrícola de la stevia, además consideran necesario que direccionen y promuevan a través de incentivos la producción de esta planta en aquellas zonas de la costa que están abandonadas.

5. ¿Cómo exportador, será importante desarrollar un Plan de Exportación?

Los productores consideran que un plan de exportación sería de gran ayuda para pequeños y medianos productores, ya que, al tener al estado como intermediario o ente regulador, permitiría un escenario más equitativo para el sector, además de generar mayor apertura al mercado.

3.5.4 Análisis del comportamiento del consumidor en España

De acuerdo con la opinión de los entrevistados, se determinó la importancia de analizar el comportamiento del consumidor español, respecto a la demanda de edulcorantes de stevia, para establecer la viabilidad de exportar este producto hacia el país ibérico. Sin embargo, debido a que se dificulta realizar un estudio de mercado en España, por factores económicos y logísticos, para realizar esta investigación se tomó como referencia la información que proporcionan importantes estudios económicos patrocinados por el *Internacional Trade Center* (ITC) que, en español significa Centro de Comercio Internacional, a través de su portal *Trade Map*.

El Centro de Comercio Internacional (ITC) es la única agencia de desarrollo que se dedica por completo a apoyar la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas (PYME). Esto significa que la agencia permite a las PYME de las economías en desarrollo y en transición, ser más competitivas y conectarse con los mercados internacionales para el comercio y la inversión, aumentando así los ingresos y creando oportunidades de trabajo, especialmente para mujeres, jóvenes y comunidades de escasos recursos.

Esta agencia pone a disposición los reportes de la cantidad de bienes que importaron y exportaron a nivel mundial. Bajo este contexto, tomando como base estas estadísticas, se analizó el comportamiento del consumidor español respecto a tres factores importantes: (1) importaciones de edulcorantes realizadas por España (partida 121292); (2) importaciones de stevia realizadas por España (partida 121299) y (3) país de origen de la stevia que importa España.

3.5.4.1 *Importación de edulcorantes por parte del mercado español*

Las estadísticas del ITC permiten apreciar que, durante el período 2014 – 2018, se ha apreciado un crecimiento muy importante en la compra de edulcorantes por parte del mercado español. En 2015 la cifra de importaciones de edulcorantes que realizó España totalizó \$ 1.5 millones de dólares, mientras su mayor pico de importación fue en 2017, donde esta cifra prácticamente se duplicó y alcanzó el récord de importaciones al ubicarse en \$ 3.4 millones de dólares. Posteriormente, en 2018 se observó una reducción del 40% que, dejó un total de importaciones por \$ 2 millones de dólares en materia de edulcorantes. Es decir, en términos concretos, España importó \$ 2.1 millones anuales, con una tasa de crecimiento del 22% en promedio, tal como se puede observar en la siguiente figura:

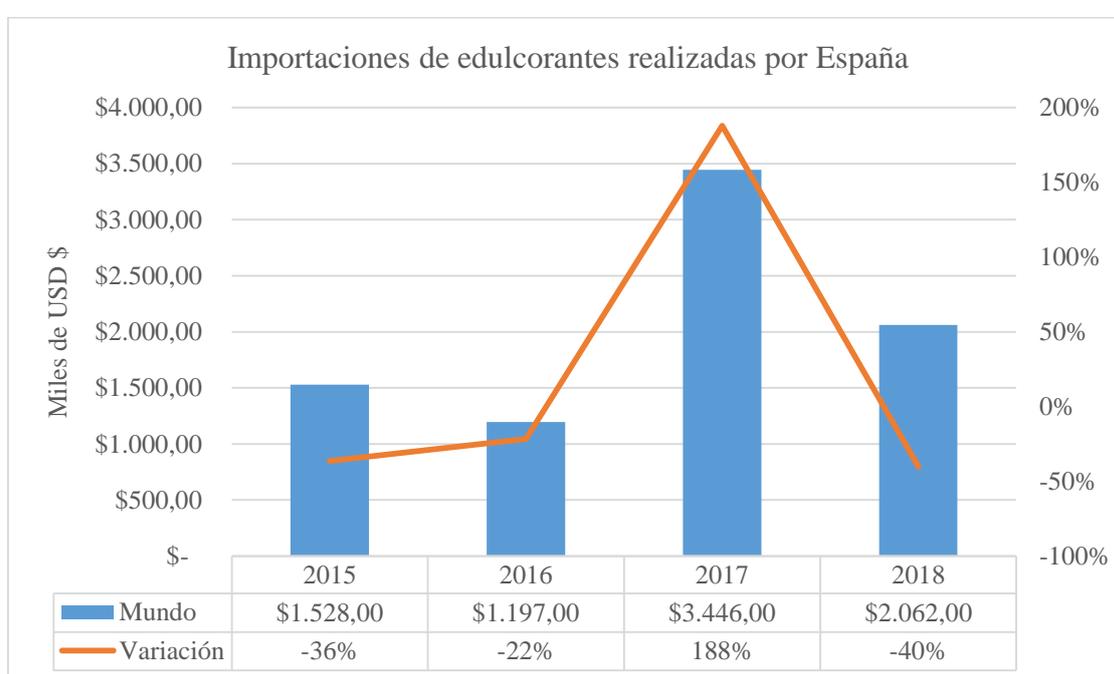


Figura 4. Importaciones de edulcorantes realizadas por España durante 2015 - 2018
Fuente: Trade Map, 2019

3.5.4.2 *Importaciones de stevia realizadas por el mercado español*

En cuanto a las importaciones de stevia, no necesariamente procesadas, sino en estado bruto o puro, se pueden observar cifras más alentadoras pues, ha sido evidente el crecimiento que se viene dando desde el año 2015, donde el nivel de importaciones de este producto fue \$ 31.2 millones de dólares; para luego ubicarse en la cifra récord de \$ 91.8 millones de dólares solo en el año 2018, lo que significó un crecimiento del triple en todos esos cuatro años, y sólo un crecimiento del 103% con relación al 2017, cuya cifra fue \$ 45.2 millones. Asimismo, en resumen, España importó \$ 50.1 millones de dólares en promedio anual, a una tasa de

crecimiento del 32% cada año, lo que significa el potencial que tiene la stevia como edulcorante alternativo en el mercado Español.

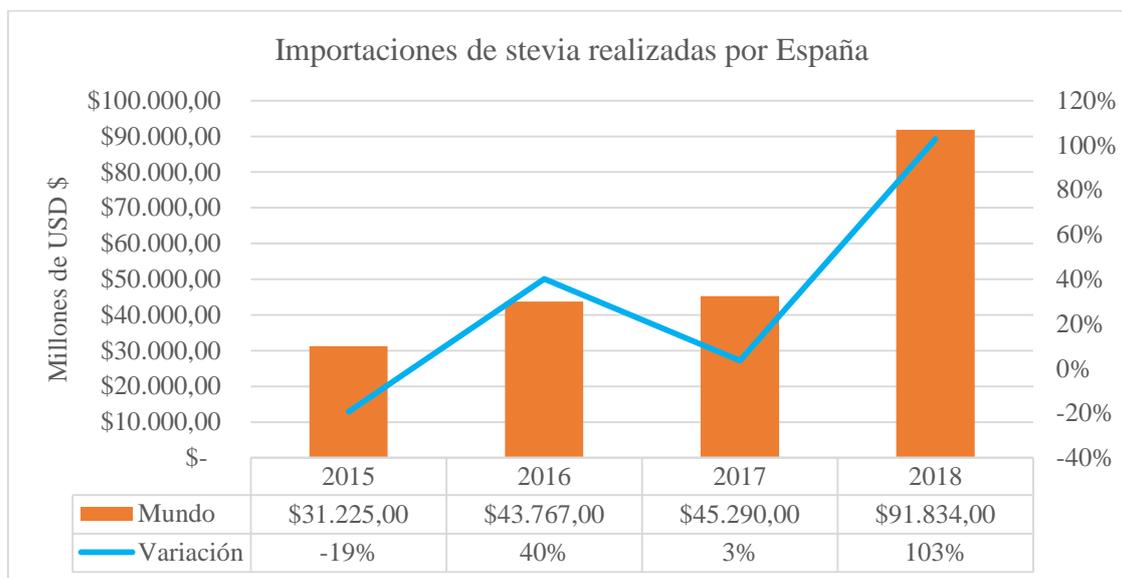


Figura 5. Importaciones de stevia realizadas por España durante 2015 - 2018
Fuente: Trade Map, 2019

3.5.4.3 País de origen de la Stevia importada por España

Al revisar las estadísticas de Trade Map se pudo notar que, tanto en la importación de edulcorantes, como en la importación de stevia, Marruecos y Portugal son los países que le venden prácticamente el 83% de todo lo que importa España; y esto no es de extrañarse ya que estos países son prácticamente vecinos y se encuentran en la península ibérica, entonces, por cercanía son sus importantes socios comerciales.

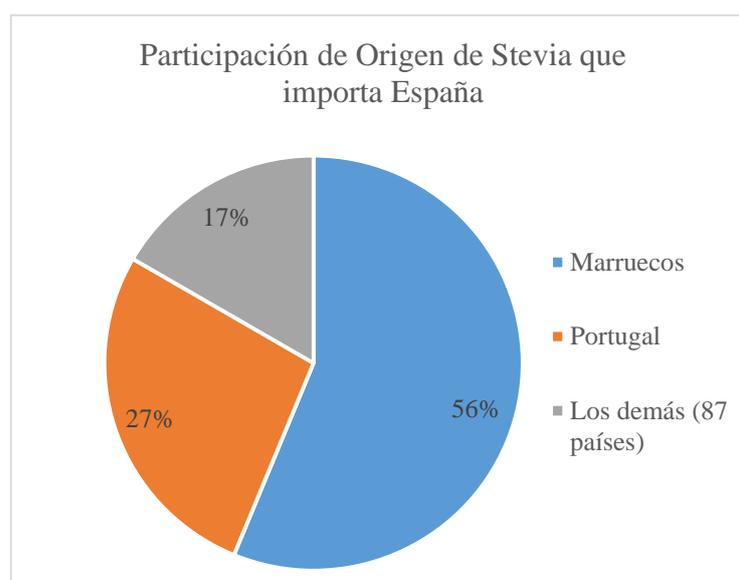


Figura 6. País de origen de la stevia que importó España durante 2015 - 2018
Fuente: Trade Map, 2019

3.5.5 Conclusión de la investigación

Al realizar esta investigación, se pudo obtener información muy valiosa por parte de los entrevistados, quienes aportaron datos de lo que debería hacer la empresa Hacienda La Finca, de la Comuna Zapotal, provincia de Santa Elena, para introducir su producto en el mercado español. Entre los aspectos más importantes estuvo la definición de la partida arancelaria que debe utilizarse para el proceso de trámite de exportación, así como los aranceles que se deben pagar y demás requisitos que deben cumplirse para ingresar al mercado español.

Sin embargo, un aspecto muy enriquecedor fue analizar las estadísticas que proporciona el ITC para analizar el comportamiento del consumidor español, dado que no se pudo viajar a España para realizar un estudio de mercado en Málaga, al menos con estos datos se puede tener una referencia de que existe potencial de exportación en este mercado, ya que las estadísticas son contundentes pues, determinan un crecimiento exponencial en los últimos cinco años (2014 – 2018) y seguramente, el 2019 también presentará cifras alentadoras, ya que en todo este período España ha importado gran cantidad de edulcorantes naturales y de stevia en estado puro, que posiblemente este comportamiento se haya mantenido en términos similares para el final de este período.

Por lo tanto, se puede concluir que España se convierte en un mercado muy atractivo para dirigir este producto, especialmente, porque Ecuador de momento no exporta mayores cantidades hacia este país, y sería una importante oportunidad para diversificar la oferta exportable nacional, abriendo nuevos mercados, y posicionándose como uno de los socios comerciales más importantes del país ibérico.

CAPÍTULO IV.

LA PROPUESTA

4.1 Título de la propuesta

“PLAN DE EXPORTACIÓN DE EDULCORANTE DE STEVIA AL MERCADO DE MALAGA ESPAÑA PARA LA HACIENDA LA FINCA, COMUNA ZAPOTAL DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA”

4.2 Generalidades de la propuesta

El presente plan de exportación de edulcorante de stevia al mercado de Málaga España hacia el mercado español, se fundamenta en la necesidad de diversificar la oferta exportable, a través del impulso de estrategias que permitan un ingreso exitoso en los mercados internacionales; para lo cual, es importante asesorar al potencial exportador, en este caso a los funcionarios de la Hacienda “La Finca” de la Comuna Zapotal, de la provincia de Santa Elena, quienes ven en este tipo de proyectos una oportunidad para expandir sus fronteras comerciales y obtener mejores beneficios económicos. Por esta razón, el presente plan de exportación se desarrollará bajo las siguientes fases:

1. ANÁLISIS DEL POTENCIAL EXPORTADOR

- Perfil general de la compañía – Hacienda La Finca
- Misión, Visión, Objetivos
- Organigrama
- Productos y servicios
- Análisis FODA

2. EL PRODUCTO

- Características del producto: ventajas y uso.
- Mercado a nivel local (Ecuador).
- Clasificación arancelaria en Ecuador y España.

3. INTELIGENCIA DE MERCADO

- Perfil de España
- Entorno comercial e indicadores económicos de España
- Identificación de oportunidades y amenazas
- Balanza Comercial entre Ecuador y España

- Acuerdos Comerciales
- Requisitos para acceder al mercado español
- Licencias
- Documentos requeridos para ingresar el producto
- Etiquetado y empaque

4. LOGÍSTICA

- Proceso de exportación
- Fase de pre embarque
- Herramienta de negociaciones internacionales
- Fase de post embarque
- Diagrama de proceso de exportación
- Base legal de la exportación: COPCI.
- Incoterm seleccionado: obligaciones de importador y exportador

5. ESTRATEGIAS DE MERCADO

- Marketing Mix (4 P)

6. PLAN FINANCIERO

- Inversión
- Financiamiento
- Presupuestos de operación
- Evaluación Financiera: Flujo de Caja
- Indicadores de Rentabilidad: TIR – VAN

4.3 Plan de Exportación

4.3.1 Análisis del Potencial Exportador

4.3.1.1 Perfil General de la compañía

Hacienda “La Finca” se encuentra ubicada en la Comuna Zapotal, de la provincia de Santa Elena, específicamente a 100 km de la ciudad de Guayaquil, cuyo recorrido en auto o en cooperativa de transporte público toma alrededor de 1 hora aproximadamente. Este sector se caracteriza por ser netamente rural y es propicio para el cultivo de diversos productos agrícolas en donde se destaca la siembra y cosecha de stevia en su estado bruto, para luego ser procesada como edulcorante. Esta hacienda realiza la producción de la stevia, para luego cumplir el

proceso de exportación mediante el puerto marítimo de Guayaquil. A continuación se presenta información general de la compañía:

- RUC: 0992909668001
- Constitución: 13 de marzo del 2015
- Obligado a llevar contabilidad: Sí.
- Actividad económica: Producción y comercialización de productos agrícolas.

4.3.1.2 Misión, Visión, Objetivos

- **Misión:** Comercializar un edulcorante de calidad a base de stevia, bajo el compromiso de satisfacer las necesidades de los cliente, a través de prácticas que impulsen una producción sostenible.
- **Visión:** Llegar a ser la empresa líder en la exportación de stevia, en términos de volumen de producción y diversificación de mercados.
- **Objetivos:**
 - Aumentar la productividad en 5% anual.
 - Ampliar los mercados dentro del plazo de 3 años.
 - Diversificar las presentaciones de la línea de edulcorantes.

4.3.1.3 Organigrama

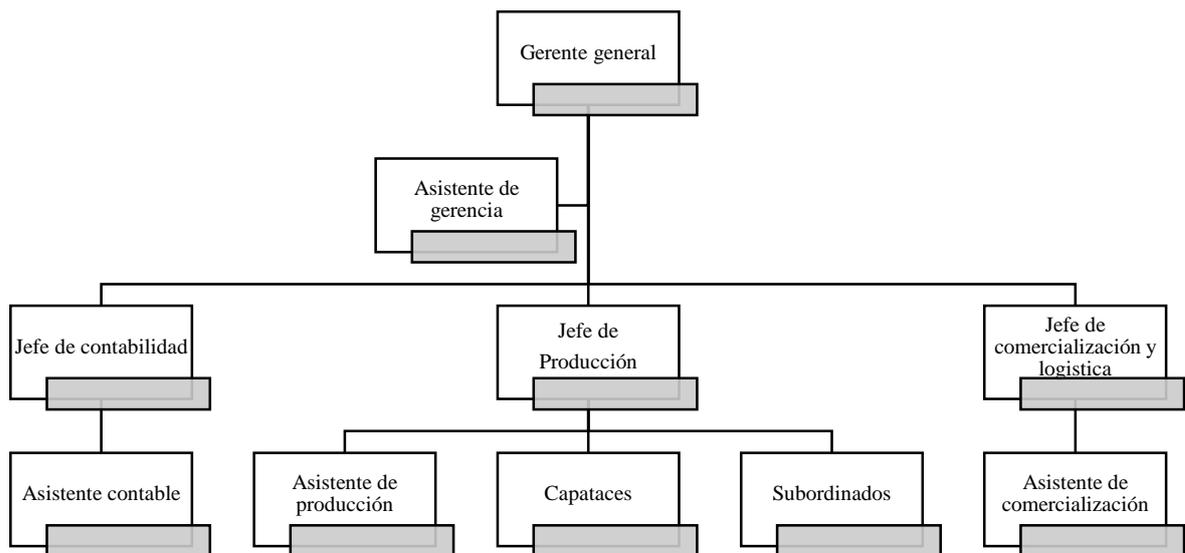


Figura 7. Organigrama institucional
Elaborado por: Lua, R. (2019)

4.3.1.4 *Productos y servicios*

La mayoría de los edulcorantes poseen presentaciones en polvo, debido a que es la forma más idónea para su distribución, por tanto, este producto será comercializado en empaques similares cuyo peso neto es de 1 kilo, y su aspecto de color blanquecino será igual que el producto que expenden empresas competidoras.

4.3.1.5 *Análisis FODA*

<i>Fortalezas</i> <ul style="list-style-type: none">• <i>Producto innovador</i>• <i>No posee calorías</i>• <i>Contribución al medio ambiente</i>• <i>Sostenibilidad de los procesos productivos</i>	<i>Oportunidades</i> <ul style="list-style-type: none">• <i>Apoyo a emprendimientos para impulsar exportaciones</i>• <i>Facilidades para créditos</i>• <i>Fomento de cultura fitness (saludable) en países europeos</i>
<i>Debilidades</i> <ul style="list-style-type: none">• <i>No tiene posicionamiento en el mercado</i>• <i>La proyección de la marca es débil</i>• <i>Requisitos exigentes para procesos de calidad</i>• <i>Mercado español muy poco explorado</i>	<i>Amenazas</i> <ul style="list-style-type: none">• <i>Aparición de productos competidores</i>• <i>El poder de negociación de los clientes es alto.</i>• <i>Fuerte temporal que afecte los cultivos de stevia</i>

Figura 8. Análisis FODA
Elaborado por: Lua, R. (2019)

4.3.2 **El producto**

4.3.2.1 *Características del producto: ventajas y uso.*

Para efectos de este proyecto se explotarán las características del edulcorante de la stevia, a fin de desarrollar ventajas competitivas que hagan mayor énfasis en el tema de la salud, ya que los beneficios de esta planta son:

- No tiene calorías, por tanto hace que el organismo almacene menor cantidad de grasas y minimice la ansiedad por ingerir alimentos descontroladamente.
- Es un hipotensor que permite disminuir la presión arterial, en caso de que esta se eleve demasiado.
- Estudios científicos indican que la stevia es bactericida debido a que posee un sistema que protege al organismo contra estreptococos y hongos.

- No provocan caries en los dientes, debido a su acción bactericida y antimicrobiana.
- Favorece la digestión y la función gastrointestinal, aliviando molestias de carácter estomacal (D' Stevia, 2010).

4.3.2.2 Estadísticas de comercialización de Stevia

La stevia es un edulcorante natural que poco a poco ha empezado a posicionarse en el mundo, debido a sus propiedades naturales, y principalmente porque es un endulzante que no tiene calorías y puede ser consumido por personas que padecen de diabetes. Es así como la exportación de stevia ecuatoriana durante el período 2014 – 2018 ha tenido un crecimiento bastante importante, en donde prácticamente se cuadruplicó la cifra. Para el año 2014 el país exportó alrededor de \$ 498 mil dólares en valores FOB, mientras que hasta el año 2018 esta cifra cerró en \$ 2 millones de dólares, lo que refleja una tendencia a la alza.



Figura 9. Exportaciones de stevia ecuatoriana al mundo
Fuente: Trade Map, 2019

En cuanto a los principales destinos de exportación de la stevia ecuatoriana durante el período 2014 – 2018, se puede notar que solo entre Brasil y China se comercializó el 95% de la producción de stevia, mientras que el 5% restante se dividió en otros países como: México, República Checa, Estados Unidos y España. Por lo que se establece la necesidad de diversificar la oferta exportable de la stevia hacia otros países donde el producto pueda tener gran acogida.

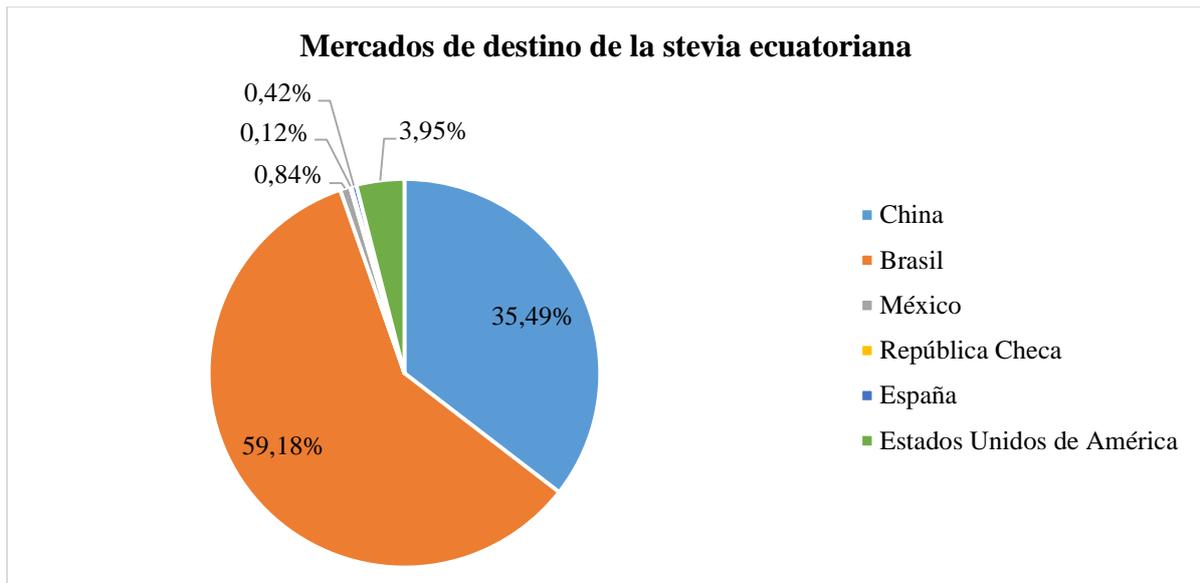


Figura 10. Mercados de destino de la stevia ecuatoriana
Fuente: Trade Map, 2019

4.3.2.3 Clasificación arancelaria en Ecuador y España.

En cuanto a la clasificación arancelaria del edulcorante de stevia para ser exportado a España, se determina que la subpartida encajaría en la codificación 121292 que hace referencia a edulcorantes frescos, secos, molidos o no. En este caso, el producto ingresaría con 0% de arancel, lo que sería positivo para que no se afecte al precio de venta al público en el mercado español.

Corresponding HS6 codes in the importing country revision

Tariffs applied by Spain in 2019(ITC)

Product: 121292 - Sugar cane, fresh, chilled, frozen or dried, whether or not ground
Nomenclature: HS17
Partner: Ecuador

Product code	Product description	No. of corresponding national tariff lines	Total ad valorem equivalent tariff	Level of protection
121292	Sugar cane, fresh, chilled, frozen or dried, whether or not ground	1	0%	
121293	Sugar cane, fresh, chilled, frozen or dried, whether or not ground	1	1.78%	
121294	Chicory roots, fresh, chilled, frozen or dried, whether or not ground	1	0%	
121299	Vegetable products nes used primarily for human consumption	4	0%	

Page size: 25 4 items in 1 pages

Figura 11. Partida Arancelaria de la Stevia
Fuente: Trade Map, 2019

4.3.3 Inteligencia de Mercado

4.3.3.1 Perfil de España

- **Superficie**

España es un país europeo que tiene una superficie de 505.000 km², la cual forma parte de la Península Ibérica, en su mayoría. Entre las principales ciudades se puede mencionar: Madrid, Barcelona, Málaga, Alicante y Sevilla; siendo las dos primeras las que más sobresalen en el contexto del comercio exterior.

- **Población**

España tiene un total de 46.8 millones de habitantes, ocupando la posición 27 a España. Ocupando el número 27, de los países con mayor población a nivel mundial.

- **Moneda**

La moneda oficial de España es el Euro, que en la conversión de Dólares a Euros, equivale a 0.88 euros por cada dólar de los Estados Unidos.

- **PIB nominal y per cápita**

Durante el segundo trimestre del 2019, el producto interno bruto (PIB) español creció 0.5% con relación al primer trimestre del mismo año. Durante el año 2018, la variación interanual del PIB fue 2.3%, alcanzando un valor nominal de 311,139 millones de euros, lo que ubica a este país como la duodécima economía en el ranking mundial. Asimismo, en cuanto al PIB per cápita trimestral del 2019 se ubica al momento en 6,629€ euros, 185 euros mayor que el del mismo trimestre del año anterior, que fue de 6,444€ euros.

4.3.3.2 Comercio bilateral entre Ecuador y España

Durante el período 2014 – 2019 el país ha exportado hacia España, un promedio de \$ 500 millones de dólares en productos no petroleros, mientras que Ecuador importó del país europeo un total de \$ 400 millones, lo que ha dejado un saldo positivo o superávit de \$ 100 millones en promedio cada año, lo que de a poco se empieza a ver favorecido por el nuevo acuerdo comercial que Ecuador suscribió con la Unión Europea hace un par de años atrás, y que refleja el dinamismo de un comercio bilateral favorable para ambas naciones (Pro Ecuador, 2019).

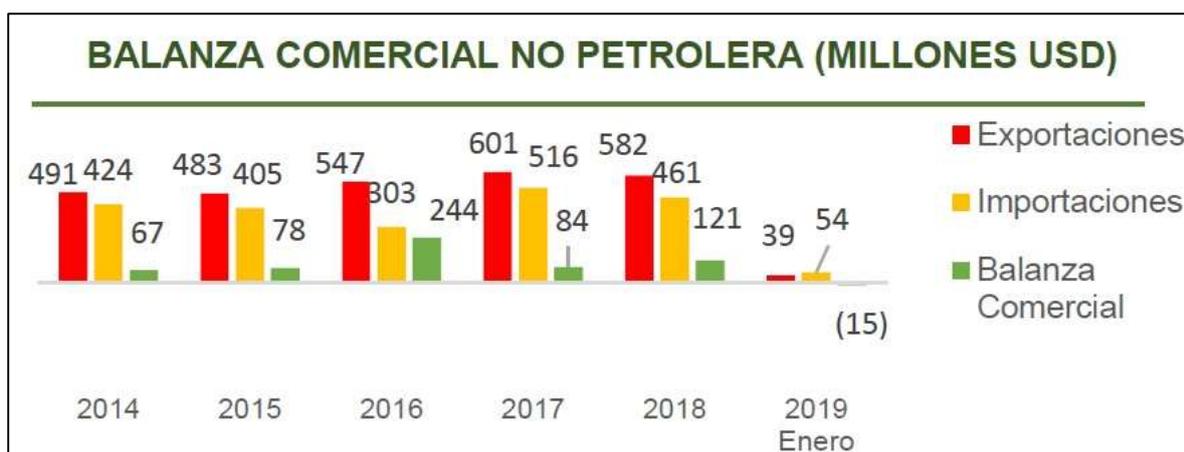


Figura 12. Balanza comercial no petrolera entre Ecuador y España, período 2014 – 2019
Fuente: Pro Ecuador, 2019

Entre los productos ecuatorianos que se exporta en mayor cantidad hacia el mercado español, se puede determinar que los camarones, los lomos precocidos de atún, los langostinos y las rosas, son los preferidos por el país europeo, los mismos que ingresan con 0% de arancel.

**PRODUCTOS EXPORTADOS ECUADOR – ESPAÑA
(MILES USD)**

DESCRIPCIÓN	2018 ENE	2019 ENE	ARANCEL 2018
Listados en aceite	2,645	7,282	0%
Lomos precocidos de listados	3,066	5,942	0%
Demás camarones, langostinos y demás decápodos congelados ncop	13,204	4,493	0%
Los demás langostinos (género de las familia penaeidae) congelados	1,654	2,215	0%
Rosas frescas cortadas	1,769	1,712	0%

Figura 13. Principales productos ecuatorianos exportados a España
Fuente: Pro Ecuador, 2019

Asimismo, en el ámbito de la Inversión Extranjera Directa (IED) que ha recibido Ecuador desde España, se ha podido apreciar un incremento del 70% durante el período 2016-2018, en donde la IED pasó de \$ 102 millones a incrementarse en \$ 173 millones; siendo los sectores de: agricultura, comercio, construcción, explotación de minas y canteras, servicios prestados, y telecomunicaciones, los que mayor participación han tenido en los últimos tres años (Pro Ecuador, 2019).

FLUJO DE IED DE ESPAÑA EN ECUADOR POR SECTORES (MILES USD)			
SECTORES	2016	2017	2018
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	11,317	26,989	29,594
Comercio	-730	12,514	1,012
Construcción	740	-905	-40
Electricidad, gas y agua	403	1,698	-3,765
Explotación de minas y canteras	58,116	53,651	84,123
Industria manufacturera	-9,973	-12,768	33,618
Servicios comunales, sociales y personales	-15	443	22
Servicios prestados a las empresas	10,857	-1,070	23,945
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	31,589	-438	5,135
Total general	102,303	80,114	173,643

Figura 14. Flujo de inversión extranjera directa de España en Ecuador
Fuente: Pro Ecuador, 2019

4.3.4 Logística

4.3.4.1 Normativa de Servicio Ecuatoriano de Normalización-INEN

Etiquetado



Figura 15. Identificador del Servicio Ecuatoriano de Normalización- INEN
Fuente: INEN (2014)

De conformidad con la normativa INEN (2014) todo alimento envasado, empaquetado o procesado debe tener un rótulo que sea confiable al 100%, y no incluya información engañosa, errónea o subjetiva, y como tal sea objeto de confusión por los consumidores. Tampoco debe tener características que den a entender que se trata de un producto medicinal, curativo o terapéutico. Por esta razón, los campos obligatorios que debe cumplir la etiqueta del edulcorante de stevia son los siguientes:

- **Nombre del alimento:** el rótulo debe indicar con claridad el origen del alimento, a fin de evitar algún tipo de confusión, en caso de haber nombres similares para el mismo alimento. Es aceptable el uso de nombres de fantasía, siempre y cuando se detallen todos los componentes. En la cara frontal se debe colocar el nombre del producto, así como todo tipo de palabras que se requieran para evitar confusiones, determinando si el producto pasó por algún proceso técnico especial como: concentrado, ahumado, reconstituido o deshidratado (INEN, 2014).
- **Lista de ingredientes:** los ingredientes que componen el producto deben contar con su definición respectiva, salvo en casos que esté conformado por un ingrediente especial, ya que estos deben colocarse en una lista en forma descendente, según el porcentaje de participación que tenga con el producto. Por ejemplo, para casos donde un ingrediente presente cantidades inferiores al 5%, no es necesario que sea declarado, a excepción de ciertos aditivos que posean una función tecnológica. Asimismo, no es necesario que se señalen aquellos ingredientes que se hayan evaporado durante el proceso de producción final (INEN, 2014).

El detalle de los ingredientes que posee el producto a comercializarse debe exponerse de la siguiente forma:

- En la sección donde se ubica la lista de los componentes del producto, debe constar un encabezado que lleve la palabra “Ingredientes”.
- Todos los ingredientes deben ser aclarados de forma descendente en cuanto a las porciones que lo conforman.
- Si un producto está compuesto por 2 o más ingredientes, debe aclararse tanto en descripción como en la porción que tiene dentro del producto.
- Los ingredientes que tengan una participación menor al 5% del alimento, no necesitan ser declarados.

Bajo este contexto, el edulcorante a ser comercializado debe cumplir con las siguientes características:

1. Nombre del producto.
2. Marca Comercial.
3. Información de la compañía que lo elabora.
4. Contenido Neto.

5. Instrucciones para su uso.
6. Información nutricional.
7. Ingredientes que lo componen.
8. Debe contener el nombre del producto.
9. Precio de venta al público (PVP).
10. Indicaciones de seguridad.
11. Fecha de elaboración y vencimiento.
12. Sugerencias de las condiciones de almacenamiento del producto.
13. Número de lote de fabricación.
14. País de origen.

4.3.4.2 *ISO 6346 Norma internacional de transporte de contenedores de carga– codificación, identificación y marcado*

Esta norma se hace efectiva mediante un código que posee el contenedor que se utilizará como medio de transporte, utilizando números o letras según sea el caso, presentando de forma clara el número de serie del contenedor, el código de país, el propietario y las dimensiones del contenedor.

4.3.4.3 *Sistemas de identificación*

Dentro de los sistemas de identificación es importante que el contenedor disponga de los siguientes aspectos:

- **Código del propietario:** emplea tres letras mayúsculas, que son únicas y deben estar avaladas por los registros de la Oficina Internacional de Contenedores (BIC), siendo el paso más importante.
- **Identificador de la categoría de equipo:** en este caso se utiliza una letra mayúscula que varía según el tipo de carga que lleve el contenedor. Por ejemplo, la letra “U” se asigna para aquellos contenedores que transportan mercancías, “J” para equipos móviles, “Z” para remolques y bastidores y “R” para contenedores frigoríficos. El código se conforma de los siguientes elementos:
 - **Número de serie:** Seis cifras
 - **Cifra de autocontrol:** Una cifra, la cual verifica la exactitud del código de propietario y el número de serie.

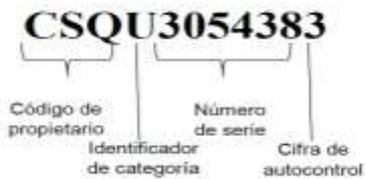


Figura 16. Sistema de identificación
Elaborado por: Lua, R. (2019)

4.3.4.4 ISO 1496 – 1: 2013 Contenedores de carga general para mercancías

En este apartado se exponen las características esenciales que deben tener los contenedores que serán empleados, conforme a la demanda del mercado objetivo.

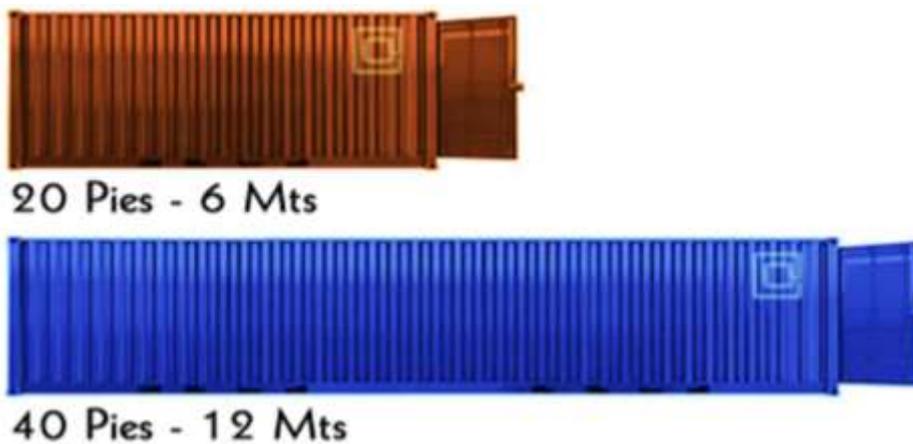


Figura 17. Contenedores
Elaborado por: Lua, R. (2019)

Los contenedores de carga presentan las siguientes medidas internas:

Contenedor Convencional de 20 Pies			Contenedor Convencional de 40 Pies		
Tara	2.300 Kg.		Tara	3.750 Kg.	
Carga Máx.	28.180 Kg.		Carga Máx.	28.750 Kg.	
Máx. Peso bruto	30.480 Kg.		Máx. Peso bruto	32.500 Kg.	
Medidas internas		Apertura Puerta	Medidas internas		Apertura Puerta
Largo	5.895 mm		Largo	12.032 mm	
Ancho	2.352 mm	2.340 mm	Ancho	2.352 mm	2.340 mm
Altura	2.393 mm	2.280 mm	Altura	2.393 mm	2.280 mm
Capacidad cúbica			Capacidad cúbica		
33,2 m ³			67.7 m ³		
DIMENSIONES INTERNAS CONTENEDOR CONVENCIONAL DE 20 PIES PARA CARGA SECA			DIMENSIONES INTERNAS CONTENEDOR CONVENCIONAL DE 40 PIES PARA CARGA SECA		

Figura 18. Dimensiones de contenedores
Elaborado por: Lua, R. (2019)

4.3.4.5 Documentación requerida para la salida del producto desde Ecuador

Para la stevia pueda salir del mercado ecuatoriano, la empresa debe cumplir con la siguiente documentación:

- Factura Comercial, emitido por el vendedor.
- Lista de empaque, donde se detalla el contenido de la mercadería a ser exportada.
- Conocimiento de embarque, emitido por la empresa de transporte.
- La Declaración Aduanera de Exportación, emitido por el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador – SENA, y el mismo que permite el cierre y liquidación del proceso de exportación.

4.3.4.6 Documentación requerida para la entrada del producto a España

Con el propósito garantizar una entrada exitosa de la estevia al mercado español, debe cumplir la siguiente documentación:

- Factura pro forma, que constituye un documento provisional que emite el exportador para que el importador posea la información completo de los elementos que integran la transacción.
- Factura comercial, siendo el documento más importante de la exportación, puede faltar la siguiente información: número de serie, fecha de expedición, razón social del exportador, domicilio, número de identificación fiscal, tipo de impuesto que está aplicado, fecha en la que se efectuó la operación.
- Lista de contenido o lista de bulto, de empaque o packing list.
- Factura aduanera, documento que es exigido por el gobierno español y que sirve como base una factura comercial debidamente legalizada por el consulado español.
- Certificado de origen.
- Cuadernos ATA y CPD: el cuaderno ATA es un documento de Admisión Temporal de mercancías que válido en países que son miembros de la cadena ATA. Este certificado permite que un producto sea expuesto en ferias y exposiciones, así como muestras comerciales.
- Documentos de transporte marítimo, emitido por la naviera o su agente, donde se deja la constancia del recibido de la mercancía que será transportada hasta el puerto de referencia correspondiente.

- Seguro de transporte emitido por la compañía aseguradora para acreditar la cobertura de riesgos inmersos en el transporte de las mercancías.
- Legalización de los documentos o Apostilla de La Haya, consiste en colocar sobre un documento público, una apostilla o anotación que certifica la firma de los documentos expendidos en un país firmante del XII Convenio de La Haya (Instituto de Comercio Exterior de España, 2017).

4.3.5 Registro Sanitario – Ecuador

Para obtener la inscripción del Registro Sanitario por producto para alimentos procesados nacionales, el interesado ingresará el formulario de solicitud (129-AL-002-REQ-01) a través de la Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE). Según la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (2014) se debe adjuntar al formulario de solicitud los requisitos descritos a continuación en formato digital: Declaración que el producto cumple con la Norma Técnica Nacional respectiva: se debe adjuntar un documento en el que declare el cumplimiento de la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN que aplica al producto, en el cual debe constar el nombre y firma del responsable técnico y el nombre del producto a registrar tal como consta en el formulario de solicitud. Para realizar la consulta sobre las Normas Técnicas Ecuatorianas NTE INEN que aplican a su producto puede ingresar en la página web del Servicio Ecuatoriano de Normalización: <http://apps.inen.gob.ec/descarga/>

De no existir una Norma Técnica Ecuatoriana, se presentará la declaración basada en normativa internacional (por ejemplo: CODEX Alimentarius, Código de Regulaciones de la Administración de Drogas y Alimentos de los Estados Unidos (FDA), la Unión Europea u otros códigos reconocidos Internacionalmente (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2014). Puede realizar la consulta de normas relacionadas en la página web del CODEX Alimentarius ingresando a la siguiente página:

<http://www.codexalimentarius.org/normas-oficiales/es/>

En caso de no existir Normativa Técnica Específica nacional o internacional para un alimento procesado, el fabricante del producto establecerá las especificaciones de calidad e inocuidad, las mismas que serán validadas por el propio fabricante. (En este caso el protocolo y los resultados de dicha validación serán evaluados por ARCSA durante el proceso de control post registro) (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2014).

Descripción general del proceso de elaboración del producto: se debe adjuntar un documento en el cual conste el nombre del producto, con una descripción de todas las etapas del proceso de fabricación del producto y debe estar suscrito con nombre y firma del responsable técnico (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2014). Debe declarar, en los casos que aplique, el proceso de conservación: ej. Esterilización, pasteurización, escaldado, refrigeración, congelación, irradiación, etc.

La información declarada en la tabla nutricional y sistema gráfico de la etiqueta deberá estar sustentada en las especificaciones químicas, físico químicas, realizados al producto por parte de un laboratorio acreditado por SAE (Servicio de Acreditación Ecuatoriano) (Asamblea Nacional, 2011). Declaración del tiempo de vida útil del producto: se debe adjuntar un documento en el cual se especifique el tiempo de vida útil del producto indicando las condiciones de conservación y almacenamiento de este con nombre y firma del responsable técnico (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2014).

Especificaciones físicas y químicas del material del envase: se aceptará el documento emitido por el fabricante o distribuidor del envase dirigido al fabricante del alimento, en el mismo debe constar la naturaleza del material de envase/tapa e información que evidencie que es apto para su uso en contacto con alimentos para consumo humano. El documento debe estar suscrito con nombre y firma del responsable de calidad o responsable técnico de la fabricación o distribución del material de envase (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2014).

Descripción del código del lote: debe adjuntar un documento en el cual conste el nombre del producto con la descripción del código de lote que el fabricante esté utilizando para identificar su producción, en el cual conste la descripción o interpretación de dicho código que permita establecer trazabilidad en el producto. En el documento debe estar suscrito con nombre y firma del responsable técnico (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2014).

4.3.6 Etiquetado y empaque

Finalmente, para que el producto ingrese tanto al mercado español, como a otros mercados de la Unión Europea, el exportador debe cumplir con los requerimientos de marca y etiquetado de los productos y envases, dejando constancia de los siguientes aspectos:

- Nombre de la compañía exportadora.

- Nombre del producto a exportar.
- Información de la carga.
- Normas de seguridad.
- Números de contacto.
- Fecha en la que se realizó el envío.
- Nombre de la persona o compañía que importa.

En la caja de cartón del producto se colocará la marca de la empresa, para dejar constancia que pertenece a la compañía “Hacienda La Finca – Ecuador”.

4.3.6.1 Descripción del producto

Para la comercialización del producto se utilizarán empaques de plástico, cuya capacidad será de 500 gramos del edulcorante de stevia, y donde se encontrará el etiquetado del producto, con la descripción respectiva de sus ingredientes, marca de la Hacienda La Finca, peso y toda la descripción previamente establecida. Vale destacar que la información nutricional llevará la leyenda que indique: 0% en calorías, 0% en grasa total y 0% en carbohidratos y proteínas, ya que su ingrediente esencial es hoja de stevia verde.



Figura 19. Presentación del producto
Elaborado por: Lua, R. (2019)

4.3.6.2 Otras barreras no arancelarias

No hay barreras arancelarias en el mercado español para la entrada de edulcorantes de stevia originarios de Ecuador.

4.3.6.3 Fase de preembarque

La compañía tiene RUC, donde se detalla la actividad de exportación de edulcorantes de stevia, y para lo cual debe en el sistema Ecuapass debe consignar la siguiente información:

- Efectuar el registro
- Crear un usuario y la contraseña
- Llenar los datos solicitados sobre la empresa

En la exportación del suplemento se da paso a la transmisión vía electrónica de la DAE, accediendo al sistema ECUAPASS. También dicho documento puede tener un soporte que es la factura comercial o la proforma, además de otro tipo de documentación que sea requerida por la SENAE antes del proceso de embarque de la carga para su transporte. Mientras que los documentos digitales que se deben adjuntar a la Declaración aduanera son:

- Las autorizaciones previas
- La factura comercial
- Lista del empaque

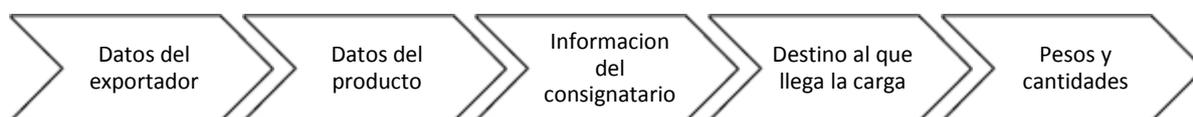


Figura 20. Datos de la Declaración aduanera
Fuente: (PROECUADOR, 2017)

4.3.6.4 Apertura de la exportación

Para la apertura del mercado, es necesaria la cotización de exportación, siendo el documento clave en este aspecto, el cual debe contar con la siguiente información:

- Información general del producto
- Peso del producto
- Precio
- Procedencia
- Características
- Código de acuerdo al ítem

El exportador debe detallar las condiciones de pago por el producto adquirido, las cuales son las siguientes:

- Fecha
- Modalidad de pago
- Tipo de cambio

Finalmente, en el documento mencionado previamente, es importante que se defina la fecha y hora de entrega del producto, así como los puntos que se muestran a continuación:

- Buque
- Tipo de contenedor
- Puerto de destino.

4.3.7 Términos de negociación

Para exportar exitosamente el edulcorante de stevia a la ciudad de Málaga, España se cree pertinente que la negociación más idónea sea a través del incoterm FOB (free on board). A continuación se describen las responsabilidades que tienen tanto importador como exportador:

Obligaciones del exportador

- Asumir los costos logísticos: flete de transporte terrestre y otros rubros implícitos hasta que la mercadería esté a bordo de la embarcación como: desaduanización de la carga, manejos en el puerto y carga, y demás.
- Efectuar el despacho de la exportación mediante un agente aduanero.

Obligaciones del importador

- Contratar un buque y pagar el flete marítimo que transportará el contenedor hasta el puerto de destino.
- Contratar y pagar el seguro que asuma los riesgos por pérdida o daño de bienes. Aunque hasta este punto, no es necesariamente una obligación, ya queda a disposición del que importa.
- Efectuar toda la documentación y trámites requeridos para la importación hasta su país de destino (España).

4.4 Análisis Financiero

Una vez que se ha hecho el análisis de los aspectos más relevantes que involucra el plan de exportación, es necesario la realización de un plan financiero en donde se determinen aspectos claves como: inversión inicial, fuentes de financiamiento, proyección de ventas, y la viabilidad del proyecto, a través del análisis de indicadores como: TIR y VAN, a fin de determinar en qué tiempo el proyecto recuperaría la inversión, y en qué condiciones es conveniente o no invertir

en este proyecto de exportación de un edulcorante de stevia de hacienda La Finca hacia el mercado español de Málaga.

4.4.1 Inversión inicial

Partiendo del rubro de la inversión inicial, los activos fijos o no corrientes constituyen un monto de \$ 72,850 debido a que implicarían la construcción de un galpón de 200 m2 que se convertiría en el centro de distribución del producto. Además, también se cuenta con la adquisición de una cámara de frío para garantizar una conservación idónea del producto, la compra de un camión para el reparto del producto desde la hacienda hasta el puerto marítimo de Guayaquil; y demás equipos de computación y muebles de oficina.

Tabla 4. *Inversión en activos fijos*

Detalle	Valor USD			
Galpón para Centro de distribución	\$	30,000.00	1	\$ 30,000.00
Cámara de frío	\$	10,000.00	1	\$ 10,000.00
Perchas para almacenamiento	\$	5,000.00	1	\$ 5,000.00
Camión	\$	25,000.00	1	\$ 25,000.00
Computadoras	\$	450.00	3	\$ 1,350.00
Escritorios y sillas	\$	500.00	3	\$ 1,500.00
Total				\$ 72,850.00

Elaborado por: Lua, R. (2019)

En lo que respecta a los gastos de pre-operación este se compone de rubros como: constitución de la compañía, permisos de funcionamiento, capacitaciones publicidad y seguros prepagados, así como un rubro para gastos varios o imprevistos, lo que totalizaría \$ 3,500.00

Tabla 5. *Inversión en gastos de pre-operación*

Detalle	Valor
Constitución de la compañía	\$ 500.00
Permisos de funcionamiento	\$ 300.00
Capacitación a personal operativo	\$ 1,000.00
Seguros pagados por anticipado	\$ 1,000.00
Publicidad inicial	\$ 500.00
Gastos varios	\$ 200.00
Total	\$ 3,500.00

Elaborado por: Lua, R. (2019)

Luego, es necesario determinar el tiempo que demora el ciclo de efectivo de la compañía para estimar el capital de trabajo que se requiere para solventar sus pagos de corto plazo. En este caso, el ciclo de efectivo (CE) se determina por la siguiente fórmula:

$$CE = \text{días de inventario} + \text{días de cobro} - \text{días de pago}$$

En este caso, el inventario de exportación se estima en una rotación de 40 días como máximo, luego son 45 días de crédito que se da al intermediario en España para que pueda pagar la mercadería que recibe, y son 30 días que otorgan los proveedores de Hacienda La Finca para recibir su pago, entonces haciendo la fórmula hay un desfase de 55 días que es lo que se necesita de capital de trabajo para cubrir las operaciones de corto plazo y así, estar al día con dichas obligaciones:

Tabla 6. *Tiempo estimado del ciclo de efectivo*

Detalle	Valor
Días de inventario	40
Días de cobro	45
Días de pago	30
Ciclo de efectivo	55

Elaborado por: Lua, R. (2019)

Bajo este contexto, el capital de trabajo o la inversión en activos corrientes, determinó que el ciclo de efectivo que requiere el negocio para cubrir sus obligaciones de corto plazo es equivalente a 55 días, por lo que el capital de trabajo representaría un total de \$ 42,117.13; por tanto, este es el dinero que la compañía necesita para poner en marcha sus operaciones. En este caso, los costos variables totales se definen por abarcar el costo de producción del edulcorante de la stevia; mientras que los costos fijos corresponden al total de costos administrativos, logística y ventas, dando como resultado un costo total anual de \$ 275,675.75 que al dividirlo por 360 días, representa un valor diario promedio de \$ 765.77 que al multiplicarse por los 55 días del ciclo de efectivo da como resultado el capital de trabajo.

Tabla 7. *Inversión en capital de trabajo*

Detalle	Valor
Costos variables totales	101,080
Costos fijos	174,596
Total anual	\$ 275,675.75
Promedio diario	\$ 765.77
Capital de Trabajo	\$ 42,117.13

Elaborado por: Lua, R(2019)

Consolidando los tres tipos de inversión previamente descritos, se puede determinar que la inversión total corresponde a \$ 118,467.13 en donde la inversión activos fijos para la adquisición de la propiedad, planta y equipo representa el 61.49%, y abarca la mayor parte del total. Mientras que el 38.51% se desagrega entre gastos de pre-operación y capital de trabajo.

Tabla 8. *Inversión total*

ESTRUCTURA DE CAPITAL	VALOR	% PART.
INVERSIÓN EN PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	\$ 72,850.00	61.49%
GASTOS DE PRE-OPERACIÓN	\$ 3,500.00	2.95%
INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO	\$ 42,117.13	35.55%
TOTAL	\$ 118,467.13	100%

Elaborado por: Lua, R. (2019)

4.4.2 Financiamiento de la inversión

Para el financiamiento de la inversión inicial se hizo un escenario en donde Hacienda La Fincha aportaría \$ 70,000.00, lo que representaría el 59% de la inversión; mientras que la diferencia se haría mediante un préstamo bancario a la entidad BANECUADOR, que otorgaría el préstamo a una tasa del 11.57%, a un plazo de cinco años y con cuotas mensuales fijas de \$ 1,067.62 calculadas bajo el método francés, tal como se observa en las tablas 9 y 10.

Tabla 9. *Fuentes de financiamiento*

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	VALOR	% PART.
FONDOS PROPIOS	\$ 70,000.00	59.09%
PRÉSTAMO BANCARIO	\$ 48,467.13	40.91%
TOTAL	\$ 118,467.13	100%

Elaborado por: Lua, R. (2019)

Tabla 10. *Condiciones del financiamiento*

INSTITUCION FINANCIERA: BANECUADOR	
MONTO:	\$ 48,467.13
TASA:	11.57%
PLAZO:	5
FRECUENCIA PAGO:	12
CUOTA MENSUAL:	\$ 1,067.62

Elaborado por: Lua, R. (2019)

La tabla de amortización resumida en años permite evidenciar que, del total del capital prestado, es decir \$ 48,467.13, se estaría pagando un total de \$ 15,590.22 por concepto de intereses, lo que hace que el pago final sea \$ 64,057.35. Es decir, se convierte en un costo de capital que más adelante debe ser considerado para el cálculo de la rentabilidad del proyecto.

Tabla 11. *Tabla de amortización del préstamo*

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	PAGO
1	\$ 7,598.38	\$ 5,213.09	\$ 12,811.47
2	\$ 8,525.67	\$ 4,285.80	\$ 12,811.47
3	\$ 9,566.12	\$ 3,245.35	\$ 12,811.47
4	\$ 10,733.54	\$ 2,077.93	\$ 12,811.47
5	\$ 12,043.42	\$ 768.05	\$ 12,811.47
60	\$ 48,467.13	\$ 15,590.22	\$ 64,057.35

Elaborado por: Lua, R. (2019)

4.4.3 Presupuestos de operación

En lo que corresponde a los presupuestos de operación, estos se desagregan en pago de sueldos y beneficios sociales del personal nuevo que se encargaría para la exportación del edulcorante de stevia, así como todos los gastos relacionados con la administración, logística y producción. En este apartado también se incluyen los rubros de ingresos por exportación que generaría la actividad. A continuación se presenta el destalle de estos rubros. En el caso de los sueldos y beneficios sociales, se puede notar que para un total de 9 trabajadores, la compañía terminaría desembolsando una cifra mensual de \$ 7,907.98.

Tabla 12. *Gastos de sueldos y beneficios sociales*

CARGO	Cantidad	Sueldo Base	Mensual	Sueldo y Beneficios
Jefe de Operaciones	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,845.33
Analista de Calidad	1	\$ 900.00	\$ 900.00	\$ 1,120.33
Asistente de Compras (Exportaciones)	3	\$ 600.00	\$ 1,800.00	\$ 2,273.49
Asistente de Operaciones - Logística	2	\$ 600.00	\$ 1,200.00	\$ 1,515.66
Chofer	1	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 637.00
Guardia	1	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 516.17
Subtotal	9	\$ 4,500.00	\$ 6,300.00	\$ 7,907.98

Elaborado por: Lua, R. (2019)

Por otra parte, también se ha hecho un cálculo de la cantidad de producción que podría tener Hacienda La Finca, con el propósito de garantizar la exportación del edulcorante de stevia. En este caso, los costos de producción se definen por cinco procesos: análisis de suelo, fertilización y fumigación, labores culturales, control fitosanitario y cosecha, donde el costo por hectárea da como resultado \$ 6,220.00 que, al multiplicarlo por 7 hectáreas que se destinan para la producción del edulcorante, da como resultado un total de \$ 43,540 por ciclo; de esta manera, al haber dos ciclos de cosecha por año, se obtiene un total anual de \$ 87,080.00 que representaría la obtención de la materia prima (stevia para su procesamiento), incluyendo ya la mano de obra (labores culturales) y costos indirectos (fertilizantes, fumigación y controles fitosanitarios), quedando pendiente el procesamiento en edulcorante y empaque.

Tabla 13. *Estimación de la producción por hectárea de stevia*

Descripción	Costo / Ha.	No. Ha	Total	Cosechas por año	Total Anual
1. Análisis de Suelo	\$ 150.00	7	\$ 1,050.00	2	\$ 2,100.00
2. Fertilización y Fumigación	\$ 4,000.00	7	\$ 28,000.00	2	\$ 56,000.00
3. Labores culturales (poda y riego)	\$ 750.00	7	\$ 5,250.00	2	\$ 10,500.00
4. Control fitosanitario	\$ 500.00	7	\$ 3,500.00	2	\$ 7,000.00
5. Cosecha	\$ 820.00	7	\$ 5,740.00	2	\$ 11,480.00
Subtotal Hectáreas	\$ 6,220.00	7	\$ 43,540.00	2	\$ 87,080.00

Elaborado por: Lua, R. (2019)

Una vez que ya se calculó el costo de las 7 hectáreas y 2 ciclos de producción de la stevia, se procede a analizar el rendimiento de producción. En este caso, los funcionarios de Hacienda La Finca manifiesta que el rendimiento anual por hectárea es de 4.000 kilos (kg), esto significa que por las 7 hectáreas se obtendría un total de 28.000 kg o 28 millones de gramos. Por lo tanto, al dividirlo por la presentación de edulcorante que se exportará (500 gramos), se obtiene que en 1 año es posible producir 56.000 empaques de edulcorante de stevia, es decir que al mes la producción sería de 4.667 unidades aproximadamente.

Tabla 14. *Rendimiento por hectárea de stevia*

Estimación del rendimiento		
Rendimiento anual por hectárea	4000	kg
Total Hectáreas	7	hectáreas
Rendimiento Total	28000	Kg
Conversión a Gramos	28,000,000	gramos
Presentación a comercializar	500	gramos
Total de Unidades a producir	56000	empaques de 500 gr

Elaborado por: Lua, R. (2019)

Bajo este contexto, los ingresos por concepto de exportación se definen como la venta de un total de 4.667 envases de edulcorante en una presentación de 500 gramos, cuyo precio sería \$ 6.15. De cumplirse esta meta de ventas, se generaría un total de \$ 344 mil por año.

Tabla 15. *Presupuestos de ingresos por exportación de stevia*

Descripción	Cantidad	Precio	V. Mensual	Año 1
Edulcorante de Stevia (500 gr)	4,666.67	\$ 6.15	\$ 28,716.22	\$ 344,594.69
SUBTOTAL			\$ 28,716.22	\$ 344,594.69

Elaborado por: Lua, R. (2019)

De los costos de producción que se analizaron previamente (hectáreas) faltaría agregar el rubro de procesamiento y empaque que corresponde a \$ 14,000 adicionales, de tal forma que el costo total de producción sería \$ 101,080.00

Tabla 16. *Presupuesto de costos de producción*

	MENSUAL	Año 1
<u>COSTOS DE PRODUCCIÓN</u>		
1. Análisis de Suelo	\$ 175.00	\$ 2,100.00
2. Fertilización y Fumigación	\$ 4,666.67	\$ 56,000.00
3. Labores culturales (poda y riego)	\$ 875.00	\$ 10,500.00
4. Control fitosanitario	\$ 583.33	\$ 7,000.00
5. Cosecha	\$ 956.67	\$ 11,480.00
6. Procesamiento y empaque	\$ 1,166.67	\$ 14,000.00
SUBTOTAL	\$ 8,423.33	\$ 101,080.00

Elaborado por: Lua, R. (2019)

El presupuesto de gastos de administración al primer año corresponde al monto de \$ 107,395.75 e incluye todo el rubro de sueldos y beneficios sociales, así como el pago de servicios básicos y suministros de oficina y limpieza.

Tabla 17. *Presupuesto de gastos de administración*

	MENSUAL	Año 1
<u>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</u>		
Gastos de instalación y adecuación	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00
Sueldos y beneficios personal administrativo	\$ 7,907.98	\$ 94,895.75
Luz	\$ 300.00	\$ 3,600.00
Agua	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Telefonía	\$ 150.00	\$ 1,800.00
Suministros de Oficina	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Materiales de limpieza para oficina	\$ 100.00	\$ 1,200.00
SUBTOTAL	\$ 12,157.98	\$ 107,395.75

Elaborado por: Lua, R. (2019)

Finalmente, en cuanto a los rubros que corresponden al contexto logístico y ventas, el presupuesto al primer año se determinó en \$ 52,200.00, debido a que incluye el transporte terrestre, el flete del contenedor, el pago al asesor u operador logístico, los gastos por trámites aduaneros, y demás gastos de logística que pueden salir en la medida que se realice la exportación, como costos por manipulación de la mercadería, almacenamiento temporal, entre otros aspectos. Mientras que los gastos de ventas representarían \$ 15,000.00 anuales y servirán para posicionar el producto en el mercado español, a través de ferias internacionales.

Tabla 18. *Presupuesto de gastos de logística*

	MENSUAL	Año 1
<u>GASTOS DE LOGÍSTICA</u>		
Transporte	\$ 200.00	\$ 2,400.00
Contenedores – flete	\$ 3,000.00	\$ 36,000.00
Asesor logístico	\$ 700.00	\$ 8,400.00
Pago de trámites aduaneros	\$ 250.00	\$ 3,000.00
Otros gastos de logística	\$ 200.00	\$ 2,400.00
SUBTOTAL	\$ 4,350.00	\$ 52,200.00

Elaborado por: Lua, R. (2019)

Tabla 19. *Presupuesto de gastos de ventas*

	MENSUAL	Año 1
<u>GASTOS DE VENTAS</u>		
Publicidad	\$ 1,000.00	\$ 6,000.00
Promoción de ventas	\$ 1,000.00	\$ 6,000.00
Relaciones Publicas	\$ 1,000.00	\$ 3,000.00
SUBTOTAL	\$ 3,000.00	\$ 15,000.00

Elaborado por: Lua, R. (2019)

Una vez que se han definido los rubros más importantes que conforman los costos y gastos de la compañía, se procede a identificar la estructura del costo unitario del producto, y en este sentido, se puede determinar que el costo total asciende a \$ 4.92, que se desagrega en \$1.81 por costo variable o costo de producción; \$ 1.92 por gastos administrativos; \$ 0.93 por gastos de logística y \$ 0.27 por gastos de ventas. De esta suma, se añade un margen de utilidad del 25%, para que se obtenga una utilidad de \$ 1.23 por cada unidad, y así el precio ascendería a \$ 6.15, tal como se puede apreciar.

Tabla 20. Costo Unitario del producto

Descripción de Costos Unitarios	Valor Unitario
C. Unitario Producción	\$1.81
C. Unitario Administración	\$1.92
C. Unitario Logística	\$0.93
C. Unitario Ventas	\$0.27
C. Total	\$4.92
Margen	25.00%
PVP	\$6.15
Utilidad por unidad	\$1.23

Elaborado por: Lua, R. (2019)

Con este precio es posible alcanzar un nivel de ingresos que permite generar una rentabilidad aceptable para la compañía, pero lo más importante es que también el precio es competitivo con relación a otras marcas de stevia como stevia en polvo de la empresa “Comestibles México” y “Stevia Verde Matca México”, cuyo precio promedio por el empaque de 500 gramos oscila entre \$ 9.00 y \$ 10.00; esto significa que la stevia de Hacienda La Finca, sería un 40% más económica que estas marcas competidoras.



Figura 21. Marcas Competidoras
Obtenido de: Mercado Libre, 2019

Para la exportación del producto, se considera el peso bruto que posee una caja, la misma que debe ser estibada por al menos dos personas. En cada caja habrá 12 empaques de 500 gramos, de manera que con los cálculos estimados se enviarían al menos 1.100 cajas que en su interior posean 12 unidades de 500 gramos, lo que equivale a un total de 13.200 empaques de edulcorante de stevia que, al presentar un peso total de 500 gramos, se obtendría un peso total de 6.600 kg (6.6 toneladas). A continuación se presentan los cálculos realizados, conforme a la medida de un contenedor de 20 pies.

Tabla 21. *Estimación de las medidas y pesos del producto en un contenedor*

Datos de caja	Medidas	Capacidad (Peso)
Contenedor de 20'	Cantidad de Pallet por contenedor:	
Medidas: 5.89 m X 2.35 m X 2.39 m	Caja: 30 x 40 x 20 cm En 1 contenedor de 20' caben 10 pallets de 1.20 m x 1.00 m	En 1 caja caben 12 envases de 500 gramos c/u Envase vacío: 100 gr Empaque 600 gramos= 600 gr 12 envases x 600 gr = 7.200 gramos (7,2 kg) por caja
	Cajas por pallet: (1.2 m x 1.0 m / 0.3 m x 0.4 m) = 10 cajas caben en la base del pallet.	Capacidad de unidades: En el contenedor caben 1.100 cajas x 7,2 kg = 7.920 kg equivalentes a 7.9 toneladas.
	Cajas apiladas por pallet: Para calcular la cantidad de cajas por apilar se divide la altura del contenedor menos la altura del pallet (15 cm) y para la altura de la caja (2.39m - 0.15m / 0.20 m) = 11.2 se redondea a 11 cajas.	Cantidad de envases: Cada caja tiene 12 envases 12 x 1.100 cajas/contenedor: Esto equivale a 13.200 envases de 500 gramos.
	Total cajas por pallet: Las cajas se acomodan de la siguiente manera: 10 cajas base x 11 cajas apiladas = 110 cajas por pallet	
	Cajas por contenedor: 10 pallets/contenedor x 110 cajas / pallet = 1.100 cajas por contenedor	

Elaborado por: Lua, R. (2019)

4.4.4 Cálculo del punto de equilibrio

Para determinar la cantidad mínima que debe exportarse, se realizó un cálculo del punto de equilibrio, en donde se determinó que al menos deben enviarse 40.151 unidades de 500 gramos, lo que significa una entrada de divisas de \$ 247,068.33, tal como se observa en la siguiente tabla.

Tabla 22. Cálculo del punto de equilibrio

<i>PUNTO DE EQUILIBRIO</i>		
<i>COSTO VARIABLE</i>	\$	101,080.00
<i>COSTOS FIJOS</i>	\$	174,595.75
<i>PRECIO PROMEDIO</i>	\$	6.15
<i>UNIDADES</i>		56,000.00
<i>COSTO VARIABLE UNITARIO</i>	\$	1.81
<i>PUNTO EQUILIBRIO (Q):</i>		<u>COSTOS FIJOS</u> PRECIO - C. VARIABLE UNIT
<i>PUNTO EQUILIBRIO (Q):</i>	\$	174,595.75
	\$	4.35
<i>PUNTO EQUILIBRIO (Q):</i>		40,151.02
<i>PUNTO EQUILIBRIO (USD \$):</i>	\$	247,068.33

Elaborado por: Lua, R. (2019)

Vale destacar que para la realización de estos cálculos, se determinaron las siguientes variables:

- El costo variable se compone del costo anual de producción, que corresponde a \$ 101,080.00
- El costo fijo se conforma de la suma de los gastos de administración, logística y ventas de un año, dando como resultado \$ 174,595.75.
- Finalmente, las unidades que se estimaron producir y exportaron corresponden a 56.000 empaques de 500 gramos.

4.4.5 Estados financieros proyectados

4.4.5.1 Estado de Situación Financiera

Tabla 23. Estado de Situación Financiera

ACTIVOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja/Bancos	\$ 42,117.13	\$ 98,224.59	\$ 143,340.28	\$ 190,752.85	\$ 241,868.69	\$ 296,827.60
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 42,117.13	\$ 98,224.59	\$ 143,340.28	\$ 190,752.85	\$ 241,868.69	\$ 296,827.60
ACTIVOS FIJOS						
Propiedad Planta y Equipo	\$ 72,850.00	\$ 72,850.00	\$ 72,850.00	\$ 72,850.00	\$ 72,850.00	\$ 72,850.00
(-) Depreciación Acumulada	\$ -	\$ (7,285.00)	\$ (14,570.00)	\$ (21,855.00)	\$ (29,140.00)	\$ (36,425.00)
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 72,850.00	\$ 65,565.00	\$ 58,280.00	\$ 50,995.00	\$ 43,710.00	\$ 36,425.00
ACTIVOS DIFERIDOS						
Gastos de pre-operación	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00
(-) Amortización acumulada	\$ -	\$ (700.00)	\$ (1,400.00)	\$ (2,100.00)	\$ (2,800.00)	\$ (3,500.00)
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 3,500.00	\$ 2,800.00	\$ 2,100.00	\$ 1,400.00	\$ 700.00	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 118,467.13	\$ 166,589.59	\$ 203,720.28	\$ 243,147.85	\$ 286,278.69	\$ 333,252.60
PASIVOS						
Participación de trabajadores por pagar	\$ -	\$ 8,358.13	\$ 9,878.27	\$ 10,929.93	\$ 12,041.76	\$ 13,217.74
Impuesto a la Renta por Pagar	\$ -	\$ 11,840.68	\$ 13,994.22	\$ 15,484.06	\$ 17,059.15	\$ 18,725.13
Préstamo Bancario	\$ 48,467.13	\$ 40,868.74	\$ 32,343.08	\$ 22,776.96	\$ 12,043.42	\$ -
TOTAL DE PASIVOS	\$ 48,467.13	\$ 61,067.55	\$ 56,215.57	\$ 49,190.95	\$ 41,144.33	\$ 31,942.86
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 70,000.00	\$ 70,000.00	\$ 70,000.00	\$ 70,000.00	\$ 70,000.00	\$ 70,000.00
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 35,522.04	\$ 41,982.67	\$ 46,452.19	\$ 51,177.46	\$ 56,175.38
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 35,522.04	\$ 77,504.71	\$ 123,956.90	\$ 175,134.36
TOTAL PATRIMONIO	\$ 70,000.00	\$ 105,522.04	\$ 147,504.71	\$ 193,956.90	\$ 245,134.36	\$ 301,309.74
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	\$ 118,467.13	\$ 166,589.59	\$ 203,720.28	\$ 243,147.85	\$ 286,278.69	\$ 333,252.60

Elaborado por: Lua, R. (2019)

El Estado de Situación Financiera permite determinar que los activos corrientes del negocio se incrementarían de \$ 42 mil en el período 0 o preoperacional, hasta un total de \$ 296 mil en el quinto año de operaciones; esto como resultado de las ventas y utilidades del negocio; situación que a su vez tiene una importante incidencia en el patrimonio del proyecto que, en el período preoperacional era \$ 70 mil, y para el quinto año de operaciones se incrementaría hasta \$ 301 mil. Dejando en evidencia una excelente situación financiera del proyecto.

4.4.5.2 Estado de Resultados

Tabla 24. Estado de Resultados

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas	\$ 344,594.69	\$ 357,146.68	\$ 370,155.89	\$ 383,638.96	\$ 397,613.16
Costos Operativos	\$ 101,080.00	\$ 104,761.88	\$ 108,577.87	\$ 112,532.86	\$ 116,631.91
Utilidad Bruta	\$ 243,514.69	\$ 252,384.80	\$ 261,578.02	\$ 271,106.10	\$ 280,981.24
Gastos de Operación					
Gastos Administrativos	\$ 107,395.75	\$ 106,003.80	\$ 108,154.83	\$ 110,349.72	\$ 112,589.37
Gastos de Logística	\$ 52,200.00	\$ 53,019.54	\$ 53,851.95	\$ 54,697.42	\$ 55,556.17
Gastos de Venta	\$ 15,000.00	\$ 15,235.50	\$ 15,474.70	\$ 15,717.65	\$ 15,964.42
Depreciaciones	\$ 7,285.00	\$ 7,285.00	\$ 7,285.00	\$ 7,285.00	\$ 7,285.00
Amortizaciones	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00
Total Gastos de Operación	\$ 182,580.75	\$ 182,243.84	\$ 185,466.47	\$ 188,749.79	\$ 192,094.96
Utilidad Operacional	\$ 60,933.94	\$ 70,140.96	\$ 76,111.54	\$ 82,356.30	\$ 88,886.28
Gastos Financieros	\$ 5,213.09	\$ 4,285.80	\$ 3,245.35	\$ 2,077.93	\$ 768.05
Utilidad Antes de Participación	\$ 55,720.85	\$ 65,855.16	\$ 72,866.19	\$ 80,278.37	\$ 88,118.24
Participación de Trabajadores (15%)	\$ 8,358.13	\$ 9,878.27	\$ 10,929.93	\$ 12,041.76	\$ 13,217.74
Utilidad antes de impuestos	\$ 47,362.72	\$ 55,976.89	\$ 61,936.26	\$ 68,236.61	\$ 74,900.50
Impuesto a la Renta (25%)	\$ 11,840.68	\$ 13,994.22	\$ 15,484.06	\$ 17,059.15	\$ 18,725.13
Utilidad Neta del Ejercicio	\$ 35,522.04	\$ 41,982.67	\$ 46,452.19	\$ 51,177.46	\$ 56,175.38

Elaborado por: Lua, R. (2019)

El Estado de Resultados determina que los ingresos por concepto de exportación serían \$ 344 mil en el primer año de operaciones, y se incrementarían hasta \$ 397 mil en el quinto año de operaciones, lo que implica una tasa de variación del 3.64% anual, que es igual a la suma del índice de inflación (1.57%) y la variación anual de los sueldos que corresponde a 2.07%. Mientras que el total de gastos de operación variaría de \$ 182 mil hasta \$ 192 mil, viéndose afectados por la tasa de inflación. Al final del ejercicio contable, luego de descontar el pago de gastos financieros o interés del préstamo realizado a BANECUADOR; así como el pago de las utilidades a trabajadores y el Impuesto a la Renta, se determina que el negocio tendría utilidad en todos los cinco años, variando entre \$ 35 mil y \$ 56 mil.

4.4.6 Evaluación financiera

4.4.6.1 Flujo de efectivo

Tabla 25. Flujo de Efectivo

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>Ingresos Operativos:</u>						
Ventas Netas		\$ 344,594.69	\$ 357,146.68	\$ 370,155.89	\$ 383,638.96	\$ 397,613.16
<u>Egresos Operativos:</u>						
Costos Operativos		\$ 101,080.00	\$ 104,761.88	\$ 108,577.87	\$ 112,532.86	\$ 116,631.91
Gastos Administrativos		\$ 107,395.75	\$ 106,003.80	\$ 108,154.83	\$ 110,349.72	\$ 112,589.37
Gastos de Logística		\$ 52,200.00	\$ 53,019.54	\$ 53,851.95	\$ 54,697.42	\$ 55,556.17
Gastos de Venta		\$ 15,000.00	\$ 15,235.50	\$ 15,474.70	\$ 15,717.65	\$ 15,964.42
Participación de trabajadores		\$ -	\$ 8,358.13	\$ 9,878.27	\$ 10,929.93	\$ 12,041.76
Impuesto a la Renta		\$ -	\$ 11,840.68	\$ 13,994.22	\$ 15,484.06	\$ 17,059.15
Subtotal		\$ 275,675.75	\$ 299,219.53	\$ 309,931.84	\$ 319,711.65	\$ 329,842.78
Flujo Operativo		\$ 68,918.94	\$ 57,927.15	\$ 60,224.05	\$ 63,927.31	\$ 67,770.37
<u>Ingresos No Operativos:</u>						
Inversión Fija	\$ (72,850.00)					
Inversión Capital de trabajo	\$ (42,117.13)					
Valor de Desecho del Proyecto						
<u>Egresos No Operativos:</u>						
Pago de Capital del Préstamo	\$ (7,598.38)	\$ (7,598.38)	\$ (8,525.67)	\$ (9,566.12)	\$ (10,733.54)	\$ (12,043.42)
Pago de Intereses del Préstamo	\$ (5,213.09)	\$ (5,213.09)	\$ (4,285.80)	\$ (3,245.35)	\$ (2,077.93)	\$ (768.05)
Flujo Neto Generado	\$ (114,967.13)	\$ 56,107.47	\$ 45,115.68	\$ 47,412.58	\$ 51,115.84	\$ 54,958.90
Saldo Inicial de Caja	\$ 42,117.13	\$ 42,117.13	\$ 98,224.59	\$ 143,340.28	\$ 190,752.85	\$ 241,868.69
Saldo Final de Caja	\$ 42,117.13	\$ 98,224.59	\$ 143,340.28	\$ 190,752.85	\$ 241,868.69	\$ 296,827.60

Elaborado por: Lua, R. (2019)

Analizando los resultados del flujo de efectivo, se puede determinar que en realidad la empresa tendría beneficios netos que oscilarían entre \$ 56 mil y \$ 54 mil durante los próximos cinco años de operaciones, y con estos rubros se realizará el cálculo de los indicadores de rentabilidad a través de la tasa interna de retorno (TIR) y el valor actual neto (VAN), a fin de establecer cuál es el rendimiento que dejaría la inversión.

4.4.6.2 Tasa de descuento

Para la evaluación financiera es importante establecer una tasa de descuento, la misma que se calculó con el método del costo capital promedio ponderado, y dio como resultado 11.82%. Esto quiere decir que la TIR debe ser mayor a este valor para que el proyecto sea considerado como viable, caso contrario se debería rechazar el proyecto porque los beneficios netos no serían capaces de recuperar la inversión inicial.

Tabla 26. Cálculo de la TMAR

COSTO DE CAPITAL PROMEDIO PONDERADO	
FONDOS PROPIOS	59.09%
TASA DESCUENTO	12.00%
PRÉSTAMO BANCARIO	40.91%
TASA INTERÉS PRÉSTAMO	11.57%
TMAR	11.82%

Elaborado por: Lua, R. (2019)

4.4.6.3 Período de recuperación de la inversión

El período de recuperación de la inversión se lo hizo a través del método de flujos descontados o Payback, el mismo que determina que tomaría 2 años recuperar la inversión, ya que a partir del tercer año, la inversión ya presenta un flujo descontado positivo y, por tanto, desde ahí en adelante el negocio obtiene beneficios netos para los promotores del proyecto.

Tabla 27. Período de recuperación de la inversión

DESCRIPCION	FLUJOS NETOS	PAYBACK
AÑO 0	\$ (114,967.13)	\$ (114,967.13)
AÑO 1	\$ 56,107.47	\$ (58,859.66)
AÑO 2	\$ 45,115.68	\$ (13,743.98)
AÑO 3	\$ 47,412.58	\$ 33,668.60
AÑO 4	\$ 51,115.84	\$ 84,784.44
AÑO 5	\$ 54,958.90	\$ 139,743.34

Elaborado por: Lua, R. (2019)

4.4.6.4 Análisis de rentabilidad TIR y VAN

Finalmente, se puede concluir que el proyecto es viable porque la TIR fue 34.15%, la cual es mayor que la TMAR (11.82%) y el VAN obtenido es \$ 69,314.87, lo que significa que por cada dólar invertido, el negocio obtiene beneficios netos de \$ 0.60.

Tabla 28. Análisis de rentabilidad

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD		
TASA DE DSCTO.	TMAR	11.82%
TASA INTERNA DE RETORNO	TIR	34.15%
VALOR ACTUAL NETO	VAN	\$69,314.87
ÍNDICE DE RENTABILIDAD	IR	\$ 1.60

Elaborado por: Lua, R. (2019)

CONCLUSIONES

Como conclusiones del proyecto se puede establecer lo siguiente:

- Ecuador tiene la necesidad de promover sus exportaciones, a través de empresas como Hacienda La Finca que con su edulcorante de stevia puede abrir nuevos mercados, que permitan la entrada de divisas a la nación, y así compensar los saldos negativos que presenta la balanza comercial total del país, especialmente, a raíz de la caída de los precios del petróleo. España se convierte en un importante nicho de mercado, debido a la tendencia creciente de adquirir productos más sanos, que no aporten con calorías y además, que puedan ser consumidos sin restricciones.
- Un aspecto favorable para la exportación, es que debido al nuevo acuerdo que tiene Ecuador con la Unión Europea, el edulcorante de stevia ingresaría pagando 0% de arancel, lo que ayuda a mejorar el nivel de competitividad en cuanto a precios. Asimismo, se puede avanzar en el comercio bilateral entre ambas partes, puesto que abarca temas económicos, de cooperación y comerciales; esto es una oportunidad para la presente propuesta, puesto que desde el 2017 se ha apreciado un incremento el comercio bilateral entre ambas partes de un 10% a un 30%, pudiendo hacer de España un gran socio estratégico.
- El plan de exportación se constituye como una guía que muestra al empresario hacia dónde dirigir sus esfuerzos como exportador y la manera en la que debe de competir con sus productos y/o servicios en el mercado internacional, pudiendo lograr exportaciones seguras que vayan en incremento y alcancen una mayor rentabilidad, para entonces lograr el éxito. De esta manera, Hacienda La Finca necesitaría una inversión inicial de \$ 122,693.10 para la compra de activos fijos, gastos de pre-operación y capital de trabajo, que sería financiada a través de fondos propios y préstamo bancario.
- Durante la elaboración del análisis financiero, se calculó un ingreso de exportación que en el primer año sería \$ 344 mil y se podría incrementar hasta \$ 397 mil, lo que podría dejar un importante beneficio neto de \$ 69,314.87 en cinco años, luego de haber recuperado la inversión; y una tasa interna de retorno del 34%, lo que determina que el proyecto es viable pues, por cada dólar invertido, se obtienen \$ 0.60 de beneficios netos por concepto de exportación de stevia al mercado español.

RECOMENDACIONES

- Es importante que el país, a través de sus diferentes organismos públicos como el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, demás cámaras de comercio a nivel nacional, promuevan la suscripción de nuevos acuerdos comerciales, con el propósito de que los productos ecuatorianos, en este caso la stevia, puedan ingresar a más países con 0% de arancel y sin obstáculos técnicos.
- Si bien, en un inicio se propone la comercialización del edulcorante de stevia hacia el mercado Español, específicamente de Málaga, se debe impulsar la expansión del producto hacia otras ciudades españolas como Madrid, Barcelona, Sevilla y Valencia, para tener mayor cobertura y mejorar el volumen de exportaciones de la Hacienda La Finca.
- Se recomienda que Hacienda La Finca analice la posibilidad de realizar participar en ferias internacionales que se realicen tanto en la Unión Europea, Estados Unidos o China, a fin de darse a conocer en los diferentes mercados internacionales, que representan una alta oportunidad de negocio pues, se orientan a una cultura más saludable, y en este aspecto, la stevia tiene un alto potencial de expansión.
- Finalmente, con los beneficios que se obtengan como resultado del plan de exportaciones, es importante que los directivos de Hacienda La Finca, desarrollen nuevos proyectos para ampliar la capacidad instalada de la producción de edulcorantes, y también inviertan en mejoras en la presentación del producto, para que se posicione su marca en los mercados internacionales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2014). *Anexo 1: Guía de Requisitos para la inscripción del Registro Sanitario por producto.- Alimentos procesados nacionales*. Quito.
- ANDES. (2014). *¿En qué consiste el cambio de la matriz productiva en Ecuador?* Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/consiste-cambio-matriz-productiva-ecuador.html-0>
- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución del Ecuador*. Montecristi.
- Asamblea Nacional. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito, Ecuador: Registro Oficial Suplemento 351 de 29 de dic 2010.
- Asamblea Nacional. (2011). *Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad*. Quito, Ecuador: Registro Oficial Suplemento 450 - Decreto Ejecutivo 756.
- Banco Central del Ecuador. (12 de 2017). *Evolución de la balanza comercial*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201712.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2017). *Evolución de la balanza comercial: período de Ene a Dic - 2011- 2017*. Quito: Subgerencia de Programación y Regulación - Dirección Nacional de Síntesis Macroeconómica.
- Barboza, J. (21 de enero de 2017). *Paraguay quiere liderar la producción mundial de stevia en 2030*. Obtenido de Paraguay Agricultura: <https://www.efe.com/efe/america/economia/paraguay-quiere-liderar-la-produccion-mundial-de-stevia-en-2030/20000011-3155723>
- Bordera, M. (2012). *David Ricardo y la ventaja comparativa*. Obtenido de <http://www.manubordera.com/david-ricardo-y-la-ventaja-comparativa/>
- Cardozo, P., Chavarro, A., & Ramírez, C. (2007). Teorías de Internacionalización. *Revisa Panorama Vol. 1 Núm 3*, 4-23.

- D' Stevia. (2010). *Qué es la Stevia: La Stevia y sus beneficios*. Recuperado el 16 de Junio de 2013, de <http://dstevia.com/stevia/beneficios.html>
- Durán, S., Rodríguez, M. d., Cordon, K., & Record, J. (2012). Estevia edulcorante natural y no calórico. *Revista Chile Nutrición Vol. 39*, 203-206.
- FDER. (2013). *Principales teorías del comercio internacional*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/webhp?tab=ww&ei=Ecf7U86qHOHn7Ab3hIEY&ved=0CBMQ1S4#q=Teoria+del+comercio+internacional&spell=1>
- Flores, F. (7 de Agosto de 2018). *Los retos de la gestión logística*. Obtenido de <http://programas.edes.ec/blog/retos-gestion-logistica-revolucion-industrial>
- Global Negotiator. (2016). *Plan de Exportación*. Global Strategies.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación 5ª edición*. México, D.F.: McGraw Hill.
- INEN. (Febrero de 2014). *Norma Técnica Ecuatoriana*. Obtenido de <http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/03/1334-1-4.pdf>
- Instituto de Comercio Exterior de España. (2017). *Guía de trámites y documentos de exportación*. Obtenido de https://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento_anexo/mdez/mju1/~edisp/dax2013255463.pdf
- Llamazares, O. (2010). *¿Qué es un plan de exportación?* Obtenido de <http://www.globalnegotiator.com/files/Que-es-un-plan-de-exportacion.pdf>
- Llano, C. (2014). *Recursos, ventaja comparativa y distribución de la renta. El modelo Heckscher-Ohlin*. Worth Publishers.
- Mercado, S. (2014). *Comercio Internacional*. México: Editorial Limusa.
- Meyer, W., & Dalen, D. V. (2016). *Síntesis de "Estrategia de la investigación descriptiva"*. Obtenido de <http://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion-descriptiva.php>

- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2017). *Ficha de stevia*. Obtenido de MAGAP:
http://catar.embajada.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/19.-FI_STEVIA.pdf
- Nunes, P. (15 de Noviembre de 2017). *Teoría de la Internalización*. Obtenido de
<http://know.net/es/cieeconcom/gestion/teoria-la-internalizacion/>
- Peralta, L. (2014). *Teoría de la internalización*. Obtenido de
<http://luisrauladministracioninternacional.blogspot.com/2014/10/teoria-de-la-internalizacion.html>
- Porter, M. (1990). *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior*.
New York: Pirámide.
- Pro Ecuador. (2019). *Comercio bilateral entre Ecuador y España*. Guayaquil.
- ProEcuador. (2017). *Ficha Uvilla* . Obtenido de ProEcuador:
http://catar.embajada.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/16.-FI_UVILLA.pdf
- PROECUADOR. (2017). *Guía del Exportador*. Quito: PROECUADOR.
- Pure circle. (12 de Abril de 2012). *Stevia reduce emisiones CO2 y ahorra agua en más del 80%*. Obtenido de <http://www.clubdarwin.net/seccion/ingredientes/stevia-reduce-emisiones-co2-y-ahorra-agua-en-mas-del-80>
- Reinel, J. (2005). Las directrices del costo como fuentes de ventajas competitivas. *Revista Estudios Gerenciales*.
- Revista Líderes. (1 de marzo de 2015). *El productor de estevia busca nuevos mercados*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/productor-estevia-mercados-ecuador-azucar.html>
- Riquelme, M. (5 de Septiembre de 2017). *Logística en la cadena de valor de Michael Porter*. Obtenido de <https://meetlogistics.com/cadena-suministro/logistica-en-la-cadena-de-valor-de-michael-porter/>

- Riquelme, M. (2017). *Ventaja Comparativa: La teoría de importancia en el comercio*.
Obtenido de <https://www.webyempresas.com/ventaja-comparativa/>
- Rosa, H. (2012). *El Modelo Ricardiano de Ventaja Comparativa Y el comercio contemporáneo: El caso del sector de "equipos de transporte" en la industria manufacturera*. Santo Domingo: Ciencia y Sociedad.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2017 - 2021*. Quito, Ecuador: Ediecuatorial.
- Suquilanda, C. (2006). Plan de exportación de aceite rojo de palma africana al mercado venezolano, para extractoras de aceite del Ecuador, en el período 2006-2015. Quito, Pichincha, Ecuador: Universidad Tecnológica Equinoccial.
- Valencia, R. (2012). *La importancia del talento en la gestión logística*. Obtenido de <http://www.logisticamx.enfasis.com/articulos/63565-la-importancia-del-talento-la-gestion-logistica>
- Velásquez, G. (2016). *La Ventaja Absoluta y las Ventajas Comparativas y Competitivas*. Obtenido de <https://puromarketing-germanvelasquez.blogspot.com/2016/02/la-ventaja-absoluta-y-la-ventaja.html>

ANEXOS

Anexo 1.

Formato de Entrevista Funcionarios Públicos

1. ¿Cuáles han sido los resultados en términos generales a la fecha producto de la firma del Acuerdo Comercial con la Unión Europea?
2. ¿Cuáles son las expectativas que se tiene para exportar productos elaborados considerados no tradicionales?
3. ¿En los últimos 5 años la producción de stevia se ha incrementado en el Ecuador?
4. ¿Se ha incrementado la producción de productos edulcorante de stevia en el Ecuador?
5. ¿Considera importante de las empresas ecuatorianas desarrollen planes de exportación para minimizar el fracaso en la exportación?

Formato de Entrevista a Agentes de Aduana

1. ¿Los procesos y procedimientos aduaneros para exportar han mejorado en el Ecuador?
2. ¿Qué requisitos se deben cumplirse para exportar a la Unión Europea (España) edulcorante de stevia?
3. ¿Se han reducido los costos y gastos logísticos en el proceso de exportación?
4. ¿Bajo qué subpartida arancelaria se exportaría el edulcorante de stevia?
5. ¿Qué recomendaciones se haría a los exportadores de edulcorante de stevia para garantizar una exportación exitosa al mercado español?

Formato de Entrevista para Productores de Stevia

1. ¿Cuántos años lleva en la actividad de producción de stevia y cuántas hectáreas posee de estos cultivos?
2. ¿Qué beneficios recibe por parte del Gobierno para la producción de stevia?
3. ¿Considera que sus niveles de producción de stevia han mejorado en los últimos cinco años?
4. ¿Los costos, gastos y precios en la producción de stevia se han incrementado en estos últimos cinco años?
5. ¿La producción de stevia es rentable en la actualidad?

Formato de Entrevista para Exportadores de Stevia

1. ¿Cuántos años lleva exportando stevia y productos edulcorantes de stevia y hacia qué mercados?
2. ¿Qué requisitos se deben cumplirse para exportar a la Unión Europea (España) stevia y edulcorante de stevia?
3. ¿Cree usted que los niveles de exportación de stevia y productos edulcorantes de stevia se han incrementado o se han reducido en los últimos cinco años?
4. ¿Qué incentivos podrían recibir por parte del Estado Ecuatoriano, los exportadores de stevia y productos edulcorantes?
5. ¿Cómo exportador, será importante desarrollar un Plan de Exportación?

Anexo 2

Transcripción de entrevistas

Dirigida a: Jorge Rosero Pérez

Cargo: Agente de Aduana

1. ¿Los procesos y procedimientos aduaneros para exportar han mejorado en el Ecuador?

Desde el año 2013 en adelante, el Ecuador experimentó un cambio de plataforma con la implementación del sistema ECUAPASS, el mismo que facilitó las operaciones aduaneras, especialmente, en la reducción de los tiempos relacionados con los procesos de exportación, brindando seguridad en las transacciones.

2. ¿Qué requisitos se deben cumplirse para exportar a la Unión Europea (España) edulcorante de stevia?

La Unión Europea es un mercado muy atractivo porque se compone de un total de 28 naciones, y con la firma del nuevo acuerdo suscrito por Ecuador, se espera un crecimiento de las exportaciones hacia este continente; sin embargo, para exportar todo tipo de productos se debe cumplir con la declaración aduanera de exportación (DAE), la factura comercial, la póliza de seguro en caso de aplicar, cumplir con las normas sanitarias y fitosanitarias, obviamente el registro sanitario que garantice la seguridad alimentaria. Asimismo, debe cumplir con requisitos obligatorios como la información del producto, lista de ingredientes, origen del edulcorante, etiquetado en el idioma oficial del país, en este caso si es para exportar a España, debe estar en español, fecha de vencimiento, cantidad neta del producto en gramos, kilogramos o como sea la presentación.

3. ¿Se han reducido los costos y gastos logísticos en el proceso de exportación?

No se podría aseverar que ha habido una reducción de los costos y gastos de logística, debido a que todo eso es variable y relativo según la documentación que posea la empresa que está haciendo la exportación. Si todo está en regla, evidentemente la exportación será más ágil y por ende, implicará menos costos.

4. ¿Bajo qué subpartida arancelaria se exportaría el edulcorante de stevia?

Las subpartidas arancelarias que se utilizarían para la categoría de edulcorante de stevia están en la sección 12, pueden ser la 1212999000 – 1212991000.

5. ¿Qué recomendaciones se haría a los exportadores de edulcorante de stevia para garantizar una exportación exitosa al mercado español?

Es importante que al momento de realizar una exportación tengan toda la información de su producto completa y bajo el cumplimiento de las exigencias del mercado español. Muchas veces los clientes tienen documentación incompleta y eso hace perder tiempo porque el etiquetado puede que no cumpla con las especificaciones que se exigen, o en su defecto, debe tener también claro los beneficios de ley así como devoluciones en el pago de IVA en exportaciones, o tarifa cero, además que también si las resoluciones cambian es necesario que los exportadores conozcan todo este tipo de resoluciones pues, suele generar demoras en la revisión de los documentos y ellos normalmente culpan al agente de aduana, pero no es nuestra responsabilidad si no tienen la documentación completa.

Dirigida a: Mgs. Felipe Castillo

Cargo: Gerente de SECARINSA

1. ¿Los procesos y procedimientos aduaneros para exportar han mejorado en el Ecuador?

El proceso aduanero para exportar hoy en día es muy sencillo. Una vez que se reservó el espacio para la carga con una naviera o con un agente de carga, se transmite la DAE antes de ingresar la carga a zona primaria y luego de realizado el aforo, queda listo para su embarque y el exportador dispone de 30 días para regularizar la DAE.

2. ¿Qué requisitos se deben cumplirse para exportar a la Unión Europea (España) edulcorante de stevia?

En el Ecuador los requisitos para las exportaciones son:

- a) Contar con el RUC
- b) Obtener la firma electrónica (TOKEN) en el registro civil o Security Data
- c) Registrarse como exportador en el sistema ECUAPASS

3. ¿Se han reducido los costos y gastos logísticos en el proceso de exportación?

Los gastos que dependen del sector privado no han disminuido, pero si en cuanto al proceso pues hoy en día lo puede hacer el mismo exportador, obviando la contratación del agente de aduana.

4. Bajo qué subpartida arancelaria se exportaría el edulcorante de stevia?

Considero que se podría realizar bajo la subpartida 2202.10.00.00.

5. ¿Qué recomendaciones se haría a los exportadores de edulcorante de stevia para garantizar una exportación exitosa al mercado español?

- d) Analizar los gustos y preferencias de los consumidores
- e) Estudiar a la competencia para medir el grado de competitividad de nuestros productos en cuanto a precio y calidad
- f) Revisar los requisitos de ingreso que impone el mercado europeo a los productos ecuatorianos

Dirigida a: Mgs. Andrea Galarza

Cargo: Jefe de Operaciones de ROCALVI

6. ¿Los procesos y procedimientos aduaneros para exportar han mejorado en el Ecuador?

Evidentemente hay mejoras en los procesos aduaneros, y esto se debe a que con la nueva plataforma ECUAPASS los trámites se hacen más ágiles, promoviendo la eficiencia en la revisión de documentación y procesos de declaración aduanera en cualquier momento y cualquier lugar.

7. ¿Qué requisitos se deben cumplir para exportar a la Unión Europea (España) edulcorante de stevia?

Hay que revisar los requisitos que exige la Unión Europea, ya que es un mercado que se preocupa mucho por la calidad, el etiquetado, los ingredientes y especialmente el cumplimiento de las normas sanitarias y fitosanitarias. Así como también el certificado de origen es algo que la UE hace mucho énfasis ya que verifican que el producto se envió desde el país beneficiario / socio, en este caso Ecuador, sin ningún tipo de manipulación o intermediación de un país tercero, básicamente para garantizar que el producto se encuentre en óptimas condiciones.

8. ¿Se han reducido los costos y gastos logísticos en el proceso de exportación?

Esto es relativo porque depende mucho de la información que disponga el cliente que esté interesado en exportar su producto. Sin embargo, si lo llevamos a nivel de costos por motivos de aranceles que pagan los productos ecuatorianos cuando ingresan a la Unión Europea, recientemente con el nuevo acuerdo se está promoviendo una reducción de aranceles a más de 2.500 partidas, por ejemplo ahorita algunos productos de dulces y confites están pagando el 5%, pero para el 2020 ya no estarían gravados con este tributo, por lo que es posible que dentro de este grupo de productos beneficiados se encuentre el edulcorante de stevia también.

9. ¿Bajo qué subpartida arancelaria se exportaría el edulcorante de stevia?

Las subpartidas arancelarias que se utilizarían para la categoría de edulcorante de stevia están en la sección 12, pueden ser la 1212999000 – 1212991000.

10. ¿Qué recomendaciones se haría a los exportadores de edulcorante de stevia para garantizar una exportación exitosa al mercado español?

Es importante que los exportadores se asesoren bien sobre los trámites que requiere la exportación de edulcorantes, ya que la suelen perder tiempo en la revisión de documentos, o también pueden cometer errores en la clasificación arancelaria. La mayoría de PYMES poseen solo conocimientos básicos sobre los trámites y resoluciones que se emiten referente al tema del comercio exterior pero no priorizan este conocimiento de manera diaria, por lo que este se convierte en un factor vital para promover una exportación exitosa.

Dirigida a: Ing. Cynthia Román, Mgs

Cargo: Docente de la carrera de Negocios Internacionales de la UCSG

1. ¿Cuáles son los aspectos básicos que debe contemplar un plan de exportación?

En mi experiencia como docente, no existe un modelo estricto o fijo que deba cumplir un plan de exportación, ya que esto se ajustará a la realidad de cada empresa, pero si hay ciertos requerimientos que debe cumplir, y pienso que uno de los más importantes es conocer el entorno al cuál se va a exportar, por ejemplo, tener claro el perfil del país, los volúmenes de exportación del producto, las condiciones políticas, sociales y económicas de dicha nación, para tener una idea de la acogida que podría tener el producto, ya que difícilmente se puede hacer una investigación de mercado en el país de destino. Aunque esto sería lo ideal, pero hoy en día existen oficinas comerciales como Pro Ecuador que facilitan este trabajo. De ahí debe tener normativas básicas del empaque, embalaje, tipo de contenedor, partida arancelaria, términos de negociación (incoterms) y hacer una proyección financiera de la inversión, presupuestos de ingresos, costos y gastos implícitos en el proyecto, para establecer la viabilidad económica.

2. ¿Cuál es su opinión sobre el desarrollo de un plan de exportación de stevia hacia el mercado español?

Es un proyecto interesante tomando en cuenta que hoy en día lo que el país necesita es promover la entrada de divisas, especialmente a través de la diversificación de la oferta exportable no tradicional, es necesario estrechar los lazos comerciales con socios estratégicos como la Unión Europea y así, incrementar el volumen de exportaciones en favor de reducir los saldos negativos que ha presentado la balanza comercial en la última década.

3. ¿Qué factores deben considerarse para acceder exitosamente al mercado español?

Creo que, además de conocer con claridad los requisitos de exportación, hay que ser creativos en la comercialización del producto. Los países de la Unión Europea demandan productos que tengan mayores componentes orgánicos, tienen una cultura que está valorando la alimentación sana, lejos del consumo de sustancias nocivas que afecten el organismo; y en este caso, la stevia entraría como un edulcorante natural que no tiene efectos secundarios para la salud de las personas, especialmente porque puede ser consumido inclusive por personas diabéticas, de ahí que ese podría ser un factor clave que debe ser aprovechado para crear una ventaja competitiva por encima de otros edulcorantes competidores.

4. ¿En su opinión que estrategias comerciales deberían aplicar los productores de stevia para exportar su producto al mercado español?

Como estrategia comercial deberían aplicar la creación de una ventaja competitiva, posiblemente por liderazgo en costos, procurando que el producto que ingrese a este mercado se relativamente más bajo que los demás productos competidores, así es posible que exista un mayor interés por los importadores españoles, demandando grandes cantidades del producto. Además, destacando siempre que su origen es natural y no sintético, por lo que se aprovechan las propiedades que ofrece la stevia.

5. ¿De qué manera el Estado podría apoyar a los productos para incentivar la producción y exportación de stevia?

El rol del estado facilitar el comercio internacional dando incentivos a los productores para que estos puedan ahorrar en costos y, evidentemente, exista un producto terminado relativamente más económico para competir en los mercados internacionales. De igual manera, deben afianzar más acuerdos comerciales en donde existan preferencias arancelarias, de manera que el producto ecuatoriano ingrese con cero impuestos a la Unión Europea y sea atractivo para el consumidor. Finalmente, en su afán de promover la transformación de la matriz productiva el Gobierno también debe apoyar el emprendimiento nacional a través de acceso a crédito, asesoría técnica y facilitar la adquisición de maquinaria especializada en la producción de edulcorantes para así, garantizar la sostenibilidad del proyecto de exportación, convirtiendo en socio estratégico a las empresas privadas, en beneficio del país

Dirigida a: Ing. Ángela Andrade, Mgs.

Cargo: Consultora de proyectos de cooperación económica

1. ¿Cuáles son los aspectos básicos que debe contemplar un plan de exportación?

Los aspectos básicos para un plan de exportación consisten en atender básicamente lo mismo que en mercadeo, todos los aspectos del producto, el precio, la plaza, y la promoción. La plaza que tiene el alcance la demanda y, el mercado, es decir a dónde va dirigido; cuáles son las costumbres de los compradores, cuáles son los gustos y preferencias del mercado.

2. ¿Cuál es su opinión sobre el desarrollo de un plan de exportación de stevia hacia el mercado español?

Bueno, siempre es importante desarrollar bien la presentación e imagen del producto; aparte de eso, tener muy claro las costumbres del mercado (en este caso el español) en que al consumir este tipo de productos están tratando de reemplazar el azúcar, si ellos acostumbran algún postre en particular siempre la promoción que se realice debe ir en torno a esas costumbres arraigadas del mercado. Adicionalmente, el plan de exportación debe prever un abastecimiento directo al mercado y que jamás se produzca un desabastecimiento por tratarse de un producto que se importa desde Ecuador; ya que existe una distancia considerable, tiempos de transportación y distribución que a veces juegan en contra de un plan de exportación

3. ¿Qué factores deben considerarse para acceder exitosamente al mercado español?

Para acceder al mercado español deben considerarse algunos aspectos como el tipo de envase del producto, la publicidad, las letras y colores que van a ir en el diseño del envase del producto porque eso también llama la atención y, algo que debe estar en consideración, es que el producto tenga un precio competitivo en el mercado si no es así su inserción va a ser muy muy difícil.

4. ¿En su opinión que estrategias comerciales deberían aplicar los productores de stevia para exportar su producto al mercado español?

Las estrategias comerciales de este producto van a la competitividad en precio y a que quizás el país como tal consiga algún tipo de ventajas arancelarias para cuando este producto entre al país de importación, es decir a España; entonces esas negociaciones bilaterales entre países ayudan a este tipo de productos a que puedan entrar competir dentro de un mercado grande. Adicionalmente, sería bueno que toda la exportación contemple un ciclo de distribución y abastecimiento, que pueda hacer que el producto arribe al país en las cantidades de la demanda porque pudiera existir que el tiempo de abastecimiento al mercado sea muy muy grande y cada vez que llegue el producto al mercado quizás no ser suficiente producto para la gran demanda

que existe. Entonces, siempre es bueno tener un equilibrio entre la producción y el mercado porque si no podría ser fácilmente reemplazable por alguna otra marca o algún otro producto parecido

5. ¿De qué manera el Estado podría apoyar a los productos para incentivar la producción y exportación de stevia?

El gobierno puede apoyar en la negociación de estos productos no tradicionales para que sean un nuevo Nicho de Mercado, en cuanto a la exportación obviamente. También, debería hacerse promoción a nivel gubernamental para que el país tenga proyección internacional y, obviamente, dentro de la publicidad ingresar todos aquellos productos que, como país, somos capaces de elaborar y producir en el país, ya sea con procesos artesanales o procesos un poco más industrializados.

Lo importante es que el gobierno incremente planes que, no sólo incentiven al exportador a vender afuera con menores barreras arancelarias, sino que además es importante que el país, o mejor dicho, los gobiernos generen políticas económicas que le permitan a los emprendedores y productores industriales de edulcorantes como la estevia, a tener incentivos de carácter tributarios, monetarios o laborales, que les permitan a estos productores industriales tener una cadena operativa capaz de producir las cantidades que necesitan para abastecer estos grandes mercados.

Dirigida a: Ing. Andrés Zambrano

Cargo: Consultor de proyectos de cooperación económica

1. ¿Cuáles son los aspectos básicos que debe contemplar un plan de exportación?

Desde mi perspectiva el plan de exportación debe seguir el siguiente modelo:

- a) Estructura organización del exportador
- b) Contratos, formas de pago y negociaciones
- c) Requisitos formales para exportar
- d) Barreras arancelarias y no arancelarias en el mercado de destino
- e) Cotizaciones (INCOTERMS)
- f) Envase/embalaje
- g) Seguros
- h) Clasificación arancelaria del producto a exportar
- i) Promoción para dar a conocer las bondades del producto
- j) Cadena de distribución y actividades de desarrollo del mercado
- k) Contactos en el extranjero
- l) Logística Nacional e internacional
- m) Proceso de exportación
- n) Precio de Exportación
- o) Proyección financiera

11. ¿Cuál es su opinión sobre el desarrollo de un plan de exportación de stevia hacia el mercado español?

Todo emprendimiento es saludable para la economía de un país. Un plan de exportación es una herramienta que ayudará a evitar errores en el proceso y por ende gastos que encarecen el producto.

12. ¿Qué factores deben considerarse para acceder exitosamente al mercado español?

Hay que conocer con claridad los requisitos de carácter sanitario y fitosanitario que exige la Unión Europea para poder ingresar a este mercado, evidentemente, hay aspectos básicos como: certificado de origen, registro sanitario, cumplimiento de normas de calidad, pero también hay que hacer un estudio del tipo de datos específicos que debe contener el producto, como información nutricional, porcentajes de cada nutriente, entre otros.

13. ¿En su opinión que estrategias comerciales deberían aplicar los productores de stevia para exportar su producto al mercado español?

En primera instancia, deberían conseguir un contacto en el mercado español para garantizar una cantidad sostenible del producto. Para esto se puede valer de oficinas comerciales como Pro Ecuador, o mediante el respaldo de alguna marca ya posicionada en España que solicite la compra del producto mediante las conocidas marcas blancas, de manera que se encarguen allá de colocar la marca. Esto es algo que se suele aplicar cuando el producto no tiene posicionamiento y lo que se busca es mejorar los volúmenes de exportación, más allá de lograr un reconocimiento de una marca en particular.

14. ¿De qué manera el Estado podría apoyar a los productos para incentivar la producción y exportación de stevia?

De acuerdo a los principios fundamentales que establece el art. 104 del COPCI, el Estado debe ser facilitador del comercio exterior y esto se logra a través de la eficiencia gubernamental. Se debe incentivar la producción mediante créditos blandos y a plazos moderados y a través de asesorías en el campo logístico y comercial

Dirigida a: Ing. Vanessa Palma

Cargo: Consultora de proyectos de cooperación económica

1. ¿Cuáles son los aspectos básicos que debe contemplar un plan de exportación?

Los principales aspectos que se deben analizar para realizar un plan de exportación son: precio de exportación, logística, requisitos de aduana, aranceles, contratos, negociación y forma de pago, tipo de empaque de la mercadería, el seguro de exportación y mantener siempre contacto con la persona en el extranjero.

2. ¿Cuál es su opinión sobre el desarrollo de un plan de exportación de stevia hacia el mercado español?

Es una oportunidad para el país de dar a conocer la oferta exportable con la que cuenta el Ecuador, también beneficia la economía ecuatoriana mejorando la balanza comercial a favor de los pequeños y medianos productores y finalmente genera empleo.

3. ¿Qué factores deben considerarse para acceder exitosamente al mercado español?

Se debería realizar un análisis de mercado para establecer estrategias que permitan disminuir posibles debilidades y amenazas de negociaciones internacionales con el mercado español y potenciar las oportunidades y debilidades que este tipo de acuerdo puede generar para el país.

4. ¿En su opinión que estrategias comerciales deberían aplicar los productores de stevia para exportar su producto al mercado español?

Es necesario que se analice la demanda de stevia en el mercado español, para de esta manera aplicar estrategias que permitan identificar el producto como ecuatoriano, así mismo los productores pueden realizar una alianza estratégica con el gobierno para que por medio de ferias internacionales de negocio se exponga la stevia, sus propiedades, beneficios y utilización.

5. ¿De qué manera el Estado podría apoyar a los productos para incentivar la producción y exportación de stevia?

El estado podría incentivar la exportación de la stevia por medio de ferias de mercado internacional, acuerdos y subsidios con los productores, talleres de exportación y capacitación para mejorar la producción.

Dirigida a: Rafael Zarama

Cargo: Torres y Torres

1. ¿Cuáles son los aspectos básicos que debe contemplar un plan de exportación?

Lo primero que se debe considerar es el término de negociación acordado, para poder presupuestar los gastos y procesos que se incurrirá dentro en el plan logístico, además de los respectivos análisis del producto que se espera exportar considerando el origen y destino de este, para así prever las posibles restricciones de Aduana y las normativas legales que deben cumplirse según el caso de cada país destino.

2. ¿Cuál es su opinión sobre el desarrollo de un plan de exportación de stevia hacia el mercado español?

El desarrollo de un plan de exportación de stevia es considerablemente bueno para el país, debido a que ayuda a mejorar la balanza de pagos comercial y promueve oportunidades de trabajo dentro del país, además de generar el interés de la demanda externa en relación con el listado de productos que el Ecuador tiene para exportar.

3. ¿Qué factores deben considerarse para acceder exitosamente al mercado español?

El factor principal que se debe considerar son los lineamientos legales para la venta del producto y un estudio de mercado bien sustentado que permita obtener estrategias favorables de reconocimiento.

4. ¿En su opinión que estrategias comerciales deberían aplicar los productores de stevia para exportar su producto al mercado español?

Se debería realizar un análisis de productos sustitutos para determinar el alcance de la competencia y como esta puede afectar la demanda internacional de stevia ecuatoriana, por tal motivo es importante que el Ecuador mantenga acuerdos comerciales que permitan a ambos países obtener beneficios sobre el mercado.

5. ¿De qué manera el Estado podría apoyar a los productos para incentivar la producción y exportación de stevia?

Con acuerdos comerciales que favorezcan al exportador, disminuyendo la tramitología o por medio de la implementación de herramientas como subsidios en la producción que incentiven la exportación de stevia y disminuya el costo que esto genera.

Dirigida a: Gabriela Azúa

Cargo: Torres y Torres

1. ¿Cuáles son los aspectos básicos que debe contemplar un plan de exportación?

Entre los principales aspectos que se debe prever para realizar una exportación están: el trámite logístico y documentación aduanera, determinar el medio de transporte que se va a utilizar y confirmar si se va a solicitar despachador de aduana o no para el desarrollo de la exportación

2. ¿Cuál es su opinión sobre el desarrollo de un plan de exportación de stevia hacia el mercado español?

Es una excelente propuesta debido a la tendencia que tiene este tipo de productos a nivel mundial, ya que ahora no solo se utiliza para endulzar bebidas, sino que también se puede emplear en otro tipo de productos como lácteos y cereales de tipo vegetal; es así como el reconocimiento de la stevia va adquiriendo una mayor demanda entre aquellos que conocen sus propiedades.

3. ¿Qué factores deben considerarse para acceder exitosamente al mercado español?

Se debe identificar el tipo de documentación y requisitos que exige la ciudad a la que irá destinada la exportación, así como aranceles, restricciones, también se debe evaluar el tamaño del mercado, la demanda del producto en dicho lugar.

4. ¿En su opinión que estrategias comerciales deberían aplicar los productores de stevia para exportar su producto al mercado español?

Entre las principales estrategias comerciales que los productores de stevia deberían aplicar sería un estudio del entorno para así determinar un análisis FODA, donde se identifiquen las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas según las necesidades del sector de consumo de la stevia.

5. ¿De qué manera el Estado podría apoyar a los productos para incentivar la producción y exportación de stevia?

El Estado podría apoyar la producción y exportación de stevia por medio de talleres de capacitación que ofrezcan iniciativas de crédito, mayor tecnificación y direccionamiento hacia los requisitos de exportación, también se podría promover la producción por medio de subsidios e incentivos tributarios.

Dirigida a: Mercedes Martínez

Cargo: Torres y Torres

1. ¿Cuáles son los aspectos básicos que debe contemplar un plan de exportación?

Entre los principales aspectos se debe empezar por definir adecuadamente una estrategia de entrada a los mercados internacionales, preparación del producto a exportar, un plan operativo de exportaciones centrado en procesos aduaneros, logística y marketing.

2. ¿Cuál es su opinión sobre el desarrollo de un plan de exportación de stevia hacia el mercado español?

De acuerdo con la demanda internacional y según los cambios que se suscitan en el mercado externo, es necesario no solo ampliar la participación a nivel local, sino también a nivel internacional por medio de acuerdos bilaterales de comercio que beneficie tanto a la oferta como a la demanda.

3. ¿Qué factores deben considerarse para acceder exitosamente al mercado español?

Debido a la demanda internacional y los diversos cambios que esto implica, es necesario ampliar la participación no solo a nivel local, sino también a nivel internacional, ya que, para acceder a un nuevo mercado se debe contar con un modelo de negocio y todos los mecanismos adecuados para su adaptación permanente al mismo, e implantación de equipo; también sería conveniente realizar un análisis FODA y revisar las restricciones aduaneras.

4. ¿En su opinión que estrategias comerciales deberían aplicar los productores de stevia para exportar su producto al mercado español?

Como estrategia es necesario considerar el valor agregado que se le puede ofrecer al producto, slogan, diseño para que sea identificado a nivel internacional como producto ecuatoriano, para este efecto se debe conocer al consumidor y satisfacer su necesidad, indicando los beneficios, la forma de distribución y facilidad del uso del producto Stevia.

5. ¿De qué manera el Estado podría apoyar a los productos para incentivar la producción y exportación de stevia?

Realizando campañas, ferias internacionales, dando a conocer los beneficios del producto a los futuros consumidores al acceder a estos mercados, otorgar crédito a sus productores y exportadores para que aumente su volumen de venta lo que potenciará rápidamente la expansión del mercado.

Anexo 3.

Tabla de amortización del préstamo

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	PAGO	AMORTIZACION
0				\$ 48,467.13
1	\$ 600.32	\$ 467.30	\$ 1,067.62	\$ 47,866.81
2	\$ 606.11	\$ 461.52	\$ 1,067.62	\$ 47,260.70
3	\$ 611.95	\$ 455.67	\$ 1,067.62	\$ 46,648.75
4	\$ 617.85	\$ 449.77	\$ 1,067.62	\$ 46,030.90
5	\$ 623.81	\$ 443.81	\$ 1,067.62	\$ 45,407.09
6	\$ 629.82	\$ 437.80	\$ 1,067.62	\$ 44,777.27
7	\$ 635.90	\$ 431.73	\$ 1,067.62	\$ 44,141.38
8	\$ 642.03	\$ 425.60	\$ 1,067.62	\$ 43,499.35
9	\$ 648.22	\$ 419.41	\$ 1,067.62	\$ 42,851.13
10	\$ 654.47	\$ 413.16	\$ 1,067.62	\$ 42,196.67
11	\$ 660.78	\$ 406.85	\$ 1,067.62	\$ 41,535.89
12	\$ 667.15	\$ 400.48	\$ 1,067.62	\$ 40,868.74
13	\$ 673.58	\$ 394.04	\$ 1,067.62	\$ 40,195.16
14	\$ 680.07	\$ 387.55	\$ 1,067.62	\$ 39,515.09
15	\$ 686.63	\$ 380.99	\$ 1,067.62	\$ 38,828.46
16	\$ 693.25	\$ 374.37	\$ 1,067.62	\$ 38,135.21
17	\$ 699.94	\$ 367.69	\$ 1,067.62	\$ 37,435.27
18	\$ 706.68	\$ 360.94	\$ 1,067.62	\$ 36,728.59
19	\$ 713.50	\$ 354.12	\$ 1,067.62	\$ 36,015.09
20	\$ 720.38	\$ 347.25	\$ 1,067.62	\$ 35,294.71
21	\$ 727.32	\$ 340.30	\$ 1,067.62	\$ 34,567.39
22	\$ 734.34	\$ 333.29	\$ 1,067.62	\$ 33,833.05
23	\$ 741.42	\$ 326.21	\$ 1,067.62	\$ 33,091.64
24	\$ 748.56	\$ 319.06	\$ 1,067.62	\$ 32,343.08
25	\$ 755.78	\$ 311.84	\$ 1,067.62	\$ 31,587.29
26	\$ 763.07	\$ 304.55	\$ 1,067.62	\$ 30,824.23
27	\$ 770.43	\$ 297.20	\$ 1,067.62	\$ 30,053.80
28	\$ 777.85	\$ 289.77	\$ 1,067.62	\$ 29,275.95
29	\$ 785.35	\$ 282.27	\$ 1,067.62	\$ 28,490.59
30	\$ 792.93	\$ 274.70	\$ 1,067.62	\$ 27,697.67
31	\$ 800.57	\$ 267.05	\$ 1,067.62	\$ 26,897.10
32	\$ 808.29	\$ 259.33	\$ 1,067.62	\$ 26,088.81
33	\$ 816.08	\$ 251.54	\$ 1,067.62	\$ 25,272.72
34	\$ 823.95	\$ 243.67	\$ 1,067.62	\$ 24,448.77
35	\$ 831.90	\$ 235.73	\$ 1,067.62	\$ 23,616.88
36	\$ 839.92	\$ 227.71	\$ 1,067.62	\$ 22,776.96
37	\$ 848.01	\$ 219.61	\$ 1,067.62	\$ 21,928.95
38	\$ 856.19	\$ 211.43	\$ 1,067.62	\$ 21,072.75
39	\$ 864.45	\$ 203.18	\$ 1,067.62	\$ 20,208.31
40	\$ 872.78	\$ 194.84	\$ 1,067.62	\$ 19,335.53
41	\$ 881.20	\$ 186.43	\$ 1,067.62	\$ 18,454.33

42	\$	889.69	\$	177.93	\$ 1,067.62	\$	17,564.64
43	\$	898.27	\$	169.35	\$ 1,067.62	\$	16,666.37
44	\$	906.93	\$	160.69	\$ 1,067.62	\$	15,759.44
45	\$	915.68	\$	151.95	\$ 1,067.62	\$	14,843.76
46	\$	924.50	\$	143.12	\$ 1,067.62	\$	13,919.26
47	\$	933.42	\$	134.20	\$ 1,067.62	\$	12,985.84
48	\$	942.42	\$	125.21	\$ 1,067.62	\$	12,043.42
49	\$	951.50	\$	116.12	\$ 1,067.62	\$	11,091.92
50	\$	960.68	\$	106.94	\$ 1,067.62	\$	10,131.24
51	\$	969.94	\$	97.68	\$ 1,067.62	\$	9,161.30
52	\$	979.29	\$	88.33	\$ 1,067.62	\$	8,182.01
53	\$	988.73	\$	78.89	\$ 1,067.62	\$	7,193.28
54	\$	998.27	\$	69.36	\$ 1,067.62	\$	6,195.01
55	\$	1,007.89	\$	59.73	\$ 1,067.62	\$	5,187.12
56	\$	1,017.61	\$	50.01	\$ 1,067.62	\$	4,169.51
57	\$	1,027.42	\$	40.20	\$ 1,067.62	\$	3,142.08
58	\$	1,037.33	\$	30.29	\$ 1,067.62	\$	2,104.76
59	\$	1,047.33	\$	20.29	\$ 1,067.62	\$	1,057.43
60	\$	1,057.43	\$	10.20	\$ 1,067.62	\$	(0.00)
	\$	48,467.13	\$	15,590.22	\$ 64,057.35		

Anexo 4

Índices macroeconómicos

Índices Macroeconómicos - Banco Central	
Inflación	1.57%
Riesgo País	6.12%
Tasa de interés Pasiva	5.98%
Tasa descuento Inversor	13.67%

Variación Sueldos		
Sueldo Básico 2018	\$	386.00
Sueldo Básico 2019	\$	394.00
Variación		2.07%

Anexo 5

Correo de Propuesta



Anexo 6

Carta de Negociación

