



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

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

TEMA

**EXPORTACIÓN DE TÉ DE BANANO AL MERCADO DE BARCELONA –
ESPAÑA PARA LA EMPRESA PURIFICADORA DE AGUA BRISAS DEL
CRISTAL**

TUTOR

MAE. JESSICA AROCA CLAVIJO

AUTOR

JOSÉ LUIS REASCOS PARDO

**GUAYAQUIL
2020**



REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: “Exportación de té de banano al mercado de Barcelona – España para la Empresa de Agua Brisas del Cristal”.	
AUTOR/ES: Reascos Pardo José Luis	REVISORES O TUTORES: MAE. Ing. Com. Aroca Clavijo Jéssica
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Roca fuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Ingeniería en Comercio Exterior
FACULTAD: Facultad de Administración	CARRERA: CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2020	N. DE PAGS: 167
ÁREAS TEMÁTICAS: EDUCACIÓN COMERCIAL Y ADMINISTRACIÓN	
PALABRAS CLAVE: Exportación, Demanda, Inversión, Consumidor.	
RESUMEN: El desarrollo de este plan de exportación se debe a que Ecuador se caracteriza de ser un país de exportación de materias primas como: camarón, banano, cacao, flores, entre otras materias primas. Luego, muchos de estos productos regresan en el país como producto terminado el cual ya viene con un valor agregado del extranjero aún mejor costo para ellos y más alto para el consumidor ecuatoriano, lo que se busca es dar la oportunidad de exportar producto terminado y/o transformado como es el té de banano hacia España, el cual utiliza el banano orgánico ecuatoriano que es muy apetecido y con gran demanda en el mercado internacional, con esto se fomenta la diversificación de la cartera de productos de la empresa Purificadora de Agua Brisas Del Cristal, con el objetivo de insertarse en el mercado internacional y ganar un renombre a través del tiempo como unas de las empresas fabricantes y distribuidoras de refrescos. Fomentando la transformación de la matriz productiva en el país que en los últimos años ha perdido dirección y sentido, por la poca inversión estatal y apoyo a los emprendedores el cual siempre	

se ven afectados por las nuevas o recientes medidas económicas que no permite un crecimiento sostenible.		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	i N. DE CLASIFICACIÓN: ii	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: Reascos Pardo José Luis	Teléfono: 0981109373 08980554416	E-mail: j.reascos@hotmail.com jreascosp@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	PhD. Rafael Iturralde Solórzano Teléfono: 2596500 Ext. 201 E-mail: riturraldes@ulvr.edu.ec Mgs. Betty Aguilar Echevería Teléfono: 2596500 Ext. 264 E-mail: baguilare@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

TE DE BANANO TESIS

por Jose Luis Reascos Pardo



Fecha de entrega: 11-ago-2020 10:16a.m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega: 1368461064
Nombre del archivo: TE_DE_BANANO_PARA_ANTIPLAGIO.docx (4.62M)
Total de palabras: 28879
Total de caracteres: 161297

TE DE BANANO TESIS

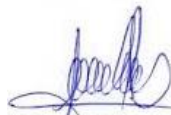
INFORME DE ORIGINALIDAD

5%	6%	0%	6%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	trevisoft.wordpress.com Fuente de Internet	1%
2	Submitted to Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD, UNAD Trabajo del estudiante	1%
3	es.slideshare.net Fuente de Internet	1%

Firma:



MAE Jessica Aroca Clavijo
C.C. 0912171014

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

El estudiante egresado, declaro bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, Exportación de té de banano al mercado de Barcelona – España para la Empresa de Agua Brisas del Cristal, corresponde totalmente a él suscrito y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor

JOSÉ LUIS REASCOS PARDO
0952004455

Firma:

José Luis Reascos P.

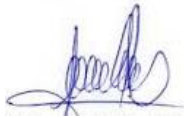
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación Exportación de té de banano al mercado de Barcelona – España para la Empresa de Agua Brisas del Cristal 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: Exportación de té de banano al mercado de Barcelona – España para la Empresa de Agua Brisas del Cristal, presentado por los estudiantes como requisito previo, para optar al Título de Ingeniería Comercio Exterior, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



MAE Jessica Aroca Clavijo
C.C. 0912171014

AGRADECIMIENTO

Empiezo agradeciéndole a Dios por permitirme nacer y seguir creciendo como persona, como estudiante y en un corto tiempo como un gran profesional, Dios el dueño de cada segundo e instante de vida, gracias a Él puedo estar cumpliendo con este gran paso en mí vida y en la vida de mi gran familia. Luego a mi alma mater Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil; la cual por medio de sus becas pude entrar a estudiar mi tercer nivel, con una beca del 100%; que tomé como un regalo tan preciado y traté de cuidarlo amarlo, protegerlo y aprovecharlo para que al final este regalo se convierta en bonanza. Al SNNA el cual también fue un medio importante para poder dar este gran paso.

Le agradezco a mi familia, amigos, compañeros y profesores; todos ellos en cada instante de mi vida me ayudaron a seguir luchando por este objetivo de vida, con sus consejos, enseñanzas y en muchos casos hasta llamados de atención; acciones que te enseñan a ser más sabio y cauteloso en cada una de las acciones que quiera tomar. Nunca olvidar las principios y valores que te enseñan estos actores, en mi éxito hasta hora alcanzado; hay cosas que aprendo bien y jamás olvido y estas cosas antes mencionadas son las guías en cada paso que di, doy y daré.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a los jóvenes de escasos recursos como yo y con gran deseo de progreso, que nada es fácil, pero todo se puede lograr con esfuerzo y perseverancia haciendo las cosas bien, haciendo que tu nombre sea bien recomendado, aunque no seas nadie, pero tus acciones y aptitud es un gran paso a alcanzar lo que deseas. A la gente de mi pueblo San Lorenzo tierra bella, que nada es imposible si yo lo pude hacer muchos más también lo pueden lograr que no paren de soñar, actuar y aguantar. A mí gente **afro** que a pesar que el racismo sigue destruyendo y matando muchos sueños y anhelos, sigamos haciendo historia, ya en un país del primer mundo tuvo un gran presidente con nuestras raíces y orgullosos de llevarlas, hombre que inspira ser mejores, recordando que la educación es el arma más poderosa y dándoles a entender al mundo que la vida de los negros importan y de cada persona de este mundo, porque ante Dios todos somos iguales.

Se la dedico a mi madre, la cual fue la causante del cambio de mi destino y por cumplir con ese gran papel de una madre proteger a sus hijos sin importar la circunstancia, la cual no te juzga si no que te da una oportunidad más para corregir tus errores.

Se lo dedico a mi hija, para ser inspiración en ella que su padre es un hombre de lucha y que jamás se da por vencido cuando su alma y corazón sabe que es lo que realmente desea; para que ella también pueda lograr esto y mucho más si lo desea realmente.

Se la dedico a mi esposa, excelente mujer, que está en las buenas y en las malas conmigo, a mis hermanos y amigos que siempre son un gran pilar fundamental en mi vida siempre buscando la forma de aportar de mejor forma en mí. Cerro Santa Ana fuiste mi cuna, mi hogar, mi trabajo y cada persona que me ayudó para yo ser lo que soy y lo que estoy alcanzando.

ÍNDICE GENERAL

<i>PORTADA</i>	<i>I</i>
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	ii
ÁREAS TEMÁTICAS:	ii
PALABRAS CLAVE: Exportación	ii
RESUMEN:	ii
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO	iv
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
INTRODUCCIÓN	1
<i>CAPÍTULO I</i>	<i>2</i>
1.1 Tema	2
1.2 Planteamiento del Problema	2
1.3 Formulación del Problema	3
1.4 Sistematización del Problema	4
1.5 Objetivo General	4
1.6 Objetivos Específicos	4
1.7 Justificación	4
1.8 Delimitación del Problema	6
1.9 Idea a Defender	6
1.10 Línea de Investigación Institucional/Facultad	6
<i>CAPÍTULO II</i>	<i>7</i>
<i>MARCO TEÓRICO</i>	<i>7</i>
2.1 Marco Teórico	7
2.1.1 Productor	7
2.1.1.1 Productos	7
2.1.1.2 Infraestructura	7
2.1.2 Banano	8
2.1.2.1 Las principales Asociaciones se de Exportadores del sector:	9
2.1.2.2 Propiedades del banano	9
2.1.3 Canela	10
2.1.3.1 Principales exportadores:	10
2.1.3.2 Principales importadores:	10
2.1.3.3 Propiedades de la canela	11
2.1.4 TÉ DE BANANO CON CANELA	11
2.1.5 Mercado de destino	11
2.1.5.1 España	11
2.1.5.2 Barcelona	12
2.1.6 TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL	12
2.1.6.1 TEORÍA DEL COMERCIO EXTERIOR	12

2.1.6.2	TEORÍA DEL COMERCIO EXTERIOR.....	13
2.1.7	LA TEORÍA ECONÓMICA DEL COMERCIO EXTERIOR.....	14
2.1.7.1	La teoría de las diferencias de los costos absolutos.....	14
2.1.7.2	Principio de las ventajas comparativas.....	14
2.1.7.3	La ley de demanda recíproca.....	14
2.1.7.4	El modelo de HECKSCHER-OHLIN.....	15
2.1.7.5	Teoría de la Economía Circular.....	15
2.1.8	TEORÍA DE LA LOGÍSTICA.....	16
2.1.8.1	CADENA DE SUMINISTRO.....	16
2.1.9	Actividades de apoyo.....	19
2.1.10	Distribución Física Internacional.....	20
2.1.11	Transporte Internacional de Mercancías.....	23
2.1.12	Envase y embalaje de las mercancías.....	24
2.1.13	Tipos de carga en el transporte de mercancías.....	24
2.1.13.1	Tipos de carga: clasificación general.....	24
2.1.14	Clasificación de los tipos de carga en función de la naturaleza de la mercancía.....	25
2.1.15	Incoterms.....	25
2.1.15.1	Tipo de Incoterms.....	26
2.1.16	Medios de transporte.....	26
2.1.17	Comercio justo.....	28
2.1.18	Tratamiento arancelario.....	30
2.1.19	Relaciones comerciales de Ecuador – España.....	30
2.1.19.1	Análisis de la Balanza Comercial de Ecuador – España.....	31
2.1.19.2	Productos exportados Ecuador – España (Miles USD).....	31
2.1.19.3	Productos importados Ecuador – España.....	32
2.1.20	Requisitos dentro del Comercio Exterior en Ecuador.....	33
2.1.20.1	Requisitos para exportar.....	33
2.1.21	MODELO DE PLAN DE EXPORTACIÓN.....	34
2.2	Marco Conceptual.....	37
2.3	Marco Legal.....	41
2.3.1	CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIO E INVERSIÓN	42
	incentivos de estabilidad tributaria en contratos de inversión.....	44
2.3.3	Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021.....	47
CAPÍTULO III		48
3.1	Tipo de investigación.....	48
3.1.1	Investigación descriptiva:.....	48
3.1.2	Investigación Exploratoria:.....	48
3.2	Enfoque.....	48
3.3	Técnica e instrumentos.....	49
3.4	Población.....	51
3.5	Muestra.....	56
	Entrevista (ANEXO 2, LA ENCUESTA).....	67
CAPÍTULO IV		69

4.1	Título de la propuesta	69
4.2	Generalidades de la propuesta	69
4.3	Plan de exportación	69
4.3.1	La empresa.....	69
	Misión.....	69
	Visión	69
	Valores.....	70
4.3.1.1	Tipo de Negocio	70
4.3.1.2	Estructura organizacional.....	70
4.3.1.3	Organigrama de la Empresa Brisas del Cristal.....	71
4.3.2	Análisis FODA de la empresa	71
4.4	El PRODUCTO:	72
4.4.1	Características del producto: ventajas y uso.	72
4.4.2	Análisis FODA del producto.	73
4.4.3	Clasificación Arancelaria Ecuador.....	73
	Subpartida Arancelaria	73
4.4.4	Clasificación arancelaria en la Unión Europea	74
4.4.5	Certificado Sanitario de Exportación	74
4.5	Empaque, embalaje y etiquetado.....	76
4.5.1	Norma ISO 3394 (Dimensiones)	76
4.5.2	Norma ISO 780 7000 (Simbología para el correcto manejo y manipulación de empaques y embalaje).....	81
4.5.3	Reglas etiquetado en España	83
4.5.3.1	Etiquetas más legibles.....	83
4.5.3.2	País de origen	83
4.5.3.3	Lote.....	84
4.5.3.4	Lengua en el etiquetado	84
4.5.4	Certificación INEN	84
4.5.4.1	Certificado de Inspección de Etiquetado.....	85
4.5.5	Código de Barras	86
	Embalaje.....	88
	Origen.....	90
4.5.6	Generalidades del país de exportador: Ecuador	90
4.5.7	Información Básica	91
4.5.8	Demografía	91
4.5.9	Economía.....	91
4.8	Destino potencial.....	93
4.8.1	Generalidades del país de importación: España.....	93
4.8.2	Información Básica	94
4.8.3	Demografía	94
4.8.4	Economía.....	94
4.9	Logística	96
4.9.1	¿Quién puede ser exportador?.....	96
4.9.2	Requisitos para ser exportador.....	96
4.9.2.1	Registro del exportador en el Ecuapass	97
4.9.3	Trámite de declaración juramentada de origen (DJS)	97

4.10	Proceso de exportación.....	97
4.10.1	Fase de pre - embarque	97
4.10.2	Los principales datos que se consignarán en el DAE son:	97
	Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:	98
4.10.3	Documentación requerida para la entrada del producto a España	98
4.10.4	Herramientas de negociaciones Internacionales	99
4.10.5	Fase de post embarque	100
4.10.6	Diagrama de proceso de exportación	101
4.10.6.1	Incoterm seleccionado: obligaciones de importador y exportador	101
4.10.6.2	Transporte internacional de mercadería	103
	4.10.6.2.1 Transporte marítimo	104
4.10.6.3	Bill of lading (BL)	105
4.10.6.4	Líneas navieras	105
4.10.6.5	Trayecto de puerto de Guayaquil – Barcelona	106
	Estudio financiero	106
4.10.7	Inversión requerida para exportar	107
4.10.8	Presupuesto de gastos.....	108
4.10.9	Financiamiento del proyecto	109
4.10.10	Estado de pérdidas y ganancias	110
4.10.11	Depreciación.....	113
1.1.1	Proyecciones de ventas.....	115
4.10.12	Precio de venta y gastos logísticos.....	116
4.10.13	Punto de equilibrio.....	117
4.10.14	LOGÍSTICA.....	119
4.10.15	Financiera: Flujo de caja	120
	<i>Bibliografía</i>	126
	<i>ANEXOS</i>	133

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Actividades de la logística en la cadena de suministro inmediata de una empresa.....	17
Figura 2. Los estándares de servicio al cliente cooperan con el marketing.	18
Figura 3. Actividades de apoyo.....	19
Figura 4. Actores de la Distribución Física Internacional.....	21
Figura 5. Riesgos en la Distribución Física Internacional.....	22
Figura 6. Características para seleccionar el medio de transporte.	23
Figura 7. Según sea esta forma de la carga.	24
Figura 8. Medios de transporte.	27
Figura 9. Los diez principios que deben ser cumplidos por las organizaciones que trabajan en Comercio justo.	29
Figura 10. Balanza Comercial Total Ecuador- España.	31
Figura 11. Registrarse en el portal de ECUAPASS.	33
Figura 12. GUÍA PRÁCTICA PLAN DE EXPORTACION DE PUERTO RICO.	34
Figura 13. Empresa: Francisco Quintana Ylzarbe.	51
Figura 14. Empresa: Eckes-Granini.	52
Figura 15. Empresa: Salud y Bebidas Sl.....	53
Figura 16. Empresa: Bebidas Sucrebol S.L.	53
Figura 17. Empresa: Internacional De Bebidas S.C.P.	54
Figura 18. Empresa: Agua Refrescos Café Vending S.L.	54
Figura 19. Empresa: Ferrera Muñoz & Jarrampla Distribuidores SL.	55
Figura 20. Empresa: La Colomense Serveis Generals Sa.	56
Figura 21. De la pregunta n° 1 (Encuesta).	57
Figura 22. De la pregunta n°2 (Encuesta).	58
Figura 23. De la pregunta n°3 (Encuesta).	59
Figura 24. De la pregunta n°4 (Encuesta).	60
Figura 25. De la pregunta n°5 (Encuesta).	61
Figura 26. Datos de la pregunta n° 6 (Encuesta).	62
Figura 27. Datos de la pregunta n° 7 (Encuesta).	63
Figura 28. De la pregunta n°8 (Encuesta).	64
Figura 29. De la pregunta n°9 (Encuesta).	65
Figura 30. De la pregunta n°9 (Encuesta).	66
Figura 31. Organigrama de la Empresa Purificadora de Agua Brisas del Cristal.	71
Figura 32. Información para solicitar un Certificado Sanitario de Exportación.....	75
Figura 33. Documentos necesarios para la obtención del Certificado Sanitario de Exportación.	76
Figura 34. Medidas del pallet europeo.	77
Figura 35. Unitarización de la mercancía en el pallet europeo.	78
Figura 36. Unitarización de la mercancía en el contenedor 40 pies (MSC).....	79
Figura 37. Símbolos pictóricos	81
Figura 38. Símbolos de instrucciones básicas y especiales.	82
Figura 39. Normas ISO 7000.....	82
Figura 40. Pasos para el trámite de obtención del sello INEN.	85
Figura 41. Etiqueta presentada al INEN pasos para realizar el trámite.	86
Figura 42. Código de Barras.	87
Figura 43. Etiqueta del té de banano.	87
Figura 44. Características de la película termoencogible.	88
Figura 45. Tipos de embalajes del té de banano.	90
Figura 46. PIB PPA, miles de millones de dólares – Últimos 5 años.	92
Figura 47. PIB PPA, miles de millones de dólares – Últimos 5 años.	95
Figura 48. Registro del exportador en el Ecuapass.....	97
Figura 49. Trámite de declaración juramentada de origen (DJS).	97
Figura 50. Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS.	98
Figura 51. La cotización debe contemplar lo siguiente.....	100
Figura 52. Este trámite requiere de los siguientes documentos.	101
Figura 53. Incoterms 2020.....	103
Figura 54. Barco de la naviera MSC.	105
Figura 55. Ruta del barco de MSC RONIT R puerto Naportec en Guayaquil.....	106
Figura 56. Punto de Equilibrio.....	117

INDICE DE TABLAS

Tabla	1
<i>Productos exportados Ecuador – España (Miles USD)</i>	31
Tabla	2
<i>Productos importados Ecuador – España</i>	32
Tabla	3
<i>Datos de la pregunta n° 1 (Encuesta)</i>	57
Tabla	4
<i>Datos de la pregunta n° 2 (Encuesta)</i>	58
Tabla	5
<i>Datos de la pregunta n° 3 (Encuesta)</i>	59
Tabla	6
<i>Datos de la pregunta n° 4 (Encuesta)</i>	60
Tabla	7
<i>Datos de la pregunta n° 5 (Encuesta)</i>	61
Tabla	8
<i>Datos de la pregunta n° 6 (Encuesta)</i>	62
Tabla	9
<i>Datos de la pregunta n° 7 (Encuesta)</i>	63
Tabla	10
<i>Datos de la pregunta n° 8 (Encuesta)</i>	64
Tabla	11
<i>Datos de la pregunta n° 9 (Encuesta)</i>	65
Tabla	12
<i>Datos de la pregunta n° 10 (Encuesta)</i>	66
Tabla	13
<i>Medidas de las unidades de cargas y pesos.</i>	80
Tabla	14
<i>Generalidades del Ecuador</i>	90
Tabla	15
<i>Información Básica del Ecuador</i>	91
Tabla	16
<i>Demografía del Ecuador</i>	91
Tabla	17
<i>Datos generales económicas del Ecuador</i>	91
Tabla	18
<i>Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador 2018</i>	92
Tabla	19
<i>Indicadores Económicos del Ecuador 2019</i>	92
Tabla	20
<i>Trabajo y Empleo en el Ecuador 2019</i>	93
Tabla	21
<i>Comercio del Ecuador 2018</i>	93
Tabla	22
<i>Generalidades de España</i>	93
Tabla	23
<i>Información Básica de España</i>	94
Tabla	24
<i>Demografía</i>	94
Tabla	25
<i>Datos generales económicas del España</i>	94
Tabla	26
<i>Producto Interno Bruto (PIB) de España 2018</i>	95
Tabla	27
<i>Indicadores Económicos de España</i>	95

Tabla	28
<i>Trabajo y Empleo en España 2019</i>	96
Tabla	29
<i>Comercio de España 2018</i>	96
Tabla	30
<i>Seguro Internacional</i>	102
Tabla	31
<i>Inversiones de activos fijos</i>	107
Tabla	32
INVERSION EN ACTIVOS DIFERENCIADOS	107
Tabla	33
INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO	107
Tabla	34
<i>Presupuesto de gastos</i>	108
Tabla	35
<i>Financiamiento del proyecto</i>	109
Tabla	36
<i>Condiciones del préstamo por la institución bancaria</i>	109
Tabla	37
<i>Préstamo bancario</i>	110
<i>Tabla 38 Estado de pérdidas y ganancias proyectados</i>	110
Tabla	39
<i>Balance General</i>	111
Tabla	40
BALANCE GENERAL	112
Tabla	41
<i>Depreciación de Muebles y Equipos de oficina</i>	113
Tabla	42
<i>Depreciación de Maquinarias</i>	114
Tabla	43
<i>Depreciación de Equipos de Computo</i>	114
Tabla	44
<i>Estimaciones de ventas</i>	115
Tabla	45
<i>Cálculo del precio de venta</i>	116
Tabla	46
<i>Punto de Equilibrio por contenedor</i>	118
Tabla	47
<i>Gastos de embalaje por contenedor</i>	119
Tabla	48
<i>Flujo de caja</i>	120
Tabla	49
<i>Tasa de descuento y VAN</i>	122

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Resolución 1684 de la CAN artículo 9 la factura comercial	133
Anexo 2 Encuesta.....	134
Anexo 3 Entrevista	150
Anexo 4 Modelo del Certificado Sanitario de Exportación	152

INTRODUCCIÓN

Con este proyecto Exportación de té de banano se busca crear una mejor idea, un producto de calidad con excelentes características, con valor agregado, con la marca país, mediante este proyecto se presenta cada uno de sus eslabones desde lo que son los costos de producción hasta el proceso logístico para que llegue hasta el cliente potencial, se busca elaborar un proyecto que cumpla con los requisitos necesarios para aportar al desarrollo de la matriz productiva del país. La empresa Purificadora de Agua Brisas del Cristal es la impulsadora de este proyecto porque cree en la juventud que pone en él todo el conocimiento adquirido para hacer un grandioso y honesto trabajo.

El Ecuador es un país en vías de desarrollo que depende mucho de la exportación de materia prima, productos que no tienen un valor agregado o sin transformación alguna, además el país está estancado en políticas viciosas que detienen su sostenible crecimiento, la inversión extranjera es escasa por las políticas comerciales y beneficios poco convenientes y rentables para potenciales inversionistas. Según (globalEDGE, 2020) Ecuador a nivel mundial tiene un riesgo país de categoría C, su perspectiva política y económica es muy incierta su entorno empresarial tiene debilidades problemáticas y esto da como resultado que la probabilidad del incumplimiento empresarial es alto, sin embargo, es reconocido por la calidad del banano, camarón, atún y flores; productos de la primera línea, los cuales son los que genera la naturaleza sin muchos cambios ni valor agregado. En busca de nuevos mercados internacionales se desarrolló un proyecto que aporta a la transformación de la matriz productiva.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

EXPORTACIÓN DE TÉ DE BANANO AL MERCADO DE BARCELONA – ESPAÑA PARA LA EMPRESA PURIFICADORA DE AGUA BRISAS DEL CRISTAL.

1.2 Planteamiento del Problema

Es evidente que al país se lo conoce desde sus inicios como una fuente inagotable de materias primas, a pesar de esto la matriz productiva del Ecuador sólo se ha enfocado en ser uno de los principales exportadores de productos básicos sin valor agregado, pero el país también se ha identificado como consumidor de productos terminados; artículos derivados de los mismos materiales que envía el territorio ecuatoriano al mercado internacional.

La matriz productiva de un país está compuesta por los diferentes sectores de la producción de bienes y servicios, organizada en función de prioridad e importancia relativa que cada sector tiene en el desarrollo económico, para generar: inversión, producción, empleo, invención, innovación, y exportaciones de bienes, servicios y tecnología.

Sin embargo, los mercados tradicionales como la Unión Europea y Rusia continúan cayendo, en las exportaciones del banano ecuatoriano esto es cada vez más notorio desde el 2018 hasta la actualidad, el bloque europeo registro una disminución del 14.61% y Rusia del 2.80% en comparación con el crecimiento esperado según los cálculos estimados según El Comercio (2020), el sector no tiene un panorama optimista para el 2020. Richard Salazar, Director ejecutivo de Comercialización y Exportación de Banano (Acorbanec), señala que la tendencia a la baja de los principales mercados se va a mantener. La Unión Europea dejó de ser el mercado más remunerado para el banano. Ecuador ahora compite con Colombia y Perú en igualdad arancelaria hacia el bloque. Con el acuerdo Comercial, que está vigente desde el 2017, el arancel ha ido disminuyendo con los años. Así, en 2017 fue de 97 euros por tonelada; en el 2018 fue de 90; en el 2019 bajó a 83; y este año a 75 euros. Según el dirigente, este no es un factor positivo ya que los

consumidores y “retailers” demandan banano más barato. Guatemala, por ejemplo, aumentó su participación en este mercado porque ofrece una fruta USD 0,50 más económica, este país aumentó su siembra para exportar más.

(EL COMERCIO, 2020) Los productores y exportadores de banano de América Latina rechazaron la decisión unilateral de la Unión Europea (EU) sobre la reducción de los límites máximos de residuos de moléculas (LMR) que son fundamentales en la producción y exportación, además que sirve para el control de enfermedades y plagas en plantaciones de plátano y banano.

Según (Bentacourt, 2018), la mezcla de banano y canela en infusión tiene propiedades relajantes y permite ayudar a aliviar el estrés y la ansiedad para fortalecer un sueño más reparador. Hoy en día muchos deciden combatir el insomnio con el uso de somníferos. Sin embargo, su consumo excesivo puede ser contraproducente y ocasionar dependencia. La combinación de cualidades nutricionales de estos ingredientes hace de este té un potencial remedio que alivia el estrés mientras mejora la calidad del descanso.

Por otro lado, según (CAMPOS, 2015) una de cada tres personas sufre un trastorno del sueño en España, pero solo un tercio de ellas acude a un especialista para tratarlo. Como en la mayoría de países, el insomnio es el trastorno del sueño que afecta a más personas en España, con una incidencia de entre el 20% y el 30%. Entre ellos, un 10% de los problemas del sueño son crónicos o severos, y las cifras en total suponen un motivo de preocupación por sus repercusiones en el día a día, en el estado de ánimo y en el desempeño físico e intelectual. Según (The Survey of Retirement in Europa, SHARE), España se sitúa por debajo de los países que han participado en el estudio. Aun así, casi uno de cada cuatro españoles (24,3%) tiene problemas para conciliar el sueño. La encuesta a 54.722 adultos (50 años o mayores) en 16 países europeos. La menor tasa de insomnio se registra en Italia y Dinamarca (16.65 en ambos países).

1.3 Formulación del Problema

¿De qué forma el desarrollo de un plan de exportación de té de banano incentivará la comercialización internacional de un producto no tradicional con valor agregado?

1.4 Sistematización del Problema

¿La empresa Purificadora De Agua Brisas Del Cristal podrá cumplir con la demanda exigible por el mercado español?

¿Qué factores se pueden analizar para la exportación de té de banano en el mercado español?

¿Cómo beneficiará la exportación del té de banano al mercado español a la empresa Purificadora De Agua Brisas Del Cristal?

1.5 Objetivo General

Desarrollar un plan de exportación de té de banano para la empresa Purificadora De Agua Brisas Del Cristal fomentando la comercialización del producto al mercado de Barcelona – España.

1.6 Objetivos Específicos

- Analizar el mercado objetivo y la demanda exportable de productos derivados del té de banano en el mercado español.
- Determinar el modelo de plan de exportación basado en las necesidades de la empresa Purificadora De Agua Brisas Del Cristal y del producto.
- Proponer el plan de exportación de té de banano al mercado de Barcelona-España, incentivando a la comercialización de productos no tradicionales.

1.7 Justificación

El desarrollo de este plan de exportación se efectúa ya que Ecuador se caracteriza por ser un país de exportación de materias primas como; el camarón, banano, cacao, flores entre otros. Luego muchos de estos productos son procesados e industrializados regresan al país como productos terminados sumando un valor agregado del extranjero, con un costo más alto, para que finalmente regrese a Ecuador, con un precio de venta al consumidor, mucho más elevado. Lo que se busca es dar la oportunidad de exportar un producto terminado y/o transformado, como es el té de banano hacia España, se utiliza el banano orgánico ecuatoriano que es muy apetecido y con gran demanda en el mercado internacional, con esto se fomentará la diversificación de la cartera de productos de la empresa Purificadora De Agua Brisas Del Cristal, con el objetivo de insertarse en el

mercado internacional y ganar un renombre a través del tiempo como unas de las empresas fabricadoras y distribuidoras de refrescos.

Fomentando la transformación de la matriz productiva en el país que en los últimos años ha perdido dirección y sentido, por la poca inversión estatal y apoyo a los emprendedores, quienes se ven afectados por las nuevas medidas económicas que no permiten un crecimiento sostenible.

La elaboración del Té de banano para su exportación hacia el mercado español, no es solo causante de la diversificación de productos de la empresa Purificadora De Agua Brisas Del Cristal, también genera nuevas fuentes de empleo en base a una producción a gran escala, comercialización y exportación, entre los otros factores positivos el Acuerdo Comercial Multipartes y una relación más estrecha para con la Unión Europea.

Otro punto claves es que las exportaciones del banano ecuatoriano a los países del mediterráneo están constantemente en picada y los pronósticos estiman que se mantendrán así por los próximos años según (EL COMERCIO, 2020). Hace unos años atrás este mercado era uno de los más importantes y rentables para la fruta ecuatoriana, sin embargo, está perdiendo territorio y presencia, los importadores prefieren abaratar costos y por eso compran a otros países como Guatemala y Costa Rica que venden la fruta por debajo del precio de los países de América Sur, provocando una desventaja en la venta del banano.

Como parte fundamental para este plan de exportación es que el Té de banano es un producto que ayuda a lidiar con el insomnio y el estrés en las personas de una forma natural y sin efectos secundarios en España según revistas como (The Survey of Retirement in Europa, SHARE) aseguran que este país tiene una alta de personas que sufren insomnio, en muchos casos se vuelve crónicas que afectan seriamente la salud de las personas, el Té de banano aparte de ser el banano el ingrediente principal también tiene otro ingrediente como es la canela, el cual por sus propiedades es también un relajante para las personas en combinación estos dos fabulosos productos dan grandes resultados positivos para la salud, se busca la no dependencia de fármacos que al final de esto causan dependencia y efectos secundarios y son muy dañinos para la vida de las personas.

1.8 Delimitación del Problema

Este estudio se enfoca en determinar como la exportación de té de banano al mercado de España incentivará la comercialización de un producto no tradicional de la empresa Purificadora de Agua Brisas, teniendo en cuenta que dicho país existe un consumo atractivo de productos similares motivados por una cultura alimenticia enfocada en la salud.

Campo: Emprendimiento

Área: Exportación

Segmentación de mercado: Barcelona – España

Producto: TÉ DE BANANO

Empresa: Purificadora De Agua Brisas Del Cristal

Tiempo: 2020

1.9 Idea a Defender

El desarrollo de un plan de exportación de té de banano para la empresa Purificadora de Agua Brisas del Cristal incentivará a la comercialización del producto con valor agregado hacia el mercado de Barcelona – España.

1.10 Línea de Investigación Institucional/Facultad.

Línea 4. Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables.

Dominio 1. Emprendimientos sustentables y sostenibles con atención a sectores tradicionalmente excluidos de la economía social y solidaria

Línea institucional. Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables.

Líneas de Facultad. Desarrollo empresarial y talento humano Marketing, comercio y negocios globales, contabilidad, finanzas, auditoría y tributación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Marco Teórico

2.1.1 Productor

La empresa Purificadora de Agua Brisas del Cristal fundada en 1998 es una compañía de tipo familiar dedicada al envasado y comercialización de agua tratada y purificada. Se encuentra ubicada en la provincia de Los Ríos en el Cantón Montalvo a 30 minutos de Babahoyo en la Avenida 25 de abril y Velasco Ibarra. Tiene una gran experiencia en el mercado más de 20 años distribuyendo agua embotelladas y enfundadas de diferentes presentaciones, en varios lugares de la costa ecuatoriana entre estas Babahoyo, Montalvo, Guayaquil, entre los cantones principales.

2.1.1.1 Productos

La empresa oferta en el mercado nacional cinco tipos de productos en las siguientes presentaciones:

Botellas de ½ litro.

Galones en botellas plásticas.

Botellones de 20 litros.

Fundas de medio litro.

Fundas de 4 litros.

La empresa se ha mantenido a través de los años solo con la producción y comercialización de agua tratadas en presentaciones ya antes mencionadas alrededor de la región costa ecuatoriana.

2.1.1.2 Infraestructura

Posee un área física extensa que le permite crecer a la empresa según sus necesidades actualmente cuenta con:

Terreno de 1.250 m².

Edificio de 2 plantas.

Área de producción.

Equipo para almacenamiento y tratamiento de Materia Prima.

Área de administración.

Camiones (4).

Parqueadero, garaje y salida de emergencia.

Líneas de envase.

2.1.2 Banano

Según (CFN, 2017), el banano crece en las más variadas condiciones de suelo y clima, sin embargo, lo más óptimo son los ecosistemas tropicales húmedos con temperaturas de 18.5 centígrados para tener un crecimiento óptimo, se consigue todo el año, en más de 150 países se siembran y cosechan, los cuales producen alrededor de 105 millones de toneladas al año, se cree que existen casi 1000 variedades de banano en el mundo subdivididos en 50 grupos. La variedad más popular es la conocida como “Cavendish” que se produce para los mercados de exportación.

En el Ecuador las zonas productoras son Los Ríos, Guayas, El Oro, entre otras. Las mayores provincias con mayor producción de banano para el 2016 son Los Ríos con 43.23% y Guayas con 32.76% respectivamente.

En nuestro país el cultivo del banano se ha distribuido por todo el Litoral Ecuatoriano, el ex Programa Nacional del Banano que controlaba y fomentaba el cultivo en el país distribuyó las áreas bananeras de las siguientes formas:

Zona Norte: Ubicación en la provincia de Esmeraldas y Pichincha y abarca las zonas bananeras de Quinindé, Esmeraldas y Santo Domingo de los Tsáchilas.

Zona Central: Abarca las áreas bananeras de Quevedo, Provincia de los Ríos; La Maná, Provincia del Cotopaxi y Velasco Ibarra en la Provincia del Guayas.

Zona Subcentral: Localizada en la Provincia de los Ríos, comprende las áreas ubicadas en Pueblo Viejo, Urdaneta, Ventanas y el Cantón Balzar en la Provincia del Guayas.

Zona Oriental-Milagro: Se extiende desde Naranjito, Milagro hasta Yaguachi en la provincia del Guayas.

Zona Oriental-El Triunfo: Situada en la Provincia del Guayas con incumbencia en el Cantón el Triunfo, La Troncal en la Provincia del Cañar y Santa Ana en la Provincia del Azuay.

Zona Sur – Machala: Ubicada en la provincia de El Oro y comprende los Cantones: Santa Rosa, Arenillas, Guabo, Machala y Pasaje.

Zona Peninsular: Ubicada en la provincia de Santa Elena, parroquias Cerecita y Zapotal.

2.1.2.1 Las principales Asociaciones se de Exportadores del sector:

AEBE (Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador).

ASISBANE (Asociación de la Industria Bananera del Ecuador).

De productos AGROBAN (Asociación de Productores Bananeros del Ecuador).

2.1.2.2 Propiedades del banano

Según (Betancourth, 2018), la fruta tiene un sabor dulce muy delicioso que se ha convertido en una de las favoritas para las dietas por su significativo aporte de potasio y magnesio. Ambos minerales participan en la regulación de la presión arterial y en la eliminación de líquidos. También tiene un efecto positivo en la relajación de los músculos y las venas, lo que a su vez reduce la presencia de cortisol (conocido como la hormona del estrés).

El principal componente que aporta a mejor al sueño es el triptófano, un aminoácido esencial que incrementa la segregación de serotonina, neurotransmisor necesario para dormir bien.

La producción del banano orgánico demanda de más mano de obra en comparación con las clases de bananos comunes, esto se realiza a control mecánico y a mache, no se pueden usar herbicidas ni mucho menos ciertos tipos de químicos, para el control de maleza tampoco se puede usar ningún tipo de químico como normalmente se realiza en el banano convencional. Según (CIAOrganico, 2017) solo se utilizan abonos orgánicos, y están prohibido el uso de la urea, muriato y el DAP porque no están permitidos en las normas, otro punto importante es limitado aporte del nitrógeno el cual se realiza a través de las diferentes materias orgánicas permitidas utilizadas. Y finalmente en caso de plaga en el racimo no se pueden usar productos sintéticos químicos sino utilizar un control biológico de productos certificados para el manejo de plagas en el campo.

2.1.3 Canela

Según (fen.org.es, 2015), la canela se obtiene del árbol de canelero de Ceilán, o canelo, *Cinnamomum Zeylanicum*, árbol con corteza papirácea marrón claro, perteneciente a la familia de las lauráceas. En su estado silvestre puede alcanzar los 10 m de altura. La canela es una de las especias más antiguas, en china se empleaba incluso en el año 2500 a.C., los árabes la utilizaban para aromatizar carnes, ya que la canela contiene un aceite esencial rico en fenol que inhibe las bacterias responsables de la putrefacción.

Su estacionalidad es originaria del sur de India y Sri Lanka. También se cultiva en Brasil, Birmania, Indonesia, Indias Occidentales e islas del Océano Pacífico. En general se cultiva en Sri Lanka, entre mayo y junio y en octubre y noviembre. Los brotes se podan de continuo, cerca del suelo, lo que hace que el canela parezca un arbusto bajo, denso y de finas y frondosas ramas. La primera cosecha produce una corteza más gruesa e inferior. La calidad aumenta en podas sucesivas. La corteza más fina procede de los brotes más delgados del centro de la planta. Esta operación se hace en la época de lluvias por ser más fácil el decorticado, debido a la humedad.

Según (TRADE MAP, 2020), los principales exportadores e importadores a nivel mundial de Canela en el año 2019.

2.1.3.1 Principales exportadores:

Sri Lanka
Indonesia
China
Vietnam
Países bajos

2.1.3.2 Principales importadores:

Estados Unidos de América
México
India
Países Bajos
Bangladesh

2.1.3.3 Propiedades de la canela

Según (Betancourth, 2018), la canela es una especia curativa con agentes activos como el eugenol, el elemento que le da su aroma intenso y gran parte de sus propiedades. Su consumo es un gran apoyo para los pacientes con diabetes tipo 2, pues actúa en el metabolismo de la glucosa disminuyendo sus niveles de sangre. Además, favorece la digestión y la circulación sanguínea, dos factores muy importantes para quienes tienen problemas para dormir.

2.1.4 TÉ DE BANANO CON CANELA

Según (Bentacourt, 2018), la mezcla de banano y canela en infusión tiene propiedades relajantes y permite ayudar a aliviar el estrés y la ansiedad para fortalecer un sueño más reparador. Hoy en día muchos deciden combatir el insomnio con el uso de somníferos. Sin embargo, su consumo excesivo puede ser contraproducente y ocasionar dependencia. La combinación de cualidades nutricionales de estos ingredientes hace de este té un potencial remedio que alivia el estrés mientras mejora la calidad del descanso.

Los malos hábitos y el estrés diario pueden perjudicar el sueño notablemente, esto puede causar cansancio, debilidad, cambios de ánimo y con el tiempo puede provocar graves problemas de salud. El organismo debe descansar por lo menos 7 a 8 horas diarias, esto mejora el rendimiento físico y mental, además aumenta la calidad de vida de las personas.

2.1.5 Mercado de destino

2.1.5.1 España

Según (datosmacro.com, 2020) España, situada en el sur de Europa, tiene una superficie de 505.935 Km², con una población de 46. 934, 632 personas, se encuentra en la posición 30 de la tabla de población, compuesta por 196 países y representa una moderada densidad de población, 93 habitantes por Km². Su economía es la número 14 por volumen PIB. Su deuda per cápita es de 25.000 euros por habitantes. La última tasa de variación anual del IPC publicada en España es de diciembre de 2019 y fue de 0,8%. El PIB per cápita es un buen indicador del nivel de vida y en caso de España, en 2018, fue de 25.730 euros, por lo que se encuentra en el puesto 34 de los 196 países del ranking de PIB per cápita.

2.1.5.2 Barcelona

Según (Barcelona, 2019), Barcelona se encuentra en la costa noreste del Mediterráneo, en España, es la capital de Cataluña, una región del norte de España que tiene su propia cultura, tradiciones y personalidad.

Actualmente, Barcelona es una de las ciudades más importantes de Europa para hacer negocios y crear empresas, y es un polo de atracción del emprendimiento local y extranjero. Es la puerta del sur de Europa, centro euro región económica emergente, capital del mediterránea, puente con el Magreb y plataforma de enlace con América Latina. La única ciudad del sur de Europa que aglutina uno de los mayores puertos del Mediterráneo, una estación de tren de alta velocidad, un aeropuerto internacional, el segundo recinto ferial más grande de Europa y una de las zonas logísticas más importantes del sur del continente.

Gracias a una larga tradición empresarial y comercial, la ciudad genera y atrae emprendedores locales y extranjeros, y se está consolidando como un centro europeo para la creación de empresas. El gobierno local promueve la actividad económica estableciendo un marco de actuación estable y *business friendly* que potencia el crecimiento económico. Además, destaca la creación de clústeres de empresas en los sectores más avanzados, como las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), los media, la biotecnología, la energía, el diseño, las ciencias sociales, la aeronáutica, la aeroespacial y la movilidad.

2.1.6 TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

2.1.6.1 TEORÍA DEL COMERCIO EXTERIOR

El Comercio Exterior se define como el intercambio de bienes y servicios que realiza la economía de un país o área regional con las economías de otros países o áreas regionales. Según la definición el análisis económico que se hace desde la teoría del comercio exterior adopta las aportaciones de la macroeconomía, aunque las aplica desde la perspectiva de la micro internacionalidad.

Según (CERVERA, 2018) en el análisis del comercio exterior, los intercambios de bienes y servicios se realizan con un entorno internacional abierto, esto permite que las

autoridades económicas puedan seguir políticas comerciales desde la óptica exclusiva de sus resultados, beneficios o perjudiciales, para la economía de su país sin tomar en consideración, más que de un modo secundario, los efectos de tales políticas comerciales para los terceros países. Este planteamiento teórico todavía resulta válido para explicar ciertas parcelas de la realidad comercio mundial actual, sin embargo, en la medida en que el sistema económico internacional está experimentando un doble e intenso proceso de regionalización económica y mundialización financiera y comercial, que confluyen en provocar una creciente interdependencia económica real que afecta, en mayor o menor grado a las economías de todos los países, se impone, de forma cada vez más evidente, introducir el análisis que aporta la teoría del comercio internacional.

2.1.6.2 TEORÍA DEL COMERCIO EXTERIOR

El Comercio Exterior se estructura como el intercambio de bienes y servicios que realiza un país o área regional con otros países o áreas regionales. Según la definición el análisis económico que se realiza desde la teoría del comercio exterior adopta las contribuciones de la macroeconomía, aunque las aplica desde la perspectiva de la micro internacionalidad.

Según (CERVERA, 2018) en el análisis del comercio exterior, los intercambios de bienes y servicios se hacen con un entorno internacional abierto, esto facilita que las autoridades económicas puedan seguir políticas comerciales desde el punto de vista exclusiva de sus resultados, beneficios o perjudiciales, para la economía de su país sin tomar en consideración, más que de un modo secundario, los resultados de tales políticas comerciales para los terceros países. Este planteamiento teórico todavía resulta válido para exponer ciertas parcelas de la realidad comercio mundial actual, por lo tanto, en la medida en que el sistema económico internacional está experimentando un doble e intenso proceso de regionalización económica y mundialización financiera y comercial, que finalizan en provocar una creciente interdependencia económica real que afecta, en mayor o menor grado a las economías de todos los países, se sobre salta, de forma cada vez más evidente, penetrar el análisis que aporta la teoría del comercio internacional.

2.1.7 LA TEORÍA ECONÓMICA DEL COMERCIO EXTERIOR

Si nos remontamos a la evolución de la teoría del comercio exterior, desde Adam Smith hasta la actualidad, se pueden notar cuatro grandes aportaciones o modelos de interpretación de la dinámica del comercio exterior. Según (CERVERA, 2018) la teoría de las diferencias en los costos absolutos; el principio de las ventajas comparativas; la ley de las demandas recíprocas y el modelo de HECKSCHER-OHLIN. Mediante ellos observamos cómo se han ido refinando los conceptos y los instrumentos analíticos para acercar la explicación teórica al funcionamiento real del comercio exterior.

2.1.7.1 La teoría de las diferencias de los costos absolutos

Según (CERVERA, 2018) los análisis de los más grandes economistas, como Adam Smith al frente, absorben como fundamento de sus teorías el supuesto de que todos los bienes y servicios podían ser adquiridos entre sí tomando como elemento de referencia las unidades del factor trabajo que cada una de estos contenían, el resto de los factores (tierra y capital) sólo resultaban económicamente productivas en medida en que sobre ellos operaba el factor trabajo. De este modo, la ley de la oferta y demanda se interpretaba en términos de unidades de trabajo y no de unidades monetarias, están interrelacionadas con los movimientos especulativos que no correspondían, obligatoriamente, a la evolución de la economía real.

2.1.7.2 Principio de las ventajas comparativas

Según (CERVERA, 2018) la explicación de Ricardo, los países exportarían aquellos bienes y servicios que mostraban una mayor ventaja interna en los costos de producción con relación a los bienes o servicios producidos por otros sectores de la economía nacional e importarían aquellos otros bienes y servicios en los que su ventaja interna de costos fuera menor, sin importar que estos últimos podían mostrar unos costos de producción más bajos que los de sus socios económicos y comerciales.

2.1.7.3 La ley de demanda recíproca

Según (CERVERA, 2018) por lo tanto los dos modelos teóricos ya nombrados, ponían énfasis sobre los costos de producción, es decir sobre las condiciones de la oferta, para explicar la necesidad del comercio Exterior, John Stuart Mill, modificara la perspectiva

para introducir el acento sobre la incidencia de la demanda en la generación del comercio exterior. Para este economista, lo verdaderamente significativo no eran sólo las condiciones de producción sino, sobre todo, la fuerza de la demanda interna de hardware o software en Estados Unidos, respecto de la demanda de los mismos productos en el seno de la economía.

2.1.7.4 El modelo de HECKSCHER-OHLIN

Según (CERVERA, 2018) ambos economistas introdujeron una importante modificación sobre la concepción de los costos absolutos y de las ventajas comparativas, indicaron que aunque existen “factores específicos” que se dan en ciertos países pero no en otros, lo sobresaliente no es tanto considerar los costos de producción de los bienes y servicios cuanto la disponibilidad y composición de los diferentes factores de producción (tierra, trabajo y capital) importantes para las actividades económicas o grupos de bienes y servicios producidos en cada economía del país. Este modelo sobresalta que las diferencias de costos no están compensadas sólo por las diferencias en los patrones de consumo de cada país; sin presencia de comercio, cada país consumirá aquellos bienes que produzca en su interior por disponer de mejores condiciones en los factores de producción, pero se introduce al comercio exterior, una parte de la demanda se dirigirá a los productos importados, liberando bienes y servicios para la exportación.

2.1.7.5 Teoría de la Economía Circular

Según (Ellen MacArthur Foundation, 2017) el nacimiento de la idea de la economía circular tiene importantes orígenes históricos y filosóficos, todo se fundamenta en la idea de retroalimentación y de ciclos en el mundo real, su gran apogeo en los países industrializados después de la segunda guerra mundial, cuando los estudios computarizados de sistemas no-lineales han revelado la naturaleza compleja, entrelazada e imprevisible de nuestro planeta, en la actualidad las tecnologías digitales detienen en poder de apoyar la transición hacia una economía circular mediante el aumento radical de la virtualización, desmaterialización, transparencia e inteligencia generada por ciclos de retroalimentación.

Ciclos técnicos recuperan y restauran productos componentes y materiales mediante estrategias de reutilización, reparación, remanufacturado o (en última instancia) reciclaje.

La economía circular es una opción que busca redefinir el concepto del modelo actual de la economía en extraer, producir y desperdiciar en beneficio de par la sociedad, el medio ambiente y para las empresas; el cual se basa en tres principios:

Eliminar residuos y contaminación desde el diseño.

Mantener residuos y materiales en uso.

Regenerar sistemas naturales.

2.1.8 TEORÍA DE LA LOGÍSTICA

2.1.8.1 CADENA DE SUMINISTRO

La cadena de suministro es un conjunto de actividades funcionales (transporte, embalaje, control de inventario, etc.), que se repiten tantas veces sean necesarias a lo largo del canal del flujo en medida que la materia prima se convierte en productos terminados y se les agrega un valor para el consumidor. Comúnmente las fuentes de materias están posicionadas en los mismos lugares y el canal del flujo representa una secuencia de los pasos de manufacturas, se puede observar que las actividades de la logística se repiten tantas veces hasta que el producto llegue a su lugar de destino e incluso cuando los productos ya usados se reciclan en el canal de la logística, pero en sentido inverso.

Según (BALLOU, pág. 29) En general, una sola empresa no es autosuficiente para controlar todo su canal de flujo de producto, en principio, la fuente de la materia prima hasta los puntos de consumo final, por lo tanto, esto sería una oportunidad emergente. Para propósitos prácticos, la logística de los negocios en una empresa individual tiene alcance más limitado. generalmente, el máximo control gerencial que se puede esperarse acaba en el suministro físico inmediato y en los canales físicos de distribución. Canal físico de suministro se refiere a la brecha de tiempo y espacio entre las fuentes inmediatas de material de una empresa y sus puntos de procesamiento. De forma igual, el canal físico de distribución se refiere a la brecha de tiempo y espacio entre los puntos de procesamiento de una empresa y sus clientes. Debido a las igualdades en las actividades entre los dos canales, el suministro físico (por lo común conocido como administración de materiales) y la distribución física comprenden aquellas actividades que están integradas en la logística de los negocios. La dirección de la logística de los negocios se

conoce ahora generalmente como dirección de la cadena de suministro. Se usan otros términos, como redes de valor, corriente de valor y logística ágil para describir el alcance y un propósito parecidos.

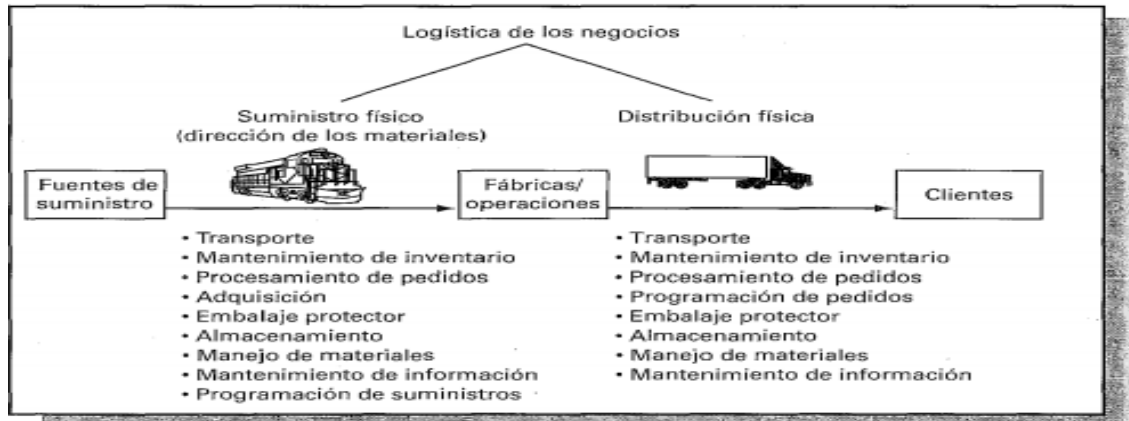


Figura 1. Actividades de la logística en la cadena de suministro inmediata de una empresa
Fuente: (BALLOU, 2015)

Según la figura 1, se organizan estos componentes, o actividades, dependiendo del punto donde puedan tener en el canal de suministro. La lista está ampliamente dividida en actividades clave y actividades de apoyo, junto con algunas de las decisiones asociadas con cada actividad.

Según (BALLOU, pág. 32) **Actividades clave**

1. Los estándares de servicio al cliente cooperan con el marketing para:

- Determinar las necesidades y requerimientos del cliente para la logística del servicio al cliente.
- Determinar la respuesta del cliente al servicio.
- Fijar los niveles de servicio al cliente.

2. Transporte

- Selección del modo y servicio de transporte.
- Consolidación del flete.
- Rutas del transportador.
- Programación de los vehículos.

- Selección de equipo.

- Procesamiento de quejas.

- Auditorías de tarifas.

3. Manejo de inventarios

- Políticas de almacenamiento de materias primas y bienes terminados.

- Estimación de ventas a corto plazo.

- Mezcla de productos en los centros de aprovisionamiento.

- Número, tamaño, y localización de los puntos de almacenamiento.

- Estrategias a tiempo, de sistemas push y de sistema pull.

4. Flujo de información y procesamiento de pedidos

- Procesamientos de interfaz pedidos de venta-inventarios.

- Métodos de transmisión de información de pedidos.

- Reglas de pedido.



Actividades clave

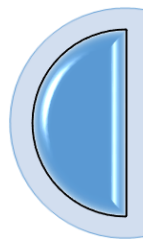
Figura 2. Los estándares de servicio al cliente cooperan con el marketing.

Fuente: (BALLOU, 2015)

Elaborado: (Reascos , 2020)

Las actividades claves en la cadena de suministro se dividen en cuatro fases la primera los estándares de servicio al cliente cooperan con el marketing para: determinar las necesidades del cliente, determinar la respuesta del cliente al servicio, fijar los niveles del servicio al cliente; segunda el transporte: Selección del modo y servicio de transporte: Consolidación del flete, Rutas del transportador, Programación de los vehículos, Selección de equipo entre otras; la tercera el manejo de inventarios: Políticas de almacenamiento de materias primas y bienes terminados, Estimación de ventas a corto plazo, Mezcla de productos en los centros de aprovisionamiento entre otros; la cuarta flujo de información y procesamiento de pedidos: Procesamientos de interfaz pedidos de venta-inventarios, Métodos de transmisión de información de pedidos, Reglas de pedido.

2.1.9 Actividades de apoyo



1. Actividades de apoyo

1. Almacenamiento.

- Determinación de espacios.
- Distribución de las existencias y diseño de la dársena o punto para descarga.
- Configuración del almacén.
- Colocación de las existencias.

2. Manejo de materiales

- Selección del tiempo.
- Políticas de reemplazo de equipos.
- Procedimientos de levantamiento de pedidos.
- Almacenamiento y recuperación de existencias.

3. Compras

- Selección de la fuente de suministro.
- Momento correcto para comprar.
- Cantidades a comprar.

4. Embalaje de protección diseño para

- Manejo.
- Almacenamiento.
- Protección por pérdidas y daños.

5. Cooperación con producción y operaciones para:

- Especificar cantidades adicionales.
- Secuencia y rendimiento del tiempo de producción.
- Programación de suministros para producción y operaciones.

6. Mantenimiento de información

- Recopilación, almacenamiento y manipulación de la información.
- Análisis de datos.
- Procedimientos de control.

Figura 3. Actividades de apoyo.

Fuente: (BALLOU, 2015)

Elaborado: (Reascos , 2020)

Las actividades de apoyo en la cadena de suministro representan factores muy importantes en la hora de que la empresa deba tomar una decisión, las actividades de apoyo son: el almacenamiento; en este caso la empresa cuenta con una infraestructura basta para este primer proceso, manejo de materiales; la empresa tiene un cronograma de tiempo el cual permite controlar la cantidad producida por hora, además cuenta con un cuadro de depreciación de cada uno de sus maquinaria, equipos y muebles, las compras; se selecciona los proveedores certificados y la cantidad que se compre depende de la producción que la empresa este realizando. Empaque de protección; son los tipos de envases que se usan para el producto este en óptimas condiciones hasta que llegue al comprador final, en este caso hasta que la mercancía esté debidamente colocada en la unidad de transporte internacional, cooperación con producción y operaciones; en esta

última etapa todo depende la información que tenga la empresa para saber cuánto debe producir normalmente necesitaran algún adicional, esto ya depende del análisis de datos y procedimientos de control.

2.1.10 Distribución Física Internacional

Según (DIARIO DEL EXPOTADOR , 2017) La Distribución Física Internacional es el proceso logístico que consiste en colocar un producto en un mercado internacional, respetando y cumpliendo con los términos negociados entre las partes el vendedor y el comprador. Cuando una persona jurídica o natural gestiona una exportación es necesario, entre otras cosas, que prepare la mercadería y el transporte hasta el lugar de entrega acordado con el comprador. Este proceso implica una correcta coordinación desde que se empieza la operación de venta hasta que termina. Todos los oficios de coordinación se conocen como la Distribución Física Internacional – DFI.

Actores de la Distribución Física Internacional.



Actores de la Distribución Física Internacional

1. Según la propiedad de la mercancía

- Exportador.
- Importador.
- Consignate.
- Consignatario.

2. Según el medio de transporte

- Porteador.
- Armador.
- Agente general.
- Agente marítimo.
- Aerolínea.
- Naviera.
- Empresa de transporte terrestre, lacustre o fluvial.

3. Según la destinación aduanera:

- Agente de aduana.
- Exportador.
- Importador.

4. Según la gestión sobre la carga y/o descarga:

- Operaciones portuarias
- Estibas
- Tarjadores

5. Según almacenamiento de la mercadería:

- Almacén aduanero.
- Depósito aduanero.
- Depósito temporal.
- Terminal de carga.
- Terminal de almacenamiento.

Figura 4. Actores de la Distribución Física Internacional.

Fuente: (BALLOU, 2015)

Elaborado: (Reascos , 2020)

Los actores de la distribución física internacional estos se pueden dividir en cinco grupos: según la propiedad de las mercancías, según el medio de transporte, según la destinación aduanera, según la gestión sobre la carga y/o descarga y por último según el almacenamiento de la mercancía.



Figura 5. Riesgos en la Distribución Física Internacional.
 Fuente: (BALLOU, 2015)
 Elaborado: (Reascos , 2020)

Los riesgos en la Distribución Física Internacional según el medio de transporte en este proyecto, en origen pueden darse los daños en el transporte terrestre por carretera y el medio de transporte internacional se podría dar los daños en el transporte marítimo.

2.1.11 Transporte Internacional de Mercancías

El transporte internacional incluye el conjunto de medios de transporte que participan desde y hacia cualquier punto geográfico. Hay tener en cuenta que cuando se habla de comercio internacional los siguientes aspectos: los diferentes medios de transporte, la infraestructura: vías, rutas, etc. y la organización del sistema.

Según (Tibagroup, 2015) al momento de elegir un medio para transportar tus mercancías, es muy importante que consideres los costos de la operación, así como los riesgos del traslado. Para seleccionar el medio de transporte apropiado, deberás considerar:

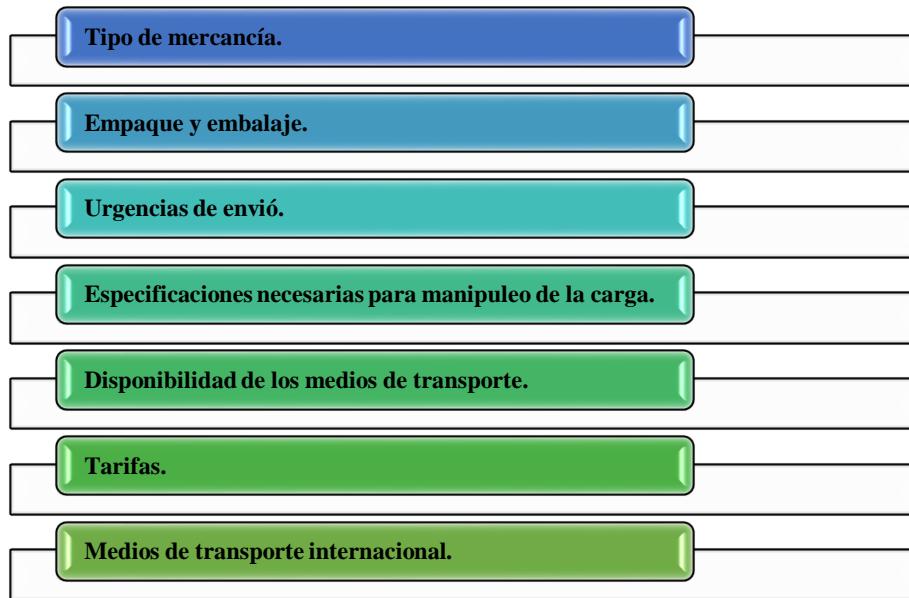


Figura 6. Características para seleccionar el medio de transporte.

Fuente: (Tibagroup, 2015)

Elaborado: (Reascos, 2020)

Los medios de transporte están establecidos según la necesidad o características del producto: el tipo de mercancía, empaques y embalajes, urgencia de envío; este depende cual usar normalmente para envíos urgente se usan los aviones y para un tiempo más prolongado marítimo y terrestre, Especificaciones necesarias para manipuleo de la carga; esto depende tipo de mercancía, disponibilidad de medios de transporte; según sus características, formas y dimensiones de eso depende que medio de transporte es el más conveniente, las tarifas y por ultimo medios de transporte internacional.

2.1.12 Envase y embalaje de las mercancías

El envase en que se conserva un producto tiene como objetivo fundamental la venta del producto. Por ello, la presentación, la presentación, la dosificación y la compatibilidad entre el producto y el recipiente son factores fundamentales.

El embalaje es el sistema de protección de la mercancía para poder transportarla de manera segura hasta destino. A diferencia del envase, aquí el objetivo principal es cuidar la mercancía durante el proceso de exportación.

2.1.13 Tipos de carga en el transporte de mercancías

Según (movertis.com, 2018) En el mundo del transporte de mercancías, se llama carga a los bienes o mercancías que se transportan. En función de cómo sea el producto, de su naturaleza y de cómo proteja y empaquete para su transporte

2.1.13.1 Tipos de carga: clasificación general

En general, las cargas se clasifican en dos tipos, carga general y carga a granel.

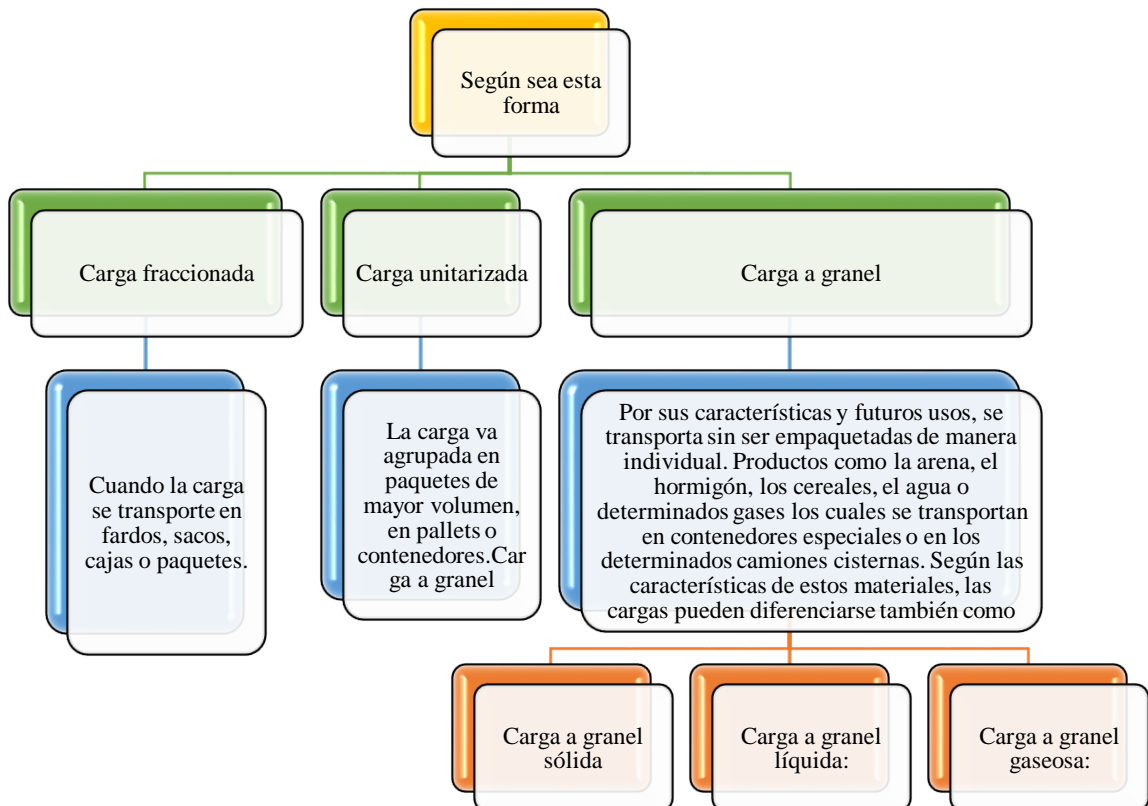


Figura 7. Según sea esta forma de la carga.

Fuente: (Tibagroup, 2015)

Elaborado: (Reascos , 2020)

Carga general: se trata de aquella mercancía diferente tamaños, pero se puede contar en unidades. Estos productos pueden ir sueltos o empaquetados de diferentes formas. Según su forma puede ser carga fraccionaria, carga unitaria y carga al granel. En la presente investigación será carga unitarizada la primera fase es poner las botellas de 500cc en pacas de 24 unidades luego de eso, serán ubicara en pallets el cual entran 9 pacas de base por 8 pacas de alto dando un total de 72 pacas por pallet y al final serian 23 pallets en un contendor 40 pies.

2.1.14 Clasificación de los tipos de carga en función de la naturaleza de la mercancía.

Carga de mercancías peligrosas: Determinación productos son considerados como peligrosos por sus características. Productos tóxicos, inflamables, gases contaminantes, sustancias radiactivas o venenosas o productos explosivos, entre otros. Estos artículos pueden suponer un gran riesgo para la salud pública y ocasionar grandes catástrofes naturales, por eso es importante la seguridad en su transporte sobre vital importancia. Los vehículos que transporten carga peligrosa deben estar debidamente señalizados con paneles reglamentarios para cada tipo de carga.

Cargas de productos perecederos: Cuando la carga a transportar contiene productos que necesitan una temperatura constante para su conservación como los alimentos, frutas, verduras, carnes, pescados y congelados, etc. Dentro de esta categoría también están de flores y de ciertos medicamentos.

Carga de productos frágiles: productos que se pueden romper fácilmente y que necesitan un embalaje y unos cuidados especiales para protegerlo. Objetos de cristal, porcelana, barro, televisiones, antigüedades o piezas de arte entrarían dentro de esta categoría.

2.1.15 Incoterms

Según (JCVSHIPPING, 2019) Los INCOTERMS son un conjunto de términos de tres letras que regulan las responsabilidades de las empresas en los contratos de compraventa de mercancías. Más concretamente describen los siguientes aspectos, ayudando a la

interpretación de los contratos de compraventa y evitando los malos entendidos entre las partes:

En qué momento y lugar se produce la transferencia de riesgo sobre la mercancía, del vendedor al comprador.

El lugar de entrega de la mercancía.

Quien contrata y paga los gastos de transporte y seguro.

Que documentación tiene que tramitar cada una de las partes.

Adicionalmente los INCOTERMS 2020 términos de aceptación voluntaria entre el comprador y el vendedor en el comercio internacional.

2.1.15.1 Tipo de Incoterms

El tipo de incoterms que se usará será según su acrónimo **CIF** que significa en inglés COST, INSURANCE AND FREIGHT, que significa (Costo, seguro y flete)

Significa que el vendedor entrega la mercancía a bordo del buque y debe contratar y paga los costos, el seguro y el flete hasta el puerto de destino designado.

El vendedor asume el costo del transporte hasta el destino convenido, pero transmite el riesgo al comprador cuando la mercancía se entrega al primer porteador a no ser que en el contrato de compraventa se especifique lo contrario.

El despacho de aduanas de exportación será por cuenta del vendedor.

2.1.16 Medios de transporte

Los medios de transporte se refieren a los vehículos necesarios para la transportación de los bienes según el modo escogido como pueden ser: avión, barco, camión y ferrocarril. Los Modos de transporte existen según las necesidades de la carga, tiempo y costo entre estos:

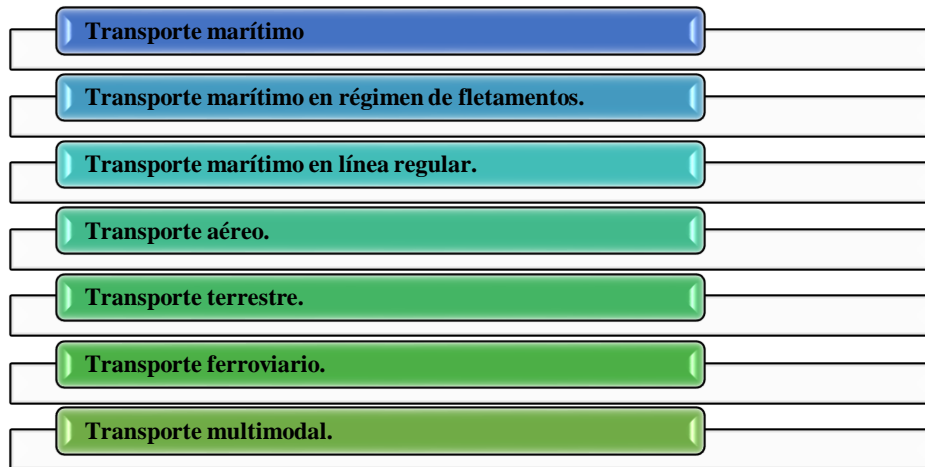


Figura 8. Medios de transporte.
Fuente: (DIARIO DEL EXPORTADOR, 2016)
Elaborado: (Reascos , 2020)

Según la presente investigación se usarán dos tipos de medios de transporte en origen el transporte terrestre desde el lugar de fabricación hasta el puerto de origen, luego usaremos el medio de transporte marítimo para llegar hasta el puerto de destino de la carga.

Documentación

Por cada modo de transporte existe un tipo de documento el cual se amparan para la transportación de las mercancías, las operadoras de comercio internacional exigen el contrato de un transporte.

Según (DIARIO DEL EXPORTADOR, 2016) El contrato de transporte da lugar a la expedición de un documento de transporte, emitido por las compañías de transporte y cumplimentado por las agencias de carga o transitarios que proporcionan a las empresas exportadoras/ importadoras distintos servicios de carácter logístico. Por cada medio de transporte medio de transporte existe un tipo de documento:

Transporte marítimo: BILL OF LADING (B/L), Conocimiento de embarque.

Transporte aéreo: AIR WAYBILL (AWB), Conocimiento aéreo o Guía Aérea.

Transporte terrestre por carretera: LETTER OF TRANSPORT (CMR) o Carta Porte.

Transporte terrestre por ferrocarril: LETTER OF TRANSPORT (CIM) o Carta Porte CIM.

Transporte Multimodal: Conocimiento de embarque multimodal FIATA (FBL).

Adicionalmente también son necesarios otros tipos de documentos como: la factura comercial, póliza de seguro, certificado de origen, lista de empaque, nota de venta, proforma y la documentación que se deberán presentar ante las Aduanas para hacer la verificación de la mercancía que se exporte o importe según sea el caso.

2.1.17 Comercio justo

Según (EconomíaSolidaría, 2018) El Comercio Justo es un movimiento internacional que lucha por la justicia global a través de la comercialización de productos elaborados en justas condiciones, la movilización social y la incidencia política. El Comercio Justo denuncia los orígenes de la pobreza y desigualdad, desarrollando un sistema comercial alternativo al convencional en el que los derechos de los pueblos y del medio ambiente están en el centro de la actividad económica. Se basan en diez principios consensuados internacionalmente que garantiza un trato hacia las organizaciones productoras y en el que se respetan los Derechos Humanos de los trabajadores y trabajadoras, y el medio ambiente.

Según (EconomíaSolidaría, 2018) La Organización Mundial del Comercio Justo establece diez principios que deben ser cumplidos por las organizaciones que trabajan en Comercio justo:

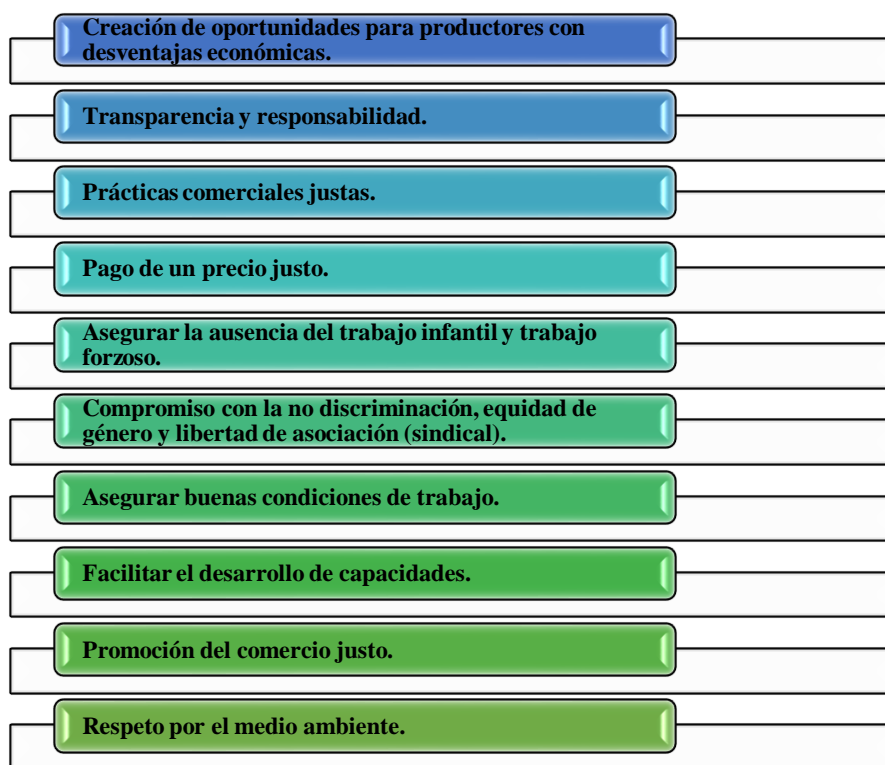


Figura 9. Los diez principios que deben ser cumplidos por las organizaciones que trabajan en Comercio justo.

Fuente: (EconomíaSolidaría, 2018)

Elaborado: (Reascos, 2020)

Certificadoras que otorgan sellos de garantía de Comercio Justo:

Fairtrade Internacional (FLO).

ECOCERT comercio Justo.

FUNDEPRO (Fundación de Pequeños Productores Organizados).

IMO-FAIR FOR LIFE

NATURLAND

Este movimiento nació entre las décadas cuarenta – cincuenta en Estados Unidos por medio de un grupo de artesanos que intentaban luchar contra los bajos precios del mercado internacional, entre los personajes que están estrictamente vinculados con el Comercio justo están: los productores, importadoras, tiendas, clientes, las organizaciones internacionales y tercer sector.

2.1.18 Tratamiento arancelario

Ecuador con la Unión Europea firmaron un acuerdo Multipartes, en este caso muchas subpartidas cuentan preferencias arancelarias para productos exportados desde el Ecuador a la Unión Europea o viceversa el cual tiene como objetivo este Acuerdo es en fortalecer las relaciones económicas entre las partes.

2.1.19 Relaciones comerciales de Ecuador – España

Según (La Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Ecuador, 2018) En la última década (2008-2018) ha pasado de 595.8 millones euros en 2008 a 1.113,7 millones de euro, lo que supone un incremento acumulado de 78%. Cabe recalcar los picos registrados del 2013 y 2014 y el récord histórico vigente del año 2013 con 1.233 millones de euros. El intercambio comercial del año 2018 se sitúa como el cuarto mejor registrado, apenas por debajo del año anterior. Las empresas españolas con su variada oferta tanto de bienes de equipo, insumos industriales y tecnología, sin dejar de mencionar sus reconocidos productos agroalimentarios y bienes de consumo, tienen una gran aceptación en el mercado ecuatoriano. Ecuador, por su parte, con una gran oferta de productos tradicionales, como el camarón y el atún principalmente, sin dejar de mencionar las flores y las frutas tropicales, tiene en España uno de sus principales mercados de destino.

Con la entrada en vigor del Acuerdo de Ecuador con la Unión Europea desde el 1 enero del 2017, que establece reducciones y eliminaciones arancelarias y ciertas flexibilidades en materia de norma técnica sanitaria, se han puesto en manifiesto nuevas oportunidades que sin duda irán ampliando el espectro del comercio bilateral en las dos direcciones. Una ventaja importante para Ecuador es que este Acuerdo le permite colocar la mayor parte de sus exportaciones en el mercado comunitario sin aranceles o con tarifas reducidas, ampliando de esta manera los beneficios que ya tenía al amparo del Sistema de Preferencias Arancelarias (SPG).

2.1.19.1 Análisis de la Balanza Comercial de Ecuador – España

BALANZA COMERCIAL NO PETROLERA (MILLONES USD)

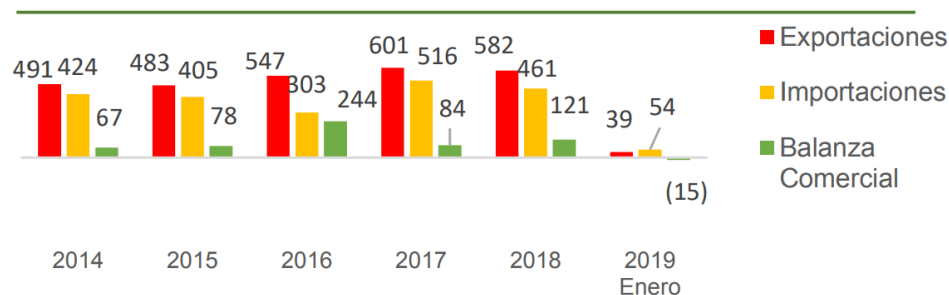


Figura 10. Balanza Comercial Total Ecuador- España.
Fuente: (PROECUADOR, 2019)

En la figura 10 se puede apreciar la Balanza Comercial de Ecuador – España, aquella esta presentada en Millones USD, mostrando las variaciones entre los años 2014 – 2019 respectivamente. En el 2014 se muestra que el Ecuador tiene un superávit de 67 millones USD, el cual para el siguiente año sigue en aumento y pasa a 78 millones USD, para el 2016 automáticamente Ecuador reduce las importaciones y aumenta sus exportaciones dejándole un saldo a favor de 244 millones USD, para el 2017 ya se volvieron a consumir productos importados desde España n gran escala igualmente dejando un saldo a favor para el Ecuador de 84 millones USD, en el 2018 se dio una reducción significativa el cual arrojó números positivos 121 millones USD, ya empezando el 2019 se vio una caída las exportaciones ecuatorianas en general, en casi todos sus productos principales como el atún y la banana el cual ya estaban perdiendo competitividad en el mercado español más por precio que por calidad.

2.1.19.2 Productos exportados Ecuador – España (Miles USD)

Tabla 1
Productos exportados Ecuador – España (Miles USD)

PRODUCTOS EXPORTACIONES ECUADOR - ESPAÑA (MILES USD)			
DESCRIPCIÓN	2018	2019	ARANCEL
	ENE	ENE	0%
Listados en aceite	2,645	7,282	0%
Lomos precocidos de listados	3,066	5,942	0%
Demás camarones, langostinos y demás decápodos congelados ncoop	13,204	4,493	0%

Los demás langostinos (género de las familias penaeidae) congelados	1,654	2,215	0%
Rosas Frescas cortadas	1,769	1,712	0%

Fuente: (PROECUADOR, 2019)

Elaborado: (Reascos , 2020)

Según la tabla 1 se observa los principales productos que Ecuador exporta a España : listados en aceites que muestra en el mes de enero una gran alza de 2.645 a 7282 y el cual también con una tarifa arancelaria de 0%, Lomos precocidos de listados también muestra un superávit de 3,066 a 5,942 con una tarifa arancelaria de 0%, demás camarones, langostinos y demás decápodos congelados ncop el cual muestra una baja muy significativa de 13,204 a 4,493 el cual también tiene un arancel del 0%., Los demás langostinos (género de las familia penaeidae) congelados tuvo un alza de 1,654 a 2,215 con un arancel del 0% y por fina las rosas cortadas tuvo una mínima disminución de 1,769 a 1,712 con una tasa arancelaria del 0%.

2.1.19.3 Productos importados Ecuador – España

Tabla 2

Productos importados Ecuador – España

PRODUCTOS IMPORTADOS ECUADOR - ESPAÑA (MILES USD)					
DESCRIPCIÓN	2018		2019		ARANCEL
	ENE		ENE	2018	
Automotores para vía férrea y tranvías de fuente externa de electricidad.	-		8,701		0%
Los demás aparatos elevadores o transportadores, de banda o correa.	-		2,272		5%
Demás placas y baldosas, para pavimentación o revestimiento, con coeficiente de absorción de agua máximo a 0.5%	471		1,805		20,40%
Los demás vehículos a diésel, de cilindrada superior a 1,500 cm3 y máximo a 2,500 cm3	1,527		1,588		25%
Aparatos de radionavegación	1,482		1,158		0%

Fuente: (PROECUADOR, 2019)

Elaborado: (Reascos , 2020)

Según la tabla 2 los productos más importados desde España se encuentran los automotores para vía férrea y tranvías de fuente externa de electricidad en enero del 2018

no se registraron movimiento, pero en el 2019 se registraron 8,701 millones USD con un arancel del 0%., Los demás aparatos elevadores o transportadores, de banda o correa, tampoco en el 2018 se registró movimiento, en el 2019 alcanzó 2,272 millones USD con un 5% de arancel., Demas placas baldosas, para pavimentación o revestimiento, con coeficiente de absorción de agua máximo a 0.5%, registra en el 2018 471 millones USD y en el 2019 un alza de 1, 805 millones USD con un arancel del 20.4%., los demás vehículos a diésel, de cilindrada superior a 1,500 cm³ y máximo 2,500 cm³ registra 1, 527 millones USD y 1,588 millones USD con un arancel 25%., Aparatos de radionavegación registra 1,482 millones USD y 1,158 millones USD con un arancel del 0%.

2.1.20 Requisitos dentro del Comercio Exterior en Ecuador

2.1.20.1 Requisitos para exportar

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgando por las siguientes entidades:

Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>

Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

Registrarse en el portal de ECUAPASS:

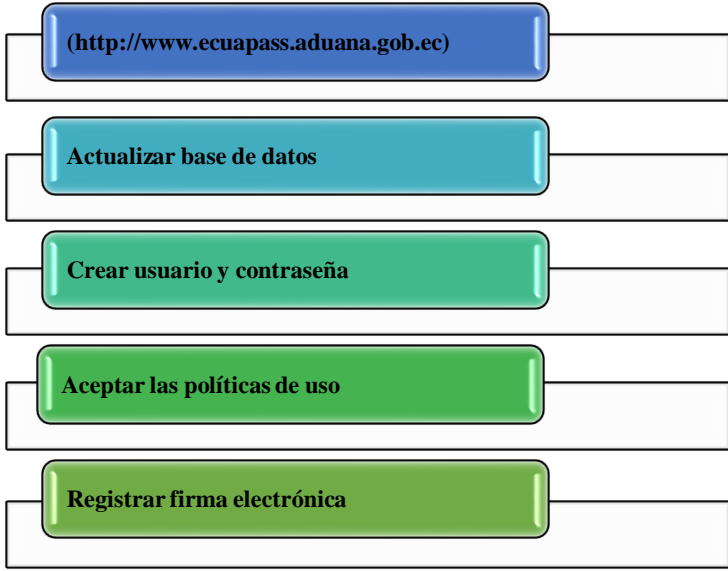


Figura 11. Registrarse en el portal de ECUAPASS.
Fuente: (PROECUADOR, 2019)
Elaborado: (Reascos , 2020)

2.1.21 MODELO DE PLAN DE EXPORTACIÓN

El plan de exportación en que se fundamentará el proyecto de exportación de Té banano, será en el modelo de la GUÍA PRÁCTICA PLAN DE EXPORTACION DE PUERTO RICO es:

RESUMEN EJECUTIVO
INTRODUCCIÓN
1. ANÁLISIS DEL MPOTENCIAL EXPORTADOR
1.1 Perfil de la compañía
1.1.1 Datos básicos y reseña histórica de la compañía
1.1.2 Visión, Misión y Objetivos de la empresa
1.2 Situación de la compañía
1.2.1 Análisis organizacional
1.2.2 Productos y/o Servicios
1.2.3 Producción
1.2.4 Recursos Financieros y no financieros para la exportación
1.3 Mercadeo
1.3.1 Estructura de la industria
1.3.2 Políticas de mercadeo y comercialización
1.3.3 Destinos de productos, volúmenes y precios
1.3.4 Canales de distribución
1.3.5 Principales clientes
1.3.6 Expectativa de los clientes
1.3.7 Percepción del cliente sobre el producto
1.3.8 Estrategias de la promoción
1.4 Competitividad
1.4.1 Análisis de la competencia
1.4.2 Posición frente a la competencia
1.4.3 Ventajas comparativas
1.5 Evaluación global y conclusiones
1.5.1 Análisis FODA
1.5.2 Percepción de barreras
1.5.3 Conocimiento de mercados internacionales
1.5.4 Evaluación / comentario potencial exportador
2 SELECCIÓN DE MERCADOS
2.1 Preselección de mercados (países de interés)
2.2 Priorización de mercados (criterios de selección)
2.3 Selección final de mercados
3 INTELIGENCIA DE MERCADOS – Análisis del país objetivo (más país alterno y país contingente)
3.1 Perfil del país
3.2 Análisis del entorno comercial e Indicadores económicos
3.3 Identificación de las oportunidades y amenazas del mercado
3.4 Análisis del sector xz y mercado
3.5 Comercio bilateral
3.6 Acuerdos comerciales
3.7 Tratamiento arancelario
3.8 Requisitos
3.8.1 Requisitos para entrar al mercado
3.8.2 Licencias
3.8.3 Documentación requerida para la entrada del producto
3.8.4 Etiquetado y empaque
3.9 Otras barreras no arancelarias
3.10 Logística
3.11 Canales de distribución
3.12 Mercadeo
3.12.1 Posicionamiento de la marca
3.12.2 Segmento del mercado al que está dirigido el producto
3.12.3 Perfil del consumidor
3.12.4 Elementos que inciden en la decisión de compra
3.12.5 Temporadas de compras
3.13 Análisis competencia local e internacional
3.13.1 Compañías y países competidores en el mercado
3.13.2 Precios
3.14 Entidades de apoyo / Organismos de promoción y ayuda para ingresar y ayuda para ingresar al mercado
3.15 Contactos comerciales
3.16 Protocolo Cultura / cómo hacer negocio en un país
4 ESTRATEGIAS
4.1 Estrategias dirigidas a la empresa
4.2 Estrategias dirigidas al producto
4.3 Estrategias dirigidas al mercado / de promoción
4.3 Mezcla de mercado (4 Ps)
5. PLAN DE ACCIÓN
5.1 Cronograma
5.2 Identificación de necesidades
5.3 Participación en ferias/misiones especializadas
6. PLAN DE FINANCIACIÓN

Figura 12. GUÍA PRÁCTICA PLAN DE EXPORTACION DE PUERTO RICO.
FUENTE: (Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico, 2013)

En la figura 12 se muestra el modelo PRÁCTICA PLAN DE EXPORTACIÓN DE PUERTO RICO, el cual contiene el esquema seis capítulos y el detalle que contiene cada

uno de ellos. Para la presente investigación de este modelo será modificado a las necesidades de la empresa y del producto, obteniendo el siguiente resultado:

La empresa:

Misión

Visión

Valores

Tipo de empresa

Estructura organizacional

Análisis FODA de la empresa

EL PRODUCTO:

Características del producto: ventajas y uso.

Análisis FODA del producto.

Clasificación arancelaria Ecuador

Clasificación arancelaria en la Unión Europea

Certificado Sanitario de Exportación

Empaque, embalaje y etiquetado

Norma ISO 3394 (Dimensiones)

Norma ISO 780 7000 (Simbología para el correcto manejo y manipulación de empaques y embalaje).

Reglas etiquetado en España

Certificación INEN

Certificado de Inspección de Etiquetado

Código de Barras GS1

Origen

Generalidades del país de exportador: Ecuador

Información Básica

Demografía

Economía

Organización política

Destino potencial

Generalidades del país de importación: España

Información Básica

Demografía

Economía

Organización política

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

Incoterm seleccionado: obligaciones de importador y exportador

Transporte internacional de mercadería

Transporte marítimo

Líneas navieras

Trayecto de puerto de Guayaquil – Barcelona

Estudio financiero

Inversión requerida para exportar

Financiamiento del proyecto

Presupuesto de gastos

Precio de venta

Financiera: Flujo de caja

Proyección de exportación

TIR- VAN

Punto de equilibrio

Conclusiones y recomendaciones

2.2 Marco Conceptual

Operaciones Portuarias: Según (TIBA MEXICO, 2015) es un proceso amplio que engloba aspectos administrativos previos al atraque, procesos que llevan a cabo en el momento que el buque arriba al puerto, entre estas: es la entrada, salida, fondeo, atraque, desatraque, amarre, desamarre y permanencia de naves en el ámbito territorial de un puerto.

Almacén Aduanero: Según (TIBA MEXICO, 2015) locales abiertos o cerrados destinados a la colocación temporal de mercancías en tanto se solicite su despacho.

Depósito Aduanero: Según (Suplemento del Registro Oficial 392, 20-XII-2018, 2018) el Depósito Aduanero es un régimen especial aduanero, mediante las cuales las mercancías importadas son almacenadas por un periodo determinado sin el pago de los derechos e impuestos y recargos aplicables; y, podrán almacenar mercancías de propiedad de terceros.

Depósito Temporal: Según (Suplemento del Registro Oficial 392, 20-XII-2018, 2018) es el servicio aduanero prestado directamente por la autoridad aduanera o por terceros autorizados de dicho servicio, destinado para aquellas mercancías que no pueden ser cargadas o descargadas directamente hacia o desde el medio de transporte que las llevar a su destino fin o cuyo retiro o levante, de acuerdo con la modalidad de despacho ,requieran otras operaciones aduaneras.

Terminal de Almacenamiento: Según Según (TIBA MEXICO, 2015) su abreviatura es (T.A.) zona primaria aduanera para proporcionar el servicio de almacenamiento de las mercancías.

Factura Comercial: Según (Suplemento del Registro Oficial 392, 20-XII-2018, 2018) la factura comercial será para la aduana el soporte que acredite el valor de transacción comercial para la importación o exportación de las mercancías .Por lo tanto, deberá ser un documento original , aun cuando este sea digital, definitivo ,emitido por el vendedor de

las mercancías importadas o exportadas, y contener la información prevista en la normativa pertinente y sus datos podrán ser comprobados por la administración aduaneras. Su aceptación estará sujeta a las normas de valoración y demás relativas al control aduanero.

Certificado de Origen: Según (Suplemento del Registro Oficial 392, 20-XII-2018, 2018) es el documento que permite la liberación de tributos al comercio exterior en los casos que correspondan, al amparo de convenios o tratados internacionales y normas supranacionales. Su formato y la información contenida en dicho documentos estarán dados en función de las regulaciones de los organismos habilitados y reconocidos en los respectivos convenios.

Certificado Fitosanitario: Documento con el objetivo de evitar que se propaguen plagas, insectos o parásitos en productos vegetales y otros relacionados con estos a través de las operaciones de comercio exterior, debe emitirse antes que se realice el despacho aduanero de exportación y/o importación.

Matriz Productiva: Según (Crónica, 2015) es la forma como se organiza una comunidad o sociedad para producir determinados bienes, productos o servicios en un tiempo determinado, esta no se limita únicamente a los procesos estrictamente técnicos o económicos, sino que también tiene la obligación de velar por esos procesos y realizar interacciones entre los distintos actores: sociales, políticos, económicos, culturales, entre otros, que utilizan los recursos que tienen a su disposición para llevar adelante las actividades de índole productivo.

Acuerdo Comercial: Según (GestioPolis.com Experto., 2002) es un pacto o negociación entre dos o más países con el objetivo de armonizar intereses en materia de comercio e incrementar los intercambios entre las partes firmantes. El acuerdo comercial puede ser más o menos complejo, dependiendo de si los países firmantes deciden o no delegar parte de su soberanía a un organismo supranacional y someterse a su control en

materia de política económica, incluida la política comercial. En caso de que haya algún tipo de cesión de la soberanía hablaríamos de integración económica.

Plan de Exportación: Según (Global Negotiator, 2014) es una herramienta imprescindible para cualquier empresa que quiera iniciar o consolidar su posición en mercados exteriores. El objetivo del Plan es dar respuesta a las principales cuestiones que plantean en la elaboración y puesta en práctica de la estrategia comercial internacional.

Producto orgánico: Se denomina producto orgánico también definido como alimento orgánico, alimento ecológico o alimentos biológicos al producto agrícola o agroindustrial cuya producción se lleva adelante por medio de un conjunto de procedimientos denominados “ecológicos”.

Exportación Definitiva: Según (Suplemento del Registro Oficial 392, 20-XII-2018, 2018) es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una zona especial de desarrollo económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente.

Consignatario: Según (Suplemento del Registro Oficial 392, 20-XII-2018, 2018) persona natural o jurídica a quien se envía las mercancías o quien acredite su condición de tal, mediante la presentación del original del documento de transporte, consignado a su favor directamente o mediante cesión de derechos o endoso. La renuncia a la propiedad de las mercancías en favor del estado corresponde exclusivamente a quien goce de los derechos de disposición sobre ellas y no los exime de las responsabilidades para con terceros derivadas de la importación o exportación y depósitos.

Porteador: Según (TIBA MEXICO, 2015) persona natural o jurídica encargada del transporte marítimo de las mercancías mediante el respectivo contrato de transporte.

Armador: Según (TIBA MEXICO, 2015) persona física o jurídica propietaria del buque o la que sin serlo lo tiene en fletamento. En cualquiera de los casos es el que

acondiciona el buque para su exportación, obteniendo rendimiento del flete de las mercancías o transporte de pasajeros.

Agente marítimo: Según (TIBA MEXICO, 2015) persona jurídica autorizada por la dirección general de transporte marítimo para intervenir a designación del agente general o en representación de la empresa naviera o armador en las operaciones de las naves en los terminales portuarios.

Exportación: Según (SENAE, 2017) es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o una Zona Especial Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa vigente.

RETAILERS: Según (Definicion.DE, 2016), es un término de la lengua inglesa que se emplea para nombrar a la venta minoristas, la comercialización de productos por menor. El concepto suele vincularse a la venta de grandes cantidades, pero a muchos compradores diferentes, de modo se diferencia de la venta mayorista, que implica la venta de un elevado volumen de unidades a un mismo comprador.

Certificado Sanitario de Exportación: Según (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), 2019) documento que certifica que los productos de uso y consumo humano que se fabrican en la República del Ecuador son exclusivamente de exportación y que los mismos son fabricados en establecimientos que aseguran la calidad, seguridad, eficacia y/o inocuidad de los productos.

Alimentos Procesados: Según (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), 2019) es toda materia alimenticia natural o artificial que para el consumo humano ha sido sometida a operaciones tecnológicas necesarias para su transformación, modificación, que se distribuye y comercializa en envases rotulados bajo una marca de fábrica determinada.

2.3 Marco Legal

Dentro del presente Marco Legal se establecen las distintas disposiciones enfocadas en el Comercio Exterior por parte del Ecuador, por lo consiguiente se tomarán en consideración los artículos que promueven la correcta realización de exportación e importación en el país.

2.3.1 Constitución de la República del Ecuador

Según (CORPORACION DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES , 2020) la constitución de la República del Ecuador, es la Norma Suprema, a la que está sometida toda la legislación ecuatoriana, donde se establecen las normas fundamentales que amparan los derechos, libertades y obligaciones de todos los ciudadanos, así como las del Estado y las Instituciones del mismo. Consta de 444 artículos. En relación con el Comercio Exterior se presentan los siguientes artículos: Según (Asamblea Constituyente, 2018).

Art. 261.- El estado central tendrá competencias exclusivas, numeral 5, las políticas económicas, tributarias, aduaneras, arancelaria; fiscal y monetaria; comercio exterior y endeudamiento.

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 reduzca 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.

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. 416.- Las relaciones del Ecuador con la comunidad internacional responderán a los intereses del pueblo ecuatoriano, al que le rendirán cuenta sus responsables y ejecutores, y consecuencia, numeral 12, fomenta un nuevo sistema de comercio e inversión entre los Estados que se sustente en la justicia , la solidaridad, la complementariedad, la creación de mecanismos de control internacional a las corporaciones multinacionales y el establecimiento de un sistema financiero internacional, justo, transparente y equitativo. Rechaza que controversias con empresas privadas extranjeras se conviertan en conflictos entre Estados.

2.3.1 CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIO E INVERSIÓN

De acuerdo al Orgánico de Comercio Exterior e inversión, en sus artículos posteriores menciona lo siguiente: Según (Segundo Suplemento del Registro Oficial 433, 21II2019, 2019).

Título preliminar

DEL OBJETIVO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN

ART. 1.- Ámbito. - Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás forman asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

Art. 2.- Actividad Productiva. – Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales otras que generen valor agregado.

Art. 4.- Fines. – La presente legislación tiene, como principales, para la presente investigación se tomarán los siguientes:

- a. Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y ecoeficiente;
- a. Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores;

t. Fomentar y apoyar la inversión industrial y científica, así como la innovación y transferencia tecnológica.

Libro II

DEL DESARROLLO DE LA INVERSIÓN PRODUCTIVA Y DE SUS INSTRUMENTOS

TÍTULO I

DEL FOMENTO, PROMOCIÓN Y REGULACIÓN DE LAS INVERSIONES PRODUCTIVAS

CAPÍTULO I

DE LAS INVERSIONES PRODUCTIVAS

Art.13.- Definiciones. - para efecto de la presente normativa, se tendrán las siguientes definiciones. Para la presente investigación solo se tomará la siguiente definición.

- a. Inversión productiva. – Entiéndase por inversión productiva, independientemente de los tipos de propiedad, al flujo de recursos destinados a producir bienes y servicios, a ampliar la capacidad y a generar fuentes de trabajo en la economía nacional;

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 previas 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.

incentivos de estabilidad tributaria en contratos de inversión

Art. 28.- De la aplicación de los incentivos. – La Secretaria 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 requerimientos que los establecidos en la legislación.

TÍTULO IV

DEL FOMENTO Y LA PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

Art. 93.-Fomentando a Exportación. – El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno:

- a. Acceso a los programas de preferencias arancelarias u otro tipo de ventajas, derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios;
- b. Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos y materias primas incorporados a los productos que se exporten, de conformidad con lo establecido en este código;
- c. Derecho a acogerse a los regímenes especiales aduaneros, con suspensión del pago de derechos arancelarios e impuestos a la importación y recargo, aplicables de naturaleza tributaria, de mercancías destinadas a la exportación, de conformidad con lo establecido en el libro V de este Código;
- d. Asistencia o facilitación financiera prevista en los programas generales o sectoriales que se establezcan de acuerdo al programa nacional de desarrollo;
- e. Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el Gobierno nacional; y,

- f. Derecho a acceder a los incentivos a la inversión productiva, previstos en el presente Código y demás normas pertinentes.

Libro V

De la competitividad sistemática 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 establezca 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 automatizados 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 tengan posibilidad legal y operativa de acceder .Las entidades, instituciones y organismos públicos procuraran 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 de Reglamento establecido en el COPCI se encuentran los artículos que se presentan a continuación:

Capitulo IV: Despacho

Sección I: Declaración Aduanera

Art 63.-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 (Suplemento del Registro Oficial 392, 20-XII-2018, 2018).

Art 64.- Declarante. - La Declaración Aduanera es única, personal y consecuentemente, será transmitida o presentada por el importados, 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 (Suplemento del Registro Oficial 392, 20-XII-2018, 2018).

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 (Suplemento del Registro Oficial 392, 20-XII-2018, 2018).

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 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 (Suplemento del Registro Oficial 392, 20-XII-2018, 2018).

Sección II: Documentos que acompañan a la Declaración Aduanera

Art 72.- Documentos de Acompañamientos. - 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 (Suplemento del Registro Oficial 392, 20-XII-2018, 2018).

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 (Suplemento del Registro Oficial 392, 20-XII-2018, 2018).

- Documentos 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 (Suplemento del Registro Oficial 392, 20-XII-2018, 2018).

2.3.3 Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021

Finalmente, dentro de ellos objetivos que posee el plan nacional de Desarrollo 2017-2021 se encuentran varios lineamientos que guardan relación directa e indirecta con 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 el Plan Nacional de Desarrollo se persigue el objetivo de lograr la creación de un país con un mayor nivel de competitividad 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 (CONSEJO NACIONAL DE PLANIFICACIÓN (CNP), 2017).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Metodología

3.1 Tipo de investigación

Los tipos de investigación utilizados para el presente trabajo son las siguientes, Exploratorio y Descriptivo.

3.1.1 Investigación descriptiva:

“Se considera como investigación descriptiva aquella en que, como afirma Salkind. (1998), “Se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objetivo de estudio” (p. 11) (Bernal, 2010)

La investigación descriptiva se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental. (Bernal, 2010).

El tipo de investigación descriptiva, es el proceso por el cual se selecciona la información, se busca fuentes confiables para que el margen de error sea mínimo y como guía en el proceso está el plan de exportación el cual busca un fin u obtener resultados según como lo arroje al final la investigación.

3.1.2 Investigación Exploratoria:

Según (Sampieri, 2014) el tipo de investigación exploratoria es comenzar a conocer una variable o un conjunto de variables, una comunidad, un contexto, un evento, una situación. Se trata de una exploración inicial en un momento específico. Por lo general, se aplican a problemas de investigación o poco conocidos. (pág. 155)

El tipo de investigación Exploratoria se usará en este trabajo investigación porque a través del planteamiento del problema se buscará mediante la recolección de datos alcanzar un resultado al fin del término del proyecto de estudio.

3.2 Enfoque

El enfoque a utilizar en este trabajo de investigación es un método mixto, puesto que se combinan los métodos cualitativos y cuantitativos, según las necesidades que presente la investigación serán usados.

Según (Bernal, 2010) el método cualitativo: De acuerdo con Bonilla y Rodríguez (2000), se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada. (pág. 60)

El enfoque cualitativo contribuye a la presente investigación a la selección de la información, la cual será procesada y utilizada en dar forma a la investigación, puesto que los métodos contribuyen al desarrollo del pensamiento lógico y ordenado.

Según (Bernal, 2010) el método cuantitativo: Se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva. Este método tiende a generalizar y normalizar resultados (pág. 60)

El enfoque cuantitativo contribuye en la presente investigación en cuanto al enfoque matemático, puesto que es necesario dentro el plan de exportación se calculan las proyecciones de ventas del té en España, para que al final de la investigación se buscó demostrar sostenibilidad y sustentabilidad.

3.3 Técnica e instrumentos

Las técnicas de investigación son instrumentos sobresalientes para el proceso de la investigación tiene una excelente paridad con la obtención de datos de esto está ligada la confiabilidad y la validez del estudio, para esto se requiere una alta tasa de certeza y dedicación con el cual se usan las técnicas e instrumentos de recolección de datos.

En el presente proyecto la técnica de investigación a utilizarse son la entrevista, la encuesta, observación y como instrumentos la ficha de observación, correos electrónicos, páginas y usos tecnológicos, entre otros.

Según (Bernal, 2010) la encuesta es una de las técnicas de recolección de información más usadas, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas. La encuesta se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas. (pág. 194)

Para el presente trabajo mediante la encuesta se logró la recolección y selección de la información en el mercado internacional el cuál se realizarán una serie de preguntas a las

empresas importadoras interesadas en este nuevo producto el Té de banano, y de esta forma medir la aceptación por el producto y tener como resultado la aprobación de desear adquirirlo y poder exportar este producto de la Empresa Purificadora de Agua Brisas del Cristal.

Según (Bernal, 2010) la entrevista es la técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuente de información. A diferencia de la encuesta, que se ciñe a un cuestionario, la entrevista, si bien puede soportar en un cuestionario muy flexible, tiene como propósito obtener información más espontánea y abierta. Durante la misma, puede profundizarse la información de interés para el estudio. (pág. 194)

Entrevista es una forma de recopilar información a través de una serie de preguntas que pueden hacer abiertas o cerradas de esto depende el grado de confianza entre el entrevistado y el entrevistador. Esto aporta a la investigación, se realizó una entrevista al Gerente General de la Empresa Purificadora de Agua Brisas del Cristal Alberto Donald Vallejo, lugar Montalvo provincia de los Ríos, permitió conocer las propiedades y beneficios del producto, empaque, embalaje y acondicionamiento. Alberto Donald Vallejo desea que este nuevo producto Té de banano quisiera ponerlo en el mercado exterior según la propuesta planteada en Barcelona – España, también se sostuvo un tema muy importante el etiquetado según las necesidades del mercado y por último saber si se cumple o no con la demanda producto requerida en el exterior.

Según (Bernal, 2010) observación directa cada día cobra mayor credibilidad y su uso a generalizarse, debido a que permite obtener información directa y confiable, siempre y cuando se haga mediante un procedimiento sistematizado y muy controlado, para lo cual hoy están utilizándose medios audiovisuales muy complejos, especialmente en estudios del comportamiento de las personas en sus sitios de trabajo (pág. 194)

Esta técnica de la observación directa permitió conocer las instalaciones de la Empresa Purificadora de Agua Brisas del Cristal, ubicada en Montalvo provincia de los Ríos, se realizó la observación de los procesos de producción, envasado y empaquetado del producto, el cual cumple con las normas fitosanitarias necesarias, ya listas para que la unidad de carga la recoja e inicie proceso logístico desde la fábrica hasta el puerto de origen.

3.4 Población

En esta investigación se tomará como población de ocho empresas importadoras en Barcelona-España que trabajan con derivados del Té de banano, que están ingresados en la subpartida utilizada, es decir que consumen los derivados de producto.

Empresas importadoras de bebidas y refrescos según la subpartida arancelaria **2202.10.00.00** en el país de destino, serán los posibles interesados en el producto; para luego realizar la efectiva negociación entre las partes; en la siguientes graficas se mostrará información sobresaliente de cada una de las empresas.

Empresa: Francisco Quintana Ylzarbe

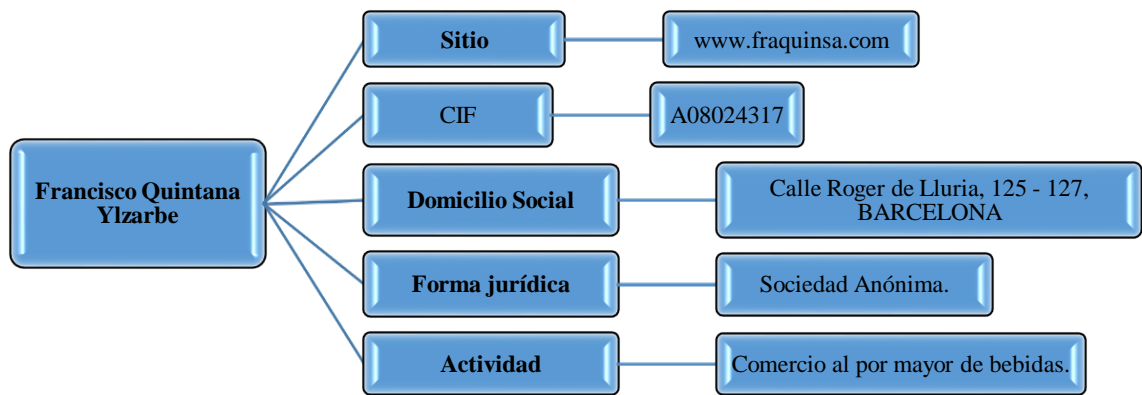


Figura 13. Empresa: Francisco Quintana Ylzarbe.

Elaborado: (Reascos , 2020)

En la figura 13 se evidencia la información del señor Francisco Quintana, con su empresa grupo Quintana, el mismo que importa hacia Barcelona productos como bebidas y refrescos, tiene 49 años, 5 meses y 25 en el mercado, a nivel internacional, cuenta con una plantilla de 0 a 10. Su capital social es de más de 100.000 EUR, Actualmente, su facturación se encuentra en el rango de entre 1.000.000 EUR – 2.500.000 EUR.

Empresa: Eckes-Granini

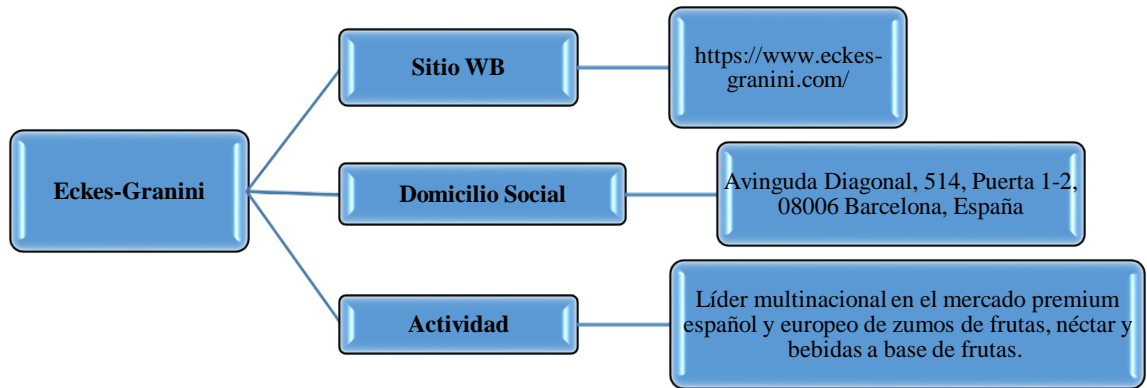


Figura 14. Empresa: Eckes-Granini.

Elaborado: (Reascos , 2020)

En la figura 14 se evidencia la información de la empresa Eckes – Granini Ibérica es una subsidiaria de Eckes-Granini Group Gmgh, el líder multinacional en el mercado premium español y europeo de zumosa de frutas néctares y bebidas a base de frutas. Ocupa una posición de liderazgo en el mercado español con sus marcas Granini y pago, ofreciendo al cliente potencial del mejor sabor de frutas a través de los canales minoristas y fuera del hogar (bares, restaurantes y hoteles).

Empresa: Salud y Bebidas SL.

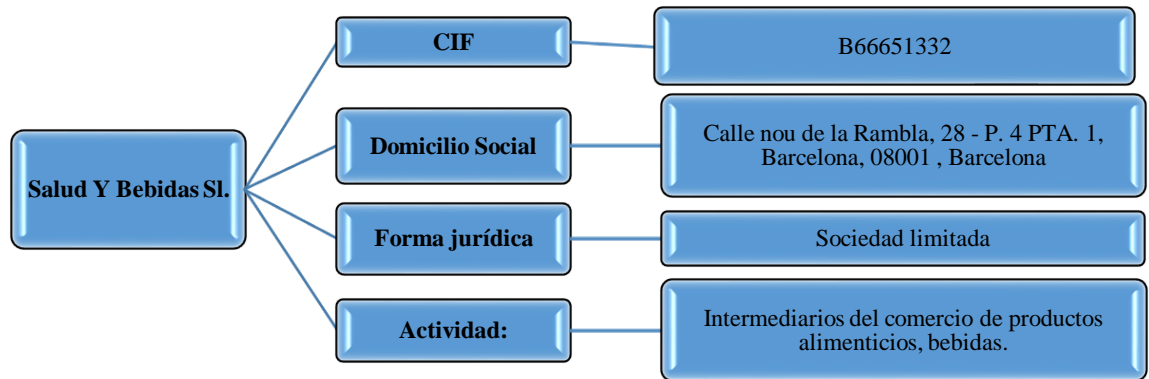


Figura 15. Empresa: Salud y Bebidas SL.

Elaborado: (Reascos , 2020)

En la figura 15 se evidencia la información de la empresa Salud y Bebidas SL., es una empresa que se dedica al comercio por mayor y menor, exportaciones e importación, compraventa, distribución y comercialización de productos alimenticios y bebidas, explotación, gestión, comercialización de actividades de hostelería, etc.

Empresa: Bebidas Sucrebol S.L

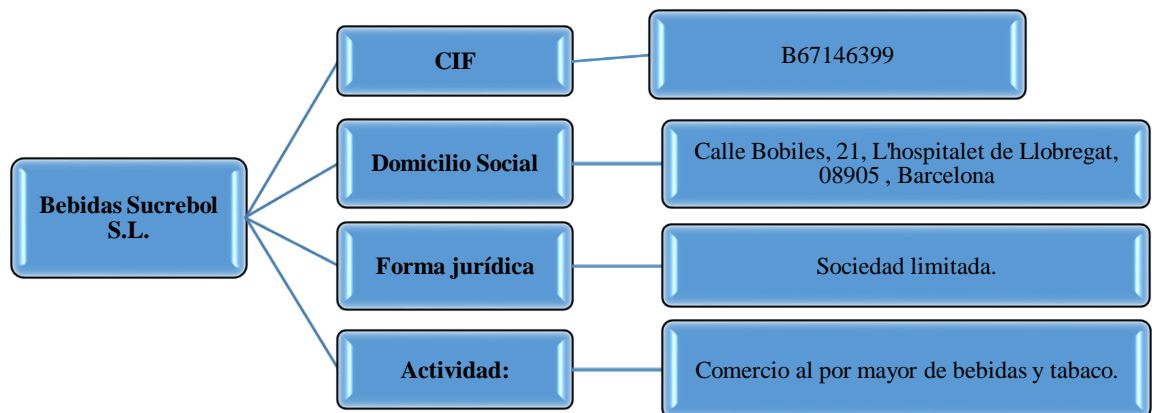


Figura 16. Empresa: Bebidas Sucrebol S.L.

Elaborado: (Reascos , 2020)

En figura la 16 se evidencia la información de la empresa Bebidas Sucrebol S.L., esta empresa se dedica a la comercialización de bebidas, otras actividades: comercio al por menor de bebidas, comercio al por mayor y menor en general, distribución comercial,

importación y exportación, etc. Fue constituida el 16 de enero del 2018 y tiene un rango del Capital Social de 0 a 3.100 Euros.

Empresa: Internacional De Bebidas S.C.P.

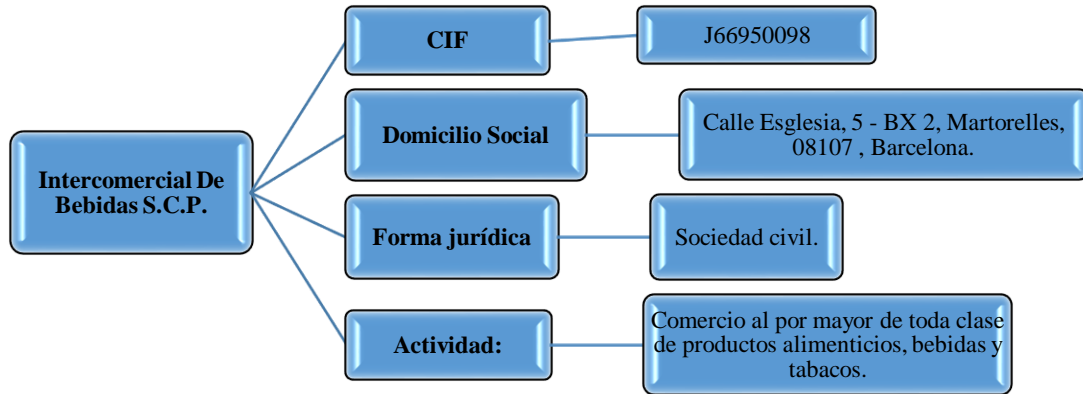


Figura 17. Empresa: Internacional De Bebidas S.C.P.

Elaborado: (Reascos , 2020)

En la figura 17 se expone la información de la empresa Intercomercial De Bebidas S.C.P., forma parte de la industria de mayoristas de alimentos. Tiene un aforo alrededor de 2 empleados y genera alrededor de \$ 220.000 en ventas anuales (USD).

Empresa: Agua Refrescos Café Vending S.L.

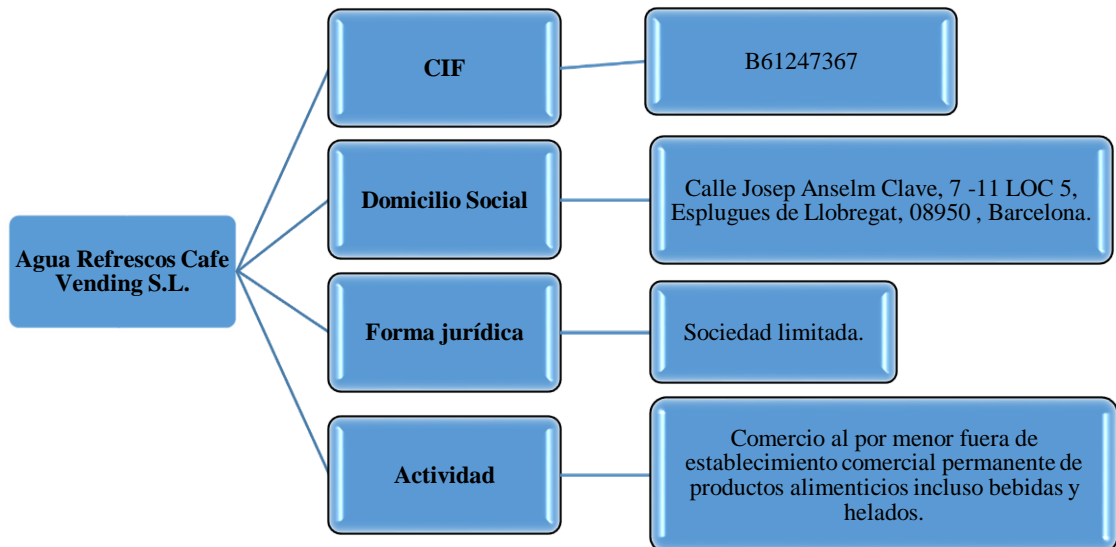


Figura 18. Empresa: Agua Refrescos Café Vending S.L.

Elaborado: (Reascos , 2020)

En la figura 18 se detalla la información de la empresa Agua Refrescos Café Vending S.L., tiene una antigüedad de 24 años, fue constituida en 03/12/1996 con el siguiente objeto social: Suministro de Productos Alimenticios y Bebidas en máquinas expendedoras automáticas. La empresa tiene un tamaño de “menos de 5”. Las ventas aportadas en el balance son de: “Menor de 300 mil Euros”.

Empresa: Ferrera Muñoz & Jarrampla Distribuidores SL.

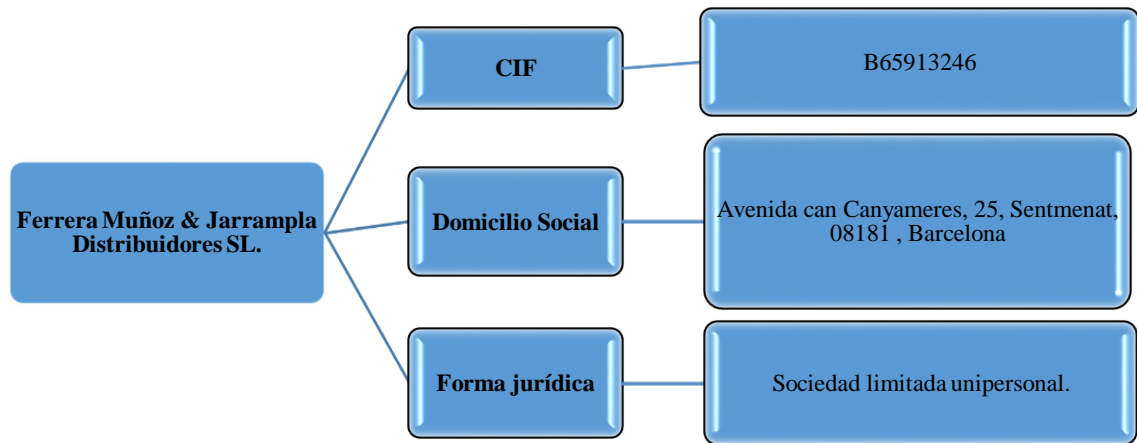


Figura 19. Empresa: Ferrera Muñoz & Jarrampla Distribuidores SL.

Elaborado: (Reascos , 2020)

En la figura 19 se muestra la información de la empresa Ferrera Muñoz & Jarranpla Distribuidores SL., esta empresa se dedica a la venta al por mayor y al por menor de todo tipo de bebidas y alimenticios; la promoción, construcción, compraventa, y arrendamiento – no financiero- de todo tipo de inmuebles; representación de todo tipo de producto. Fue constituida en 22/11/2012, la cifra aproximada del capital social de esta empresa es de 3.100 euros.

Empresa: La Colomense Serveis Generals Sa.

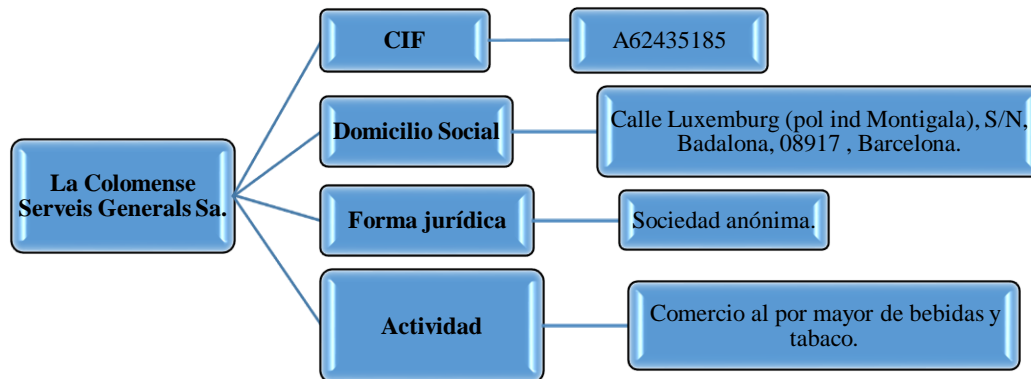


Figura 20. Empresa: La Colomense Serveis Generals Sa.

Elaborado: (Reascos , 2020)

En la figura 20 se expone la información de la empresa La Colomense Serveis Generals S.A, esta empresa se dedica a la venta de toda clase de alimentos y bebidas, la representación, distribución y almacenamiento de los mismos realización de transportes públicos de mercancías por carretera con vehículos propios. Fue constituida el 14/12/2000, el número de empleados de la empresa es de 15. El capital aproximado es mayor a 60.000 Euros.

3.5 Muestra

En esta investigación la muestra será el 75% de la población, las seis empresas en España que trabajan con productos derivados del té de banano, las cuales se sienten tentadas y atraídas por las propiedades y beneficios del producto además también por su precio es muy competitivo en el mercado de Barcelona.

Análisis de resultados

En la presente investigación se presenta los siguientes resultados se realizó la encuesta a las empresas importadoras de derivados del Té de banano en Barcelona – España para conocer la aceptación del producto. (ANEXO 1, LA ENCUESTA)

1. ¿Con que frecuencia su empresa importa bebidas aromáticas?

Tabla 3

Datos de la pregunta n° 1 (Encuesta)

VARIABLES	PORCENTAJE
Mensual	50%
Bimestral	25%
Trimestral	12.5%
Más de tres meses	12.5%
Total	100%

Elaborado: (Reascos , 2020)

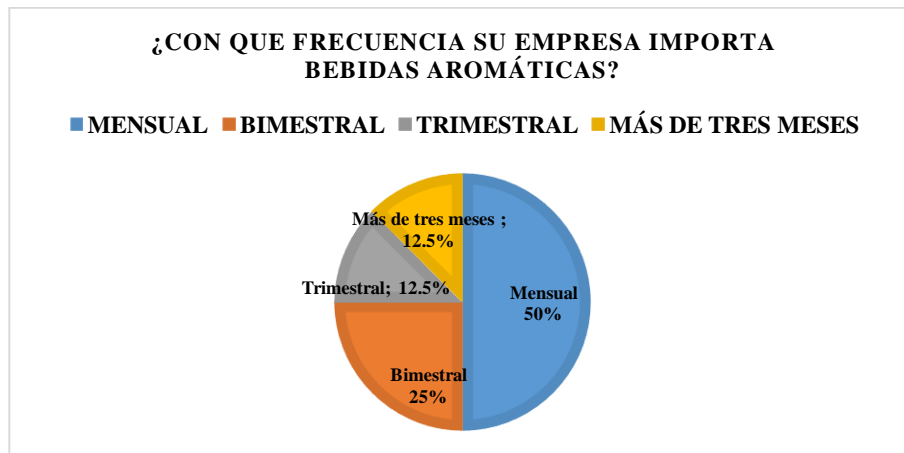


Figura 21. De la pregunta n° 1 (Encuesta).

Elaborado: (Reascos , 2020)

Análisis

Se puede observar en la tabla 3, los siguientes resultados que las empresas encuestadas que el 50% prefiere que las importaciones sean mensuales, el 25% prefieren que sean bimestral, 12.5% de las empresas prefieren entre trimestral o más de tres meses, en función de las bebidas aromáticas que llevan de diferentes países hacia Barcelona - España.

2. ¿Cuál considera usted que puede ser la mejor presentación del tamaño de porción para la compra de un té a base de fruta?

Tabla 4
 Datos de la pregunta n° 2 (Encuesta)

VARIABLES	PORCENTAJE
200 ML	12.5%
250 ML	25%
300 ML	12.5%
330 ML	12.5%
500 ML	37.5%
TOTAL	100%

Elaborado: (Reascos , 2020)

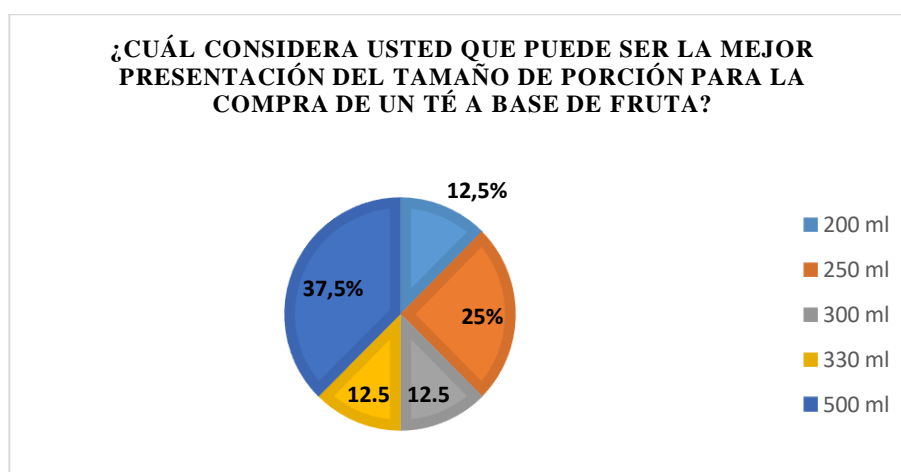


Figura 22. De la pregunta n°2 (Encuesta).

Elaborado: (Reascos , 2020)

Análisis

Se puede observar en la tabla 4, que las empresas importadoras prefieren en mayor aceptación el 37.5% que el tamaño de porción la más adecuada es de 500ml, una gran

mayoría también prefiere con 25% el tamaño de porción de 250ml, y entre los otros tamaños de porción 200ml, 300ml y 330ml con una aceptación del 12.5%.

3. ¿Actualmente compra su empresa alguna marca de té de banano?

Tabla 5

Datos de la pregunta n° 3 (Encuesta)

VARIABLE	PORCENTAJE
SI	0%
NO	100%
TOTAL	100%

Elaborado: (Reascos , 2020)



Figura 23. De la pregunta n°3 (Encuesta).

Elaborado: (Reascos , 2020)

Análisis

Se puede observar en la tabla 5, que las empresas importadoras no han adquirido de ninguna otra marca el té de banano con el 100% según su resultado.

4. ¿Usted sabe que el Ecuador tiene la mejor calidad de banano del mundo?

Tabla 6

Datos de la pregunta n° 4 (Encuesta)

Variabes	Porcentaje
Sí	100%
No	0%
Total	100%

Elaborado: (Reascos , 2020)

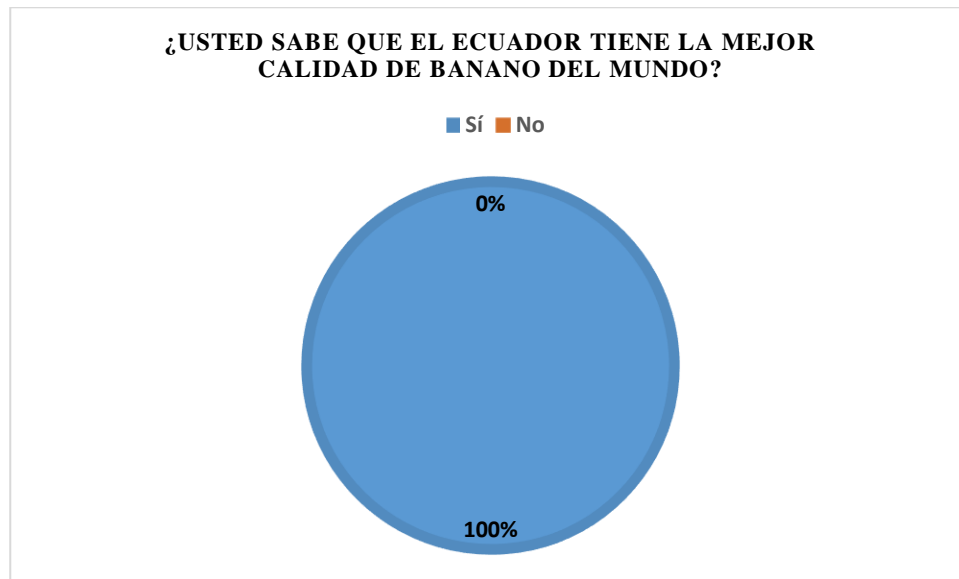


Figura 24. De la pregunta n°4 (Encuesta).

Elaborado: (Reascos , 2020)

Análisis

Se puede observar en la tabla 6, que las empresas importadoras en Barcelona – España tienen un vasto conocimiento que Ecuador tiene la mejor calidad de banano en el mundo por eso este producto es muy bien reconocido a nivel mundial, dando un 100% de confirmación según la pregunta planteada.

5. ¿Usted estaría dispuesto en importar desde Ecuador Té de banano?

Tabla 7

Datos de la pregunta n° 5 (Encuesta)

Variables	Porcentaje
Sí	75%
No	25%
Total	100%

Elaborado: (Reascos , 2020)

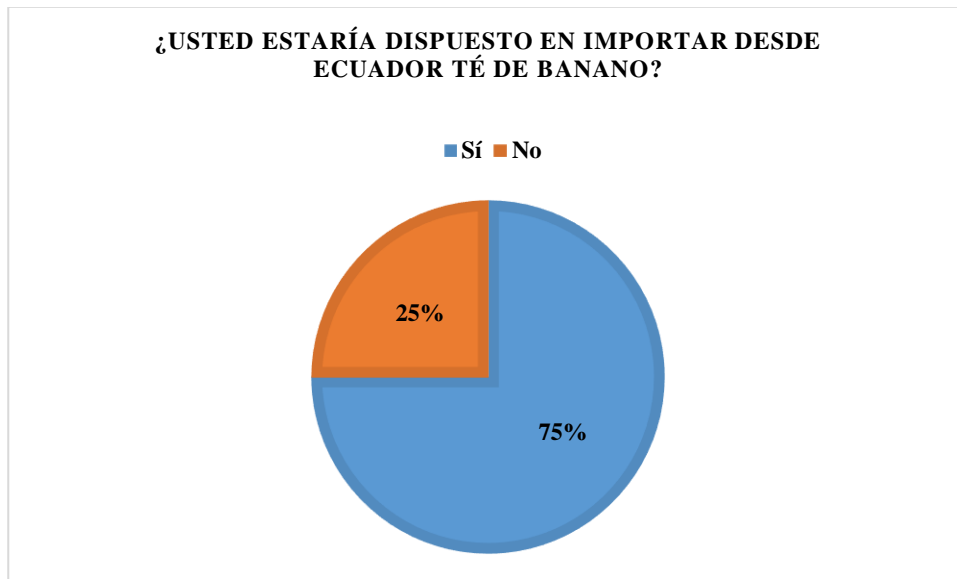


Figura 25. De la pregunta n°5 (Encuesta).

Elaborado: (Reascos , 2020)

Análisis

Se puede observar en la tabla 7, que hay una aceptación del 75% de las empresas que están dispuestas a importar el té de banano y un 25% que dice que no. Recordando que el 100% de la población son 8 empresas importadoras, el cual 6 empresas representan el 75% y 2 empresas conforman el otro 25% restante.

6. ¿Cómo le gustaría que sea el material el cual será envasado el té de banano?

Tabla 8

Datos de la pregunta n° 6 (Encuesta)

VARIABLES	PORCENTAJE
BOTELLA PLÁSTICA	37.5%
BOLSA PLÁSTICA	0%
TETRA PACK	25%
BOTELLA DE VIDRIO	25%
BOTELLAS DE LATA	12.5%
TOTAL	

Elaborado: (Reascos , 2020)

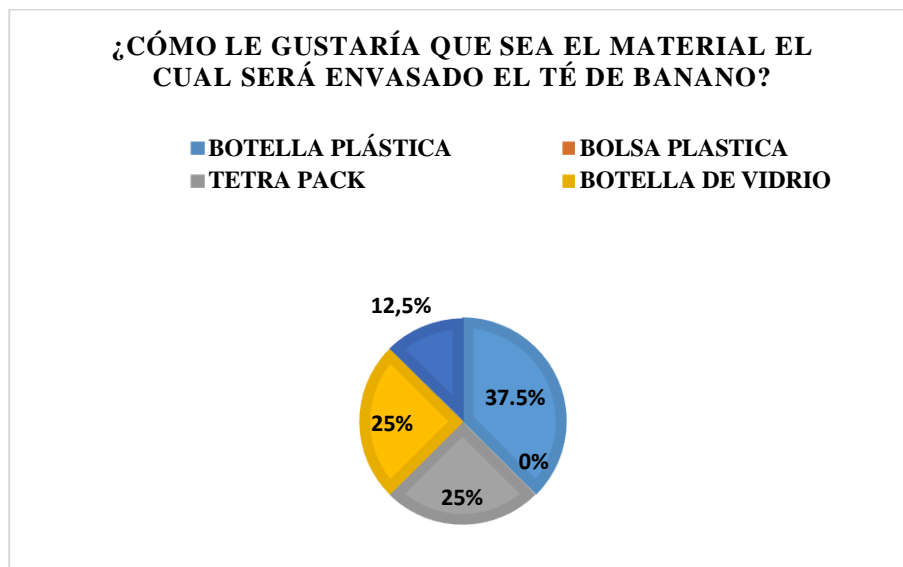


Figura 26. Datos de la pregunta n° 6 (Encuesta).

Elaborado: (Reascos , 2020)

Se puede observar en la tabla 8, que las empresas importadoras prefieren con el 37.5% la aceptación de que en envase sea en botella plástica, un 25% prefiere envase botella de vidrio o tetra pack, otro dice botella lata con el 12.5% de aceptación, por último, ninguno de los encuestados desea que sea en bolsa plástica con el 0% de aceptación.

7. ¿Cuál de los siguientes aspectos le atraería más de este producto?

Tabla 9

Datos de la pregunta n° 7 (Encuesta)

VARIABLE	PORCENTAJE
BUENA PRESENCIA	25%
BAJO COSTO	25%
CALIDAD	50%
TOTAL	100%

Elaborado: (Reascos , 2020)

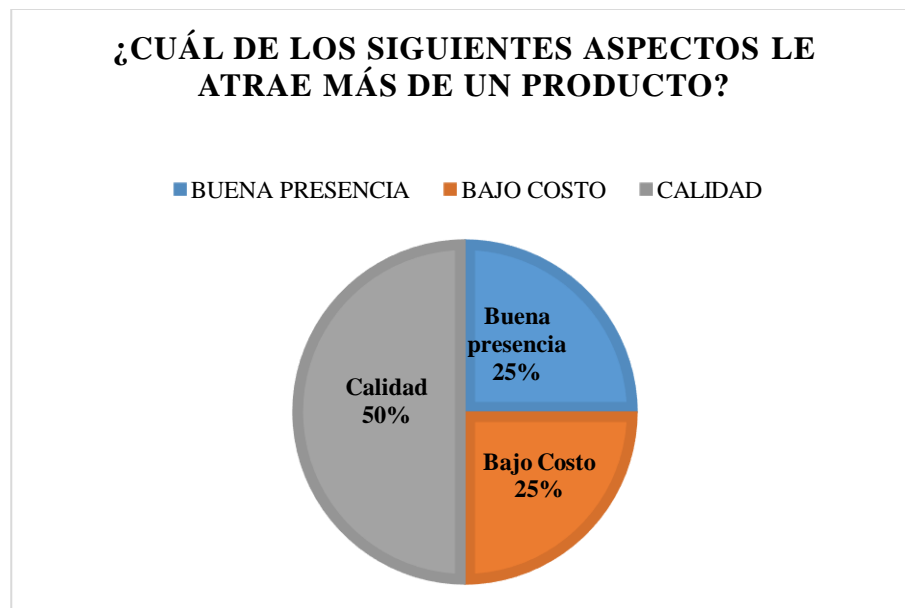


Figura 27. Datos de la pregunta n° 7 (Encuesta).

Elaborado: (Reascos , 2020)

Se puede observar en la tabla 9, que el 50% de las empresas encuestadas prefieren la Calidad del producto como cualidad principal o como un valor agregado, también se observa que las otras con el 25% prefieren Buena presencia y el bajo costo del producto.

8. ¿A través de que medio prefiere recibir información sobre este producto?

Tabla 10

Datos de la pregunta n° 8 (Encuesta)

VARIABLES	PORCENTAJE
INTERNET	50%
TELEVISIÓN	12.5%
CATÁLOGO	37.5%
TOTAL	100%

Elaborado: (Reascos, 2020)

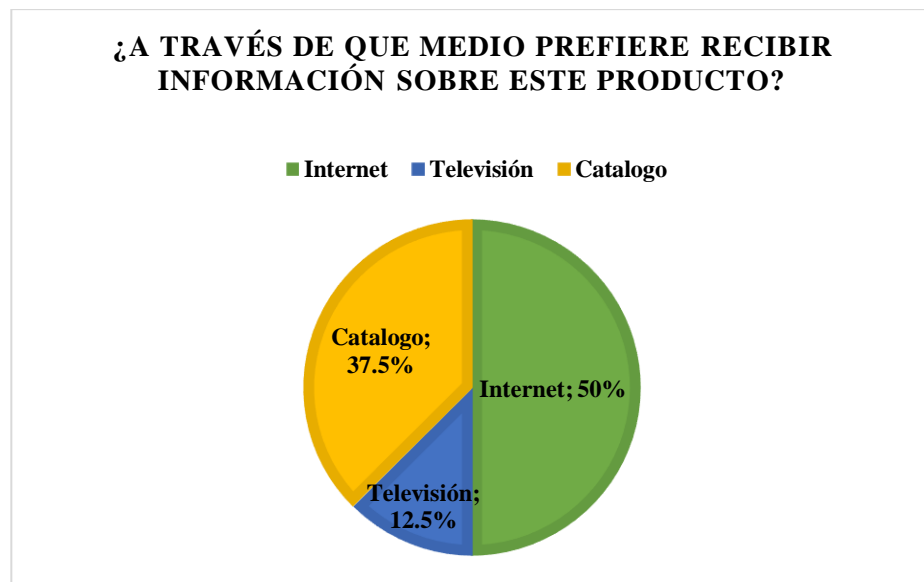


Figura 28. De la pregunta n°8 (Encuesta).

Elaborado: (Reascos , 2020)

Se puede observar en la tabla 10, que las empresas importadoras prefieren en el internet como el medio de transferencia de información con el 50% de aceptación, otro gran grupo que es mejor elaborar catálogos con 37.5% y por último una pequeña aceptación es por medio de la televisión 12.5%.

9. ¿Qué característica para usted es importante en un producto?

Tabla 11

Datos de la pregunta n° 9 (Encuesta)

VARIABLE	PORCENTAJE
CANTIDAD	25%
CALIDAD	62.5%
PRESENTACIÓN	12.5%
TOTAL	100%

Elaborado: (Reascos , 2020)

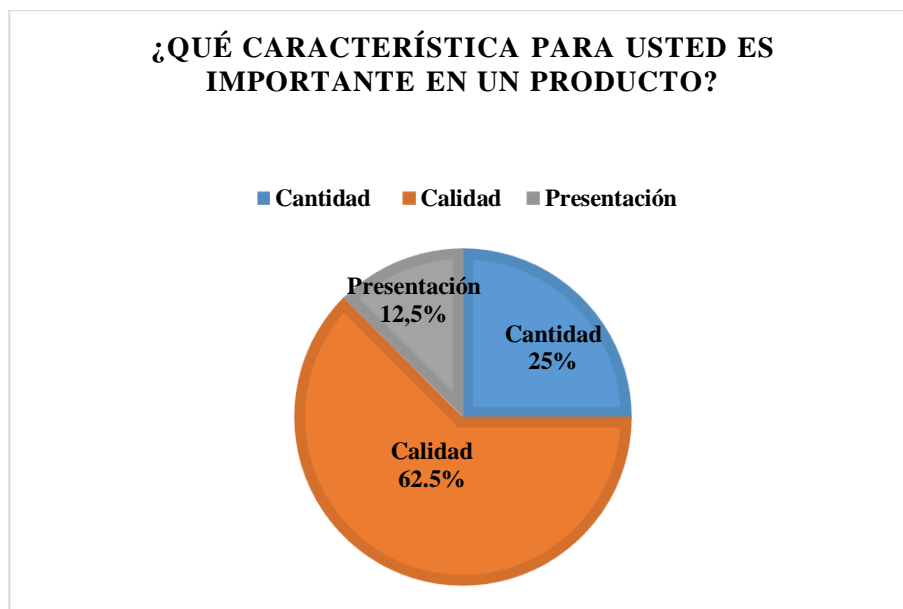


Figura 29. De la pregunta n°9 (Encuesta).

Elaborado: (Reascos , 2020)

Se puede observar en la tabla 11, las empresas importadoras le interesan más la calidad del producto 62.5% y por esta están dispuestos a pagar un buen precio por el té de banano, el 25% piensan que también la cantidad es muy importante y por el 12.5% cree que la presentación es muy necesaria en el producto.

10. ¿Qué sellos de calidad seleccionarías para la certificación del producto?

Tabla 12

Datos de la pregunta n° 10 (Encuesta)

VAIABLES	PORCENTAJE
CERTIFICACIÓN VERDE	37.5%
CERTIFICADO ORGÁNICO	50%
CERTIFICADO DE BUENAS PRÁCTICAS AGRICOLAS	12.5%
TOTAL	100%

Elaborado: (Reascos , 2020)

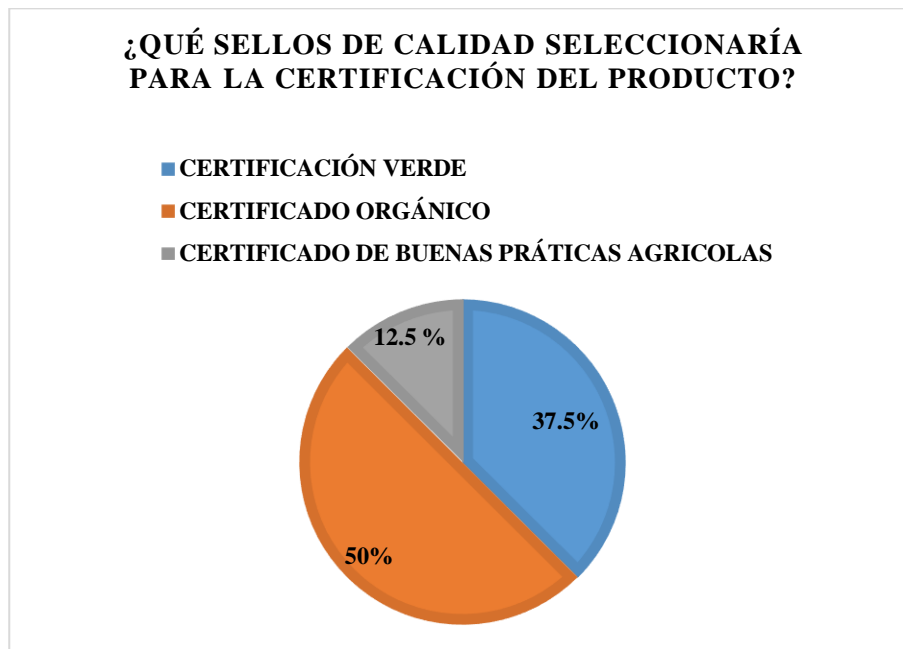


Figura 30. De la pregunta n°9 (Encuesta).

Elaborado: (Reascos , 2020)

Se puede observar en la tabla 12, las empresas importadoras españolas valoran en este caso con mayor aceptación 50% la certificación orgánica, también valoran mucho los productos que tienen una certificación verde con el 37.5% y por último una certificación de buenas prácticas agrícolas del 12.5%.

Entrevista (ANEXO 2, LA ENCUESTA)

Esta entrevista se la realizó al señor ingeniero Donald Vallejo, Gerente General de la empresa purificadora de agua Brisas del Cristal, se la realizó en el mes de febrero, en las instalaciones de la empresa, ubicadas en Montalvo, cantón de la provincia de Los Ríos, aproximadamente a unas 3 horas de la ciudad de Guayaquil. Esta entrevista, se la hizo con la finalidad de conocer un poco más acerca de la empresa, su manejo y sobre todo para tener información que pueda servir para la toma de decisiones, relacionadas con la creación del plan de exportación del Té de banano, a Barcelona, España.

¿Cuáles son las propiedades y beneficios del té de banano?

Las Propiedades del producto se pueden visualizar en su etiquetado donde puedes ver sus ingredientes, su contenido, el nivel nutricional, fecha de elaboración y de caducidad. Los beneficios son los siguientes; funciona como un tranquilizante y relajante, el cual también actúa como un sedante y te permite dormir con mucha facilidad sin ningún efecto secundario para su salud totalmente natural, sin generar dependencias, como otras sustancias y/o productos que tienen el mismo efecto en la persona.

¿Cómo es el empaquetado, embalaje y acondicionamiento del producto?

Este proceso comienza adjuntando las botellas para formar pacas de veinte y cuatro unidades, después empieza a paletizar y por cada nivel para mayor seguridad se pone una plancha de cartón como soporte, al final se rodea con films del pallet de esta manera termina la parte del embalaje, y para su acondicionamiento se las almacena en las bodegas destinada para el efecto el cual también entra en la zona de inventario de producto terminado.

Alberto Donald Vallejo desea que este nuevo producto Té de banano quisiera ponerlo en el mercado exterior según la propuesta planteada en Barcelona – España.

Este plan de exportación será una guía que permita a la empresa Purificadora de Agua Brisas del Cristal poder llevar su producto al mercado de Barcelona -España, el cual cuenta con un estudio estrictamente relacionado con el Comercio Exterior, se enfoca en

el proceso de exportación, logística, aranceles, estudio del mercado y sobre todo entregando un trabajo final que sea rentable, viable y sostenible para la empresa.

¿Etiquetado según las necesidades del mercado las necesidades del mercado europeo?

La empresa Purificadora Brisas del Cristal en su primera experiencia en el comercio internacional busca de una forma rápida adaptarse a la legislación Europea para poder cumplir con los requisitos que el producto necesita y no tener ningún inconveniente por ejemplo en lo que es el valor nutricional es obligatorio especificar en su etiquetado: valor energético, las grasas, los azúcares, las proteínas y sal; también se busca que la etiqueta sea más legible, un tamaño mínimo de fuente 1.2 mm esto también depende de la superficie del envase. País de origen también es obligatorio, también la lengua oficial en este caso el español.

Por último, saber si se cumple o no con la demanda producto requerida en el exterior.

Si se cumpliría la empresa con la demanda exportable, se produce alrededor de 400 pacas al día, dando un resultado anual de 96,000 pacas anuales, se cuenta con la infraestructura y la maquinaria necesaria para cumplir con este nivel de producción, y por lo menos en cuestión de un año poder duplicar esta cantidad.

CAPÍTULO IV

LA POPUESTA

4.1 Título de la propuesta

“EXPORTACIÓN DE TÉ DE BANANO AL MERCADO DE BARCELONA – ESPAÑA PARA LA EMPRESA PURIFICADORA DE AGUA BRISAS DEL CRISTAL”

4.2 Generalidades de la propuesta

El presente plan de exportación de té de banano al mercado Barcelona-España, se fundamenta en la necesidad de la Empresa Purificadora de Agua Brisas del Cristal, en comenzar a realizar comercio internacional, ya que es una empresa que sus productos se distribuyen dentro del Ecuador, es obligatorio asesorar al potencial exportador, quien visualiza este tipo de proyecto como una oportunidad para buscar nuevos mercados y obtener mejores beneficios económicos. Por esta razón, el plan de exportación se desarrollará bajo las siguientes fases:

4.3 Plan de exportación

4.3.1 La empresa

Misión

Producir y comercializar bebidas de la más alta calidad para el beneficio y salud de nuestros consumidores.

Visión

“Posicionamiento en el mercado regional y a mediano plazo penetrar en el mercado nacional y a futuro obtener el reconocimiento como una empresa líder del mercado de bebidas a nivel nacional, enfocado en brindar un servicio de calidad y satisfacción total a nuestros consumidores.”

Valores

Trabajo en equipo con honestidad y respeto para sus trabajadores, clientes y proveedores, con una disciplina de ingeniería concurrente.

4.3.1.1 Tipo de Negocio

Es un negocio que está constituido como persona natural, obligada a llevar contabilidad, es una empresa que funciona como familiar, los principales cargos y funciones son desempeñadas por los dueños. La persona principal de este negocio es la señora Lida Rodríguez Carrillo, sin embargo, toda la responsabilidad de la misma, la tiene el hijo, Donald Vallejo, quien hace las veces de Gerente General.

4.3.1.2 Estructura organizacional

La estructura organizacional es un conjunto de actividades o tareas que pretenden realiza, mediante una correcta estructura que le permita establecer sus funciones y departamentos con el objetivo de producir sus servicios o productos, a través de un orden y un adecuado control para alcanzar sus metas y finalidades.

La empresa tiene una organización del tipo vertical. Entre los puntos de control más importantes se mencionan el área de producción, distribución y comercialización del producto. La política administración se fundamenta en:

Incrementar volumen de venta

Mayor cobertura.

Bajar costos.

Controles manuales.

4.3.1.3 Organigrama de la Empresa Brisas del Cristal

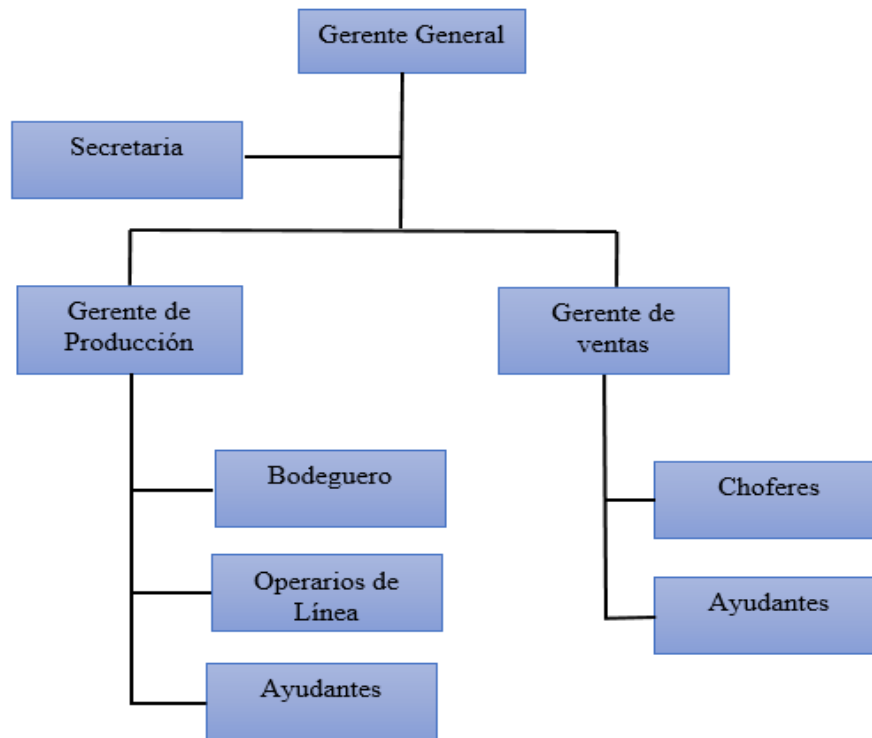


Figura 31. Organigrama de la Empresa Purificadora de Agua Brisas del Cristal.

Elaborado: (Reascos , 2020)

En la figura 31 representa el organigrama de la Empresa Purificadora de Agua Brisas del Cristal, recordando que tiene una estructura vertical, basada en que es una empresa familiar y los puestos Gerenciales son utilizados por los dueños, cumpliendo cada uno sus respectivas funciones y responsabilidades, las demás escalas si son colaboradores de la empresa.

4.3.2 Análisis FODA de la empresa

Fortaleza

Disponibilidad de la materia prima.

Conocimiento en la comercialización de refrescos a nivel nacional.

Disponibilidad de insumos de muy buena calidad a excelentes precios.

Producto con beneficios para la salud.

Oportunidades

Preferencias arancelarias.

Crecimiento sostenible en los próximos años.

Reconociendo en el mercado exterior.

Debilidades

Mínima experiencia en el comercio exterior.

Mano de obra óptima para el uso de maquinarias.

Amenazas

Falsificación y cambio de materia prima, usada para la elaboración del té de banano.

Incertidumbre en que las grandes marcas de refrescos se apoderen de la idea y del producto.

4.4 EL PRODUCTO:

4.4.1 Características del producto: ventajas y uso.

El té banano, al igual que la banana es rica en potasio (K) y magnesio (Mg), pero este té aún tiene más concentrado estos competentes porque también están presentes en la piel de la fruta. El magnesio y el potasio son relajantes, también te pueden ayudar a prevenir calambres y dolores musculares. Las bananas son ricas en antioxidantes solubles en agua, como la dopamina, que puede ayudar a combatir los radicales libre, las cuales se encuentran es la cascara del fruto.

La canela es una especia muy aromática las cuales tiene proteínas como el hierro, calcio, zinc, potasio, selenio, vitaminas B6, C, fenoles y aldehídos. Sus beneficios favorecen a la digestión y la circulación sanguínea, dos factores esenciales para inducir al descanso por las noches.

El té de banano puede contribuir con la relajación y ayudarnos a crear un ritual de sueño, para descansar bien por las noches el cual esto es muy beneficioso porque también evita la utilización de somníferos (que normalmente pueden causar dependencia y otros problemas de salud). Es necesario recordar que esta bebida no cura el insomnio, pero es muy útil en mejor los hábitos de vida.

Los usos según como usted desee lo pueden servir helado o caliente es el mismo efecto en cualquiera de las dos formas que desee consumirlos, mantener en lugares frescos según el proyecto su presentación será en botellas de 500cc las cuales son fáciles de transportar y consumir de una forma inmediata.

4.4.2 Análisis FODA del producto.

Fortaleza

Disponibilidad de materia prima todo el año, lo que hace que la producción no se vea afectada.

Es un producto 100% natural en su elaboración.

Oportunidades

Convertirse en un producto estrella en el mercado mundial.

Mejorar su proceso de producción y contar con los más altos estándares de calidad a nivel internacionalmente.

Apertura en nuevos mercados internacionales.

Necesidad del mercado de productos naturales

Debilidades

Falta de conocimiento del mercado de la existencia del producto

Falta de conocimiento del mercado de las bondades del producto

Amenazas

Las grandes multinacionales podrían dañar la calidad del producto por hacerlo más rentable.

Falsificación del producto.

4.4.3 Clasificación Arancelaria Ecuador

Subpartida Arancelaria

Producto: Aguas minerales azucaradas o aromáticas

Según (Guru Arancales , 2019) Subpartida: **2202.10.00.00**

Sección IV: Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados.

Capítulo 22: Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagres.

Descripción arancelaria: -Agua, incluidas el agua mineral y la gaseosa, con adición de azúcar o u otro edulcorante o aromatizada.

Código suplementario de la subpartida – TNA: 0000 Bebidas gaseosas, con Adicción de Otro Edulcorante o Aromatizada, Incluida El Agua Mineral.

4.4.4 Clasificación arancelaria en la Unión Europea

(TRADE HELPDESK, 2020) Según el arancel de la Unión Europea Ecuador tiene una preferencia arancelaria en esta subpartida que los productos de origen ecuatoriano entran con un 0% de arancel de importación según el (D2369/12) Decisión del consejo UE 2016/2369 de 11 de noviembre de 2016.

22 bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre.

2202 agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro colorante o aromatizada, y demás bebidas no alcohólicas, excepto los jugos de frutas u otros frutos o de hortalizas de la partida 2009.

2202.10.00.00 agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada.

4.4.5 Certificado Sanitario de Exportación

Según (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCOSA, 2019) para la obtención del Certificado Sanitario de Exportación de un alimento procesado, el titular del producto deberá ingresar en las Coordinaciones Zonales o en planta central de la ARCOSA una solicitud individual por oficio por cada tipo de alimento procesado a ser exportado, la misma que deberá estar firmada por el Representante Legal o apoderado del establecimiento y donde conste la siguiente información:

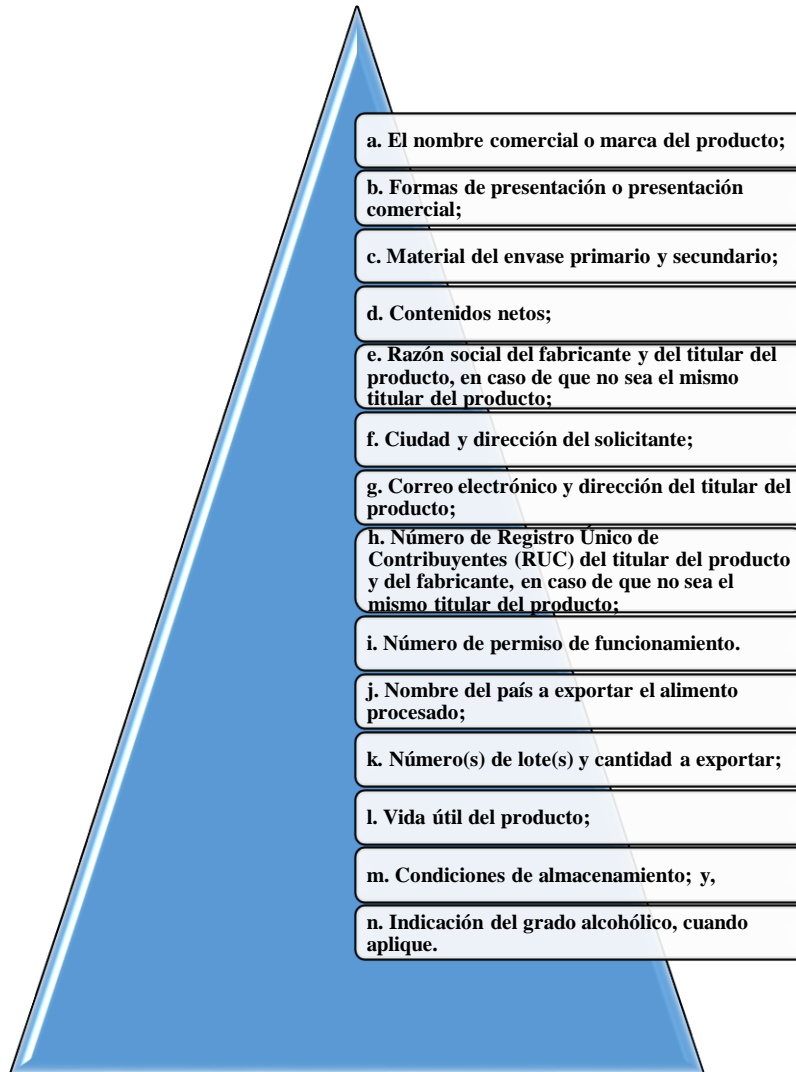


Figura 32. Información para solicitar un Certificado Sanitario de Exportación.

Fuente: (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), 2019)
Elaborado: (Reascos , 2020)

El representante Legal y Representante Técnico avalarán con su firma la solicitud que se presente. Además de la solicitud descrita anteriormente el solicitante deberá adjuntar debidamente identificada, en físico; los siguientes documentos:

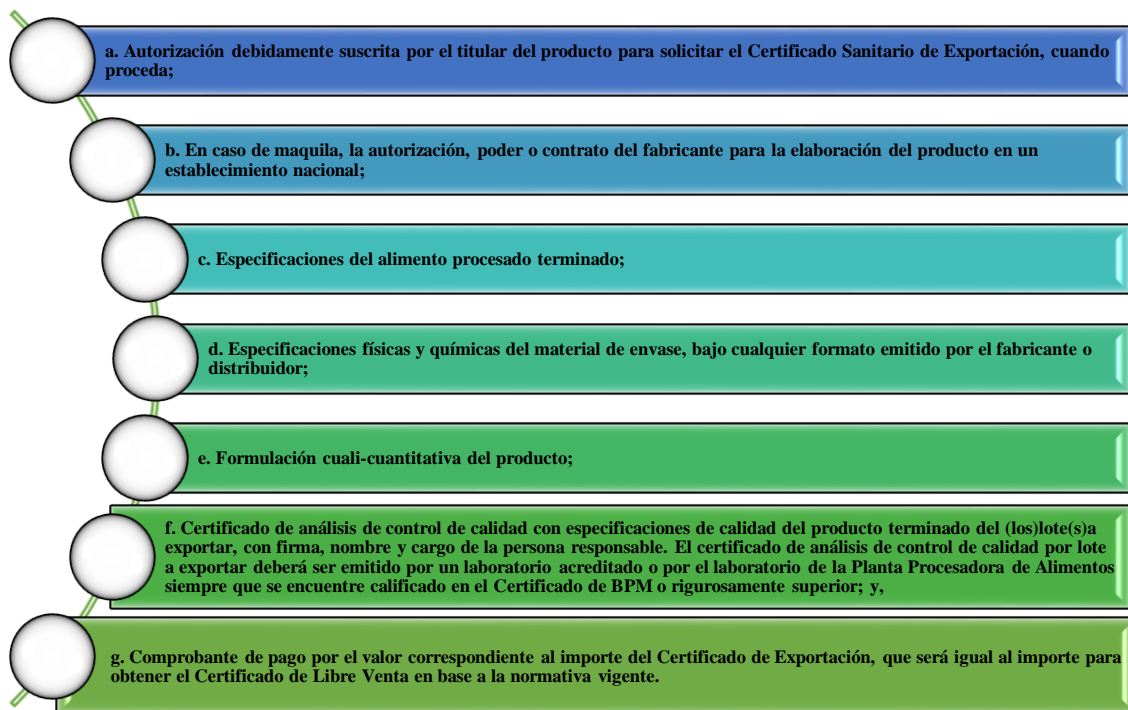


Figura 33. Documentos necesarios para la obtención del Certificado Sanitario de Exportación.
 Fuente: (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), 2019)
 Elaborado: (Reascos , 2020)

El costo del trámite es de \$58, no graba IVA, formas de pago: efectivo, cheque y transferencia bancaria. Este documento se lo puede obtener en ARCSA Planta Central (Ciudadela Samanes, Av. Francisco de Orellana y Av. Paseo del Parque, Parque Samanes, Bloque 5, Guayaquil – Ecuador). De lunes a viernes 08h00 a 17h00. Email: atencionalusuario@controlsanitario.gob.ec. En el siguiente **Anexo 3** modelo del Certificado Sanitario de Exportación.

4.5 Empaque, embalaje y etiquetado

4.5.1 Norma ISO 3394 (Dimensiones)

Según (legiscomex.com, 2017) norma ISO 3394 hace referencia a las dimensiones de las cajas master, de los pallets o plataformas y de las cargas paletizadas.

Cajas: las dimensiones de las bases de las cajas deben corresponder a un módulo de 60*40 cm. De medida externa. La altura debe acondicionarse a las dimensiones de los productos comercializados. Las medidas de las cajas individuales de los productos

exportados deben acondicionarse internamente al módulo estipulado y siempre es posible encontrar la medida que permita este trabajo.

Pallets: los pallets necesarios para la unitarización de la carga según la Norma 3394 deben corresponder de acuerdo al modal de transporte seleccionado, así:

Para vía aérea. 120x80 cm.

Para vía marítima. 120x100 cm.

Según (mecalux.es, 2020) el pallet europeo surgió de la necesidad de normalización p estandarizar el uso de los pallets con el fin de obtener un mejor aprovechamiento del espacio. A raíz de esta necesidad se determinaron las medidas del pallet europeo, también conocido como europallet o EPAL, a partir de la norma UNE-EN 13698-1 de ámbito europeo.

Medidas del pallet europeo: siguiendo los criterios constructivos para estos soportes establecidos por esta norma, se adoptaron las medidas 1.200x800mm. En cuanto al peso, un pallet ronda los 25 kg y soporta cargas de hasta 1.500 kg (y de manera estática, sin mover el pallet, de hasta 4.000 kg).

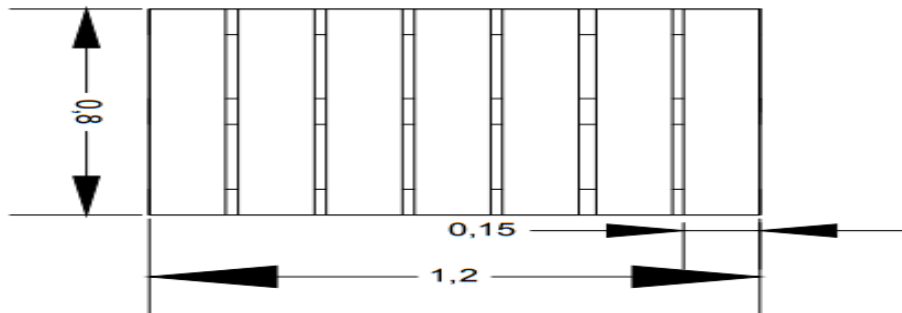


Figura 34. Medidas del pallet europeo.
Elaborado: (Reascos , 2020)

Al utilizar este tipo de pallet según las dimensiones del producto 37,44x24,96x22 en base entran nueve pacas, por cada nivel, el cual se subirán 8 niveles, dando un total de 72 pacas por pallet, cada paca está compuesta por 24 botellas resultando un total de 1728 botellas por pallet.

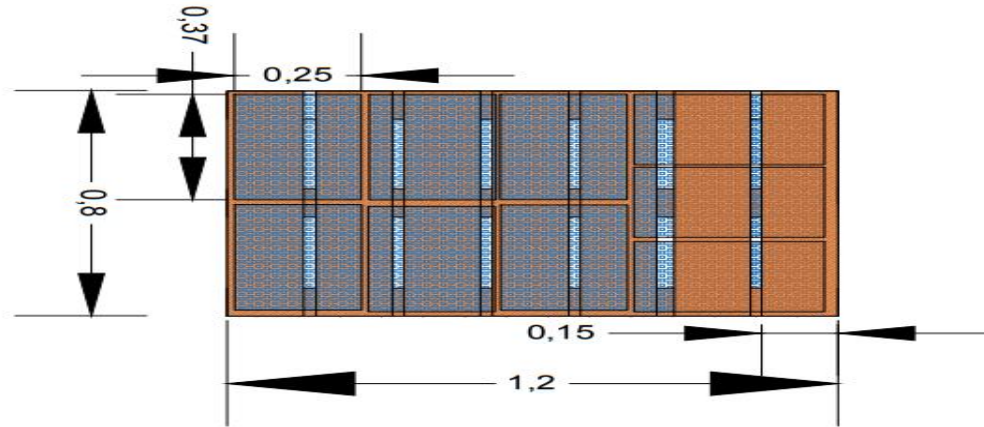


Figura 35. Unitarización de la mercancía en el pallet europeo.
Elaborado: (Reascos , 2020)

Para la presente investigación se utilizará una unida de carga como es el contenedor de 40 pies de la compañía MSC (Mediterranean Shipping Company), el cual tiene medidas de largo 12 metros, ancho 2.35 y de alto 2.39, es uno de los más utilizados en lo que es el transporte marítimo de mercancías. Tiene un peso de tara o contenedor vacío de 3.750 kg y admite una carga de alrededor de 29 toneladas (29.000 kg), pero eso depende según la empresa naviera. Para el transporte terrestre interno en lugar de destino y para el transporte internacional se usará **FCL** (contenedor completo, Full Container Load en inglés). El contenedor a usarse es un contenedor dry o seco las propiedades del producto permite que se utilice este tipo de unidad de carga, los envíos se realizarán de manera mensual 2 contenedores de 40 pies, dando un total de 24 contenedores anuales ajustándose según la demanda de las empresas importadoras.

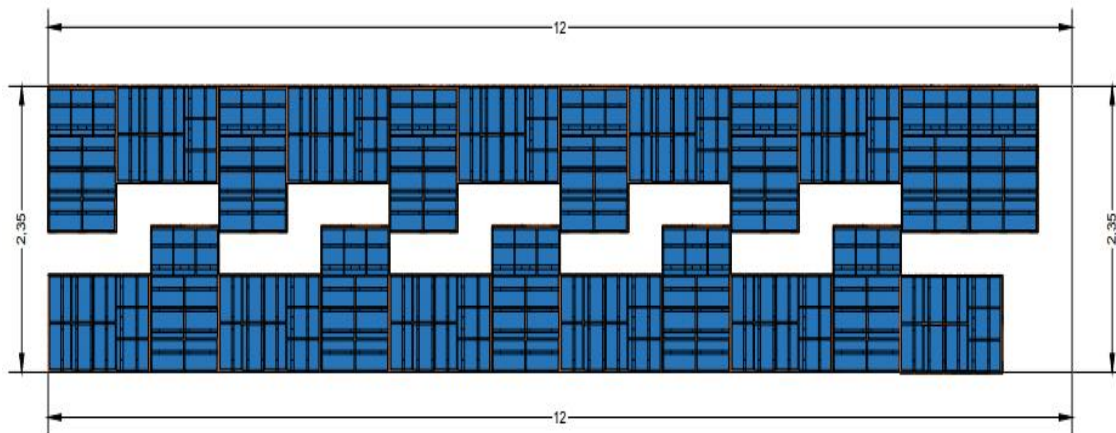


Figura 36. Unitarización de la mercancía en el contenedor 40 pies (MSC)
Elaborado: (Reascos , 2020)

Según la figura 17 muestra como es la distribución de los pallets en el contenedor el cual según sus dimensiones y para mejor uso de la unidad se lo realiza de esa forma, 0.80x1.20x1.20x0.80 metros, esto permite que entren de ancho dos pallets y de esta manera sucesivamente se van ordenando cada uno de ellos hasta que al final después de los pallets se coloca dos pallets en esta posición 1.20x0.80 metros y el otro por 0.80x1.20 metros para facilitar para parte de estiba y descarga de los pallet y también para asegurar el correcto sellado del contenedor.

Tabla 13
 Medidas de las unidades de cargas y pesos.

Variables	largo	anch o	alt o	total	m 3	contened or	m 3	ALTURA U.	TOTAL ALTURA	PESO U. KG.	PESO TOTAL KG.	
PACA *24	0,37 44	0,24 96	0,2 2	0,020559 05	m 3	34,05	m 3	0,22	1,76	5,50	9108,00	
PALLET	1,20	0,80	0,1 5	0,144	m 3	0,432	m 3	0,15	0,15	25,00	575,00	
Plancha	1,20	0,80	0,0 2	0,0192	m 3	3,53	m 3	0,02	0,14	0,50	80,50	
CONTENED OR	12	2,35	2,3 9	67,40	m 3	105,41	m 3	TOTAL	2,05	3750,00	9763,50	Peso NETO (kg.)
TOTAL											13513,50	PESO BRUTO (kg.)
											13,51	TONELADAS

Elaborado: (Reascos , 2020)

Según la tabla 13 representa las medidas de cada una de las unidades de carga para la mejor realización de la ubicación de la carga por lo siguiente en esta caso la altura las pacas tienen 0.22 metros, pallet tiene 0.15 metros y la plancha 0.02 metros, según las normas internacionales asumiéndose, las pacas según el nivel máximo son ocho de altura 1.76 metros, más los 0.15 metros del pallet, más plancha 0.02 metros el cual se usarán 7*0.02 metro ejemplares 0.14 metros; dando un total de altura de **2.05** metros cumpliendo con las normas internacionales. También se obtiene un total de metros cúbicos 38.01; dando un peso neto de 9.763 kilogramos, un peso bruto de 13.513,50 el cual incluye el contenedor vacío, dando como resultado 13.51 toneladas por contenedor lleno.

4.5.2 Norma ISO 780 7000 (Simbología para el correcto manejo y manipulación de empaques y embalaje).

Según (Godínez, 2016) de acuerdo con el Reglamento de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) por razones ergonómicas se ha estipulado que ninguna carga que requiera manipularse por la fuerza humana en algún momento de su distribución física internacional podrá pesar en bruto más de 25 kg. Especifica las características utilizados de una manera convencional para el mercado de embalajes de expedición con el fin de transmitir prescripciones de manipulación, recoge un conjunto de símbolos que identifican las mercancías para evitar inconvenientes en su manipulación y para que lleguen en condiciones óptimas a su destino. Debe evitarse la utilización de colores que puedan producir confusión con el marcado de las materias peligrosas. Debe evitar la utilización del color rojo y el naranja, a menos que existan reglamentos nacionales o regionales que prescriban su utilización. Las etiquetas recomendadas deben tener la información de un rombo con ángulo de 45 grados y dimensiones mínimas de 10 cm x 10cm.

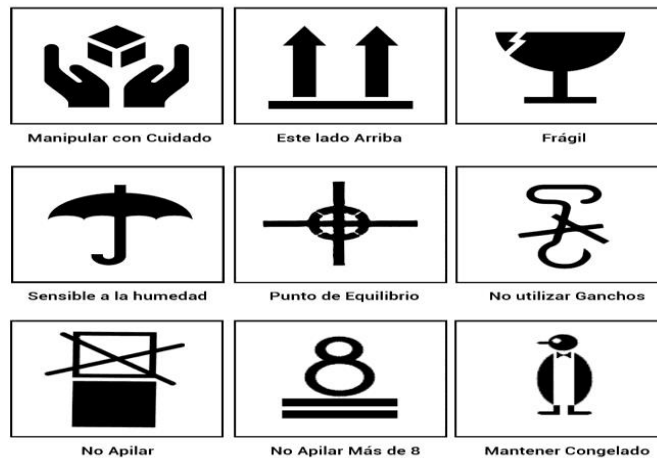


Figura 37. Símbolos pictóricos

Fuente: (AUTOR, 2020)

Según (Godínez, 2016) para la manipulación de la carga empaquetada se añaden una serie de símbolos que nos dan la información a la hora de transportar y descargar la mercancía. Estos símbolos deben marcarse en el propio embalaje y en color negro, en el

caso de que el empaquetado fuese negro poner un fondo con el símbolo que le haga contrastar, normalmente las medidas de los símbolos pueden ser 100mm, 150mm o 200mm. Aunque pueden ser necesarios símbolos mayores o menores, en función del tamaño o de forma del embalaje.

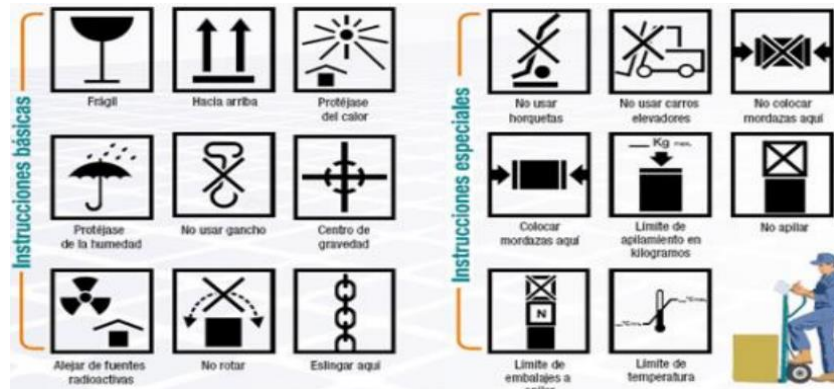


Figura 38. Símbolos de instrucciones básicas y especiales.

Fuente: (Godínez, 2016)

Normas ISO 7000 corresponde a los iconos o símbolos internacionales con los cuales indica la manipulación deseada para la carga que se desea enviar.

iconos o símbolos internacionales

0615: Protéjase de calor y radiación

0621: Trátese con cuidado

0623: Este lado arriba

0624: Protéjase del calor

0625: Colóquese cadenas aquí

0626: Protéjase de la humedad

0627: Prohibido voltearse

0625: máximo -- kg

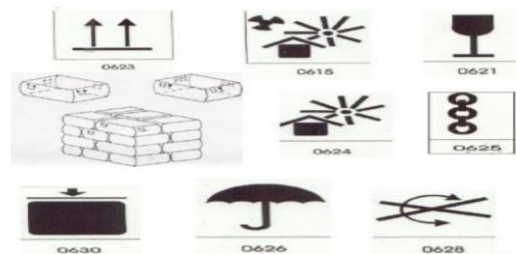


Figura 39. Normas ISO 7000.

Fuente: (Godínez, 2016)

4.5.3 Reglas etiquetado en España

Según (aecosan.msssi.gob.es, 2018) se introduce sobre información nutricional para la mayoría de los alimentos transformados. Los elementos a declarar de forma obligatoria son: el valor energético, las grasas, las grasas saturadas, los hidratos de carbono, los azúcares las proteínas y la sal; todos los elementos deberán presentarse en el mismo campo visual. Además, podrá repetirse en el campo visual principal la información relativa al valor energético sólo o junto con las cantidades de grasas, grasas saturadas, azúcares y sal. La declaración habrá de realizarse obligatoriamente “por 100g o por 100ml” lo que permite la comparación entre productos, permitiendo además la decoración “por porción” de forma adicional y con carácter voluntario. La nueva regulación permite, de manera adicional, indicar el valor nutricional y las cantidades de los nutrientes utilizando otras formas de expresión (pictogramas o símbolos, como el sistema de semáforo), siempre y cuando cumplan con ciertos criterios, por ejemplo, que sean comprensibles para los consumidores y que no se obstáculos a la libre circulación de mercancías. En el plazo la Comisión deberá que presentar un informe sobre la conveniencia de una mayor armonización.

4.5.3.1 Etiquetas más legibles

Según (aecosan.msssi.gob.es, 2018) otro de los aspectos en los que incide la norma europea es que el etiquetado debe ser claro y legible. Para ello, se establece un tamaño mínimo de fuentes para la información obligatoria de 1.2mm. sin embargo, si la superficie máxima de un envase es inferior a 80 cm², el tamaño mínimo se reduce a 0.9mm. no obstante el nombre del alimento, la presencia de posibles alérgenos, la cantidad neta y la fecha de duración mínima se deberán indicar siempre, independientemente del tamaño del paquete.

4.5.3.2 País de origen

Según (aecosan.msssi.gob.es, 2018) otra modificación destacada es la extensión de la obligatoriedad de indicar el país de origen en el etiquetado. Otro aspecto que recoge el Reglamento es que cuando se mencione el país de origen o el lugar de procedencia de un alimento y este no sea el mismo que el de su ingrediente primario se indique el país de origen o el lugar de procedencia del ingrediente primario de que se trate, o se indique que

el país de origen o el lugar de procedencia del ingrediente primario es distinto del país de origen o lugar de procedencia del alimento.

4.5.3.3 Lote

La indicación del lote se efectuará de conformidad con lo dispuesto en el Real Decreto 1808/991, de 13 de diciembre, por el que se regulan las menciones o marcas que permiten identificar el lote que pertenece un producto alimenticio.

4.5.3.4 Lengua en el etiquetado

Las indicaciones obligatorias del etiquetado de los productos alimenticios que se comercialicen en España se expresarán, al menos, en la lengua española oficial del Estado. Lo dispuesto en el apartado anterior no será de aplicación a los productos tradicionales elaborados y distribuidos exclusivamente en el ámbito de una Comunidad Autónoma con lengua oficial propia.

4.5.4 Certificación INEN

Según (Gob.EC, 2020) el sello de calidad INEN (Servicio de Normalización), es un sello que obtienen las empresas que solicitan la certificación de uno o varios productos que desean ofertar en el mercado, garantizando que cada uno de sus productos cumplen con los requisitos establecidos en las normas nacionales, normas internacionales y reglamentos técnicos aplicables; con el objetivo de contribuir a mejorar la calidad de la producción nacional para ser competitivos en los mercados nacionales e internacionales. Pasos para el trámite de obtención del sello INEN:

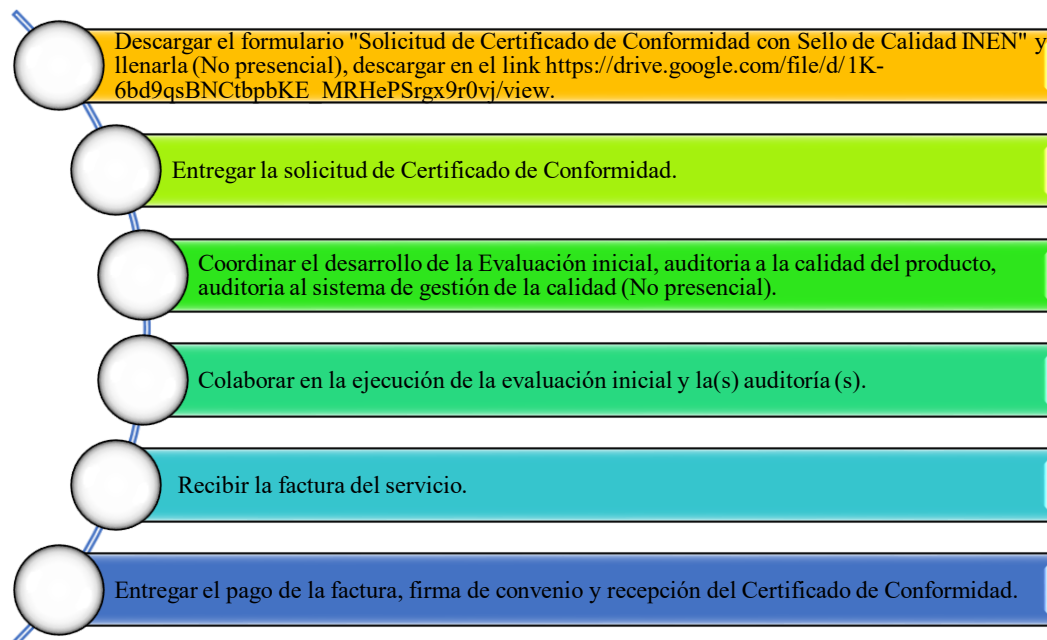


Figura 40. Pasos para el trámite de obtención del sello INEN.

Fuente: (Gob.EC, 2020)

Elaborado: (Reascos , 2020)

La vigencia del certificado de conformidad con el Sello de calidad emitido tiene validez por tres años, el cual puede ser finalizado o renovado según las necesidades de la empresa.

4.5.4.1 Certificado de Inspección de Etiquetado

Según (Gob.EC, 2020) es el documento que evidencia, en la inspección que un producto cumple con los requisitos establecidos según la normativa y reglamentos técnicos vigente. Con este cumplimiento da fe que el producto es confiable y tiene buena calidad.

Requisitos obligatorios:

1. Solicitud de certificado de inspección.
2. Comprobante de depósito o transferencia realizada al INEN el cual el costo es de \$ 18 por composición.
3. Etiqueta presentada al INEN.

Pasos para la realización del trámite:

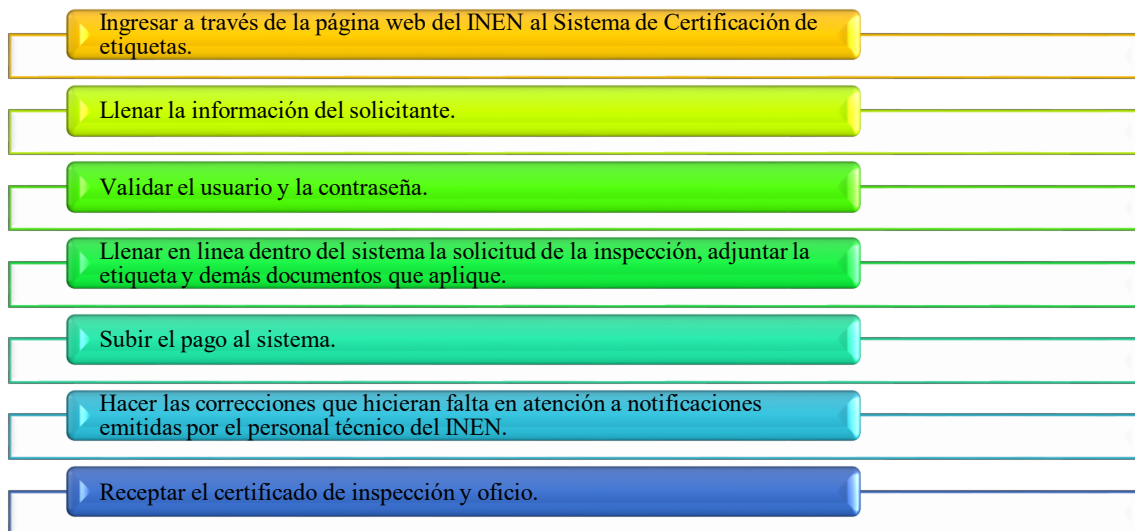


Figura 41. Etiqueta presentada al INEN pasos para realizar el trámite.

Fuente: (Gob.EC, 2020)

Elaborado: (Reascos , 2020)

4.5.5 Código de Barras

Según (GS1 Ecuador, 2016) el GS1 es el único organismo oficial encargado en el Ecuador y el mundo de asignar GTINs y códigos de barras EAN/UP. El sistema GS1 es un conjunto de estándares que permite la administración eficiente de las cadenas de distribución en muchos sectores y mundiales mediante una identificación inequívoca de productos, unidades logísticas, activos, localizaciones y servicios. Las claves de identificación GS1 permite a las personas jurídicas acceder a la información de forma única a lo largo de la cadena de abastecimiento y compartir esta información con los socios comerciales.



Si su código de barras en su producto empieza **786** es hecho en el Ecuador. Pasos para obtener su código de barras:

1. Llenar la solicitud Descargar la solicitud
2. Adjuntar copia del RUC
3. Detallar en un archivo de Excel la descripción o descripciones de los productos a codificar
4. El costo de afiliación varía de acuerdo al Patrimonio Neto de la Empresa
5. Envíe toda la información a nuevocodigouio@gs1ec.org en Quito o nuevocodigogye@gs1ec.org en Guayaquil

Figura 42. Código de Barras.
Fuente: (GS1 Ecuador, 2016)
Elaborado: (Reascos , 2020)

El etiquetado de los alimentos procesados para el consumo humano, se ajustará a su verdadera naturaleza, composición, calidad, origen y cantidad del alimento envasado, de tal modo evite concepción errónea de sus cualidades o beneficios y estará fundamentada en las características o especificaciones del alimento. Con la descripción respectiva de sus ingredientes, marca de la empresa, peso y toda la descripción previamente establecida. También el té de banano cuenta con una etiqueta nutricional es la cual tiene como objetivo dar información al cliente, este es el Sistema Gráfico que debe tener su etiqueta.



Figura 43. Etiqueta del té de banano.
Elaborado: (Reascos , 2020)

Esta etiqueta cumple con todos los requisitos antes mencionados obligatorios para ingresar al mercado Barcelona – España, cuenta con la barra de código el cual lo entrega el GS1 los tres números en la barra **786** que es un producto hecho en Ecuador además cuenta con las normas INEN en lo que es el embazado el producto NTE INEN 2337,

además cuenta con un semáforo con la leyenda bajo en sal, no contiene grasa, no contiene azúcar, nombre de la empresa productora del producto (Purificadora de Agua Brisas del Cristas), además cuenta con un hecho en ecuador, cantidad en el envase 500cc, y los ingredientes (Ingredientes; banana orgánica, agua, sorbato de potasio, canela de olor.) tabla nutricional y una leyenda de conservación y uso del producto y su fecha de caducidad.

Embalaje

Para el principal embalaje se va a realizar lo que se llama la unitarización de la carga, las botellas del té del banano para esto se utilizan lo que es la película termoencogible; en cual se forman las pacas de 24 unidades. Las películas termoencogibles también se las conoce como retráctiles son películas plásticas transparentes, fabricadas de varias resinas de polietileno de baja densidad, el proceso de fabricación se estira cuando está caliente, al enfriarse establece las características de las películas, hasta que se vuelva a calentar, esto hace que se encoja de nuevo a su tamaño original.

Para esta investigación se usará el tipo de película termoencogible es gruesa, opaca y muy resistente, las que son más usadas en la industria de bebidas y alimentos como aguas, refrescos, latas, frascos y entre otros productos. Al utilizar este tipo de embalaje se tiene unas series de ventajas:

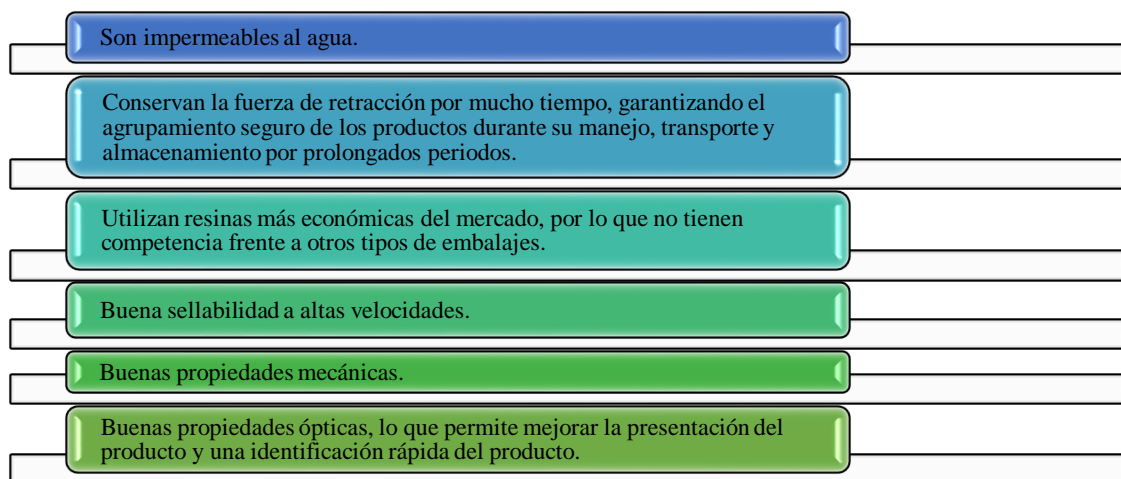


Figura 44. Características de la película termoencogible.
Elaborado: (Reascos , 2020)

Una vez ubicadas las pacas en el europallet la cual cada unidad mide 37,44x24,96x22 cm., se forma la base del pallet en esta base entran 9 pacas bien distribuidas, luego para

seguir aumentando los niveles se usará planchas de cartón de 120x80 cm según la longitud del pallet, después del primer nivel cartón, el cual separará cada nivel, permitiendo a su vez una mayor estática, orden y seguridad.

Presentación del producto, composición y características;

Planchas de cartón simple en canal simple.

Color: marrón.

Medidas en milímetros: 800x1200mm.

Grosor de plancha de cartón: 2mm.

Calidad plan del cartón: B3 P3 B3.

Luego ya de tener el pallet con los niveles necesarios en este caso son 8 niveles, se procede al terminado del embalaje a pasarle STRETCH FILM, es una película plástica estirable de alta resistencia y adherencia, fabricada con una mezcla de polietilenos y aditivos de alta calidad, ideal para embalaje de mercancía, transporte y protección de productos. El plástico stretch film es uno de los materiales de embalaje con mayor elongación que se envuelve alrededor de los artículos y es el más utilizado en las industrias porque sirve para diferenciar, compactar, almacenar y transportar todo tipo de productos.

Beneficios:

Ayuda al cuidado y protección de productos para el almacenamiento y transporte.

Excelentes propiedades de elongación y adherencia en ambas capas, ofreciendo mejor embalaje de la mercancía.

Optimiza el orden y control de bodegas para el manejo de inventarios.

Mantiene la carga protegida, segura, limpia y en buen estado.

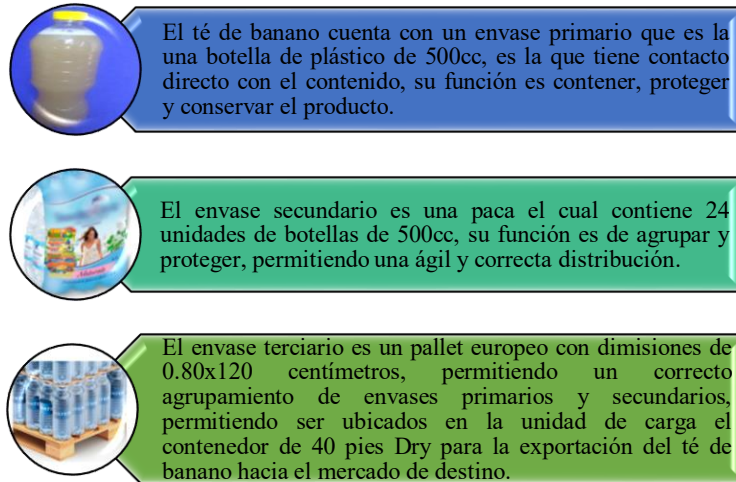


Figura 45. Tipos de embalajes del té de banano.
Elaborado: (Reascos , 2020)

Origen

4.5.6 Generalidades del país de exportador: Ecuador

Tabla 14
Generalidades del Ecuador

Demonio	Sustantivo: ecuatoriano (s) Adjetivo: ecuatoriano
Ciudad capital	Quito (-5 GMT)
Moneda	Dólar estadounidense (USD)
Idiomas	Español (castellano) 93% (oficial), quechua 4.1%, otros indígenas 0.7%, extranjero 2.2%
Grupos étnicos	Mestizo (mixto Amerindio y blanco) 71.9%, Montubio 7.4%, Amerindio 7%, blanco 6.1%, Afroecuatoriano 4.3%, mulato 1.9%, negro 1%, otro 0.4% (2010 est.)
Código de llamada	593
Voltaje	120-127
Religiones	Católico Romano 74%, Evangélico 10.4%, Testigo de Jehová 1.2%, otro 6.4% (incluye Mormón Budista, judío, Espiritualista, musulmán, hindú, religiones indígenas, religiones afroamericanas, Pentecostales), ateo 7.9%, agnóstico 0.1%

Fuente: (globalEDGE, 2020)
Elaborado: (Reascos , 2020)

4.5.7 Información Básica

Tabla 15
Información Básica del Ecuador

Ubicación	Sudamérica occidental, bordeando el Océano Pacífico en el Ecuador, entre Colombia y Perú
Área total	283,561 kilómetros cuadrados
Área terrestre	276,841 kilómetros cuadrados
Área de agua	6.720 kilómetros cuadrados
Línea costera	2,237 km.
Clima	tropical a lo largo de la costa, volviéndose más tierra adentro en las elevaciones más altas; tropical en las tierras bajas de la selva amazónica
Terreno	llanura costera (costa), altiplano central interandino (sierra) y llanura hasta la jungla oriental (oriente)
Punto más bajo	Océano Pacífico 0 m.
Punto más alto	Chimborazo 6.267 m.

Fuente: (globalEDGE, 2020)

Elaborado: (Reascos, 2020)

4.5.8 Demografía

Tabla 16
Demografía del Ecuador

Población	17.084.357 (2018)
Tasa de crecimiento de la población	1.766% anual (2018)
Ratio de dependencia de edad	54.287% de la población en edad de trabajar (2018)
Población urbana	63.821% del total (2018)
Tasa de mortalidad infantil	12,2 por cada 1.000 nacidos vivos (2018)
La esperanza de vida al nacer	76,584 años (2017)

Fuente: (globalEDGE, 2020)

Elaborado: (Reascos, 2020)

4.5.9 Economía

Tabla 17
Datos generales económicas del Ecuador

Nivel de ingresos (por INB per cápita)	Ingreso medio alto
Nivel de desarrollo	Desarrollando
Trivia Económica	Los recursos petroleros de Ecuador representan más de la mitad de las ganancias del país provenientes de las exportaciones.
Comercio	Los 3 principales socios comerciales (2018): Estados Unidos, China y Colombia Los 3 principales productos exportados (2018): petróleo y combustibles minerales, mariscos y frutas y nueces
Industrias principales	Petróleo; Procesamiento de alimentos; Textiles Productos de madera

Fuente: (globalEDGE, 2020)

Elaborado: (Reascos, 2020)

Tabla 18
Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador 2018

PIB, PPA (internacional actual)	\$ 200,474,463,331 (2018)
Tasa de crecimiento del PIB (% anual)	1.377% (2018)
PIB per cápita, PPA (internacional actual)	\$ 11,734 (2018)

Fuente: (globalEDGE, 2020)
 Elaborado: (Reascos , 2020)



Figura 46. PIB PPA, miles de millones de dólares – Últimos 5 años.

Fuente: (globalEDGE, 2020)
 Elaborado: (Reascos , 2020)

Tabla 19
Indicadores Económicos del Ecuador 2019

Inflación, precios al consumidor (% anual)	-0,224% (2018)
Existencias de deuda externa, total (DOD, US \$ a precios actuales)	\$ 45,018,579,930 (2018)
Tasa impositiva total (% de ganancias comerciales)	34,4% (2019)
Tasa de interés real (promedio de 5 años%)	0,949% (2008)
Fabricación, valor agregado (% del PIB)	14,164% (2018)
Saldo en cuenta corriente (balanza de pagos, US \$ a precios actuales)	(\$ 1,488,129,214) (2018)

Fuente: (globalEDGE, 2020)
 Elaborado: (Reascos , 2020)

Tabla 20
Trabajo y Empleo en el Ecuador 2019

Fuerza laboral, total	8.671.801 (2019)
Empleo en agricultura (% del empleo total)	27.266% (2019)
Empleo en la industria (% del empleo total)	18,533% (2019)
Empleo en servicios (% del empleo total)	54,202% (2019)
Tasa de desempleo	3.981% (2019)

Fuente: (globalEDGE, 2020)
Elaborado: (Reascos , 2020)

Tabla 21
Comercio del Ecuador 2018

Importaciones de bienes y servicios (US \$ a precios actuales)	\$ 24,982,275,000 (2018)
Exportaciones de bienes y servicios (US \$ a precios actuales)	\$ 24,736,180,000 (2018)
Comercio total de mercancías (% del PIB)	\$ 41,328% (2018)
IED, entradas netas (balanza de pagos, US \$ a precios actuales)	\$ 1,407,713,145 (2018)
IED, entradas netas (balanza de pagos, US \$ a precios actuales)	\$ 1,407,713,145 (2018)

Fuente: (globalEDGE, 2020)
Elaborado: (Reascos , 2020)

4.8 Destino potencial

4.8.1 Generalidades del país de importación: España

Tabla 22
Generalidades de España

Demonio	Sustantivo: Adjetivo: español	español	(s)
Ciudad capital	Madrid (+1 GMT)		
Moneda	Euro (EUR)		
Idiomas	Castellano (oficial) 74%, catalán 17%, gallego 7% y vasco 2% aranés (oficial en la esquina noroeste de Cataluña (Vall d'Aran) junto con catalán; <5.000 hablantes) nota: aragonés, asturiano asturiano, El euskera, el calo, el catalán, el gallego y el valenciano están reconocidos como lenguas regionales en virtud de la Carta europea de las lenguas regionales o minoritarias.		
Grupos étnicos	Español 86.4%, Marruecos 1.8%, Rumania 1.3%, otro 10.5%		
Código de llamada	34		
Voltaje	230		
Religiones	Católico romano 68.9%, ateo 11.3%, agnóstico 7.6%, otro 2.8%, no creyente 8.2%, no especificado 1.1% (2019 est.)		

Fuente: (globalEDGE, 2020)
Elaborado: (Reascos , 2020)

4.8.2 Información Básica

Tabla 23
Información Básica de España

Ubicación	Sudoeste de Europa, bordeando el Golfo de Vizcaya, el Mar Mediterráneo, el Océano Atlántico Norte y las montañas de los Pirineos, al suroeste de Francia
Área total	505,370 kilómetros cuadrados
Área terrestre	498,980 kilómetros cuadrados
Área de agua	6.390 kilómetros cuadrados
Línea costera	4,964 km
Clima	templado; veranos claros y calurosos en el interior, más moderados y nublados a lo largo de la costa; inviernos nublados y fríos en el interior, parcialmente nublados y frescos a lo largo de la costa.
Terreno	meseta grande, plana a disecada rodeada de colinas escarpadas; Pirineos en el norte.
Punto más bajo	Océano Atlántico 0 m
Punto más alto	Pico de Teide (Tenerife) en Canarias 3.718 m

Fuente: (globalEDGE, 2020)

Elaborado: (Reascos , 2020)

4.8.3 Demografía

Tabla 24
Demografía

Población	46,723,749 (2018)
Tasa de crecimiento de la población	0.28% anual (2018)
Ratio de dependencia de edad	51,62% de la población en edad de trabajar (2018)
Población urbana	80.321% del total (2018)
Tasa de mortalidad infantil	2.5 por 1,000 nacimientos vivos (2018)
La esperanza de vida al nacer	83,329 años (2017)

Fuente: (globalEDGE, 2020)

Elaborado: (Reascos , 2020)

4.8.4 Economía

Tabla 25
Datos generales económicas del España

Nivel de ingresos (por INB per cápita)	Altos ingresos
Nivel de desarrollo	Desarrollado
Trivia Económica	España es el segundo mayor inversor extranjero en América Latina.
Comercio	Los 3 principales socios comerciales (2018): Francia, Alemania e Italia Los 3 principales productos exportados (2018): vehículos de motor y piezas, maquinaria industrial y combustibles de petróleo y minerales

Industrias principales	Textiles y prendas de vestir (incluido el calzado); Comida y bebidas; Metales y Manufacturas de Metal; Productos químicos
-------------------------------	---

Fuente: (globalEDGE, 2020)
Elaborado: (Reascos , 2020)

Tabla 26
Producto Interno Bruto (PIB) de España 2018

PIB, PPA (internacional actual)	\$ 1,855,654,206,040 (2018)
Tasa de crecimiento del PIB (% anual)	2.351% (2018)
PIB per cápita, PPA (internacional actual)	\$ 39,715 (2018)

Fuente: (globalEDGE, 2020)
Elaborado: (Reascos , 2020)

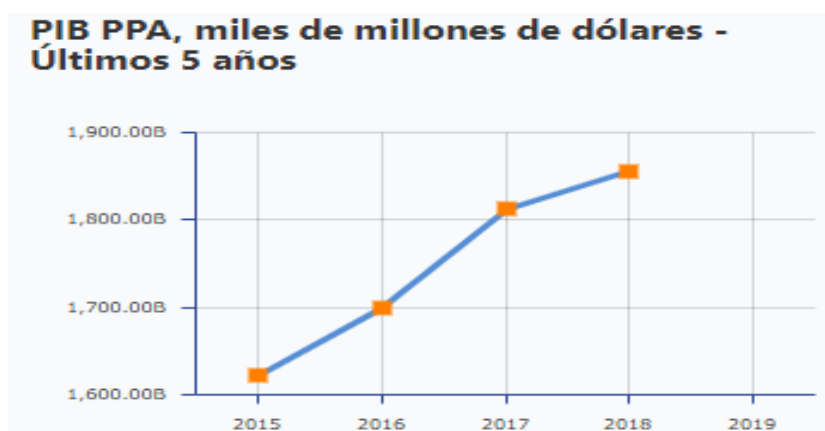


Figura 47. PIB PPA, miles de millones de dólares – Últimos 5 años.

Fuente: (globalEDGE, 2020)
Elaborado: (Reascos , 2020)

Tabla 27
Indicadores Económicos de España

Inflación, precios al consumidor (% anual)	1.675% (2018)
Existencias de deuda externa, total (DOD, US \$ a precios actuales)	<i>Datos no disponibles</i>
Tasa impositiva total (% de ganancias comerciales)	47% (2019)
Tasa de interés real (promedio de 5 años%)	3,88% (2016)
Fabricación, valor agregado (% del PIB)	11,233% (2018)
Saldo en cuenta corriente (balanza de pagos, US \$ a precios actuales)	\$ 27,306,631,572 (2018)

Fuente: (globalEDGE, 2020)
Elaborado: (Reascos , 2020)

Tabla 28
Trabajo y Empleo en España 2019

Fuerza laboral, total	22,734,390 (2019)
Empleo en agricultura (% del empleo total)	4.268% (2019)
Empleo en la industria (% del empleo total)	19.709% (2019)
Empleo en servicios (% del empleo total)	76,023% (2019)
Tasa de desempleo	14,7% (2019)

Fuente: (globalEDGE, 2020)
Elaborado: (Reascos , 2020)

Tabla 29
Comercio de España 2018

Importaciones de bienes y servicios (US \$ a precios actuales)	\$ 459,812,637,789 (2018)
Exportaciones de bienes y servicios (US \$ a precios actuales)	\$ 498,320,103,339 (2018)
Comercio total de mercancías (% del PIB)	51,669% (2018)
IED, entradas netas (balanza de pagos, US \$ a precios actuales)	\$ 44,666,731,331 (2018)
Exportaciones de servicios comerciales (US \$ a precios actuales)	\$ 155,387,752,740 (2018)

Fuente: (globalEDGE, 2020)
Elaborado: (Reascos , 2020)

4.9 Logística

4.9.1 ¿Quién puede ser exportador?

Pueden realizar exportaciones tanto los ecuatorianos como los extranjeros como los extranjeros residentes en el país, como personas naturales o jurídicas.

4.9.2 Requisitos para ser exportador

Contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) indicando la actividad económica que va a desarrollar.

Obtener el certificado de firma digital o TOKEN, otorgando por las siguientes entidades: Banco Central y Security Data.

Registrarte como exportador en ECUAPASS (<https://ecuapass.aduana.gob.ec/>)

4.9.2.1 Registro del exportador en el Ecuapass

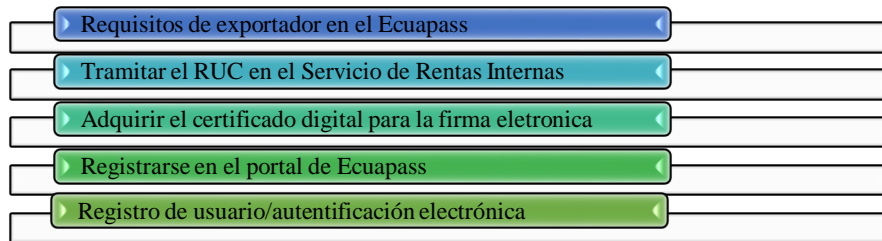


Figura 48. Registro del exportador en el Ecuapass.

Fuente: (GuiaExportador, 2017)

Elaborado: (Reascos , 2020)

4.9.3 Trámite de declaración juramentada de origen (DJS)

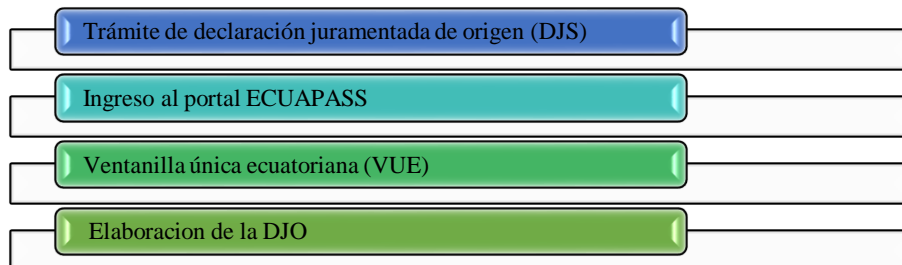


Figura 49. Trámite de declaración juramentada de origen (DJS).

Fuente: (GuiaExportador, 2017)

Elaborado: (Reascos , 2020)

4.10 Proceso de exportación

4.10.1 Fase de pre - embarque

El proceso de exportación se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración electrónica Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS, la misma que se podrá acompañada de una factura o proforma y documentación con la que cuente previo al embarque. Dicha declaración no es una simple intención de embarque, sino una declaración que crea vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

4.10.2 Los principales datos que se consignarán en el DAE son:

- Del exportador o declarante.
- Descripción de mercancías por ítem de factura.
- Datos del consignatario.
- Destino de carga.
- Cantidades.

Peso.

Demás datos relativos a las mercancías.

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

son:

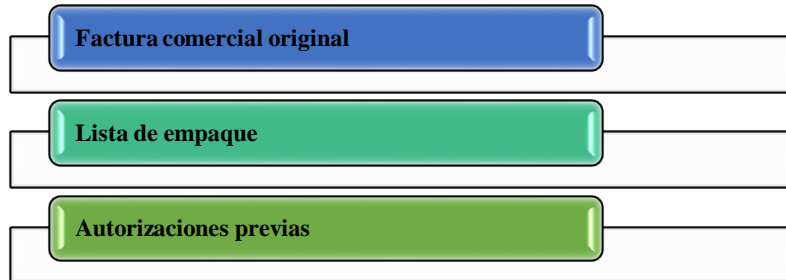


Figura 50. Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS.

Fuente: (GuiaExportador, 2017)

Elaborado: (Reascos , 2020)

También es necesario contar con el conocimiento de embarque que es el B/L en el cual se debe poner información necesaria como el nombre del exportador e importador, dirección, teléfono y correo electrónico, descripción y unidades de carga, fecha de embarque, fecha de llegada, tipo de incoterm, puerto de origen y destino, numeración, valor, bultos, forma de pago en este caso carta de crédito irrevocable de 90 días de plazo, en dólares americanos; con la respectiva póliza de seguro y finalmente la Declaración Aduanera de Exportación, emitida por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador – SENA, y el mismo que permite el cierre del proceso de exportación dando finalizado el régimen número 40 Exportación definitiva.

4.10.3 Documentación requerida para la entrada del producto a España

Con el objetivo de garantizar una entrada exitosa del té de banano al mercado español, debe cumplirse la siguiente información

- ❖ **Factura pro forma:** Constituye un documento provisional que emite el exportador para que el importador posea la información completa de los elementos que integran la transacción.
- ❖ **Factura comercial:** Documento más importante de la exportación, no 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. Anexo 1 mayor información de sobre los datos que requiere una factura según la resolución 1684 de la CAN.

- ❖ **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.**
- ❖ **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).

4.10.4 Herramientas de negociaciones Internacionales

Cotización de exportación: La cotización es el documento en el cual se establecen derechos y obligaciones tanto del exportador como del importador, con la finalidad de evitar riesgos en una operación comercial. La cotización debe contemplar lo siguiente:

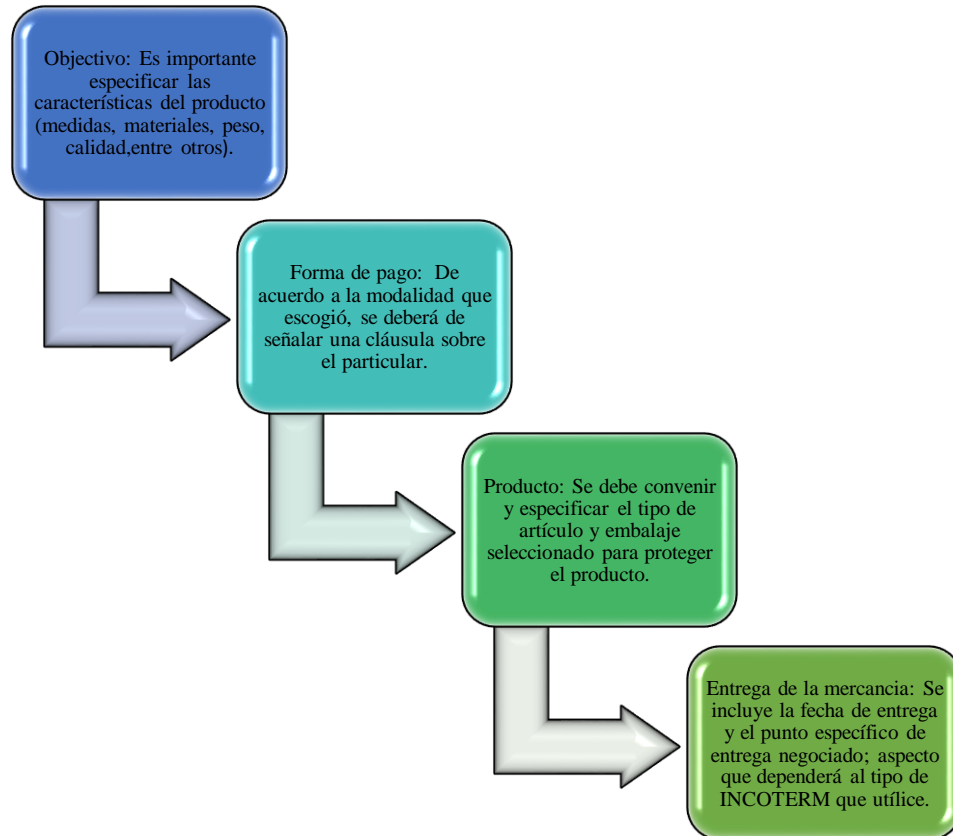


Figura 51. La cotización debe contemplar lo siguiente.

Fuente: (GuiaExportador, 2017)

Elaborado: (Reascos , 2020)

4.10.5 Fase de post embarque

Regularizar las Declaraciones de Aduanas de Exportación (DAE): Finalmente, usted podrá regularizar Declaraciones Aduaneras de Exportación ante la SENA y obtener el definitivo DAE, mediante un registro electrónico que permite dar por finalizado el proceso para consumirlo (régimen 40). Una vez que se realiza este registro, la DAE obtiene la marca REGULARIZADA. Para poder completar este proceso cuenta con un plazo de 30 días luego que se realiza el embarque. Este trámite requiere de los siguientes documentos.

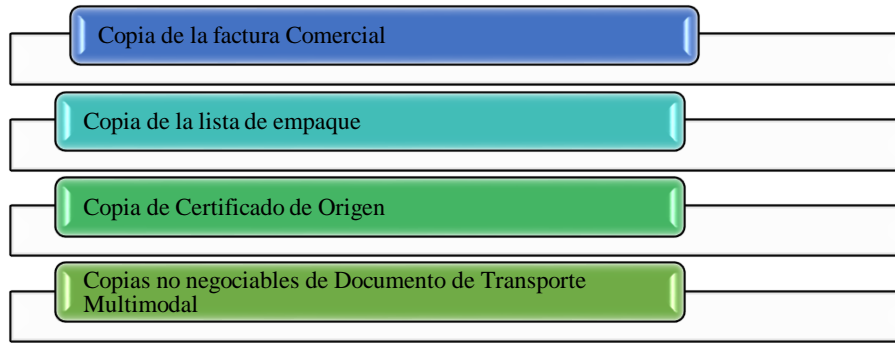


Figura 52. Este trámite requiere de los siguientes documentos.

Fuente: (GuiaExportador, 2017)

Elaborado: (Reascos , 2020)

4.10.6 Diagrama de proceso de exportación

4.10.6.1 Incoterm seleccionado: obligaciones de importador y exportador

Según (TIBA, 2020) desde el 1 de enero de 2020 todas las importaciones y exportaciones se regulan por los nuevos incoterms 2020. Los incoterms son una serie de normas aceptadas y reconocimiento internacional que establecen los derechos y obligaciones de comprador y vendedor en los intercambios comerciales que indican las condiciones de Ventas. Desde su creación los incoterms se revisan periódicamente para adaptarse a realidad del momento y a los cambios que experimenta el comercio internacional.

Los principales cambios de los incoterms 2020 con respecto a los incoterms 2010 son:

Se sustituye el incoterm DAT (Delivered at Terminal), que desaparece, por DPU (Delivered at Unloaded). A efectos es solo un cambio de nombre, ya que las obligaciones y responsabilidades son las mismas, pero el nuevo nombre DPU permite pactar la entrega en cualquier lugar, no necesariamente en el terminal, aunque también.

Se establecen nuevas condiciones en la contratación del seguro para los incoterms CIF y CIP.

Para el transporte marítimo bajo el incoterm FCA, el comprador podrá pedir a la naviera o a su agente que emita el BL con la anotación “on board” para vendedor.

Cosas a tener en cuenta en la aplicación de los Incoterms 2020:

Para que sea válido el BL “house” se tiene que indicar en el mismo que se rige por la normativa UCP 600 (normas que regulan los créditos documentarios, porque es el único que admite el HOUSE).

Indicar que se aplican los incoterms 2020 en el contrato de venta porque si no pueden los incoterms del 2010 o 2020.

CIF Cost, Insurance and Freight/ Costo, Seguro y flete

El vendedor asume como el CFR todos los gastos hasta la llegada al puerto de destino incluyendo despacho de exportación, gastos en origen, flete y generalmente descarga, pero además originalmente debe contratar un seguro, aunque el riesgo se transfiera al comprador una vez la mercancía está cargada a bordo.

El comprador es quien asume los gastos de importación y el transporte hasta destino.

La novedad de este incoterm en la versión 2020 hace referencia las coberturas del seguro que debe contratar el vendedor apuntando que deben ser las mismas que las proporcionadas por las cláusulas C, de las Institute Cargo Clauses, es decir el seguro debe cubrir hasta la llegada a puerto de destino. Es un incoterm que solo se utiliza para marítimo.

Tabla 30
Seguro Internacional

SEGURO	\$ 237,02
SEGURO RAMOS GENERALES	\$ 237,02
VALOR SBS 3,5%	\$ 8,30
VALOR SSC 0,5%	\$ 1,19
SSCNR	\$ -
DERECHO DE ADMISION	\$ 0,45
OTROS CARGOS IVA 12%	\$ -
FINANCIACION	\$ -
OTROS IVA 0%	\$ -
Subtotal	\$ 246,95
IVA 12 %	\$ 29,634
TOTAL	\$ 276,58

Fuente: (GuíaExportador, 2017)

Elaborado: (Reascos , 2020)

Según la presente investigación se tomó un seguro con una tasa del 0.65% del valor FOB total de la carga dado un total de \$ 276,58 por contenedor, por los dos contenedores mensuales un total de \$ 553,17.

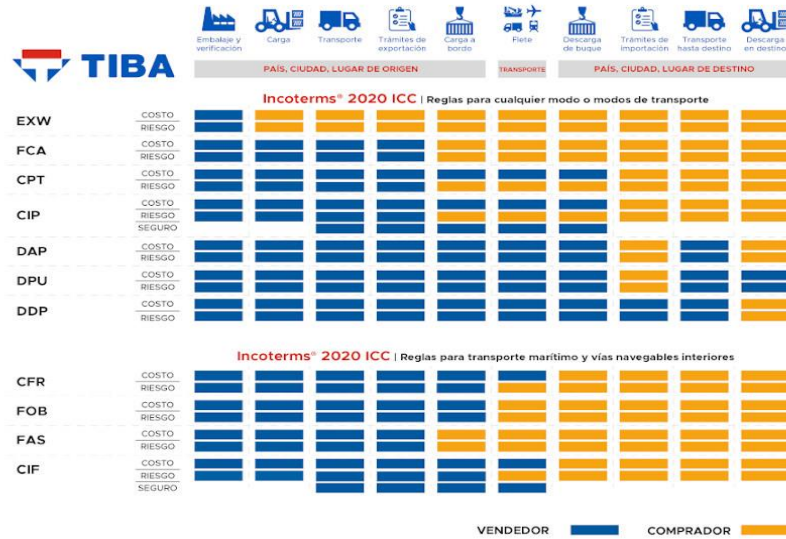


Figura 53. Incoterms 2020.
Fuente: (TIBA, 2020)

En la figura 53 representa a los incoterms 2020 el cual están ya en rigor de uso el cual tampoco es una obligación solo utiliza estos puedes utilizar las versiones anteriores sin ningún problema claro eso ya depende con las negociaciones establecidas por las partes en la negociación. Para la presente investigación se usará es el **incoterm CIF versión 2020**, el cual se entrega la mercancía en el buque, se realiza el despacho de exportación, se contrata el seguro en el país de origen, y se paga el transporte internacional, que es responsabilidad del vendedor todas estas responsabilidades.

4.10.6.2 Transporte internacional de mercadería

Se conoce como Comercio Internacional, a la acción de trasladar mercancías de un país a otro; el transporte internacional incluye conjunto de medios de transporte que actúan desde y hacia cualquier punto geográfico.

Cuando hablamos de transporte internacional, debemos tener en cuenta:

Los diferentes medios de transporte

La infraestructura: vías, rutas, etc.

La organización del sistema

Es muy importante que consideres los costos de la operación, así como los riesgos del traslado. También es necesario considerar los siguientes aspectos antes de seleccionar un medio de transporte:

Tipo de mercancía

Empaque y embalaje

Urgencia de envío

Especificaciones necesarias para manipuleo de la carga

Disponibilidad de los medios de transporte

Tarifas

Medios de transporte internacional

4.10.6.2.1 Transporte marítimo

Este medio de transporte permite trasladar grandes pesos y volúmenes de mercancías sólidas o líquidas. Las características esenciales del tráfico marítimo son:

Carácter internacional: Prácticamente es el único medio económico para transportar grandes volúmenes de mercancías, entre puntos distantes geográficamente.

Capacidad: hace muchos años, los tonelajes de los buques llegaron a superar el medio millón de toneladas de peso muerto en los grandes petroleros.

Flexibilidad: Implica la posibilidad de emplear buques de tamaño pequeños.

Versatilidad: Diferentes tipos de buques adaptados a todo tipo de cargas.



Figura 54. Barco de la naviera MSC.

Fuente: (MarineTraffic.com, 2020)

En la siguiente investigación se usará como medio de transporte internacional se usará el transporte marítimo el cual se ajusta a las necesidades de la investigación, por el volumen del producto, el precio y el tiempo. También se usará un buque portacontenedores; el cual permite transportar los pallets en los contenedores de 40 TEU, en cada contenedor se transportarán 23 pallets.

Este contenedor es tipo dry o seco porque nuestro producto es envasado en botellas plásticas y para su mayor conservación y tratamiento es mejor usar este tipo de unidad.

4.10.6.3 Bill of lading (BL)

También conocido como conocimiento de embarque, es el documento que acredita el contrato de transporte vía marítima. Este es emitido por la compañía naviera por la compañía naviera o por el agente de carga, y da constancia de que se recibió la carga a bordo de la nada, para ser transportada al puerto indicado en el mismo documento.

4.10.6.4 Líneas navieras

Se denomina líneas navieras así a las empresas que manejan el tráfico marítimo de mercancías, por lo general son propietarias flotas de buques para el transporte de contenedores con destinos a cualquier parte del mundo. La principal función de un agente

es notificar y tramitar ante las autoridades competentes, los diferentes permisos que se necesitan, así como los horarios de atraque y desatraque.

En la presente investigación se trabajará con la naviera (MSC) Mediterranean Shipping Company, es la que ofrece un transado de la mercancía desde Guayaquil hacia España.

4.10.6.5 Trayecto de puerto de Guayaquil – Barcelona

Mediante la naviera (MSC) Mediterranean Shipping Company, se usará el barco MSC RONIT R el cual hace el embarque en la ciudad Guayaquil en el puerto NAPORTEC. Luego de esto se realiza una descarga de la nave en el canal de Panamá y luego de esto se realiza una consolidación de carga masiva, se realiza un transbordo de la cargada en otra nave para así de esta forma llevar al puerto de destino Barcelona – España.

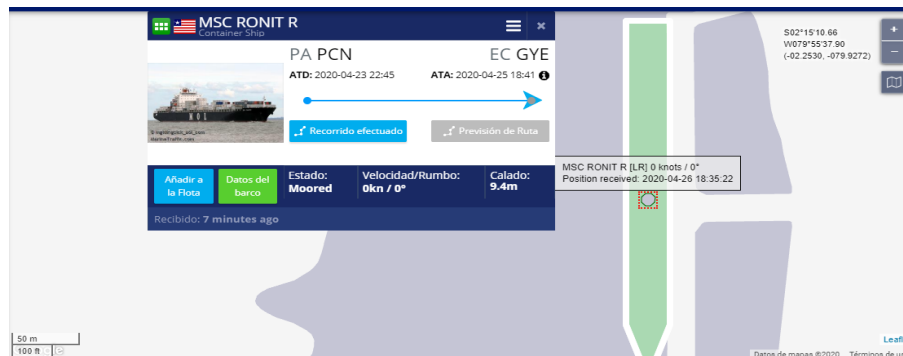


Figura 55. Ruta del barco de MSC RONIT R puerto Naportec en Guayaquil.

Fuente: (MarineTraffic.com, 2020)

Este barco tiene una eslora de 294.1 su número IMO es 9293167 y pertenece a la naviera (MSC) MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY, la procedencia de la nave es panameña. El transporte internacional está valorado en \$ 1.121,00 por contenedor el cual al mes se enviará dos contenedores dando un total de \$ 2.242,00.

Estudio financiero

Una vez que se ha realizado el análisis de los aspectos más importantes en el diseño de la investigación, marco teórico y metodológico; es importante la realización de un plan financiero en donde se determinen aspectos claves como: inversión inicial requerida para la exportación, presupuestos de gastos, precio de venta, financiamiento del proyecto, flujo de caja, proyección de exportación, y la viabilidad del proyecto, a través del análisis de

indicadores como: TIR y VAN, punto de equilibrio, 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 del té de banano para la empresa Purificadora de agua Brisas del Cristal hacia Barcelona – España.

4.10.7 Inversión requerida para exportar

Tabla 31
Inversiones de activos fijos

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	
ADECUACION DE PLANTA	\$ 3.000,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 2.800,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1.200,00
EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 2.500,00
MAQUINARIAS	\$ 90.000,00
SUBTOTAL	\$ 99.500,00

Elaborado: (Reascos , 2020)

Partiendo del rubro de la inversión inicial, los activos fijos \$ 99.500 en esto incurre lo que es adecuación de planta, muebles y enseres, equipo de oficina, equipos de computación, maquinarias;

Tabla 32
INVERSION EN ACTIVOS DIFERENCIADOS

INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERENCIADOS	
INVESTIGACION Y ESTUDIOS PREVIOS	\$ 1.000,00
MARCAS, PATENTES, REGISTRO SANITARIO	\$ 600,00
SUBTOTAL	\$ 1.600,00

Elaborado: (Reascos , 2020)

La inversión de activos diferenciados \$ 1.600, que corresponde a investigación y estudios previos, marcas, patentes, registros sanitarios.

Tabla 33
INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO

INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO (1 MES)	
MANO DE OBRA	\$ 2.250,00
MATERIA PRIMA	\$ 17.641,03
EMPAQUE	\$ 3.974,40
SERVICIOS BASICOS	\$ 350,00
SUMINISTRO DE OFICINA	\$ 200,00
SUELDO ADMINISTRACION Y DE OPERACIONES	\$ 2.250,00

LIMPIEZA Y ALICUOTA	\$ 200,00
PUBLICIDAD	\$ 150,00
ALQUILER	\$ 500,00
SUBTOTAL	\$ 27.515,43

Elaborado: (Reascos , 2020)

Inversión de capital de trabajo \$ 27.515,43 que corresponde mano de obra, materia prima, empaque, servicios básicos, suministro de oficina, sueldo administración y de operaciones, limpieza, alícuota, publicidad, alquiler; todos estos rubros son calculados por un mes el cual corresponde a dos contenedores de 40 pies. La inversión inicial total alcanza un monto de \$ 128.615,43 dólares americanos.

4.10.8 Presupuesto de gastos

Tabla 34

Presupuesto de gastos.

Costos operativos	Presupuesto de Gastos Administrativos		1 mes	Año 1
	Cantidad	Sueldo Base		
<i>Sueldo mensual de los empleados</i>				
<i>Personal Administrativo Y Operación</i>	5	450	2250,00	\$ 27.000,00
Subtotal Sueldos	5		2250,00	\$ 27.000,00
13 sueldo			187,50	\$ 2.250,00
14 sueldo			164,17	\$ 492,50
fondo de reserva (8,33%)			187,43	\$ 2.249,10
Vacaciones			93,75	\$ 1.125,00
aporte patronal			250,88	\$ 3.010,50
subtotal de beneficios sociales			883,72	\$ 9.127,10
<i>Sueldos y beneficios sociales</i>				\$ 36.127,10
Arriendo del local	1	\$ 500,00	500,00	\$ 6.000,00
Servicios básicos (agua, luz, internet)	1	\$ 350,00	350,00	\$ 4.200,00
Suministros de oficina	1	\$ 200,00	200,00	\$ 2.400,00
<i>Otros gastos</i>				\$ 12.600,00
Total de gastos administrativos				\$ 48.727,10

Elaborado: (Reascos , 2020)

El presupuesto de gastos es la parte principal del proyecto el cual está relacionada con la parte administrativa y operativa de la empresa necesaria para su funcionamiento con un total de \$ 48.727,10 entre sus rubros están; sueldo mensual de los empleados, personal administrativo y de operación, 13ro sueldo, 14to sueldo, fondo de reserva, vacaciones de los empleados, aportes patronales, arriendo de local, servicios básicos y suministros de oficina.

4.10.9 Financiamiento del proyecto

Tabla 35

Financiamiento del proyecto

Préstamo	\$ 45.015,40
Aportaciones	\$ 83.600,03
Total de Inversión	\$ 128.615,43

Elaborado: (Reascos , 2020)

Para el financiamiento de la inversión inicial se hizo un escenario donde la empresa Purificadora de Agua Brisas del Cristal aportará con el 65% que representa \$83.600,03 en dólares americanos y el 35% va ser un préstamo a la Banca de \$ 45.015,40 dólares americanos; el cual esta diferido a cinco años, con una tasa de interés de 10,21% anual, con cuotas mensuales fijas de \$ 994,89 dólares americanos, calculadas bajo el método francés, tal como se observa en la tabla 36, 37 Y 38.

Tabla 36

Condiciones del préstamo por la institución bancaria.

Institución Financiera	BANCO BANECUADOR
VA	\$ 45.015,40
i	10,21%
n	\$ 5,00
Cuota	\$ 11.938,72

Elaborado: (Reascos , 2020)

Las condiciones de la Banca en general son: una tasa de interés anual del 10.21%, los periodos en este caso son de manera anual; cinco periodos el cual representan cinco años, en cada periodo las cuotas son de \$ **11.938,72** dólares americanos.

Tabla 37
Préstamo bancario

TIEMPO	INTERESES	AMORTIZACIÓN	CUOTA	SALDO	MENSUAL
0				\$ 45.015,40	
1	\$ 4.596,07	\$ 7.342,65	\$ 11.938,72	\$ 37.672,75	
2	\$ 3.846,39	\$ 8.092,34	\$ 11.938,72	\$ 29.580,41	
3	\$ 3.020,16	\$ 8.918,56	\$ 11.938,72	\$ 20.661,85	\$ 994,89
4	\$ 2.109,58	\$ 9.829,15	\$ 11.938,72	\$ 10.832,70	
5	\$ 1.106,02	\$ 10.832,70	\$ 11.938,72	\$ -	

Elaborado: (Reascos , 2020)

El préstamo bancario, se puede observar en la tabla 37; los cinco periodos, con sus respectivas cuotas anuales de \$ 11.938,72 dólares americanos, adicional se presenta un cuadro con las cuotas mensuales por año; para obtener este resultado se divide la cuota anual por doce y el del se obtiene un resultado de \$ 994,89 dólares americanos mensuales; dando un promedio de 60 cuotas mensuales en los cinco años.

4.10.10 Estado de pérdidas y ganancias

Tabla 38 Estado de pérdidas y ganancias proyectados

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS PROYECTADO					
Al 31 de Diciembre del 2021 Hasta el 2025					
(Expresado en Dólares Americanos)					
TOTALES	Totales	Totales	Totales	Totales	Totales
	2021	2022	2023	2024	2025
VENTAS NETAS (ingresos Operacionales)	474.163,77	488.388,68	503.040,34	518.131,55	533.675,50
(+) TOTAL INGRESOS	474.163,77	488.388,68	503.040,34	518.131,55	533.675,50
(-) COSTO DE VENTAS (Operacionales)	298.985,15	307.954,71	317.193,35	326.709,15	336.510,42
UTILIDAD BRUTA	175.178,62	180.433,98	185.847,00	191.422,41	197.165,08
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	43.327,10	43.327,10	43.327,10	43.327,10	43.327,10
(-) GASTOS DE VENTAS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD OPERATIVA	131.851,52	137.106,88	142.519,90	148.095,31	153.837,98
(-) GASTOS FINANCIEROS	4.596,07	3.846,39	3.020,16	2.109,58	1.106,02
(-) OTROS GASTOS	7.300,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00
(-) DEPRECIACION	9.015,58	9.015,58	9.015,58	9.015,58	9.015,58

Utilidad (o Perdida) Neta Antes de RU	110.939,86	122.994,91	129.234,15	135.720,15	142.466,38
(-) Participación trabajadores (15%)	16.640,98	30.748,73	32.308,54	33.930,04	35.616,59
UTILIDAD Gravable	94.298,88	92.246,18	96.925,61	101.790,11	106.849,78
(-) Impuesto a la Renta 25%	23.574,72	23.061,54	24.231,40	25.447,53	26.712,45
Utilidad neta Después de IR	70.724,16	69.184,63	72.694,21	76.342,58	80.137,34
(-) Reserva legal	7.072,42	6.918,46	7.269,42	7.634,26	8.013,73
Utilidad del Ejercicio	63.651,75	62.266,17	65.424,79	68.708,32	72.123,60

Elaborado: (Reascos , 2020)

En el Estado de pérdidas y ganancia muestra que la empresa obtendrá en el 2021 ingreso por \$ 474.163,77. El costo de venta tiene un valor 63,06% sobre los ingresos en el primer año, y la utilidad del ejercicio representa un 13,42% sobre esos mismos ingresos; porcentaje que se representa continuamente en los siguientes años.

Tabla 39
Balance General

EMPRESA PURIFICADORA DE AGUA CRISAS DEL CRISTAL					
ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS PROYECTADO					
Al 31 de Diciembre del 2021 Hasta el 2025					
(Expresado en Dólares Americanos)					
TOTALES	Totales	Totales	Totales	Totales	Totales
	2021	2022	2023	2024	2025
VENTAS NETAS (ingresos Operacionales)	474.163,77	488.388,68	503.040,34	518.131,55	533.675,50
(+) TOTAL INGRESOS	474.163,77	488.388,68	503.040,34	518.131,55	533.675,50
(-) COSTO DE VENTAS (Operacionales)	298.985,15	307.954,71	317.193,35	326.709,15	336.510,42
UTILIDAD BRUTA	175.178,62	180.433,98	185.847,00	191.422,41	197.165,08
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	43.327,10	43.327,10	43.327,10	43.327,10	43.327,10
(-) GASTOS DE VENTAS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD OPERATIVA	131.851,52	137.106,88	142.519,90	148.095,31	153.837,98
(-) GASTOS FINANCIEROS	4.596,07	3.846,39	3.020,16	2.109,58	1.106,02
(-) OTROS GASTOS	7.300,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00
(-) DEPRECIACION	9.015,58	9.015,58	9.015,58	9.015,58	9.015,58
Utilidad (o Perdida) Neta Antes de RU	110.939,86	122.994,91	129.234,15	135.720,15	142.466,38
(-) Participación trabajadores (15%)	16.640,98	30.748,73	32.308,54	33.930,04	35.616,59
UTILIDAD Gravable	94.298,88	92.246,18	96.925,61	101.790,11	106.849,78
(-) Impuesto a la Renta 25%	23.574,72	23.061,54	24.231,40	25.447,53	26.712,45
Utilidad neta Después de IR	70.724,16	69.184,63	72.694,21	76.342,58	80.137,34
(-) Reserva legal	7.072,42	6.918,46	7.269,42	7.634,26	8.013,73
Utilidad del Ejercicio	63.651,75	62.266,17	65.424,79	68.708,32	72.123,60

Elaborado: (Reascos , 2020)

Tabla 40
BALANCE GENERAL

EMPRESA PURIFICADORA DE AGUA CRISAS DEL CRISTAL					
BALANCE GENERAL					
1 de Enero Al 31 de Diciembre del 2021 al 2025					
(Expresado en Dólares)					
ACTIVO	2021	2022	Totales 2023	2024	2025
<u>ACTIVO</u>					
<u>CORRIENTE</u>					
Efectivos y Equivalentes	\$ 474.163,77	\$ 488.388,68	\$ 503.040,34	\$ 518.131,55	\$ 533.675,50
Existencias (Mercaderías)(Productos Terminados)	\$ 953856,00	\$ 982471,68	\$ 1011945,83	\$ 1042304,21	\$ 1073573,33
TOT ACTIVO CORRIENTE	\$ 1.428.019,77	\$ 1.470.860,36	\$ 1.514.986,17	\$ 1.560.435,76	\$ 1.607.248,83
<u>ACTIVO NO CORRIENTE</u>					
MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
Equipos de Computación	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
Maquinaria	\$ 90.000,00	\$ 90.000,00	\$ 90.000,00	\$ 90.000,00	\$ 90.000,00
(-) Depreciación y Amort. Acumul	\$ (8.295,58)	\$ (16.591,17)	\$ (16.786,75)	\$ (24.526,75)	\$ (32.266,75)
TOT ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 104.795,58	\$ 113.091,17	\$ 113.286,75	\$ 121.026,75	\$ 128.766,75
TOTAL ACTIVO	\$ 1.532.815,35	\$ 1.583.951,53	\$ 1.628.272,92	\$ 1.681.462,51	\$ 1.736.015,58
<u>PASIVO NO CORRIENTE</u>					
Obligaciones con Instituciones Financieras	\$ 37.672,75	\$ 29.580,41	\$ 20.661,85	\$ 10.832,70	\$ -
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ 37.672,75	\$ 29.580,41	\$ 20.661,85	\$ 10.832,70	\$ -
<u>PASIVO CORRIENTE</u>					
Deudas a c. Plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuesto por pagar	\$ 23.574,72	\$ 23.061,54	\$ 24.231,40	\$ 25.447,53	\$ 26.712,45
Reparto de Utilidades a Trabajadores	\$ 16.640,98	\$ 30.748,73	\$ 32.308,54	\$ 33.930,04	\$ 35.616,59
Beneficios Sociales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 40.215,70	\$ 53.810,27	\$ 56.539,94	\$ 59.377,56	\$ 62.329,04
TOTAL DEL PASIVO	\$ 77.888,45	\$ 83.390,69	\$ 77.201,79	\$ 70.210,27	\$ 62.329,04
<u>PASIVO Y PATRIMONIO</u>					
Capital	\$ 83.600,03	\$ 83.600,03	\$ 83.600,03	\$ 83.600,03	\$ 83.600,03
Reserva Legal	\$ 7.072,42	\$ 6.918,46	\$ 7.269,42	\$ 7.634,26	\$ 8.013,73
Reserva Estatutaria	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidades	\$ 63.651,75	\$ 62.266,17	\$ 65.424,79	\$ 68.708,32	\$ 72.123,60
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 154.324,19	\$ 152.784,66	\$ 156.294,24	\$ 159.942,61	\$ 163.737,37
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 232.212,64	\$ 236.175,35	\$ 233.496,03	\$ 230.152,88	\$ 226.066,41

Elaborado: (Reascos , 2020)

ROE	41,25%	40,75%	41,86%	42,96%	44,05%
ROA	4,15%	3,93%	4,02%	4,09%	4,15%

Elaborado: (Reascos , 2020)

El Balance General determina que los ingresos por concepto de exportación en el primer año son \$ **474.163.77**; el cual alcanza un incremento hasta \$ **533.675,50** en el quinto año de operación, con una tasa de incremento del 3% anual, también se obtiene al final los totales del pasivo, patrimonio y capital.

El ROE (RETURN ON EQUITY) es un indicador financiero que me permite valorar la rentabilidad del capital de la empresa, esto se puede expresar de la siguiente manera por cada dólar que invierta la empresa tendrá un 41,25% de utilidad en números sería por cada dólar invertido el retorno será \$ 0,41 aproximadamente en el primer año, en el segundo año 40,75%, en el tercer año 41,86%, en el cuarto año 42,96% y finalmente en el último año un 44,05%. El ROA (RETURN ON ASSETS), este indicador financiero está relacionada directamente con los activos que posee la empresa esto indica la rentabilidad que proporciona cada dólar invertido en activos para la empresa, en el primer año 4,15%, segundo año 3,93% tercer año 4,02%, cuarto año 4,09%, y finalmente en el último año 4,15%.

4.10.11 Depreciación

MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA

Valor del activo \$ 4000,00
 Vida útil (Años) 10,00 Porcentaje:10%
 Valor Residual \$ 400,00

Tabla 41
Depreciación de Muebles y Equipos de oficina

Año	Cuota depreciación	Depreciación acumulada	Valor neto en libros
1	360,00	360,00	3640,00
2	360,00	720,00	3280,00
3	360,00	1080,00	2920,00
4	360,00	1440,00	2560,00
5	360,00	1800,00	2200,00
6	360,00	2160,00	1840,00
7	360,00	2520,00	1480,00
8	360,00	2880,00	1120,00

9	360,00	3240,00	760,00
10	360,00	3600,00	400,00

Elaborado: (Reascos , 2020)

MAQUINARIA

Valor del activo \$ 90.000,00

Vida útil (Años) 10,00 Porcentaje:10%

Valor Residual \$ 9.000,00

Tabla 42
Depreciación de Maquinarias

Año	Cuota depreciación	Depreciación acumulada	Valor neto en libros
1	\$ 8.100,00	\$ 8.100,00	\$ 81.900,00
2	\$ 8.100,00	\$ 16.200,00	\$ 73.800,00
3	\$ 8.100,00	\$ 24.300,00	\$ 65.700,00
4	\$ 8.100,00	\$ 32.400,00	\$ 57.600,00
5	\$ 8.100,00	\$ 40.500,00	\$ 49.500,00
6	\$ 8.100,00	\$ 48.600,00	\$ 41.400,00
7	\$ 8.100,00	\$ 56.700,00	\$ 33.300,00
8	\$ 8.100,00	\$ 64.800,00	\$ 25.200,00
9	\$ 8.100,00	\$ 72.900,00	\$ 17.100,00
10	\$ 8.100,00	\$ 81.000,00	\$ 9.000,00

Elaborado: (Reascos , 2020)

EQUIPOS DE COMPUTO

Valor del activo \$ 2500,00

Vida útil (Años) 3,00

Valor Residual \$ 833,25

Porcentaje: 33.33%

Tabla 43
Depreciación de Equipos de Computo

Año	Cuota depreciación	Depreciación acumulada	Valor neto en libros
1	\$ 555,58	\$ 555,58	\$ 1944,42
2	\$ 555,58	\$ 1111,17	\$ 1388,83
3	\$ 555,58	\$ 1666,75	\$ 833,25

Elaborado: (Reascos , 2020)

1.1.1 Proyecciones de ventas

Las proyecciones de ventas son las estimaciones anuales de ventas que se propone la empresa en un determinado periodo, según la investigación las proyecciones de ventas son anuales a 5 periodos, con un incremento del 3%; los años que se realizan según el ejercicio son desde el 2021 hasta el 2025. Las proyecciones de ventas del primer año son **\$474.163,77**; el cual alcanza un incremento hasta **\$533.675,50** en el quinto año de operación.

Tabla 44

Estimaciones de ventas

PERIODOS	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
Ventas en Unidades	79.488,00	79.488,00	79.488,00	79.488,00	79.488,00	79.488,00	79.488,00	79.488,00	79.488,00	79.488,00	79.488,00	79.488,00	953.856,00
Precio por unidad	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
Ventas en dólares	39.513,65	39.513,65	39.513,65	39.513,65	39.513,65	39.513,65	39.513,65	39.513,65	39.513,65	39.513,65	39.513,65	39.513,65	474.163,77
AÑO 2 2022													
PERIODOS	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
Ventas en Unidades	81.872,64	81.872,64	81.872,64	81.872,64	81.872,64	81.872,64	81.872,64	81.872,64	81.872,64	81.872,64	81.872,64	81.872,64	982.471,68
Precio por unidad	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
Ventas en dólares	40.699,06	40.699,06	40.699,06	40.699,06	40.699,06	40.699,06	40.699,06	40.699,06	40.699,06	40.699,06	40.699,06	40.699,06	488.388,68
AÑO 3 2023													
PERIODOS	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
Ventas en Unidades	84.328,82	84.328,82	84.328,82	84.328,82	84.328,82	84.328,82	84.328,82	84.328,82	84.328,82	84.328,82	84.328,82	84.328,82	1.011.945,83
Precio por unidad	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
Ventas en dólares	41.920,03	41.920,03	41.920,03	41.920,03	41.920,03	41.920,03	41.920,03	41.920,03	41.920,03	41.920,03	41.920,03	41.920,03	503.040,34
AÑO 4 2024													
PERIODOS	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
Ventas en Unidades	86.858,68	86.858,68	86.858,68	86.858,68	86.858,68	86.858,68	86.858,68	86.858,68	86.858,68	86.858,68	86.858,68	86.858,68	1.042.304,21
Precio por unidad	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
Ventas en dólares	43.177,63	43.177,63	43.177,63	43.177,63	43.177,63	43.177,63	43.177,63	43.177,63	43.177,63	43.177,63	43.177,63	43.177,63	518.131,55
AÑO 5 2025													
PERIODOS	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
Ventas en Unidades	89.464,44	89.464,44	89.464,44	89.464,44	89.464,44	89.464,44	89.464,44	89.464,44	89.464,44	89.464,44	89.464,44	89.464,44	1.073.573,33
Precio por unidad	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
Ventas en dólares	44.472,96	44.472,96	44.472,96	44.472,96	44.472,96	44.472,96	44.472,96	44.472,96	44.472,96	44.472,96	44.472,96	44.472,96	533.675,50

Elaborado: (Reascos , 2020)

4.10.12 Precio de venta y gastos logísticos

Tabla 45

Cálculo del precio de venta

Cálculo de precio de venta				
Estructura precio EXW				
Costos fijos unitario				\$ 17.641,03
MANO DE OBRA				\$ 2.250,00
EMPAQUE				\$ 3.974,40
SUELDO DE INGENIERO EN CALIDAD				\$ 300,00
PUBLICIDAD				\$ 150,00
MARCAS, PATENTES, REGISTRO SANITARIO				\$ 600,00
Costo Variable Total				\$ 7.274,40
Costos de producción por unidad				\$ 24.915,43
MARGEN DE UTILIDAD 40%				\$ 9.966,17
TOTAL EXW				\$ 34.881,60
PRECIO DE VENTA EXW				\$ 0,44
Estructura precio FOB				
DESCRIPCIÓN			C. UNITARIO	C. MENSUAL
Transporte interno del cabezal Montalvo - Guayaquil	2,00	\$	120,00	\$ 240,00
Embalaje	2,00	\$	366,48	\$ 732,96
Emisión de Certificado de Origen (EUR 1)	2,00	\$	10,00	\$ 20,00
Inspección pre embarque	1,00	\$	120,00	\$ 120,00
Honorarios Agentes de Aduana	1,00	\$	100,00	\$ 100,00
Contratación de seguro (fábrica - puerto de origen)	2,00	\$	80,00	\$ 160,00
Custodia contenedor (fábrica- puerto)	2,00	\$	70,00	\$ 140,00
Pagos de trámites aduaneros	1,00	\$	70,00	\$ 70,00
SUBTOTAL		\$	936,48	\$ 1.582,96
GASTOS DE GESTIÓN 5%				\$ 79,15
TOTAL FOB				\$ 36.543,71
PRECIO DE VENTA FOB				\$ 0,4597
Estructura precio CFR				
Flete Internacional	2,00	\$	1.121,00	\$ 2.242,00
SUBTOTAL				\$ 2.242,00
GASTOS DE GESTIÓN 7%				\$ 156,94
TOTAL CFR				\$ 38.942,65
PRECIO DE VENTA CFR				\$ 0,4899
Estructura precio CIF				
Contratación de seguro (puerto de origen - puerto de destino)	2,00	\$	277,18	\$ 554,37
SUBTOTAL				\$ 554,37
GASTOS DE GESTIÓN 3%				\$ 16,63
TOTAL CIF				\$ 39.513,65
PRECIO DE VENTA CIF				\$ 0,50

Elaborado: (Reascos , 2020)

La tabla 45, representa el cálculo de precio de venta de una botella de 500cc de té de banano que está compuesto de: Costos fijos unitarios \$0,22; materia prima 0,0283; empaque y embalaje \$ 0,05; sueldo del ingeniero de calidad \$ 0,0038; publicidad \$ 0,0019; marcas, patentes, registro sanitario \$ 0,00755; costo variable unitario \$ 0.09; dando un total de \$ 0,31 que representa el costo de producción por unidad. Se espera alcanzar un margen de utilidad del 40% sobre el total del costo de producción por unidad; dando un valor de \$ 0,13 por botella. Dando al final un precio de venta EXW en fábrica de \$ 0,44 por unidad, más los gastos logísticos internos, más flete más seguro dando un precio CIF de \$0.50 por botella.

4.10.13 Punto de equilibrio

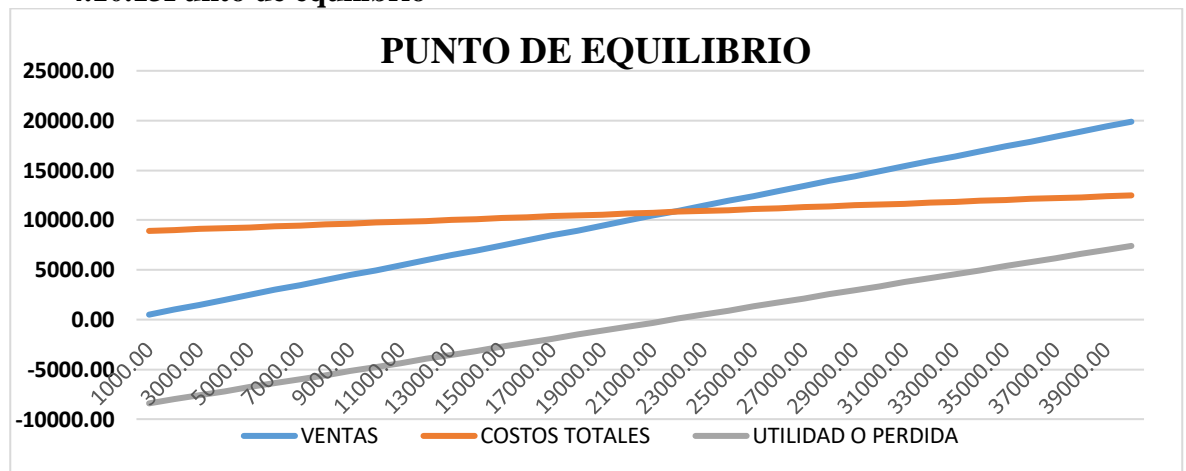


Figura 56. Punto de Equilibrio.
Elaborado: (Reascos , 2020)

Para lograr saber cuál es la cantidad mínima que se debe exportar, se realizó el cálculo del punto de equilibrio, la cantidad que se puede exportar donde la empresa no pierde ni gana según la tabla 46 y la figura 22, es cuando se vende **21748** unidades exactamente, luego sobrepasando estas cantidades la empresa empieza a generar utilidad; la figura 22 y la tabla 46, se trabaja con números enteros pero igual manera da una idea clara sobre donde está en punto equilibrio, este promedio es obtenido por unidad de carga que según la investigación arroja por unidad de carga **39744** botellas totales respectivamente estibada por contenedor.

Tabla 46
Punto de Equilibrio por contenedor

CANTIDAD	VENTAS	COSTOS TOTALES	UTILIDAD O PERDIDA	
1000,00	497,10	8912,03	-8414,93	
2000,00	994,20	9003,55	-8009,34	
3000,00	1491,31	9095,06	-7603,76	
4000,00	1988,41	9186,58	-7198,17	
5000,00	2485,51	9278,09	-6792,58	
6000,00	2982,61	9369,61	-6387,00	
7000,00	3479,71	9461,12	-5981,41	
8000,00	3976,82	9552,64	-5575,82	
9000,00	4473,92	9644,16	-5170,24	
10000,00	4971,02	9735,67	-4764,65	
11000,00	5468,12	9827,19	-4359,06	
12000,00	5965,22	9918,70	-3953,48	
13000,00	6462,33	10010,22	-3547,89	
14000,00	6959,43	10101,73	-3142,31	
15000,00	7456,53	10193,25	-2736,72	
16000,00	7953,63	10284,77	-2331,13	
17000,00	8450,73	10376,28	-1925,55	
18000,00	8947,84	10467,80	-1519,96	
19000,00	9444,94	10559,31	-1114,37	
20000,00	9942,04	10650,83	-708,79	
21000,00	10439,14	10742,34	-303,20	
22000,00	10936,25	10833,86	102,38	PUNTO DE EQUILIBRIO
23000,00	11433,35	10925,38	507,97	
24000,00	11930,45	11016,89	913,56	
25000,00	12427,55	11108,41	1319,14	
26000,00	12924,65	11199,92	1724,73	
27000,00	13421,76	11291,44	2130,32	
28000,00	13918,86	11382,95	2535,90	
29000,00	14415,96	11474,47	2941,49	
30000,00	14913,06	11565,99	3347,08	
31000,00	15410,16	11657,50	3752,66	
32000,00	15907,27	11749,02	4158,25	
33000,00	16404,37	11840,53	4563,83	
34000,00	16901,47	11932,05	4969,42	
35000,00	17398,57	12023,56	5375,01	
36000,00	17895,67	12115,08	5780,59	
37000,00	18392,78	12206,60	6186,18	
38000,00	18889,88	12298,11	6591,77	
39000,00	19386,98	12389,63	6997,35	
40000,00	19884,08	12481,14	7402,94	

Elaborado: (Reascos , 2020)

4.10.14 LOGÍSTICA

Tabla 47
Gastos de embalaje por contenedor

Productos	Valor unitario	TOTAL
Películas termoencogible	\$ 0,03	\$ 49,68
planchas de cartón corrugado	\$ 0,80	\$ 128,80
STRETCH FILM	\$ 10,00	\$ 50,00
PALLETS	\$ 6,00	\$ 138,00
X CONTENEDOR		\$ 366,48

Elaborado: (Reascos , 2020)

En la tabla 48 indica los gastos de embalaje por contenedor dando un total de \$ 366,48 dólares mensuales, estos productos son necesarios para el acondicionamiento del producto su mejor traslado y blindaje del contenido.

4.10.15 Financiera: Flujo de caja

Tabla 48
Flujo de caja

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO						
FLUJO OPERATIVO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		\$	\$	\$503.040,	\$518.131,5	\$
		474.163,77	488.388,68	34	5	533.675,50
TOTAL DE INGRESOS		\$	\$	\$503.040,	\$	\$
		474.163,77	488.388,68	34	518.131,55	533.675,50
EGRESOS						
COSTOS DE VENTAS		\$	\$	\$317.193,	\$	\$
		298.985,15	307.954,71	35	326.709,15	336.510,42
GASTO DE PUBLICIDAD		\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
SUELDOS		\$	\$	\$	\$	\$ 27.000,00
		27.000,00	27.000,00	27.000,00	27.000,00	
BENEFICIOS SOCIALES		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
GASTOS DE ARRIENDO		\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
GASTOS DE DEPRECIACION		\$ 9.015,58	\$ 9.015,58	\$	\$ 9.015,58	\$ 9.015,58
				9.015,58		
GASTOS DE EXPORTACION		\$	\$	\$	\$	\$ 52.551,93
		52.551,93	52.551,93	52.551,93	52.551,93	
SERVICIOS BASICOS		\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00
				4.200,00		
GASTOS DE AMORTIZACION		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL DE EGRESOS		\$399.552,6	\$ 408.522,22	\$417.760,	\$	\$
		7	86	86	427.276,66	437.077,94
UTILIDAD OPERATIVA		\$131.851,5	\$ 137.106,88	\$142.519,	\$	\$
		2	90	90	148.095,31	153.837,98
IMPUESTO 15% R-U RENTA		\$	\$	\$	\$	\$ 23.075,70
		19.777,73	20.566,03	21.377,98	22.214,30	
		\$	\$	\$	\$	\$ 38.459,49
		32.962,88	34.276,72	35.629,97	37.023,83	
UTILIDAD DESPUES DE IMP.		\$	\$	\$	\$	\$ 92.302,79
		79.110,91	82.264,13	85.511,94	88.857,18	
GASTOS DE DEPRECIACION		\$ 9.015,58	\$ 9.015,58	\$	\$ 9.015,58	\$ 9.015,58
				9.015,58		
PRESTAMO SOLIDARIO CUOTA	\$ 45.015,40)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
					\$11.938,72	\$ 11.938,72
		\$	\$	\$		
		11.938,72	11.938,72	11.938,72		
INVERSION	\$ 128.615,43					
FLUJO NETO TOTAL	\$ (83.600,03)	\$	\$	\$	\$85.934,04	\$ 89.379,65
		76.187,77	79.340,99	82.588,80		
VAN Privado	\$ 246.755,01					
TIR Privado	90,84%					

Elaborado: (Reascos , 2020)

El flujo de caja se lo realizo para el total de los años que se realiza el proyecto demostrando el comportamiento del flujo de los ingresos y egresos que la empresa va a contar con la realización de este proyecto. Los ingresos son las ventas que se van a realizar anualmente con un monto de 474.163,77; por otro lado se tienen los egresos que son costos de ventas, gastos de publicidad, sueldos, beneficios sociales, gastos de arriendo, gastos de depreciación, gastos de exportación, servicios básicos, gastos de amortización; dando un total del primer año de \$ 399.552,67 alcanzando hasta un total de \$ 437.077,94 en el quinto año; se muestras otros indicadores como la utilidad operativa, impuestos 15%R-U, renta, utilidad del después de impuestos, gastos de depreciación, préstamo, cuotas anuales, inversión ; dando un total del flujo neto de \$ 76.187,77 en el primer año alcanzando \$ 89.379,65 en el quinto año. Alcanzando VAN privado de \$ 246.755,01 con una TIR privado es de 90.84%.

VAN (valor actual neto) se trata de traer todos los flujos proyectados entre el 2021 hasta el 2025 a tiempo presente si el VAN es positivo en este caso \$ 246.755,01 se dice que se acepta el proyecto y que es rentable.

La TIR (tasa interna de retorno), es la tasa de rendimiento de los flujos proyectados en los 5 periodos anuales que dura el proyecto, a tiempo presente y el rendimiento del proyecto es de 90.84% entre más alto sea la TIR más rentable será el proyecto.

Tabla 49
Tasa de descuento y VAN

TASA DE DESCUENTO	VAN	
0%	\$	329.831,22
5%	\$	272.997,12
10%	\$	227.474,67
15%	\$	190.517,42
20%	\$	160.143,77
25%	\$	134.900,39
30%	\$	113.705,34
35%	\$	95.741,95
40%	\$	80.385,95
45%	\$	67.154,49
50%	\$	55.670,02
55%	\$	45.634,31
60%	\$	36.809,58
65%	\$	29.004,55
70%	\$	22.064,08
75%	\$	15.861,37
80%	\$	10.292,01
85%	\$	5.269,48
90%	\$	721,57
95%	\$	(3.412,30)
100%	\$	(7.183,31)

Elaborado: (Reascos , 2020)

En la tabla 49 representa el cálculo de tasa de descuento del 90% del presente proyecto, en este caso da este resultado porque la tasa de descuento se la maneja con números enteros múltiplos de 5 y resaltando que es una formula muy dinámica para obtener resultados.

CONCLUSIONES

Este proyecto concluye que la empresa Purificadora de Agua Brisas del Cristal, debe aportar con el 65% de la inversión inicial, necesaria para llevar a cabo la realización del proyecto, por otra parte, se apuesta que la banca aporte con el 35% restante, llevando a cabo el 100% de la inversión inicial con un plazo anual de 5 años en cuotas fijas mensuales.

La obtención de maquinaria necesaria para la elaboración del producto se puede observar que este eleva el monto de la inversión inicial con un total (\$ 90.000) dólares americanos, entre las maquinarias necesarias están la máquina mezcladora de bebidas, máquina transportadora de botella, máquina para el lavado de botellas, máquina para el llenado de botellas, máquina tapadora de botellas, entre otras; las cuales todas las anteriores son necesarias para este proceso de producción, buscando mejorar lo que es la producción del té de banano, su calidad y garantía que es un producto que cumple con todos los requisitos obligatorios para ingresar al mercado internación en este caso el mercado de Barcelona -España.

Otro punto muy importante de este proyecto es que se pudo identificar que la subpartida arancelaria 2202.10.00.00 en Europa, permite que los productos proveniente del Ecuador según el Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea ingrese a estos territorios con un arancel 0% beneficiando a las exportaciones ecuatorianas, incentivando al emprendedor, inversionista o empresario nacional, que aproveche este beneficio y aporte en positivo a la balanza de pagos y por ende a la balanza comercial para que en este caso sean más las exportaciones que las importaciones. Este beneficio se puede obtener solamente con la etiqueta hecho en Ecuador, con su código de barra; el cual está a cargo del GS1, ya listo para su exportación se pide un último requisito que es el Certificado de origen conocido como el ERURO 1, necesario obtener antes del embarque de las mercancías hasta su destino final.

Para la elaboración del té de banano se usa lo que es la banana orgánica, para que este producto tenga un plus, sea de excelente calidad, que no afecte a la salud de las personas, porque no contiene en su proceso producto lo que son llamados fungicidas y pesticidas mortales para el ser humano. Además, cuenta con certificaciones internaciones que dan fe de sus buenas prácticas agrícolas.

RECOMENDACIONES

Las empresas públicas como el Ministerio de Comercio Exterior, PRO Ecuador, MAG (Ministerio de Agricultura y Ganadería), Banco Central y entre otras empresas financieras privadas incentiven a los exportadores con préstamos con bajas tasas de interés, publicada a bajo costo, ferias internacionales las cuales sean financiadas por el estado en más de 70% esto si será una gran ayuda para el emprendedor para que sus producto sea visto y gane reconociendo a nivel internacional, apostando a el desarrollo de la matriz productiva en otro punto, que es muy necesaria y es lo que más falta, recomiendo que las importaciones de maquinarias que vas destinadas a la producción y elaboración de productos terminado con un valor agregado final, para su nacionalización los aranceles deben ser mínimos para que el producto no se infle con los impuestos cobrados por la institución correspondiente; logrando para el emprendedor un gran ahorro en la obtención de maquinarias y esto a su vez da un paso seguro y beneficioso a lo que es el cambio de la matriz productiva y en lo que se puede pensar a largo tiempo en una industrialización sostenible y rentable.

Como propuesta piloto se sugiere lo que es la economía circular, necesaria útil y beneficiosa para la empresa, para la elaboración de del té de banano se utiliza grandes cantidades de la materia prima que es el banano y la canela para la finalización del proceso de producción sobra mucho desperdicio el cual es comestible aún incluso para el ser humano, entonces la propuesta es que con todo el desperdicio es mejor usarlo como alimento para la alimentación de diferentes animales que se crían en el área el cual es un sector muy importa para la economía del cantón Montalvo; con esto no existe desperdicio alguno, genera mayores recursos para la empresa, empleo, y se cuida el medio ambiente. Para mayor explicación de esta teoría y sus beneficios en este proyecto se realizará un artículo científico que de una manera más detallada arrojará sus resultados.

Finalmente los beneficios que obtenga la empresa Purificadora de Agua Brisas del Cristal del plan de exportación se recomienda que los directivos empiecen a desarrollar nuevos proyectos para mejorar la capacidad instalada de la producción, con el objetivo de no solo comercializarlo en el mercado internacional, como es la propuesta de este estudio sino que también pueda alcanzar y acaparar lo que es el mercado nacional con este

nuevo producto que es el té de banano y ganar reconocimiento y estatus nacional como una empresa pionera y genuina del territorio nacional y brindando un producto de excelente calidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía

- La Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Ecuador. (2018). Las relaciones comerciales entre. *la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Ecuador*, 1-9.
- aecosan.msssi.gob.es. (26 de 09 de 2018). *aecosan.msssi.gob.es*. Obtenido de aecosan.msssi.gob.es:
http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/web/seguridad_alimentaria/subdetalle/futura_legislacion.htm
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA). (15 de 08 de 2019). *Portal Único de Trámites Ciudadanos* . Obtenido de Portal Único de Trámites Ciudadanos : <https://www.gob.ec/arcsa/tramites/certificado-sanitario-exportacion-alimentos#:~:text=Certificado%20Sanitario%20de%20Exportaci%C3%B3n,%20inocuidad%20de%20los%20productos>.
- Alecoy, T. (2011). *Las culturas exitosas forjan prosperidad económica desde la concepción del individuo*. Santiago de Chile: Tirso José Alecoy.
- Asamblea Constituyente. (01 de 08 de 2018). *www.ambiente.gob.ec*. Obtenido de www.ambiente.gob.ec:
<https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador.pdf>
- Asamblea Nacional. (2010). *COPCI*. Quito: Editora Nacional.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Editora Nacional.
- BALLOU, R. H. (2015). *LOGISTICA ADMINISTRACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO*. PEARSON EDUCACIÓN .
- Barbazán, C., & Sendra, J. (2012). *Apoyo domiciliario y alimentación familiar: El asistente como eje central en la gestión y mantenimiento del hogar del dependiente*. Vigo: Ideaspropias Editorial.
- Barcelona, M. (2019). *Meet Barcelona*. Obtenido de Meet Barcelona:
<https://meet.barcelona.cat/es/haz-negocios/por-que-invertir-en-barcelona>
- Barradas, M. (2014). *Seguimiento de Egresados: Una excelente estrategia para garantizar una educación de calidad*. Bloomington: Palibrio.
- Bastos, A. (2010). *Implantación de Productos y servicios*. Madrid: Ideaspropias.
- Bentacourt, C. (2018). *Mejor con Salud*. Obtenido de Mejor con Salud:
<https://mejorconsalud.com/tienes-dificultades-para-conciliar-el-sueno-consumete-de-banana-y-canela-antes-de-dormir/>
- Bernal, C. (2010). Investigación descriptiva. En C. B. Torres, *Metodología de la investigación* (pág. 113). Colombia: D.R. ©2010 por Pearson Educación de Colombia Ltda.
- Betancourth, C. (2018 de 2018). *Mejor con Salud*. Obtenido de Mejor con Salud:
<https://mejorconsalud.com/tienes-dificultades-para-conciliar-el-sueno-consumete-de-banana-y-canela-antes-de-dormir/>
- Bohigues, I. (2014). *Ámbito sociolingüístico* . Madrid: Paraninfo.

- Borunda, R., Cepeda, J., Salas, F., & Medrano, V. (2013). *Desarrollo y Competitividad de los Sectores Económicos en México*. México, D.F.: Centro de Investigaciones Sociales.
- CAMPOS, J. M. (09 de 22 de 2015). *LA VANGUARDIA* . Obtenido de LA VANGUARDIA : <https://www.lavanguardia.com/vangdata/20150922/54435395819/ranking-paises-tasas-insomnio.html>
- CERVERA, R. C. (01 de 03 de 2018). *www.ucm.es*. Obtenido de *www.ucm.es*: <https://www.ucm.es/data/cont/docs/835-2018-03-01-Apuntes%20Comercio%20Internacional.pdf>
- César Bernal Torres. (2010). Investigación explicativa o causal. En C. B. Torres, *Metodología de la investigación* (pág. 115). Colombia: D.R. ©2010 por Pearson Educación de Colombia Ltda.
- César Bernal Torres. (2010). Técnicas de recolección de información. En C. B. Torres, *Metodología de la investigación* (pág. 194). Colombia: D.R. ©2010 por Pearson Educación de Colombia Ltda.
- CFN. (09 de 2017). *CFN*. Obtenido de CFN: <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2017/09/Ficha-Sectorial-Banano.pdf>
- Christensen, C. (2014). *Guía del Innovador para crecer: Cómo aplicar la innovación disruptiva*. Madrid: Grupo Planeta Spain.
- CIAOrganico (Dirección). (2017). *Producción de banano orgánico en Ecuador* [Película].
- Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico. (2013). *Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico*. Obtenido de Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico: http://www.comercioyexportacion.com/images/documentos/exportar/Guia_Practica_del_Plan_de_Exportacion-Version_Final_Oficial_LV.pdf
- Congreso Nacional. (2004). *Ley Forestal y de Conservación de Áreas naturales y vida silvestre*. Quito: Editora Nacional.
- CONSEJO NACIONAL DE PLANIFICACIÓN (CNP). (09 de 2017). *www.gobiernoelectronico.gob.ec*. Obtenido de *www.gobiernoelectronico.gob.ec*: <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>
- CORPORACION DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES . (2020). *CORPORACION DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES* . Obtenido de *CORPORACION DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES* : epweb.com.ec/ebookcep/index.php?id_product=206&controller=product
- Crónica . (08 de 2015). *Crónica las noticias del día* . Obtenido de *Crónica las noticias del día* : <https://www.cronica.com.ec/opinion/columna/columnista/item/7646-la-matriz-productiva>
- Cruelles, J. (2012). *Productividad e Incentivos: Cómo hacer que los tiempos de fabricación se cumplan*. Barcelona: Marcombo.
- Cruz, L., & Cruz, V. (17 de Abril de 2010). *Repositorio Escuela Politécnica Nacional*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de *Repositorio Escuela Politécnica Nacional*: <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ca>

d=rja&uact=8&ved=0CCEQFjABahUKEwjvwOy4IJPIAhWFF5AKHUAyBFA
&url=http%3A%2F%2Fbibdigital.epn.edu.ec%2Fbitstream%2F15000%2F388%
2F1%2FCD-0795.pdf&usg=AFQjCNHr5JIvEUFu2GkrhscjbJ-tStFQQA&sig2=a
datos. (s.f.).

datosmacro.com. (2020). *datosmacro.com*. Obtenido de datosmacro.com:
<https://datosmacro.expansion.com/paises/espana>

Definicion.DE. (2016). *Definicion.DE*. Obtenido de Definicion.DE:
<https://definicion.de/retail/>

DIARIO DEL EXPORTADOR. (12 de 2016). *DIARIO DEL EXPORTADOR*. Obtenido
de DIARIO DEL EXPORTADOR : [https://www.com/2016/12/cuales-son-los-
documentos-de-transporte.html](https://www.com/2016/12/cuales-son-los-documentos-de-transporte.html)

DIARIO DEL EXPOTADOR . (12 de 2017). *diariodelexportador.com*. Obtenido de
diariodelexportador.com: [https://www.diariodelexportador.com/2017/12/la-
distribucion-fisica-internacional.html](https://www.diariodelexportador.com/2017/12/la-distribucion-fisica-internacional.html)

EconomíaSolidaria. (01 de 2018). *www.economiasolidaria.org*. Obtenido de
www.economiasolidaria.org: https://www.economiasolidaria.org/comercio_justo

EL COMERCIO. (04 de 01 de 2020). *EL COMERCIO*. Obtenido de EL COMERCIO:
[https://www.elcomercio.com/actualidad/exportaciones-banano-ecuador-
crecieron-2019.html](https://www.elcomercio.com/actualidad/exportaciones-banano-ecuador-crecieron-2019.html)

El Telégrafo. (26 de Mayo de 2012). \$180 millones venden al año los artesanos de
muebles. *El Telégrafo*, pág. 9.

Ellen MacArthur Foundation. (2017). *Ellen MacArthur Foundation*. Obtenido de Ellen
MacArthur Foundation: [https://www.ellenmacarthurfoundation.org/es/economia-
circular/concepto](https://www.ellenmacarthurfoundation.org/es/economia-circular/concepto)

EMIS. (01 de 12 de 2019). *EMIS*. Obtenido de EMIS:
[https://www.emis.com/php/company-
profile/EC/Ajecuador_SA_es_3398836.html](https://www.emis.com/php/company-profile/EC/Ajecuador_SA_es_3398836.html)

fen.org.es. (2015 de 2015). *fen.org.es*. Obtenido de fen.org.es:
<http://www.fen.org.es/mercadoFen/pdfs/canela.pdf>

Fernández, R. (2010). *La mejora de la productividad en la pequeña y mediana empresa*.
Alicante: ECU.

Fernández, R. (2010). *La productividad y el riesgo psicosocial o derivado de la
organización del trabajo*. Alicante : ECU.

Fernández, R. (2011). *La dimensión económica del desarrollo sostenible*. Alicante:
Editorial Club Universitario.

Gan, F., & Gaspar, B. (2007). *Manual de Recursos Humanos: 10 programas para la
gestión y el desarrollo del Factor Humano en las organizaciones actuales*.
Barcelona: Editorial UOC .

GestioPolis.com Experto. (15 de 01 de 2002). *GestioPolis*. Obtenido de GestioPolis:
<https://www.gestiopolis.com/que-es-un-acuerdo-comercial/>

Global Negotiator. (02 de 06 de 2014). *Global Negotiator Blog* . Obtenido de Global
Negotiator Blog : [https://www.globalnegotiator.com/blog/que-es-un-plan-de-
exportacion/](https://www.globalnegotiator.com/blog/que-es-un-plan-de-exportacion/)

globalEDGE. (2020). *globaledge.msu.edu/*. Obtenido de globaledge.msu.edu/:
<https://globaledge.msu.edu/countries/ecuador>

- Gob.EC. (20 de 07 de 2020). *Gob.EC*. Obtenido de Gob.EC: <https://www.gob.ec/inen/tramites/certificado-conformidad-sello-calidad-inen>
- Gob.EC. (26 de 03 de 2020). *Gob.EC*. Obtenido de Gob.EC: <https://www.gob.ec/inen/tramites/certificado-inspeccion-etiquetado>
- Godínez, M. G. (07 de 2016). <https://dspace.itcolima.edu.mx/>. Obtenido de https://dspace.itcolima.edu.mx/bitstream/handle/123456789/218/INFORME%20T%C3%89CNICO%20%20DE%20RESIDENCIAS%20PROFESIONALES_mariela.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Google Maps. (8 de Abril de 2015). *Google*. Obtenido de Google: <https://maps.google.com.ec>
- Griffin, R. (2011). *Administración*. Boston: Cengage Learning.
- GS1 Ecuador. (2016). *GS1 Ecuador*. Obtenido de GS1 Ecuador: <https://gs1ec.org/contenido/index.php/2016-07-08-17-43-43/estandares-identificar-claves-de-identificacion-gs1>
- Guerrero, R. (2014). *Técnicas elementales de servicio*. Madrid: Paraninfo.
- GuiaExportador. (2017). www.aei.ec. Obtenido de www.aei.ec: <http://www.aei.ec/wp-content/uploads/2017/10/GuiaExportador-2017.pdf>
- Guru Arancales . (2019). *Guru Arancales* . Obtenido de Guru Arancales .
- Haden, J. (2008). *El diccionario completo de términos de bienes raíces explicados en forma simple: lo que los inversores inteligentes necesitan saber* . Florida: Atlantic Publishing Group .
- Iglesias, M. (2011). *Elaboración de soluciones constructivas y preparación de muebles*. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deportes.
- INEC. (12 de Diciembre de 2011). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico: http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90&
- INEC. (28 de Julio de 2015). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Ecuador en cifras: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf
- JCVSHIPPING. (10 de 2019). jcvshipping.com. Obtenido de jcvshipping.com: https://jcvshipping.com/wp-content/uploads/2019/10/jcv-guia-incoterms-2020__7oct2019.pdf
- Joachimsthaler, E. (2008). *Ver lo evidente: Cómo definir y ejecutar la futura estrategia de crecimiento en su empresa*. Barcelona: Ediciones Deusto .
- Krugman, P., & Wells, R. (2007). *Macroeconomía: Introducción a la economía; Versión española traducida por Gotzone Pérez Apilanez; revisada por José Ramón de Espínola*. Barcelona: Reverté.
- legiscomex.com. (2017). legiscomex.com. Obtenido de legiscomex.com: https://www.legiscomex.com/Documentos/PROCESOEXPO_PASO7
- Leiceaga, C., Carrillo, F., & Hernández, Á. (2012). *Economía 1º Bachillerato*. San Sebastián: Editorial Donostiarra.
- Llamas, C. (2009). *MARKETING Y GESTIÓN DE LA CALIDAD TURÍSTICA*. Madrid: Liber Factory .

- Longenecker, J., Petty, W., Palich, L., & Hoy, F. (2012). *Administración de Pequeñas Empresas: Lanzamiento y Crecimiento de iniciativas de emprendimiento*. México, D.F.: Cengage Learning.
- Lopez, J. (2013). *+Productividad*. Bloomington: Palibrio.
- Macías, G., & Parada, L. (2013). *Mujeres, su participación económica en la sociedad*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- MarineTraffic.com. (05 de 2020). *MarineTraffic.com*. Obtenido de MarineTraffic.com: https://www.marinetraffic.com/es/ais/details/ships/shipid:757579/mmsi:636017000/imo:9293167/vessel:MSC_ROMIT_R
- Martínez, I. (2005). *La comunicación en el punto de venta: estrategias de comunicación en el comercio real y online*. Madrid: Esic.
- mecalux.es. (2020). *mecalux.es*. Obtenido de mecalux.es: <https://www.mecalux.es/manual-almacen/palets/palet-europeo-medidas>
- Merino, E. (2014). El Cambio de la Matriz Productiva. *Buen Viaje*, 10.
- Miranda, A., Zambrano, M., & Yaguana, J. (26 de Julio de 2009). *Dspace Espol*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de Dspace Espol: <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10675/1/D-39734.pdf>
- Montero, C. (2005). *Estrategias Para Facilitar la Inserción Laboral a Personas Con Discapacidad*. San José: EUNED.
- Mora, J. (Jorge Mora). *Los libros, aporte bibliográfico, las bellas artes e investigaciones históricas*. Nariño: Pasto.
- Morales, R. (2013). *MF1330_1: Limpieza doméstica*. Málaga: INNOVA.
- movertis.com. (11 de 10 de 2018). *www.movertis.com*. Obtenido de /www.movertis.com: <https://www.movertis.com/blog/tipos-carga-transporte-mercancias>
- Nutsch, W. (2000). *Tecnología de la madera y del mueble*. Barcelona: Reverté.
- OCDE. (2014). *Colombia: La implementación del buen gobierno*. Paris: OECD Publishing.
- OIT. (2008). *Calificaciones para la mejora de la productividad el crecimiento del empleo y el desarrollo*. Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo.
- Olavarria, M. (2005). *Pobreza, crecimiento económico y políticas sociales*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.
- Pardo, J. L. (2020). *Ecuador Patente nº 111*.
- Peralta, N. (24 de Septiembre de 2010). *Repositorio Universidad Andina Simón Bolívar*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de Repositorio Universidad Andina Simón Bolívar: <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2695/1/T0878-MT-Peralta-Industria%20maderera.pdf>
- Perdigones, J. (2011). *MF0996_1: Limpieza del mobiliario interior*. Málaga: INNOVA.
- Perdomo, O. (2012). *¡Abre tu negocio... y vivirás en abundancia!* Bloomington: Palibrio.
- PROECUADOR. (2019). *PROECUADOR*. Obtenido de PROECUADOR: file:///C:/Users/hugoarmando/Desktop/TE%20DE%20BANANO/PROEC_FT2019_ESPA%C3%91A_ABRIL.pdf
- Puig-Durán, J. (2011). *Certificación y modelos de calidad en hostelería y restauración*. Madrid: Diaz de Santos.
- Quimbiulco, C. (3 de Marzo de 2012). *Dspace Universidad Central del Ecuador*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2015, de Dspace Universidad Central del

- Ecuador: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/903/1/T-UCE-0003-51.pdf>
- Reascos, J. (2020).
- Repullo, J. (2006). *Sistemas y servicios sanitarios: Manuales de Dirección Médica y Gestión Clínica*. Madrid: Ediciones Días de Santos.
- Risco, L. (2013). *Economía de la empresa: Prueba de acceso a la Universidad para mayores de 25 años*. Bloomington: Palibrio.
- Roberto Hernández Sampieri. (2014). Qué características posee el enfoque cualitativo de investigación? En R. H. Sampieri, *Metodología de la Investigación* (pág. 7). Mexico: Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, Reg. Núm. 736.
- Roberto Hernández Sampieri. (2014). Qué características posee el enfoque cuantitativo de investigación? En R. H. Sampieri, *Metodología de la Investigación* (pág. 4). Mexico: Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, Reg. Núm. 736.
- Rodríguez, R. (2014). *Técnicas de tapizado de mobiliario: TCPF0209. Operaciones auxiliares de tapizado de mobiliario y mural*. Madrid: IC Editorial.
- Ruano, C., & Sánchez, M. (2014). *UF0083: Diseño de Productos y servicios turísticos locales*. Málaga: IC Editorial.
- Sampieri, R. (2014). ¿En qué consisten los estudios de alcance exploratorio? En R. H. Sampieri, *Metodología de Investigación* (pág. 91). Mexico: Miembro de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, Reg. Núm. 736.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva: Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano*. Quito : SENPLADES .
- Segundo Suplemento del Registro Oficial 433, 21II2019. (21 de 11 de 2019). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de Servicio Nacional de Aduana del Ecuador : <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2019/05/COPCI-21-02-2019.pdf>
- SENAE. (04 de 2017). *SENAE*. Obtenido de SEANE: <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- Sescovich, S. (2009). *La gestión de personas: un instrumento para humanizar el trabajo*. Madrid: Libros en Red.
- Solutions, J. S. (09 de 2019). *JCV Shipping & Solutions*. Obtenido de JCV Shipping & Solutions: https://jcvshipping.com/wp-content/uploads/2019/10/jcv-guia-incoterms-2020__7oct2019.pdf
- Soto, E., Valenzuela, P., & Vergara, H. (2003). *Evaluación del impacto de la capacitación en la productividad*. Santiago de Chile : FUNDES.
- SRI. (12 de 01 de 2020). *SRI*. Obtenido de SRI: <https://srienlinea.sri.gob.ec/sri-en-linea/SriRucWeb/ConsultaRuc/Consultas/consultaRuc>
- Suplemento del Registro Oficial 392, 20-XII-2018. (20 de 12 de 2018). *Servicio Nacional de Aduna del Ecuador*. Obtenido de Servicio Nacional de Aduna del Ecuador : [file:///C:/Users/hugoarmando/Desktop/TE%20DE%20BANANO/REGLAMENT O-LIBRO-V-COPCI-REFORMA-10-05-2019.pdf](file:///C:/Users/hugoarmando/Desktop/TE%20DE%20BANANO/REGLAMENT%20O-LIBRO-V-COPCI-REFORMA-10-05-2019.pdf)
- TIBA. (2020). www.tibagroup.com/. Obtenido de www.tibagroup.com/: <https://www.tibagroup.com/blog/incoterms-2020?lang=es>

- TIBA MEXICO. (2015). *tibagroup*. Obtenido de tibagroup:
<https://www.tibagroup.com/mx/glosario-de-terminos-maritimos-portuarios>
- Tibagroup. (02 de 2015). *tibagroup.com*. Obtenido de tibagroup.com:
<https://www.tibagroup.com/mx/transporte-internacional-de-mercancias>
- TRADE HELPDESK. (20 de 03 de 2020). *TRADE HELPDESK*. Obtenido de TRADE HELPDESK:
<https://trade.ec.europa.eu/tradehelp/es/myexport#?product=2202100000&partner=EC&reporter=ES>
- TRADE MAP. (08 de 01 de 2020). *TRADE MAP*. Obtenido de TRADE MAP:
https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c0906%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1
- Valle, A. (1991). *Productividad: Las visiones neoclásica y marxista*. México, D.F. : UNAM.

ANEXOS

Anexo 1 Resolución 1684 de la CAN artículo 9 la factura comercial

Artículo 9: Factura comercial

A los efectos de la aplicación del primer método "Valor de Transacción de las mercancías importadas" establecido en el artículo 1 del Acuerdo sobre Valoración de la OMC, la factura comercial debe:

1. Reflejar el precio realmente pagado o por pagar, por el comprador al vendedor, por las mercancías importadas, independientemente de que la forma de pago sea directa y/o indirecta.
2. Ser un documento original y definitivo. En tal sentido no se aceptará una factura pro forma.
3. Ser expedida por el vendedor de la mercancía.
4. Carecer de borrones, enmendaduras o adulteraciones.
5. Contener como mínimo los siguientes datos:
 - a) Número y fecha de expedición.
 - b) Lugar de expedición de la factura.
 - c) Nombre y dirección del vendedor.
 - d) Nombre y dirección del comprador.
 - e) Descripción de la mercancía.
 - f) Cantidad.
 - g) Precio unitario y total.
 - h) Moneda de la transacción comercial.
 - i) Lugar y condiciones de entrega de la mercancía, según los términos internacionales de comercio "INCOTERMS", establecidos por la Cámara de Comercio Internacional, o cualquier otra designación que consigne las condiciones de entrega de la mercancía importada por parte del vendedor, salvo que esté previsto en el contrato de compra-venta internacional.
 - j) Otros datos establecidos de acuerdo a la legislación de cada País Miembro.
6. La factura comercial puede tomar la forma de un mensaje electrónico, en cuyo caso deberá cumplir con los requisitos antes señalados. Para efectos de control se tendrá en cuenta lo establecido en la legislación nacional sobre regulación del comercio electrónico.
7. Cuando las facturas comerciales se presenten en un idioma diferente al español, la Administración Aduanera podrá exigir al importador que adjunte la traducción correspondiente.
8. Las facturas emitidas que registren en su contenido "para efectos aduaneros" o las emitidas para los casos en los cuales no se realiza ninguna compraventa no se tendrán en cuenta para efectos de la determinación del valor en aduana.
9. Cuando la mercancía facturada se describa mediante códigos, el importador debe adjuntar catálogos con el detalle de la descripción de la mercancía correspondiente a cada código, cuando se lo requiera la Administración Aduanera.
10. El cumplimiento de los requisitos señalados en los párrafos anteriores del presente artículo, no limita la facultad de la Administración Aduanera de efectuar los controles aduaneros que correspondan, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 53 de este Reglamento.

Anexo 2 Encuesta

En la presente investigación se presenta los siguientes resultados se realizó la encuesta a las empresas importadoras de derivados del Té de banano en Barcelona – España para conocer la aceptación del producto.

Dirigida a: Francisco Quintana Ylzarbe

1. ¿Con que frecuencia su empresa exporta derivados del té de banano?

- Mensual
- Bimestral
- Trimestral
- Más de tres meses

2. ¿Cuál considera usted que puede ser la mejor presentación del tamaño de porción para la compra de un té a base de fruta?

- 200 ML
- 250 ML
- 300 ML
- 330 ML
- 500 ML

3. ¿Actualmente compra su empresa alguna marca de té de banano?

- SÍ
- NO

4. ¿Usted sabe que el Ecuador tiene la mejor calidad de banano del mundo?

- SÍ
- NO

5. ¿Usted estaría dispuesto en importar desde Ecuador Té de banano?

- SÍ
- No

6. ¿Cómo le gustaría que sea el material el cual será envasado el té de banano?

- BOTELLA PLÁSTICA
- BOLSA PLÁSTICA
- TETRA PACK
- BOTELLA DE VIDRIO
- BOTELLAS DE LATA

7. ¿Cuál de los siguientes aspectos le atrae más de este producto?

- BUENA PRESENCIA
- BAJO COSTO
- CALIDAD

8. ¿A través de que medio prefiere recibir información sobre este producto?

- INTERNET
- TELEVISIÓN
- CATÁLOGO

9. ¿Qué característica para usted es importante en un producto?

- CANTIDAD
- CALIDAD
- PRESENTACIÓN

10. ¿Qué sellos de calidad seleccionaría para la certificación del producto?

- CERTIFICACIÓN VERDE
- CERTIFICADO ORGÁNICO
- CERTIFICADO DE BUENAS PRÁCTICAS AGRICOLAS

Encuesta

En la presente investigación se presenta los siguientes resultados se realizó la encuesta a las empresas importadoras de derivados del Té de banano en Barcelona – España para conocer la aceptación del producto.

Dirigida a: Eckes-Granini

1. ¿Con que frecuencia su empresa exporta derivados del té de banano?

- Mensual
- Bimestral
- Trimestral
- Más de tres meses

2. ¿Considera que la presentación del tamaño de porción para la compra del té de banano en la empresa debe ser?

- 200 ML
- 250 ML
- 300 ML
- 330 ML
- 500 ML

3. ¿Actualmente compra su empresa alguna marca de té de banano?

- SÍ
- NO

4. ¿Usted sabe que el Ecuador tiene la mejor calidad de banano del mundo?

- SÍ
- NO

5. ¿Usted estaría dispuesto en importar desde Ecuador Té de banano?

- SÍ
- No

6. ¿Cómo le gustaría que sea el material el cual será envasado el té de banano?

- BOTELLA PLÁSTICA
- BOLSA PLÁSTICA
- TETRA PACK
- BOTELLA DE VIDRIO
- BOTELLAS DE LATA

7. ¿Cuál de los siguientes aspectos le atrae más de este producto?

- BUENA PRESENCIA
- BAJO COSTO
- CALIDAD

8. ¿A través de que medio prefiere recibir información sobre este producto?

- INTERNET
- TELEVISIÓN
- CATÁLOGO

9. ¿Qué característica para usted es importante en un producto?

- CANTIDAD
- CALIDAD
- PRESENTACIÓN

10. ¿Qué sellos de calidad seleccionaría para la certificación del producto?

- CERTIFICACIÓN VERDE
- CERTIFICADO ORGÁNICO
- CERTIFICADO DE BUENAS PRÁCTICAS AGRICOLAS

Encuesta

En la presente investigación se presenta los siguientes resultados se realizó la encuesta a las empresas importadoras de derivados del Té de banano en Barcelona – España para conocer la aceptación del producto.

Dirigida a: Salud Y Bebidas Sl.

1. ¿Con que frecuencia su empresa exporta derivados del té de banano?

- Mensual
- Bimestral
- Trimestral
- Más de tres meses

2. ¿Considera que la presentación del tamaño de porción para la compra del té de banano en la empresa debe ser?

- 200 ML
- 250 ML
- 300 ML
- 330 ML
- 500 ML

3. ¿Actualmente compra su empresa alguna marca de té de banano?

- SÍ
- NO

4. ¿Usted sabe que el Ecuador tiene la mejor calidad de banano del mundo?

- SÍ
- NO

5. ¿Usted estaría dispuesto en importar desde Ecuador Té de banano?

- SÍ
- No

6. ¿Cómo le gustaría que sea el material el cual será envasado el té de banano?

- BOTELLA PLÁSTICA
- BOLSA PLÁSTICA
- TETRA PACK
- BOTELLA DE VIDRIO
- BOTTELLAS DE LATA
-

7. ¿Cuál de los siguientes aspectos le atrae más de este producto?

- BUENA PRESENCIA
- BAJO COSTO
- CALIDAD

8. ¿A través de que medio prefiere recibir información sobre este producto?

- INTERNET
- TELEVISIÓN
- CATÁLOGO

9. ¿Qué característica para usted es importante en un producto?

- CANTIDAD
- CALIDAD
- PRESENTACIÓN

10. ¿Qué sellos de calidad seleccionaría para la certificación del producto?

- CERTIFICACIÓN VERDE
- CERTIFICADO ORGÁNICO
- CERTIFICADO DE BUENAS PRÁCTICAS AGRICOLAS

Encuesta

En la presente investigación se presenta los siguientes resultados se realizó la encuesta a las empresas importadoras de derivados del Té de banano en Barcelona – España para conocer la aceptación del producto.

Dirigida a: Bebidas Sucrebol S.I.

1. ¿Con que frecuencia su empresa exporta derivados del té de banano?

- Mensual
- Bimestral
- Trimestral
- Más de tres meses

2. ¿Considera que la presentación del tamaño de porción para la compra del té de banano en la empresa debe ser?

- 200 ML
- 250 ML
- 300 ML
- 330 ML
- 500 ML

3. ¿Actualmente compra su empresa alguna marca de té de banano?

- SÍ
- NO

4. ¿Usted sabe que el Ecuador tiene la mejor calidad de banano del mundo?

- SÍ
- NO

5. ¿Usted estaría dispuesto en importar desde Ecuador Té de banano?

- SÍ
- No

6. ¿Cómo le gustaría que sea el material el cual será envasado el té de banano?

- BOTELLA PLÁSTICA
- BOLSA PLÁSTICA
- TETRA PACK
- BOTELLA DE VIDRIO
- BOTELLAS DE LATA

7. ¿Cuál de los siguientes aspectos le atrae más de este producto?

- BUENA PRESENCIA
- BAJO COSTO
- CALIDAD

8. ¿A través de que medio prefiere recibir información sobre este producto?

- INTERNET
- TELEVISIÓN
- CATÁLOGO

9. ¿Qué característica para usted es importante en un producto?

- CANTIDAD
- CALIDAD
- PRESENTACIÓN

10. ¿Qué sellos de calidad seleccionaría para la certificación del producto?

- CERTIFICACIÓN VERDE
- CERTIFICADO ORGÁNICO
- CERTIFICADO DE BUENAS PRÁCTICAS AGRICOLAS

Encuesta

En la presente investigación se presenta los siguientes resultados se realizó la encuesta a las empresas importadoras de derivados del Té de banano en Barcelona – España para conocer la aceptación del producto.

Dirigida a: Intercomercial De Bebidas S.C.P.

- 1. ¿Con que frecuencia su empresa exporta derivados del té de banano?**
 - Mensual
 - Bimestral
 - Trimestral
 - Más de tres meses

- 2. ¿Considera que la presentación del tamaño de porción para la compra del té de banano en la empresa debe ser?**
 - 200 ML
 - 250 ML
 - 300 ML
 - 330 ML
 - 500 ML

- 3. ¿Actualmente compra su empresa alguna marca de té de banano?**
 - SÍ
 - NO

- 4. ¿Usted sabe que el Ecuador tiene la mejor calidad de banano del mundo?**
 - SÍ
 - NO

- 5. ¿Usted estaría dispuesto en importar desde Ecuador Té de banano?**
 - SÍ
 - No

6. ¿Cómo le gustaría que sea el material el cual será envasado el té de banano?

- BOTELLA PLÁSTICA
- BOLSA PLÁSTICA
- TETRA PACK
- BOTELLA DE VIDRIO
- BOTELLAS DE LATA

7. ¿Cuál de los siguientes aspectos le atrae más de este producto?

- BUENA PRESENCIA
- BAJO COSTO
- CALIDAD

8. ¿A través de que medio prefiere recibir información sobre este producto?

- INTERNET
- TELEVISIÓN
- CATÁLOGO

9. ¿Qué característica para usted es importante en un producto?

- CANTIDAD
- CALIDAD
- PRESENTACIÓN

10. ¿Qué sellos de calidad seleccionaría para la certificación del producto?

- CERTIFICACIÓN VERDE
- CERTIFICADO ORGÁNICO
- CERTIFICADO DE BUENAS PRÁCTICAS AGRICOLAS

Encuesta

En la presente investigación se presenta los siguientes resultados se realizó la encuesta a las empresas importadoras de derivados del Té de banano en Barcelona – España para conocer la aceptación del producto.

Dirigida a: Agua Refrescos Cafe Vending S.L.

1. ¿Con que frecuencia su empresa exporta derivados del té de banano?

- Mensual
- Bimestral
- Trimestral
- Más de tres meses

2. ¿Considera que la presentación del tamaño de porción para la compra del té de banano en la empresa debe ser?

- 200 ML
- 250 ML
- 300 ML
- 330 ML
- 500 ML

3. ¿Actualmente compra su empresa alguna marca de té de banano?

- SÍ
- NO

4. ¿Usted sabe que el Ecuador tiene la mejor calidad de banano del mundo?

- SÍ
- NO

5. ¿Usted estaría dispuesto en importar desde Ecuador Té de banano?

- SÍ
- No

6. ¿Cómo le gustaría que sea el material el cual será envasado el té de banano?

- BOTELLA PLÁSTICA
- BOLSA PLÁSTICA
- TETRA PACK
- BOTELLA DE VIDRIO
- BOTELLAS DE LATA

7. ¿Cuál de los siguientes aspectos le atrae más de este producto?

- BUENA PRESENCIA
- BAJO COSTO
- CALIDAD

8. ¿A través de que medio prefiere recibir información sobre este producto?

- INTERNET
- TELEVISIÓN
- CATÁLOGO

9. ¿Qué característica para usted es importante en un producto?

- CANTIDAD
- CALIDAD
- PRESENTACIÓN

10. ¿Qué sellos de calidad seleccionaría para la certificación del producto?

- CERTIFICACIÓN VERDE
- CERTIFICADO ORGÁNICO
- CERTIFICADO DE BUENAS PRÁCTICAS AGRICOLAS

Encuesta

En la presente investigación se presenta los siguientes resultados se realizó la encuesta a las empresas importadoras de derivados del Té de banano en Barcelona – España para conocer la aceptación del producto.

Dirigida a: Ferrera Muñoz & Jarrampla Distribuidores Sl.

1. ¿Con que frecuencia su empresa exporta derivados del té de banano?

- Mensual
- Bimestral
- Trimestral
- Más de tres meses

2. ¿Considera que la presentación del tamaño de porción para la compra del té de banano en la empresa debe ser?

- 200 ML
- 250 ML
- 300 ML
- 330 ML
- 500 ML

3. ¿Actualmente compra su empresa alguna marca de té de banano?

- SÍ
- NO

4. ¿Usted sabe que el Ecuador tiene la mejor calidad de banano del mundo?

- SÍ
- NO

5. ¿Usted estaría dispuesto en importar desde Ecuador Té de banano?

- SÍ
- No

6. ¿Cómo le gustaría que sea el material el cual será envasado el té de banano?

- BOTELLA PLÁSTICA
- BOLSA PLÁSTICA
- TETRA PACK
- BOTELLA DE VIDRIO
- BOTELLAS DE LATA

7. ¿Cuál de los siguientes aspectos le atrae más de este producto?

- BUENA PRESENCIA
- BAJO COSTO
- CALIDAD

8. ¿A través de que medio prefiere recibir información sobre este producto?

- INTERNET
- TELEVISIÓN
- CATÁLOGO

9. ¿Qué característica para usted es importante en un producto?

- CANTIDAD
- CALIDAD
- PRESENTACIÓN

10. ¿Qué sellos de calidad seleccionaría para la certificación del producto?

- CERTIFICACIÓN VERDE
- CERTIFICADO ORGÁNICO
- CERTIFICADO DE BUENAS PRÁCTICAS AGRICOLAS

Encuesta

En la presente investigación se presenta los siguientes resultados se realizó la encuesta a las empresas importadoras de derivados del Té de banano en Barcelona – España para conocer la aceptación del producto.

Dirigida a: La Colomense Serveis Generals S.A

1. ¿Con que frecuencia su empresa exporta derivados del té de banano?

- Mensual
- Bimestral
- Trimestral
- Más de tres meses

2. ¿Considera que la presentación del tamaño de porción para la compra del té de banano en la empresa debe ser?

- 200 ML
- 250 ML
- 300 ML
- 330 ML
- 500 ML

3. ¿Actualmente compra su empresa alguna marca de té de banano?

- SÍ
- NO

4. ¿Usted sabe que el Ecuador tiene la mejor calidad de banano del mundo?

- SÍ
- NO

5. ¿Usted estaría dispuesto en importar desde Ecuador Té de banano?

- SÍ
- No

6. ¿Cómo le gustaría que sea el material el cual será envasado el té de banano?

- BOTELLA PLÁSTICA
- BOLSA PLÁSTICA
- TETRA PACK
- BOTELLA DE VIDRIO
- BOTELLAS DE LATA

7. ¿Cuál de los siguientes aspectos le atrae más de este producto?

- BUENA PRESENCIA
- BAJO COSTO
- CALIDAD

8. ¿A través de que medio prefiere recibir información sobre este producto?

- INTERNET
- TELEVISIÓN
- CATÁLOGO

9. ¿Qué característica para usted es importante en un producto?

- CANTIDAD
- CALIDAD
- PRESENTACIÓN

10. ¿Qué sellos de calidad seleccionaría para la certificación del producto?

- CERTIFICACIÓN VERDE
- CERTIFICADO ORGÁNICO
- CERTIFICADO DE BUENAS PRÁCTICAS AGRICOLAS

Anexo 3 Entrevista

Entrevista

Esta entrevista se la realizó al señor ingeniero Donald Vallejo, gerente general de la empresa purificadora de agua Brisas del Cristal, se la realizó en el mes de febrero, en las instalaciones de la empresa, ubicadas en Montalvo, cantón de la provincia de Los Ríos, aproximadamente a unas 3 horas de la ciudad de Guayaquil. Esta entrevista, se la hizo con la finalidad de conocer un poco más acerca de la empresa, su manejo y sobre todo para tener información que pueda servir para la toma de decisiones, relacionadas con la creación del plan de exportación del Té de banano, a Barcelona, España.

¿Cuáles son las propiedades y beneficios del té de banano?

Las propiedades del producto se pueden visualizar en su etiquetado donde puede ver sus ingredientes, su contenido, el nivel nutricional, fecha de elaboración y de caducidad. Los beneficios son los siguientes: funciona como un tranquilizante y relajante, el cual también actúa como un sedante y te permite dormir con mucha facilidad y sin ningún efecto secundario para su salud. Totalmente natural, sin generar dependencias como otras sustancias y/o productos que tienen el mismo efecto en la persona.

¿Cómo es el empaquetado, embalaje y acondicionamiento del producto?

Este proceso comienza adjuntando las botellas para formar pacas de veinte y cuatro unidades, después empieza a paletizar y por cada nivel para mayor seguridad se pone una plancha de caño como soporte, al final se rodea con films del pallet de esta manera termina la parte del embalaje, y para su acondicionamiento se las almacena en las bodegas destinada para el efecto, el cual también entra en la zona del inventario de producto terminado.

Alberto Donald Vallejo desea que este nuevo producto Té de banano quisiera ponerlo en el mercado exterior según la propuesta planteada en Barcelona – España.

Este plan de exportación sea una guía que permita a la empresa purificadora de agua Brisas del Cristal poder llevar su producto al Mercado de Barcelona – España el cual cuenta con un estudio estrictamente relacionado con el comercio exterior, se enfoca en el proceso de exportación, logística, aranceles, estudio del mercado y sobre...

Entrevista

todo entregando un trabajo final que sea rentable, viable y sostenible para la empresa.

¿Etiquetado según las necesidades del mercado las necesidades del mercado europeo?

La empresa purificadora Bivas del Prístal en su primera experiencia en el comercio internacional busca de una forma rápida adaptarse a la legislación Europea para poder cumplir con los requisitos que el producto necesita y no tener ningún inconveniente por ejemplo en lo que es el valor nutricional es obligatorio especificar en su etiquetado: valor energético, las grasas, los azúcares, las proteínas y sal; También se busca que la etiqueta sea más legible, un tamaño mínimo de fuente 1-2mm esto también depende de la superficie del envase. País de origen también es obligatorio, también la lengua oficial en este caso el Español.

Por último, saber si se cumple o no con la demanda producto requerida en el exterior.

Si se cumpliera la empresa con la demanda exportable, se produce alrededor de 400 pacas al día, dando un resultado anual de 96,000 pacas anuales, se cuenta con la infraestructura y la maquinaria necesaria para cumplir con este nivel de producción, y por lo menos en cuestión de un año poder duplicar esta cantidad.

Fecha: 29-02-2020

Lugar: Provincia de los Ríos - Montalvo

Anexo 4 Modelo del Certificado Sanitario de Exportación



ANEXO 4
Formato de del Certificado Sanitario de Exportación
para Medicamentos en General.



CERTIFICADO SANITARIO DE EXPORTACIÓN

CERTIFICADO N°:
FECHA DE EMISIÓN:

1. INFORMACIÓN GENERAL

Factura N°:
Puerto de Salida:
Fabricante:
Dirección del Laboratorio Farmacéutico Fabricante:
Exportador:
Dirección del Exportador:
País de Destino:
Destinatario:
Dirección del destinatario:

2. IDENTIFICACIÓN DE LOS MEDICAMENTOS A EXPORTAR

Nombre del genérico o DCI del Medicamento	Cantidad a Exportar	Lote	Presentación comercial	Fecha de Caducidad

LA VALIDEZ DEL CERTIFICADO SANITARIO DE EXPORTACIÓN ES EXCLUSIVAMENTE PARA EL PRODUCTO Y LOTE(S) SOLICITADO(S)

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA, certifica que los productos antes detallados han sido elaborados bajo procesos de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y cumplen con los requisitos técnicos. Son fabricados por una empresa legalmente constituida en el país, la cual está sujeta a supervisiones periódicas por parte de la Autoridad Sanitaria competente.

Dr.
COORDINADOR GENERAL TÉCNICO DE CERTIFICACIONES
AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA.

PRODUCTO EXCLUSIVO PARA EXPORTACIÓN

Arcsa, para que tú estés bien, hacemos las cosas bien

Ccta. Sarmanes, Av. Francisco de Orellana y Av. Paseo del Parque
Bloque 5, Guayaquil - Ecuador
Código Postal: 090703
Tel.: (593-4) 3727440
www.arcsa.gub.ec