



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE

DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA

EXPORTACIÓN DE ESENCIA DE VAINILLA AL MERCADO DE ESPAÑA

TUTOR

MGS. CLEOTILDE QUINAPALLO GARCÍA

AUTORES

AMARILIS YOMIRA GANCHOZO ALVARADO

GABRIELA JACQUELINE ORELLANA LEÓN

GUAYAQUIL 2020

| REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA | |
|--|---|
| FICHA DE REGISTRO DE TESIS | |
| TÍTULO Y SUBTÍTULO: Exportación de esencia de vainilla al mercado de España | |
| AUTOR/ES: Amarilis Yomira Ganchozo Alvarado Gabriela Jacqueline Orellana León | REVISORES O TUTORES: MGS. Cleotilde Quinapallo García |
| INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil | Grado obtenido: Ingeniería en comercio exterior |
| FACULTAD: ADMINISTRACIÓN | CARRERA: INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR |
| FECHA DE PUBLICACIÓN: 2020 | N. DE PAGS: 148 |
| ÁREAS TEMÁTICAS: Educación Comercial y Administración | |
| PALABRAS CLAVE: Exportación, Importación, Empresa, Mercado, Oferta y Demanda. | |
| RESUMEN: La presente investigación, Plan de exportación de esencia de vainilla al mercado de España, va dirigido a la empresa Dipormeza S.A con el fin de ser guía para la comercialización del producto, teniendo en cuenta los parámetros necesarios para el ingreso de la esencia de vainilla al mercado de España. El objetivo principal de la investigación es desarrollar el plan de exportación de esencia de vainilla que fomente la comercialización del producto de la empresa hacia el mercado de Barcelona – España, mediante el uso del tipo de investigación descriptivo - exploratorio y enfoque mixto, complementándolo con técnicas e instrumentos como la observación a la empresa y a los | |

importadores, entrevista al gerente de la empresa, encuesta a los importadores y al área personal de la empresa. Con la finalidad de proporcionar información útil y veraz para el comerciante de esencia de vainilla.

| | |
|---|-----------------------------|
| N. DE REGISTRO (en base de datos): | N. DE CLASIFICACIÓN: |
|---|-----------------------------|

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):

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

| | | |
|-----------------------------------|------------------|------------------------|
| CONTACTO CON AUTOR/ES: | Teléfono: | E-mail: |
| Ganchozo Alvarado Amarilis Yomira | 0981700643 | aganchozoa@ulvr.edu.ec |
| Orellana León Gabriela Jacqueline | 0988469985 | gorellanal@ulvr.edu.ec |

| | |
|------------------------------------|---|
| CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN: | <p>PHD. Ing. Com. Rafael Iturralde Solórzano</p> <p>Teléfono: 042596500 Ext. 205</p> <p>E-mail: riturraldes@ulvr.edu.ec</p> <p>MGS. Lcda. Betty Aguilar Echeverría</p> <p>Teléfono: 042596500 Ext. 264</p> <p>E-mail: baguilare@ulvr.edu.ec</p> |
|------------------------------------|---|

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

Tesis Final

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 5%

Excluir bibliografía

Activo



MGS. CLEOTILDE QUINAPALLO GARCÍA

C.I. 0914395850

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los estudiantes egresados AMARILIS YOMIRA GANCHOZO ALVARADO y GABRIELA JACQUELINE ORELLANA LEÓN, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, Exportación de esencia de vainilla al mercado de España, corresponde totalmente a las suscritas y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

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

Autoras



AMARILIS YOMIRA GANCHOZO ALVARADO

C.I. 0926261405



GABRIELA JACQUELINE ORELLANA LEÓN

C.I. 0930176417

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación Exportación de esencia de vainilla al mercado de España, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: Exportación de esencia de vainilla al mercado de España, presentado por los estudiantes AMARILIS YOMIRA GANCHOZO ALVARADO y GABRIELA JACQUELINE ORELLANA LEÓN como requisito previo, para optar al Título de INGENIERAS EN COMERCIO EXTERIOR, encontrándose apto para su sustentación.



MGS. CLEOTILDE QUINAPALLO GARCÍA

C.I. 0914395850

AGRADECIMIENTO

Gracias Dios por tu infinito amor brindado todos mis logros son gracias a ti, este fructuoso trabajo de tesis ha sido una grandiosa bendición en todo sentido.

Agradezco a mis padres Amarilis, Aura y Ángel su amor es simplemente único e incomparable, siempre han querido lo mejor para mi vida.

A mi amiga Ing. Gabriela por haber realizado en conjunto este proyecto de titulación, por su dedicación y empeño brindado en todo este proceso, ahora puedo decir “Lo Logramos”.

A mi tutora de tesis MGS. Cleotilde Quinapallo por habernos guiado en este proyecto de titulación compartiendo todas sus experiencias y conocimientos en el ámbito profesional.

De igual manera al Sr. Julio Torbay Gerente General de Dipormeza S.A. y a su esposa Cecilia Martillo, por habernos abierto las puertas de su empresa para realizar el proyecto de titulación.

A la Sra. Ritzy Guerrero por toda su ayuda brindada en este proyecto de titulación.

A mi querida amiga Andrea Cueva futura Ing. por acompañarme en todo este ciclo Universitario.

A mis demás familiares y amigos por haber puesto un granito de arena en todo este proceso, gracias Dios por haberme permitido conocer a cada uno de ellos han sido y serán personas grandiosas para mí.

Amarilis Yomira Ganchozo Alvarado

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de titulación a Dios ya que sin la disposición de él no hubiese sido posible culminar esta fase.

Y de manera especial a mi adorada hermana Gloria Ganchozo quien ha sido de gran aporte en todo mi proceso académico, por medio de ella pude contactar a la empresa Dipormeza S.A y así desarrollar este fructuoso proyecto de investigación.

Me siento orgullosa de poder compartir este logro con toda mi familia, con el amor de ustedes puedo lograr ser una gran hija, hermana, tía, prima, sobrina, nieta y amiga.

Amarilis Yomira Ganchozo Alvarado

AGRADECIMIENTO

Agradezco siempre a Dios por la vida, la salud y la oportunidad de cumplir este sueño.

Agradezco a mi madre María Elena León Sancan y mi padre Norman Roberto Orellana Jaramillo, pilares fundamentales de este logro.

A mi querida colega y amiga Yomira Amarilis Ganchozo Alvarado por ser apoyo importante para la creación de este proyecto investigativo, sin su ayuda y compromiso no hubiera sido posible la satisfacción de este resultado.

De igual manera, agradezco a mi querida Tutora MGS. Cleotilde Quinapallo por habernos enseñado con sus mejores métodos las herramientas que fueron necesarias para crear este proyecto.

Finalmente, me faltarían páginas para expresar el inmenso agradecimiento que siento por todas las personas que fueron parte de mi preparación académica, aunque no todos estén en mi alrededor, siempre tienen un lugar en mi corazón, mil veces gracias y Dios los bendiga a cada uno de ustedes.

Gabriela Jacqueline Orellana León

DEDICATORIA

El presente proyecto de investigación es dedicado principalmente a Dios todopoderoso y a mi familia, fuente de inspiración y motivación para llegar a cumplir esta meta.

A la familia Dipormeza S.A por siempre ser amigables y colaboradores, brindando información relevante y necesaria para la elaboración de este proyecto.

Y finalmente, dedico este trabajo investigativo a todos los futuros colegas y emprendedores, para que usen esta herramienta como valiosa fuente de información.

Gabriela Jacqueline Orellana León

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|-------|
| PORTADA | I |
| FICHA DE REGISTRO DE TESIS..... | ii |
| CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO..... | iv |
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES | v |
| CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR..... | vi |
| ÍNDICE GENERAL..... | xi |
| ÍNDICE DE TABLAS | xvi |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS | xvii |
| ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN..... | xviii |
| ÍNDICE DE ANEXOS | xix |
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPÍTULO I | 2 |
| DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN | 2 |
| 1.1 Tema..... | 2 |
| 1.2 Planteamiento del Problema | 2 |
| 1.3 Formulación del Problema | 3 |
| 1.4 Sistematización del Problema | 3 |
| 1.5 Objetivo General | 3 |
| 1.6 Objetivos Específico | 3 |
| 1.7 Justificación | 4 |
| 1.8 Delimitación del Problema..... | 5 |
| 1.9 Idea a Defender..... | 6 |
| 1.10 Línea de Investigación Institucional/Facultad..... | 6 |
| CAPÍTULO II | 7 |
| MARCO TEÓRICO..... | 7 |
| 2.1 Antecedentes | 7 |
| 2.2 Mercado Ecuatoriano..... | 7 |
| 2.2.1 Generalidades de Ecuador | 8 |
| 2.2.2 Empresa DIPORMEZA S.A..... | 9 |
| 2.2.3 Vainilla | 9 |
| 2.3 Mercado Meta..... | 10 |
| 2.3.1 Generalidades de España | 11 |
| 2.4 Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador – Unión Europea | 12 |

| | |
|--|----|
| 2.4.1 Relación Bilateral Ecuador – España | 12 |
| 2.5 Balanza comercial de Ecuador con España | 13 |
| 2.5.1 Exportaciones no petroleras de Ecuador a la Unión Europea..... | 13 |
| 2.5.2 Productos no petroleros y no tradicionales de Ecuador | 14 |
| 2.6 Principales exportadores de vainilla y sus derivados a nivel mundial | 14 |
| 2.7 Principales importadores de vainilla y sus derivados a nivel mundial | 15 |
| 2.8 Principales exportaciones de vainilla y sus derivados desde Ecuador | 15 |
| 2.9 Teoría de comercio internacional | 16 |
| 2.10 Teoría de Cadena de suministro | 16 |
| 2.11 Principales empresas competidoras en Barcelona | 16 |
| 2.12 Principales competidores locales | 18 |
| 2.13 Cultura de negocios España | 18 |
| 2.14 Partida del producto | 19 |
| 2.14.1 Tratamiento arancelario de importaciones a Ecuador | 20 |
| 2.14.2 Tratamiento Arancelario de la Unión Europea | 21 |
| 2.15 Documentos necesarios para comercializar a España | 21 |
| 2.16 Normativa de la Organización Internacional de Normalización (ISO)..... | 22 |
| 2.16.1 Empaque y embalaje requeridos por la Unión Europea | 23 |
| 2.17 Modo de transporte físico de Ecuador a España | 24 |
| 2.17.1 Tiempos de tránsito vía marítima a España | 26 |
| 2.17.2 Términos de negociación | 26 |
| 2.18 Modelo del diseño del Plan de Exportación..... | 27 |
| 2.19 Marco Conceptual | 32 |
| 2.20 Marco Legal | 33 |
| CAPÍTULO III | 36 |
| METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN..... | 36 |
| 3.1 Metodología de la investigación | 36 |
| 3.2 Tipo de investigación..... | 36 |
| 3.3 Enfoque | 37 |
| 3.4 Técnica e instrumentos | 38 |
| Observación..... | 38 |
| Entrevista | 38 |
| Encuesta | 39 |
| 3.5 Población..... | 39 |

| | |
|---|----|
| 3.6 Muestra | 40 |
| 3.7 Análisis de los resultados | 40 |
| 3.7.1 Análisis de observación aplicada a la empresa Dipormeza S.A..... | 40 |
| 3.7.2 Entrevista no estructura Dirigida al Gerente General de la empresa Dipormeza S.A. | 41 |
| 3.7.3 Análisis de los resultados de la entrevista no estructura al gerente general de la empresa Dipormeza S.A. | 42 |
| 3.7.4 Encuestas a Importadores..... | 42 |
| 3.7.5 Análisis de los resultados de la encuesta a los importadores..... | 48 |
| 3.7.6 Encuesta a Reposterías | 48 |
| 3.7.7 Análisis de los resultados de la encuesta a las reposterías..... | 52 |
| 3.7.8 Encuesta al personal del área operativa | 52 |
| 3.7.9 Análisis de los resultados de la encuesta al personal del área operativa de la empresa Dipormeza S.A | 56 |
| CAPÍTULO IV | 57 |
| 4.1 LA EMPRESA | 57 |
| 4.1.1 Misión..... | 57 |
| 4.1.2 Visión..... | 57 |
| 4.1.3 Estructura Organizacional | 57 |
| 4.1.4 Análisis FODA de la empresa Dipormeza S.A | 58 |
| 4.2 EL PRODUCTO..... | 58 |
| 4.2.1 Generalidades del producto a exportar | 58 |
| 4.2.2 Ingredientes del producto..... | 59 |
| 4.2.3 Ventajas del producto | 59 |
| 4.2.4 Proceso para la elaboración del producto | 60 |
| 4.2.5 Análisis FODA del producto esencia de vainilla | 61 |
| 4.3 CLASIFICACIÓN ARANCELARIA DEL PRODUCTO | 62 |
| 4.3.1 Clasificación Arancelaria Ecuador | 62 |
| 4.3.2 Clasificación Arancelaria de la Unión Europea..... | 63 |
| 4.4 PROCESO DE EXPORTACIÓN ENVASE, EMPAQUE Y EMBALAJE DEL PRODUCTO | 64 |
| 4.4.1 Envase del producto..... | 65 |
| 4.4.1.1 Etiqueta del envase de esencia de vainilla..... | 66 |
| 4.4.2 Empaque del producto..... | 67 |
| 4.4.3 Embalaje del producto | 68 |
| 4.5 CANTIDAD A EXPORTAR | 69 |

| | |
|---|----|
| 4.6 INVESTIGACIÓN DE MERCADO..... | 69 |
| 4.6.1 Mercado Local | 69 |
| 4.6.2 Mercado Internacional..... | 70 |
| 4.6.3 Análisis de Precio de la competencia del mercado internacional..... | 72 |
| 4.7 CANAL DE DISTRIBUCIÓN | 73 |
| 4.8 REQUISITOS EXIGIDOS EN ORIGEN Y DESTINO | 73 |
| 4.8.1 Documentos generales para exportar desde Ecuador | 73 |
| 4.8.2 Requisitos específicos para exportar | 73 |
| 4.8.3 Documentos generales para importar a España | 73 |
| 4.8.4 Requisitos específicos para ingresar el producto..... | 74 |
| 4.9 INCOTERMS A NEGOCIAR..... | 74 |
| 4.9.1 Obligaciones para el exportador | 74 |
| 4.9.2 Obligaciones para el importador..... | 75 |
| 4.10 LOGÍSTICA INTERNA | 75 |
| 4.11 REQUISITOS PARA SER EXPORTADOR | 75 |
| 4.11.1 Quién puede exportar | 75 |
| 4.11.2 Registro para exportar | 75 |
| 4.12 ETAPA PRE-EMBARQUE..... | 77 |
| 4.12.1 Trámites que se realizan al exportar..... | 77 |
| 4.12.2 Apertura de la exportación | 77 |
| 4.12.3 Aceptación de la DAE | 77 |
| 4.13 ETAPA POST EMBARQUE..... | 78 |
| 4.14 TRANSPORTE INTERNACIONAL DE MERCADERÍA | 79 |
| 4.14.1 Transporte marítimo | 79 |
| 4.14.2 Líneas navieras | 80 |
| 4.14.3 Puerto de Barcelona..... | 80 |
| 4.14.4 Trayecto de puerto de salida hasta destino | 80 |
| 4.15 PLAN FINANCIERO | 81 |
| 4.15.1 Inversión Inicial | 82 |
| 4.15.2 Costos Variables | 83 |
| 4.15.3 Costo Fijos | 84 |
| 4.15.4 Presupuesto de costo trimestral | 85 |
| 4.15.5 Presupuesto de costo totales anuales | 85 |
| 4.15.6 Detalle de Costo de Exportación trimestral | 86 |

| | |
|--|----|
| 4.15.7 Financiamiento del proyecto..... | 87 |
| 4.15.8 Ventas anuales | 88 |
| 4.15.9 Gasto de Ventas | 88 |
| 4.15.10 Flujo de efectivo | 89 |
| 4.15.11 Valor Actual Neto y Tasa interna de Retorno..... | 90 |
| CONCLUSIONES | 91 |
| RECOMENDACIONES | 92 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 93 |
| ANEXOS | 97 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| <i>Tabla 1 Datos demográficos de Ecuador</i> | 8 |
| <i>Tabla 2 Datos económicos de Ecuador</i> | 9 |
| <i>Tabla 3 Datos demográficos de España</i> | 11 |
| <i>Tabla 4 Datos económicos de España</i> | 11 |
| <i>Tabla 5 Productos no petroleros y no tradicionales de Ecuador</i> | 14 |
| <i>Tabla 6 Principales exportadores de vainilla y sus derivados a nivel mundial</i> | 14 |
| <i>Tabla 7 Partida Arancelaria</i> | 19 |
| <i>Tabla 8 Normas de embalaje y etiquetado</i> | 23 |
| <i>Tabla 9 Importadores de esencia de vainilla</i> | 40 |
| <i>Tabla 10 Detalla de la exportación de esencia de vainilla</i> | 69 |
| <i>Tabla 11 Principales proveedores de esencia de la vainilla y sus derivados en Ecuador</i> | 69 |
| <i>Tabla 12 Principales proveedores de esencia de vainilla y sus derivados en España.</i> | 71 |
| <i>Tabla 13 Principales proveedores de esencia de vainilla y sus respectivos precios</i> | 72 |
| <i>Tabla 14 Costos de servicios</i> | 80 |
| <i>Tabla 15 Costo FOB</i> | 82 |
| <i>Tabla 16 Costo materia prima por botella</i> | 83 |
| <i>Tabla 17 Costo materia prima</i> | 83 |
| <i>Tabla 18 Presupuesto de costos indirectos de fabricación</i> | 83 |
| <i>Tabla 19 Presupuesto costo variable</i> | 84 |
| <i>Tabla 20 Gastos administrativos</i> | 85 |
| <i>Tabla 21 Presupuesto de costo</i> | 85 |
| <i>Tabla 22 Presupuesto de costo totales anuales</i> | 86 |
| <i>Tabla 23 Costo de exportación</i> | 86 |
| <i>Tabla 24 Costo anual de exportación</i> | 87 |
| <i>Tabla 25 Proyección de ventas anuales</i> | 88 |
| <i>Tabla 26 Proyección de gasto de ventas</i> | 89 |
| <i>Tabla 27 Flujo de caja</i> | 89 |
| <i>Tabla 28 VPN y TIR</i> | 90 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico 1 Balanza comercial de Ecuador con España..... | 13 |
| Gráfico 2 Exportaciones no petroleras a Unión Europea..... | 13 |
| Gráfico 3 Principales Importadores de vainilla y sus derivados | 15 |
| Gráfico 4 Principales exportaciones de vainilla y sus derivados desde Ecuador..... | 15 |
| Gráfico 5 Partida Arancelaria | 20 |
| Gráfico 6 Categoría de desgravación | 20 |
| Gráfico 7 Clasificación Arancelaria de la Unión Europea..... | 21 |
| Gráfico 8 Tiempos de tránsito vía marítima, de Ecuador a España | 26 |
| Gráfico 9 INCOTERMS 2020..... | 27 |
| Gráfico 10 Estructura del Plan de Exportación..... | 29 |
| Gráfico 11 Productos importados de origen alimenticio | 43 |
| Gráfico 12 Comercialización de esencia de vainilla..... | 43 |
| Gráfico 13 Nivel de demanda de esencia de vainilla | 44 |
| Gráfico 14 Producto truquito de la abuela | 44 |
| Gráfico 15 Desea conocer la esencia de vainilla | 45 |
| Gráfico 16 Presentación del producto | 45 |
| Gráfico 17 Importar esencia de vainilla desde Ecuador..... | 46 |
| Gráfico 18 Precio accesible | 46 |
| Gráfico 19 Término de negociación | 47 |
| Gráfico 20 Medios de comunicación..... | 48 |
| Gráfico 21 Uso de esencia de vainilla en sus postres | 49 |
| Gráfico 22 Frecuencia que utiliza esencia de vainilla | 49 |
| Gráfico 23 Adquirir esencia de vainilla | 50 |
| Gráfico 24 Productos latinoamericanos | 50 |
| Gráfico 25 Esencia de vainilla de origen ecuatoriana..... | 51 |
| Gráfico 26 Adquirir esencia de vainilla..... | 51 |
| Gráfico 27 Producto esencia de vainilla..... | 52 |
| Gráfico 28 Conocimientos de procesos de exportación | 53 |
| Gráfico 29 Conocimiento de la documentación para exportar | 53 |
| Gráfico 30 Conocimiento del embalaje..... | 54 |
| Gráfico 31 Inventario de producto terminado..... | 54 |
| Gráfico 32 Fabricación de esencia de vainilla | 55 |
| Gráfico 33 Transporte interno | 55 |
| Gráfico 34 Aumento de demanda internacional..... | 56 |
| Gráfico 35 Estructura Organizacional..... | 57 |
| Gráfico 36 Elaboración de la esencia de vainilla | 60 |
| Gráfico 37 Clasificación Arancelaria del producto | 62 |
| Gráfico 38 Clasificación Arancelaria Ecuador | 62 |
| Gráfico 39 Observaciones Unión Europea | 64 |
| Gráfico 40 Requisitos específicos del producto para el acceso al mercado | 64 |
| Gráfico 41 Etiqueta del producto local..... | 66 |
| Gráfico 42 Etiqueta para el proceso de exportación | 67 |
| Gráfico 43 Presentación de la caja..... | 67 |
| Gráfico 44 Paletización de la carga..... | 68 |
| Gráfico 45 Termino de negociación Fob..... | 74 |
| Gráfico 46 Pasos para obtener el token..... | 76 |
| Gráfico 47 Proceso de exportación..... | 78 |
| Gráfico 48 Trayectoria del puerto de Guayaquil a Barcelona..... | 81 |

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

| | |
|--|----|
| <i>Ilustración 1 Entrevista con los administradores de Dipormeza S.A</i> | 41 |
| <i>Ilustración 2 Producto esencia de vainilla</i> | 59 |
| <i>Ilustración 3 Clasificación Arancelaria de la Unión Europea</i> | 63 |
| <i>Ilustración 4 Reglamento No. D2369/16</i> | 63 |
| <i>Ilustración 5 Envase de la esencia de vainilla</i> | 65 |

ÍNDICE DE ANEXOS

| | |
|---|-----|
| <i>Anexo 1 Ficha de observación a la empresa</i> | 97 |
| <i>Anexo 2 Modelo de encuesta a los importadores</i> | 98 |
| <i>Anexo 3 Modelo de encuesta a reposterías</i> | 101 |
| <i>Anexo 4 Modelo de encuesta para personal de área operativa</i> | 103 |
| <i>Anexo 5 Fotografías de la ficha de observación de la empresa Dipormeza S.A</i> | 105 |
| <i>Anexo 6 Tarjeta de embarque de viaje que se realizó a Barcelona</i> | 107 |
| <i>Anexo 7 Fotografías de los importadores de hipermarkets de España</i> | 108 |
| <i>Anexo 8 Fotografías de las reposterías encuestadas</i> | 112 |
| <i>Anexo 9 Certificación Sanitaria</i> | 113 |
| <i>Anexo 10 Descripción general de la botella</i> | 114 |
| <i>Anexo 11 Ficha técnica de resina</i> | 115 |
| <i>Anexo 12 Descripción general de la tapa</i> | 116 |
| <i>Anexo 13 Ficha técnica de resina</i> | 117 |
| <i>Anexo 14 Carta de la empresa</i> | 119 |
| <i>Anexo 15 Encuesta a los importadores</i> | 120 |
| <i>Anexo 16 Encuesta a las reposterías</i> | 125 |
| <i>Anexo 17 Encuesta al personal del área operativa</i> | 128 |

INTRODUCCIÓN

Gracias a las maravillas naturales que cuenta Ecuador en cuanto a flora y fauna, Ecuador se puede sustentar económicamente sea con el comercio internacional o con el turismo, la calidad de sus productos ofertados son resultado de la especial ubicación geográfica que goza este país.

El presente proyecto investigativo propone el comercio internacional de la esencia de vainilla, misma que se consume a nivel nacional e internacional y sirve como ingrediente para la preparación de muchos alimentos sea solidos o líquidos.

A su vez, se establece herramientas y métodos con el fin de demostrar que existen posibles nichos necesitados de este producto, en base al estudio del mercado de destino, con la finalidad de conocer el nivel de demanda de la esencia de vainilla, y también mostrar el correcto proceso para realizar una venta internacional, desde documentación, cadena logística y análisis financiero.

Es importante tener en cuenta que gracias al acuerdo comercial entre Ecuador y la Unión Europea es conveniente conocer el incentivo comercial que existe gracias al acuerdo, convirtiéndolo así un mercado atractivo para los empresarios ecuatorianos.

El presente proyecto de investigación consta de cuatro capítulos que están desarrollados de la siguiente manera:

En el capítulo I, se presenta el problema de la investigación, seguidos de los objetivos alcanzar general y específicos, la justificación de la investigación, delimitación del trabajo de investigación y demás puntos a desarrollar.

En el capítulo II, se presenta todos los fundamentos teóricos, antecedentes, modelo del plan de exportación, marco conceptual y leyes que abordan al tema de investigación.

En el capítulo III, se presenta lo relacionado a la metodología de la investigación, tipos de investigación, enfoque, métodos y técnicas que sirvan de ayuda para la recolección de datos.

En el capítulo IV, se desarrolla la propuesta de la exportación del producto y se da por culminada la investigación incluyendo el financiamiento que da como resultado la factibilidad del proyecto. Adicional se agregan las conclusiones y recomendaciones de la investigación realiza.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

EXPORTACIÓN DE ESENCIA DE VAINILLA AL MERCADO DE ESPAÑA

1.2 Planteamiento del Problema

La necesidad de las empresas ecuatorianas encaminadas a diversificar sus productos, buscan sacar provecho de los Acuerdos Comerciales como la Unión Europea con Ecuador, la empresa Dipormeza S.A tiene la necesidad de diversificar su mercado en la comercialización de esencia de vainilla contando con la capacidad de producción de éste, con la finalidad que la empresa crezca económicamente.

En base a una conversación previa con gerencia, se conoce que la empresa ésta interesada en exportar esencia de vainilla a Barcelona – España, puesto que tienen conocimiento de la existencia de un nicho de mercado que requieren este producto ofertado por la empresa Dipormeza S.A, y se da conocer por Mi Comisariato y Supermaxi comercializados a nivel nacional.

El mercado de la Unión Europea tiene un alto nivel en exigencia, una serie de requisitos son indispensables para ingresar al mercado destino, los procesos de obtención de certificados, cumplimiento de normas desde empaque, embalaje y procesos aduaneros que se exigen son rigurosos en comparación con otros países. (Rivadeneira, S.F.)

Considerando lo antes citado, la obtención de estos requerimientos son demasiados estrictos para la empresa causando contratiempos y costo para adquirirlos. Se hace énfasis como principal problemática en la exportación de esencia de vainilla para la empresa Dipormeza S.A.

Madagascar siendo el principal exportador a nivel mundial de vainilla y sus derivados hacia la Unión Europea, se ha visto en la obligación de disminuir la oferta de estos productos debido a los desastres naturales denominados el Ciclón Enawo, sin embargo, pese a los obstáculos la demanda no cesa, principalmente entre los países que más los adquieren como Estados Unidos, China y Europa. (Granados, 2018)

Hecha la observación anterior, se suma como problemática la crecida de precio del producto, dado que Madagascar como mayor productor y comerciante cuenta con mala cosecha, provocando incremento de costo en casi un 150% en comparación con otros años. (BBC, 2016)

Como afirma (Kacungira, 2018) la vainilla de Madagascar es demasiado costosa y la gente puede recurrir a otros países que están equipados con estándares de calidad. El sector de la vainilla aquí quizás no tendrá un futuro si la calidad no mejora.

Ante la situación planteada, el costo de la materia prima incita al vendedor aumentar el precio de venta al público.

Por esta razón, se hace latente la necesidad del mercado de Barcelona en demandar este tipo de producto para las distintas formas en que se lo expende.

1.3 Formulación del Problema

¿De qué manera la empresa Dipormeza SA fomentará la comercialización de esencia de vainilla al mercado Barcelona - España?

1.4 Sistematización del Problema

¿Cómo se determina la viabilidad de la exportación de esencia de vainilla al mercado de Barcelona-España?

¿Cómo obtener una guía en la exportación de la esencia de vainilla al mercado de Barcelona- España?

¿Cómo facilitar la exportación de la esencia de vainilla de la empresa Dipormeza SA al mercado de Barcelona- España?

1.5 Objetivo General

Desarrollar el plan de exportación de esencia de vainilla que fomente la comercialización del producto de la empresa Dipormeza S.A hacia el mercado de Barcelona – España.

1.6 Objetivos Específico

Analizar el mercado destino y el nivel de demanda de la esencia de vainilla determinando la necesidad del mercado, aprovechando el acuerdo comercial con la Unión Europea determinando la viabilidad en la exportación del producto.

Determinar un modelo de exportación de esencia de vainilla que se ajuste a las necesidades del producto y de la empresa.

Proponer el plan de exportación de esencia de vainilla al mercado de Barcelona- España, obteniendo una guía que facilite y fomente la comercialización del producto.

1.7 Justificación

Este proyecto busca sacar provecho del acuerdo comercial que goza Ecuador con el mercado europeo, que cumple con el intercambio de productos sea bienes y servicios entre todos los estados miembros de esta unión.

Según (Lagarde., 2018) los técnicos del FMI que han visitado España en el marco de su revisión anual de la economía, conocida como 'Artículo IV', han mantenido la estimación de crecimiento para 2019 en el 2,2%. "La economía mantiene un tono fuerte, pero ha superado ya su pico cíclico".

Como se indica España está considerado como un país donde su economía es estable, por ende, es atractivo para cualquier producto que satisfaga las necesidades de los consumidores.

La comercialización de vainilla y sus derivados se han elevado a nivel mundial, enfatizando como principales compradores Estados Unidos, y países de la Unión Europea (OEC, 2019). De tal manera fue elegido España por ser uno de los principales compradores de vainilla y sus derivados, convirtiéndolo en un mercado atractivo para la comercialización de esencia de vainilla.

Según indica (Mannise, 2019) la esencia de vainilla es usada para dar sabor a muchos tipos de productos como refrescos, dulces, postres, chucherías, golosinas y otras delicias, es muy fácil de adquirir en tiendas y supermercados. Sirve para aromatizar y con ella se preparan infinidad de postres y todo tipo de dulces. Es mucho más barata que el extracto de vainilla, y al igual que éste su forma es líquida.

Es decir, la esencia de vainilla es usada comúnmente en la gastronomía como insumo principal en la elaboración de alimentos, sea solido o líquido. De tal manera, se pretende incentivar al empresario ecuatoriano que desee convertirse en exportador, tal es el caso de la empresa Dipormeza S.A, facilitándole un plan de exportación en el que puedan encontrar mejores opciones de mercado en base a un análisis de demanda y competencia.

A su vez, se busca dar a conocer los respectivos procesos de aduana, procesos logísticos y requisitos del mercado de destino, con la finalidad de minimizar los riesgos de fracaso en el proceso de exportación de la esencia de vainilla verificando los posibles importadores, satisfaciendo la demanda requerida. Además, fomentará plazas de trabajo una vez que se ponga en marcha el presente proyecto planteado.

El presente plan de exportación se puede tomar como un caso práctico en cualquier continuidad de este tema propuesto o servirá de apoyo en el proceso de implementación en caso de que la empresa lo ponga en marcha.

Por consiguiente, la empresa busca sacar provecho en la exportación del producto, debido que su fuerte es la elaboración de esencia de vainilla, contando con años de experiencia en la fabricación y comercialización a nivel nacional logrando intervenir en el mercado internacional, con el fin de fomentar la aceptación y comercialización de los productos ecuatorianos para que sean reconocidos y alcancen el posicionamiento esperado por la empresa.

Durante el desarrollo del presente plan de exportación se determinará la viabilidad, considerando que para lograrlo se deberá contar con recursos necesarios que permitan llevar a cabo la ejecución del presente proyecto.

1.8 Delimitación del Problema

La presente investigación engloba los siguientes parámetros:

CAMPO: Socio - Económico

ÁREA: Comercio Exterior

TEMA: Exportación de esencia de vainilla al mercado de España

LUGAR: Guayaquil - Ecuador

TIEMPO: 6 meses aproximadamente

PERIODO: 2019 – 2020

INCOTERM: FOB

El presente proyecto está dirigido a la empresa Dipormeza S.A, ubicada en la ciudad de Guayaquil, Guasmo Norte, Coop. Centro Cívico Mz. 116 Villa: 3 Telfs. 2053194 / 0989379988.

Para el desarrollo del proceso de exportación se tomará como base el modelo de la Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico, que cuenta con puntos necesarios a desarrollar para el presente proyecto, ajustándose a las necesidades, características del producto y de la empresa. Detallándose en el capítulo 2 los puntos necesarios a ejecutar y su desarrollo en el capítulo 4 obedeciendo el modelo propuesto.

La presente investigación dentro de la cadena de suministro determinado por Michael E. Porter, solo se desarrollará la distribución del producto, ajustándolo a las necesidades de la empresa y producto, para poder llegar al destino final.

A su vez, es importante tomar en cuenta el termino de negociación, para el presente proyecto se eligió el incoterm FOB "Free on Board - A Bordo", es utilizado para el comercio por vía marítima, siendo uno de los términos más utilizados en las negociaciones de exportación, el vendedor se encarga del empaque y embalaje, traslada la mercancía al puerto de carga con los documentos necesarios, entregando la mercancía a bordo del buque elegido por el comprador. (Comex, 2020)

1.9 Idea a Defender

Con el desarrollo del plan de exportación de esencia de vainilla se fomentará la comercialización del producto terminado al mercado de Barcelona – España por parte de la empresa Dipormeza S.A.

1.10 Línea de Investigación Institucional/Facultad

La facultad de Administración carrera de Comercio Exterior, hace referencia a la línea institucional de desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables, con su dominio emprendimientos sustentables y sostenibles con atención a sectores tradicionalmente excluidos de la economía social y solidaria, haciendo referencia a la línea de facultad Marketing, comercio y negocios glocales.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

2.2 Mercado Ecuatoriano

Según el (BCE, 2018) presentó un balance de los principales productos nacionales de exportación poniendo en evidencia que los primeros lugares los ocupan el banano, el camarón, el cacao, el atún y las flores.

De acuerdo con lo indicado, Ecuador forma parte del grupo de países en desarrollo que dependen mucho de sus exportaciones primarias. Teniendo en cuenta que es de conocimiento general la importancia de la producción de los productos mencionados anteriormente, ya que generan mayores ingresos al país.

Sin embargo, es necesario indagar nuevos mercados para la comercialización de productos no tradicionales ecuatorianos, con el fin de aportar al comerciante ecuatoriano y por ende beneficio al país.

El comercio exterior permite que más empresas ecuatorianas que cuenten con buena oferta exportable, puedan apostar en el comercio internacional, diversificando su mercado meta, más aún en aquellos países donde Ecuador goza de privilegios comerciales, sea por tratados, acuerdos o convenios comerciales.

Según un estudio realizado por (Research, 2014), existen empresas de servicio que ayuda a las entidades públicas y privadas de Ecuador a desarrollar productos y acceder a las tendencias del mercado mundial, en el caso de los alimentos, la región vende un promedio de \$ 123.000 millones de comida procesada al año y solo el 5,6% sale del país.

Es decir, que existen entidades que incentivan a la elaboración y comercialización de los productos ecuatorianos aportando al crecimiento de la economía del país.

A su vez la página web (Ordóñez, 2018). Basados las estadísticas del Banco Central del Ecuador, entre enero y octubre de 2017, las exportaciones tradicionales no petroleras y las petroleras representaron casi 50% del rubro total de ventas al exterior, con niveles de participación similares de cada uno de estos dos grupos de bienes.

De tal manera, las exportaciones que realiza Ecuador sean petroleras o no, son representativas para el país, porque la mayoría de los ingresos provienen de dichos sectores. Se enfatiza esto, debido que dentro de este sector se encuentra los productos alimenticios que son exportados y considerados no tradicionales.

2.2.1 Generalidades de Ecuador

Generalidades del país exportador Ecuador

Tabla 1 Datos demográficos de Ecuador

| Nombre oficial | República del Ecuador |
|-----------------------------|---|
| Superficie | 283.561 km ² |
| Población | 17.234.527 habitantes. |
| Densidad | 60,78 hab./Km ² |
| Población extranjera | 10,7% |
| Capital | Quito 2.735.987 habitantes |
| Principal ciudad | Guayaquil 2.698.077 habitantes |
| Lengua oficial | Español. El quechua y el shuar son idiomas oficiales de relación intercultural. |
| Tipo de cambio | 1,1810 dólar USD/ Euro (2018) |

Fuente: (Exteriores, 2019)

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2019)

En la tabla 1, se observan los datos generales de la Republica de Ecuador que sirvan como fuente de información para el presente proyecto.

Tabla 2 Datos económicos de Ecuador

| | |
|---|---|
| PIB corriente | 107.511 (millones de dólares USA) |
| PIB PPA (est. 2017): | 192.640 (millones de dólares USA) |
| PIB per cápita | 6.316 (dólares Usa) |
| Índice de competitividad global | 86 (ranking mundial sobre 140 países) |
| Crecimiento del PIB per cápita: | 1,1 % (tasa anual) |
| Tasa de desempleo | 4.0% |
| Facilidad para los negocios (2019) | 123 (ranking mundial sobre 190 países) |
| Exportaciones | 21.606.134 (miles de dólares USA, 2018) |
| Importaciones | 23.019.653 (miles de dólares USA, 2018) |

Fuente: (Exteriores, 2019)

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2019)

En la tabla 2, se observan datos económicos de la República de Ecuador, siendo relevantes para la presente investigación y sirvan como herramienta para el importador.

2.2.2 Empresa DIPORMEZA S.A

La empresa Dipormeza S.A, inicia sus actividades el 22 de abril del 2008, elaborando los siguientes productos: esencia de vainilla, vinagre natural, vinagre de manzana, salsa de tomate entre otros, teniendo su propia marca comercializados a nivel nacional por Supermaxi y Mi Comisariato.

Es de conocimiento el frecuente uso de la esencia de vainilla en la gastronomía, por lo general es usado para la preparación de postres, bebida e inclusive en la perfumería por su aroma, la empresa se aventuró en la elaboración de productos de consumo frecuente como los antes mencionados.

2.2.3 Vainilla

Fruto perteneciente de la orquídea trepadora del mismo nombre –vainilla planifolia, aspecto comúnmente oscuro y seco, es cultivado en los países tropicales mayormente sembrado y cosechado en América central y África.

Su nombre se basa a su forma de vaina larga y estrecha. Tiene un maravilloso aroma que se debe a sus compuestos volátiles, de la vainillina también obtienen esencia de vainilla, que se prepara también de forma artificial, tanto pura como mezclada con un 99% de azúcar. (El gourmet , s.f.)

Ecuador debido a su ubicación geográfica es considerado como uno de los países en América latina con mayor número de productos de origen natural atractivos al paladar, sea en cuanto a sabor,

contextura, aroma y presentación. En el caso de la vainilla, Ecuador goza por ser conocido como uno de los países que cuentan con mayores especies de orquídeas a nivel mundial. (Alarcon, 2018)

A su vez, es importante recalcar que Ecuador cuenta con polinizadoras expertas en la extracción del polen directo de la planta, también llamada vainilla, siendo un tipo de planta conocida como orquídea única comestible, el fruto es de contextura alargada, delgada y verde, que se ennegrece al madurar y son utilizados frecuentemente en alimentos y muy famosa por neutralizar sabores y olores. Algunos fabricantes cuentan con invernaderos o chacras para su cosecha, todo esto mayormente visto en la región amazónica. (Alarcon, 2018)

El 99% de la esencia de vainilla se comercializa por lo general de forma artificial, ya que la natural requiere de mucha técnica, tiempo y más gastos, aun así, ambas son muy demandadas. (Diario, 2018)

2.3 Mercado Meta

Se elige como mercado meta a España ya que pertenece a la Unión Europea, el cual Ecuador goza del Acuerdo Comercial Multipartes que entro en vigor el 1 de enero del 2017.

Según (ICEX, 2019), nombre oficial Reino de España, esta situada en Europa meridional, en la península Ibérica. Además del territorio peninsular, comprende las islas Baleares en el mar Mediterráneo, las ciudades de Ceuta y Melilla en el norte de África y las islas Canarias en el océano Atlántico su capital es Madrid, tiene una superficie de 505.944 km², con aproximadamente 46.659.302 habitantes (a 1 de enero de 2018), su lengua oficial es el español, su moneda es el euro.

Es considerado por su gran mercado, siendo uno de los mayores de Europa, cuenta con un apreciable poder adquisitivo, esto se debe a 82 millones de turistas internacionales que visitaron España en el año 2017, esta cifra incrementa cada año. (ICEX, 2019)

España es una plataforma para hacer negocios con la Unión Europea, tratándose del país con muchos tratados de doble imposición y protección de las inversiones, teniendo en cuenta su alta fuerza laboral, creando oportunidades de actividades comerciales. (ICEX, 2019)

A su vez, a pesar de todos los beneficios comerciales que tiene Ecuador con España, también es atractivo por la facilidad de comunicación, dado que se habla el mismo idioma español, y esto facilita el entendimiento al momento de negociar.

2.3.1 Generalidades de España

Generalidades de España país importador

Tabla 3 Datos demográficos de España

| | |
|-----------------------------|------------------------------------|
| Nombre oficial | Reino de España |
| Superficie | 505.983 km ² |
| Población | 47.007.367 habitantes. (1/1/ 2019) |
| Densidad | 92,9 habitantes/km ² . |
| Población extranjera | 10,7% |
| Capital | Madrid (3.223.334). |
| Principal ciudad | Barcelona (1.620.343) |
| Lengua oficial | Español – Castellano |

Fuente: (ICEX, 2019)

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2019)

En la tabla 3, se observan datos generales del Reino de España que sirven de fuente de información para el presente proyecto.

Tabla 4 Datos económicos de España

| | |
|--|---|
| PIB corriente | 1.208.248 (millones de euros) |
| PIB PPA (est. 2017): | 1.774.000 (millones de dólares USD) |
| PIB per cápita | 25.854 (euros) |
| Índice de competitividad global | 26 (ranking mundial sobre 140 países, 2018) |
| Variación del PIB per cápita: | 3,2% (tasa interanual) |
| Tasa de desempleo | 15,3% |
| Facilidad para los negocios (2019) Doing Business | 30 (ranking mundial sobre 190 países) |
| Exportaciones españolas | 285.024 (millones de euros, 2018) |
| Importaciones españolas | 318.864 (millones de euros, 2018) |

Fuente: (ICEX, 2019)

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2019)

En la tabla 4, se observan datos económicos del Reino de España, siendo relevantes para la presente investigación y sirvan como herramienta para el exportador.

2.4 Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador – Unión Europea

Obteniendo una serie de amortiguamiento para el ingreso de los productos europeos al país, entra en vigor enero 2017, beneficiando al exportador ecuatoriano, economizando dinero en cuanto aranceles para ingresar a dicho mercado sin pagar impuestos.

Gracias al acuerdo con la Unión Europea los productores ecuatorianos incrementaran sus negocios familiares y se verá beneficiada su economía, puesto que se abre un mercado europeo, los alcances son proteger la producción y el empleo nacional. (El Universo, 2019)

Por consiguiente, este acuerdo es carácter relevante para Ecuador y para el presente proyecto, dado que gracias al acuerdo se eliminan barreras arancelarias que obstaculizan al momento de negociar entre ambos países, fomentando el incremento de transacciones comerciales, obedeciendo las cláusulas acordadas.

2.4.1 Relación Bilateral Ecuador – España

Desde el tratado General de cooperación y amistad el Reino de España y la República del Ecuador en el año 1999, las relaciones bilaterales han tenido una buena relación.

Según se menciona (Ministerio de Asunto exteriores, Unión Europea y coperación, 2019), ambas delegaciones han acordado comenzar a trabajar en un programa de actividades con vistas a la celebración en 2020 del 180 aniversario de la firma del Tratado de Paz y Amistad por el que se establecían relaciones diplomáticas entre España y Ecuador, teniendo en cuenta las empresas españolas existentes en Ecuador y la disposición a negociar un nuevo, Acuerdo de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones (APPRI), que entraría en vigor cuando venza el actual en 2022.

Es importante que exista buena relación con los países que más se negocia, tal es el caso de Ecuador con la Unión Europea, este tratado forma lazos entre ambos países, beneficiando a los involucrados para diferentes fines, desde turismo hasta comercial.

2.5 Balanza comercial de Ecuador con España

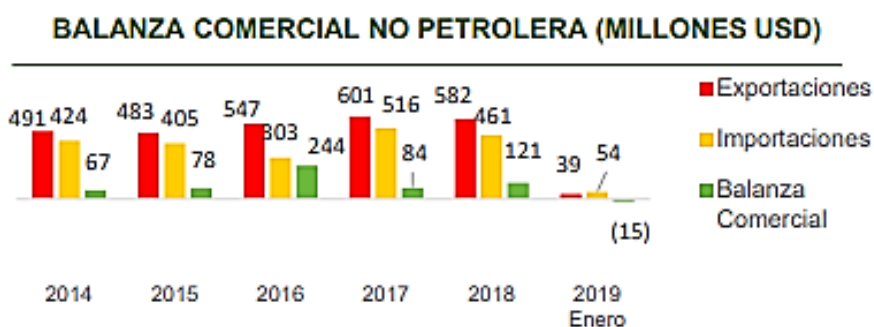


Gráfico 1 Balanza comercial de Ecuador con España

Fuente: (Pro Ecuador, 2019)

En el gráfico 1, se puede observar que la balanza comercial no petrolera experimenta un superávit de \$121 millones, así hayan disminuido las exportaciones con \$582 millones en comparación con el año anterior. A su vez, es importante tomar en cuenta que el superávit del 2018 incrementó en comparación con el año 2017, considerando que sube de \$84 millones a \$121.

2.5.1 Exportaciones no petroleras de Ecuador a la Unión Europea

Las exportaciones no petroleras de Ecuador en el año 2018 presentan un incremento de 3.250 millones en valor FOB, en comparación con el año 2017 a continuación, se presenta gráfico de exportaciones no petroleras a la Unión Europea.

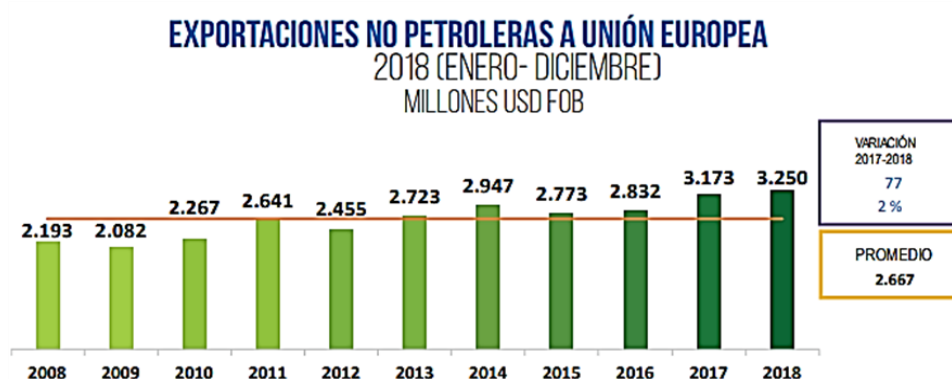


Gráfico 2 Exportaciones no petroleras a Unión Europea

Fuente: (Pro Ecuador, 2019)

En el gráfico 2, se puede observar las variaciones que existen en cuanto a las exportaciones no petroleras que realiza Ecuador al mercado europeo, reflejando un buen comportamiento en este campo.

2.5.2 Productos no petroleros y no tradicionales de Ecuador

En el presente proyecto se puede ubicar a la esencia de vainilla dentro de la sección otros, formando parte de la lista de los productos no petroleros y no tradicionales que comercializa Ecuador con países extranjeros.

Tabla 5 Productos no petroleros y no tradicionales de Ecuador

| PRODUCTO | PORCENTAJE |
|--------------------------------------|--------------|
| Enlatados de pescado | 23,6 % |
| Flores naturales | 17,8% |
| Otras manufacturas de metal | 7,3 % |
| Extracto y aceites vegetales | 5,8% |
| Productos mineros | 5,5% |
| Madera | 4,8% |
| Elaborados de banano | 2,9% |
| Manufactura cuero, plástico y caucho | 2,9% |
| Químicos y fármacos | 2,9% |
| Jugos y conservas de frutas | 2,4% |
| Harina de pescado | 2,2% |
| Fruta | 2,2% |
| Tabaco en rama | 1,4% |
| Otros | 18,3% |

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2019)

En la tabla 5, se aprecia las ventas de productos internacionales no petroleros y no tradicionales, entre esta lista se ubica en la sección otros a la esencia de vainilla por ser un producto no petrolero ocupando como posición en las exportaciones de Ecuador con 18.3% de participación.

2.6 Principales exportadores de vainilla y sus derivados a nivel mundial

A continuación, se conoce los 10 principales exportadores de vainilla y sus derivados a nivel mundial:

Tabla 6 Principales exportadores de vainilla y sus derivados a nivel mundial

| PAISES | PORCENTAJE DE EXPORTACIÓN |
|-------------------|---------------------------|
| Madagascar | 66% |
| Indonesia | 9,8% |
| Alemania | 3,5% |
| Francia | 3,4% |
| Canadá | 2,5% |
| India | 2,7% |
| Nueva Guinea | 2,2% |
| Uganda | 2,1% |
| Mauricio | 1,3% |
| Países Bajos | 1,4% |

Fuente: (OEC, 2019).

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2019)

En la tabla 6, según la página Observatory of economic complexity se puede apreciar el porcentaje de exportación de la vainilla y sus derivados a nivel mundial, ubicando en primer lugar a Madagascar con un porcentaje de 66% en exportaciones de este producto, en segundo lugar, se coloca Indonesia con 9.8% de participación, mientras que los demás no alcanzan el 9% de participación.

2.7 Principales importadores de vainilla y sus derivados a nivel mundial

A continuación, se conocerá los continentes con mayor número de compra de la vainilla y derivados.

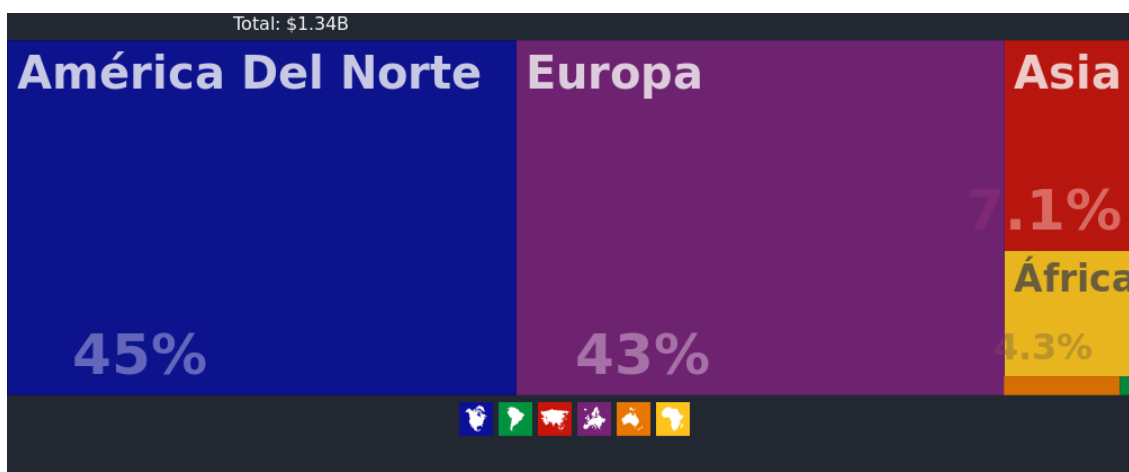


Gráfico 3 Principales Importadores de vainilla y sus derivados

Fuente: (OCE, 2020)

En el gráfico 3, según la página Observatory of economic complexity se puede observar que los mercados con mayor potencial de importación de la vainilla y sus derivados son del continente americano y europeo.

2.8 Principales exportaciones de vainilla y sus derivados desde Ecuador

Es necesario conocer los principales compradores de vainilla y sus derivados que cuenta Ecuador hasta el momento. A continuación:



Gráfico 4 Principales exportaciones de vainilla y sus derivados desde Ecuador

Fuente: (OEC, 2020)

En el gráfico 4, según la página Observatory of economic complexity se puede observar que las exportaciones de esencia de vainilla y sus derivados desde Ecuador van destinados a países europeos teniendo como primer país Alemania con un 47% de exportaciones, seguido de España con un 38% corroborando que el país de destino para la exportación de esencia de vainilla es potencial.

2.9 Teoría de comercio internacional

Para el desarrollo del presente plan de exportación, las teorías del comercio internacional traerán como consecuencia una especialización completa en la producción de los bienes.

Según (Stuart, 2010), John Stuart Mill la ley de valores internacionales explica que se deben equilibrar las exportaciones e importaciones, a su vez suponía que todos los países se beneficiarían del libre comercio, demostró más tarde que estas ganancias del comercio dependían de la demanda recíproca de importaciones y exportaciones.

De tal manera, esta teoría se ajusta a las características de la empresa y del producto, mismo que se beneficia del acuerdo comercial que goza Ecuador con la Unión Europea, incentivando a la empresa al comercio internacional de la esencia de vainilla.

2.10 Teoría de Cadena de suministro

Para el desarrollo del presente proyecto según (Blanchard, 2016). Define a la cadena de suministro como la secuencia de eventos que cubren el ciclo de vida entero de un producto o servicio desde que es concebido hasta que es consumido.

Según (Porter, 2012), existen 3 pasos importantes de la cadena de suministro:

- Suministro: En este punto se consiguen y suministran las materias primas para la fabricación.
- Fabricación: Transformación de las materias primas en productos terminados.
- Distribución: se asegura que dichos productos finales lleguen al consumidor a través de una red de distribuidores, almacenes y comercios minoristas.

En estos tres pasos debe existir una sincronización ya que cualquier falla en algún punto de la cadena creara un efecto, provocando fallos, atascos y bloqueos.

2.11 Principales empresas competidoras en Barcelona

Los principales competidores en Barcelona - España de la vainilla y sus derivados son:

Dr. Oetker es una empresa multinacional de origen alemán, dedicado a la elaboración y comercialización de productos de origen alimenticio, elaboran desde: levaduras, preparados para postres, y puding.

Productos que fabrica

- Aroma de Vainilla
- Vaina de vainilla

Vahiné es una empresa europea pertenece al grupo de McCormick&Company e Inc, McCormick., elabora y comercializa productos de origen alimenticio.

Productos que fabrica

- Aroma de Vainilla/ Baunilha
- Azúcar Avainillado
- Vaina de vainilla

Auchan es una empresa minorista de origen francés, que fabrica productos de diferente gama desde alimentación, droguería, electrónica, perfumería y deportes. Están presentes en algunos países alrededor del mundo.

Productos que fabrica

- Aroma natural de Vainilla

Mercadona es una compañía española, fabrica y comercializa productos extranjeros y nacionales, cuenta con más de 1000 líneas de distribución es considerado como uno de los más grandes supermercados en toda Europa, mayormente concurrente por sus habitantes.

Productos que fabrica

- Aroma Vainilla Baunilha

Las empresas antes mencionadas, son las que más comercializan productos relacionados a la vainilla y sus derivados, se los encuentra en las perchas de los supermercados e hipermarkets mayor concurrentes en España – Barcelona. En el capítulo 4 se desarrollará el análisis en su totalidad.

2.12 Principales competidores locales

El principal competidor local del producto esencia de vainilla o similares son:

La Quiteña se dedica a la elaboración de productos de alta calidad.

Productos que fabrica

- Esencia de vainilla

La Repostería

Productos que fabrica

- Saborizante sabor a vainilla

Alimentos El Sabor

Productos que fabrica

- Esencia de vainilla

Flavor

Productos que fabrica

- Extracto de vainilla

Las empresas antes mencionadas son competencia local para la empresa Dipormeza S.A, distribuyendo la vainilla y sus derivados a los diferentes supermercados de Ecuador, ninguna de las empresas antes mencionadas hace exportaciones de esencia de vainilla, por ende, Dipormeza S.A no tiene competencia de exportación. En el capítulo 4 se desarrollará el análisis en su totalidad.

Según (Espinoza, 2020), la empresa Vainuz situada en Santo Domingo de los Tsáchilas en la actualidad es la única que hace exportaciones de la vaina de vainilla a Europa y América, misma que comercializa localmente extracto de vainilla y sus derivados solo bajo pedido.

2.13 Cultura de negocios España

La mayoría de las empresas Latinas optan hacer negocios con el mercado europeo teniendo como país principal a España por su idioma español, esto no figura que poseamos las mismas costumbres en el momento de hacer negocios, normalmente las reuniones de negocios van desde las 09:00 hasta las 18:00 durante en día, haciendo de esto una conversación comercial.

Acotando a lo anterior las reuniones de negocios deben planearse con anterioridad para acordar una buena reunión de ambas partes, teniendo en cuenta la disponibilidad y recordar la cita acordada unos días antes.

Para el empresario español una espera de 10 minutos puede pasar desapercibido, aunque llegar a tiempo sería la mejor opción para generar negocios.

El saludo puede ser un apretón de mano, 1 beso en cada mejilla, en contacto entre personas es normal en este país, tocar el hombro de la persona resulta ser un diario vivir, siempre les gusta formar lazos de negocios con empresarios de otros países, rara vez se presentan anteponiendo su título.

Prefieren las reuniones en un restaurante para que esto conlleve a una comida o cena, siendo amantes a la cocina, el aspecto de la vestimenta es otro punto al momento de formar negocios tomando en cuenta la elegancia asumiendo puntos a favor de la negociación. (Mondragón, 2020)

2.14 Partida del producto

Para la esencia de vainilla la subpartida será la siguiente:

Tabla 7 Partida Arancelaria

| | |
|----------------------|--|
| 3302.10 | - De los tipos utilizados en las industrias alimentarias o de bebidas: |
| 3302.10.10.00 | -- Cuyo grado alcohólico volumétrico sea superior al 0,5% vol |
| 3302.10.90.00 | --Las demás |

Fuente (Nomenclatura de designación y codificación de mercancías del Ecuador, 2017)

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2019)

En la tabla 7, se puede observar la partida arancelaria de la esencia de vainilla se ubica conforme a las características del producto, colocándose en el capítulo 33. Mismas que se ubica en la subpartida las demás por ser un producto utilizado en la industria alimentaria o de bebidas con grado alcohólico inferior a 0.5%. Considerando que la esencia de vainilla de la empresa Dipormeza S.A cuenta con alcohol potable en sus ingredientes de 0.05% según ficha técnica. (Ver anexo 9)

2.14.1 Tratamiento arancelario de importaciones a Ecuador

Ubicando la esencia de vainilla con la subpartida 33.02.10.90.00 misma que se ajusta acuerdo al producto.

| Código | Designación de la Mercancía | UF | Tarifa Arancelaria | OBSERVACIONES |
|------------|---|----|--------------------|---|
| 33.02 | Mezclas de sustancias odoríferas y mezclas (incluidas las disoluciones alcohólicas) a base de una o varias de estas sustancias, de los tipos utilizados como materias básicas para la industria; las demás preparaciones a base de sustancias odoríferas, de los tipos utilizados para la elaboración de bebidas. | | | |
| 3302.10 | - De los tipos utilizados en las industrias alimentarias o de bebidas: | | | |
| 3302.10.10 | -- Cuyo grado alcohólico volumétrico sea superior al 0,5% vol | kg | 10 | |
| 3302.10.90 | -- Las demás | kg | 10 | |
| 3302.90.00 | - Las demás | kg | 5 | 0% solamente mezclas de sustancias odoríferas y mezclas |

Gráfico 5 Partida Arancelaria

Fuente: (Nomenclatura de designación y codificación de mercancías del Ecuador, 2017)

En el gráfico 5, podemos observar que la esencia de vainilla se ubica en el capítulo 33 en base al contenido del producto, que tiene mezclas de sustancias odoríferas y alcohólicas menor a 0.5%, los tributos que debe cancelar la esencia de vainilla para ingresar al mercado de Ecuador 10%.

Según el diario (Universo, 2019). Gracias al acuerdo comercial entre Ecuador y la Unión Europea, las transacciones comerciales incrementan por la reducción en barreras arancelarias. Al menos 2.565 partidas arancelarias conforman el conjunto negociado dentro del Acuerdo Multipartes entre la Unión Europea (UE) y Ecuador. De estas, el 69,6% entrarían con 0 arancel desde el 1 de enero de 2017 y 3,6% se excluyen, es decir no tendrían desgravación. La esencia de vainilla es uno de los productos que gozan del 0% de arancel, según a lo indicado en la subpartida.

| | | | | | |
|---------------|---|----|----|----|----------|
| 33.02 | Mezclas de sustancias odoríferas y mezclas (incluidas las disoluciones alcohólicas) a base de una o varias de estas sustancias, de los tipos utilizados como materias básicas para la industria; las demás preparaciones a base de sustancias odoríferas, de los tipos utilizados para la elaboración de bebidas. | | | | |
| 3302.10 | - De los tipos utilizados en las industrias alimentarias o de bebidas: | | | | |
| 3302.10.10.00 | -- Cuyo grado alcohólico volumétrico sea superior a 0,5% vol | kg | 10 | NO | 6,7 9002 |
| 3302.10.90.00 | -- Las demás | kg | 10 | NO | 6,7 9002 |
| 3302.90.00 | - Las demás | kg | 0 | NO | 0 |

9002 Los aranceles aduaneros sobre las mercancías originarias establecidas en la categoría de desgravación "5" se eliminarán en seis etapas iguales, que comenzarán en la fecha de entrada en vigor del presente Acuerdo; las demás etapas se efectuarán cada 1 de enero de los años siguientes, tras lo cual estas mercancías quedarán libres de aranceles.

Gráfico 6 Categoría de desgravación

Fuente: (PUDELECO, 2019)

En el gráfico 6, para ingresar al mercado europeo, hay que tomar en cuenta el código 9002 la esencia de vainilla es uno de los productos que gozan del 0% de arancel, gracias a lo indicado en el código 9002.

2.14.2 Tratamiento Arancelario de la Unión Europea

La partida arancelaria europea para la comercialización de esencia de vainilla es la siguiente:

De Ecuador a España (excluyendo XC XL) Modificar la búsqueda

| |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ○ Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética 33 ○ Mezclas de sustancias odoríferas y mezclas, incluidas las disoluciones alcohólicas, a base de una o varias de estas sustancias, de los tipos utilizados como materias básicas para la industria; las demás preparaciones a base de sustancias odoríferas, de los tipos utilizados para la elaboración de bebidas 33 02 ○ De los tipos utilizados en las industrias alimentarias o de bebidas 33 02 10 00 00 ● De los tipos utilizados en las industrias alimentarias 33 02 10 90 00 |
|---|

Procedimientos de importación

Requisitos del producto

EU derechos de importación

Gravámenes interiores

Reglas de origen
ALC Colombia
Pérou

Estadísticas

Mostrar todo

EU derechos de Importación

| Origen | Tipo de medida | Derecho de aduana | Condiciones | Pie de página | Legislación europea |
|----------------|-------------------------|-------------------|-------------|---------------|---------------------|
| Cualquier País | Derecho terceros países | 0% | | | R2261/98 |

Fuente: [Fiscalidad y Unión Aduanera, Taric](#) : 19/03/2020

Gráfico 7 Clasificación Arancelaria de la Unión Europea

Fuente: (TARIC, 2020)

En el gráfico 7, se puede observar que según el arancel de la unión europea también conocida como TARIC, la subpartida es la misma que usa Ecuador para la esencia de vainilla, pero indica un porcentaje de arancel de 0% debido al acuerdo comercial.

2.15 Documentos necesarios para comercializar a España

Factura comercial

Según la guía (DHL, 2015). Actúa como contrato o prueba de la transacción entre el exportador y el importador. El exportador la expide al importador para el cobro de las mercancías cuando estas están disponibles. Este documento actúa como prueba fiel de la transacción comercial existente entre el comprador y vendedor.

Packing list

Según la guía (DHL, 2015). Lista de inventario de la mercadería para el proceso de despacho de aduana, reflejan las cantidades, pesos y medidas.

Documentos de transporte

Según la guía (DHL, 2015). El documento de transporte marítimo, en inglés Bill of lading (B/L) o más conocido como conocimiento de embarque es un documento que lo emite la compañía de transporte marítimo al transportista y por medio de este se confirma si la mercancía se ha embarcado correctamente.

Certificado de origen

Según la guía (DHL, 2015). Este documento es requisito importante al momento de exportar o importar un producto perteneciente a un acuerdo comercial como es el caso de Ecuador con la Unión Europea, con el fin de exonerar tributos al comercio exterior. Es vital en la exportación de esencia de vainilla de la empresa Dipormeza, aprovechando este incentivo comercial evitando incrementar costos al producto.

Certificado de circulación EUR 1

Según la guía (DHL, 2015). Es un documento de carácter justificativo concedido por la Unión Europea para los países que tienen dicho acuerdo.

Todos los documentos citados anteriormente son indispensables para la exportación del producto al mercado de España.

2.16 Normativa de la Organización Internacional de Normalización (ISO)

Normas ISO 3394

Informa las dimensiones de las cajas máster, pallet y las cargas en pallet. Cuyas dimensiones de la base de las cajas deben tener una medida externa de 60 cm de largo x 40 cm, la altura será de acuerdo con el producto.

Las dimensiones de los pallets según la normativa deben corresponder al modo de transporte escogido; cuyas dimensiones del pallet para vía marítima de la carga deben ser 120 x 100cm, en caso de ser aérea 120 x 80 cm.

2.16.1 Empaque y embalaje requeridos por la Unión Europea

Tabla 8 Normas de embalaje y etiquetado

| | |
|---|---|
| El embalaje | Debe respetar la legislación europea de prevención de riesgos de salud del consumidor y protección del medio ambiente, y en especial el tratamiento de los desechos. Los paquetes de madera o material vegetal pueden ser sometidos a un control fitosanitario. |
| Idiomas permitidos en el embalaje y el etiquetado | Toda la información esencial sobre el producto debe aparecer en una etiqueta posterior o anterior en español (y en los otros idiomas oficiales por razones comerciales). |
| Unidades de medida autorizadas | Es obligatorio usar el sistema métrico |
| Marcado de origen "Hecho en" | El etiquetado es obligatorio y está sometido al control de la oficina de aduanas. |
| Normativa relativa al etiquetado | Edad mínima de consumo de bebidas alcohólicas, presencia de colorantes, estándares, etc. Además de los sistemas obligatorios y voluntarios de la UE, pueden aplicarse sistemas nacionales de etiquetado voluntario, muy apreciados por los consumidores. |
| Reglamentos específicos | La legislación europea establece reglas especiales de etiquetado para ciertos productos como alimentos, electrodomésticos, ropa deportiva, textiles, etc. |

Fuente: (Santander G. , 2019)

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2019)

En la tabla 8, se puede observar las normas de empaque y embalaje requerido por la Unión Europea, detallándose la siguiente explicación.

Reglamentos específicos

Según lo antes mencionado, las normas de etiquetado de los productos no son iguales, la esencia de vainilla entra en la categoría de alimentos, por ende, es uno de los más rigurosos en normativa.

Etiquetado

Según (Helpdesk, 2020), la etiqueta utiliza para productos alimenticios debe contener lo siguiente: Nombre del producto, lista de ingredientes, cantidad, fecha de caducidad, nombre o razón social y dirección del fabricante o del embalador, modo de empleo, lugar de origen, tabla nutricional, grado alcohólico volumétrico adquirido para las bebidas que tengan un grado alcohólico en volumen superior al 1'2%.

Envases y embalaje

Según (Helpdesk, 2020), los envases y embalajes de productos comercializados en la UE deben estar acorde al producto, respetar los requisitos usuales de protección del medio ambiente y las disposiciones específicas de protección de la salud de los consumidores.

La esencia de vainilla es un producto para el consumo humano por ende debe obedecer la normativa de la Unión Europea: el embalaje de la mercancía se reutilizará; y la recuperación del envase mediante reciclaje de materiales.

De acuerdo con las disposiciones establecidas en La Directiva 2004/102/CE de la Comisión (DO L-309 06/10/2004) (CELEX 32004L0102) crea que los embalajes de madera como los pallets deberán pasar por uno de los tratamientos estipulados en el anexo I de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (FAO) medidas fitosanitarias 15.

Según el Reglamento (UE) no 10/2011 de la Comisión (DO L-12 15/01/2011) (CELEX 32011R0010) los envases plásticos que contengan Bisfenol A (BPA) destinados a tener contacto con alimentos está temporalmente prohibido a la Unión Europea.

2.17 Modo de transporte físico de Ecuador a España

Acceso físico de Ecuador hacia España

Se puede usar como medio de distribución transporte por vías aéreas o marítimas a nivel internacional

Vía aérea

España cuenta con dos principales aeropuertos:

Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid - Barajas (MAD)

- Es el primer aeropuerto español por tráfico de pasajeros, carga aérea y número operaciones.
- Cuenta con 4 terminales destinadas a la aviación comercial de pasajeros, 1 Terminal Ejecutiva destinada a aviación ejecutiva y de negocios, 1 centro de carga aérea con más de 200 empresas, y 2 zonas principales de hangares.

Aeropuerto Alicante-Elche (ALC)

- El aeropuerto se encuentra situado a 8 kilómetros al suroeste de la ciudad de Alicante.

- Dispone de una pista de 3,000x45 m de longitud.
- Las instalaciones cuentan desde 2011 con un nuevo edificio terminal para pasajeros conocido como Nueva Área Terminal (NAT). También alberga 2 terminales más (T1 y T2) no operativas, aunque preparadas si aumenta la demanda.

Vía ferroviaria

Según el perfil logístico (Proecuador, 2017). España cuenta con infraestructuras ferroviarias que permiten iniciar, complementar o concluir el transporte ferroviario de mercancías mediante la ejecución de una serie de operaciones sobre el tren y sobre la mercancía que transporta, como parte de la cadena de suministro a las que se vincula.

Es decir, a pesar de los principales medios de transporte aéreo y marítimo, España cuenta con la facilidad de utilizar esta opción en transporte con rapidez no igual que el marítimo y el aéreo, pero también aporta al comercio nacional de España como otra opción más económica.

Vía marítima

Según perfil logístico (Proecuador, 2017). España cuenta con una infraestructura portuaria de más de 60 puertos, los mismos que se extienden a lo largo de sus costas. España cuenta con los principales puertos de Europa y también a nivel mundial, dándose a conocer como un país de referencia en el transporte marítimo internacional, Los principales puertos son: Algeciras, Barcelona, Valencia, Bilbao, Las Palmas. España también cuenta con más de un puerto marítimo, por lo general ubicados en las ciudades más grandes, facilitando su comercio internacional.

En el presente proyecto se pretende como destino el puerto de Barcelona, mismo que es bien conocido por ser un puerto que aporta con todos estos sectores: industria, alimentación, materiales de la construcción, sectores afines a la distribución y comercialización en cualquier rama.

El puerto cuenta con una superficie terrestre de 1,081.15 ha, muelles y atraques de 22,216 km, 30 rampas ro-ro, hasta 16 cm de calado, almacenamiento cubierto de 203,304 m² y descubierto 4,881,841 m². (Proecuador, 2017)

2.17.1 Tiempos de tránsito vía marítima a España

| TRANSPORTE VÍA MARÍTIMA DESDE ECUADOR HACIA ESPAÑA | | | | |
|--|------|-----------|-----------|----------|
| DÍAS DE TRÁNSITO | | | | |
| AGENCIA NAVIERA/ PRINCIPALES PUERTOS | VIGO | BARCELONA | ALGECIRAS | VALENCIA |
| MAERSK LINE | - | 27 | 16 | 20 |
| CMA-CGM | 19 | 20 | 12 | 21 |
| MEDITERRANEAN SHIPPING | 21 | 22 | 20 | 26 |
| HAMBURG SUD | 40 | 26 | 28 | 25 |
| HAPAG LLOYD | 40 | 33 | 23 | 22 |

Gráfico 8 Tiempos de tránsito vía marítima, de Ecuador a España

Fuente: (Proecuador, 2017)

En el gráfico 8, se puede observar las diversas agencias navieras existentes para el comercio internacional, que operan de Ecuador hacia los principales puertos de España, con sus respectivos nombres y días de tránsito.

2.17.2 Términos de negociación

Según (Comex, 2020) los incoterms o términos internacionales de comercio, son términos de tres letras cada uno; que reflejan las normas de aceptación voluntaria por el comprador y el vendedor acerca de las condiciones de entrega de las mercancías y/o productos.

Se usan para aclarar los costes de las transacciones comerciales internacionales, delimitando las responsabilidades entre el comprador y el vendedor, y reflejan la práctica actual en el transporte internacional de mercancías.

Es decir, los incoterms son estándares internacionales para realizar un comercio exitoso, identifican las obligaciones y responsabilidades del comprador y vendedor para evitar los conflictos que intervienen en una operación, estos se modernizan en cierto tiempo adaptándolos a las prácticas comerciales actuales, la última actualización fue la del 2020 en donde el incoterms escogido no sufrió ningún cambio (FOB).

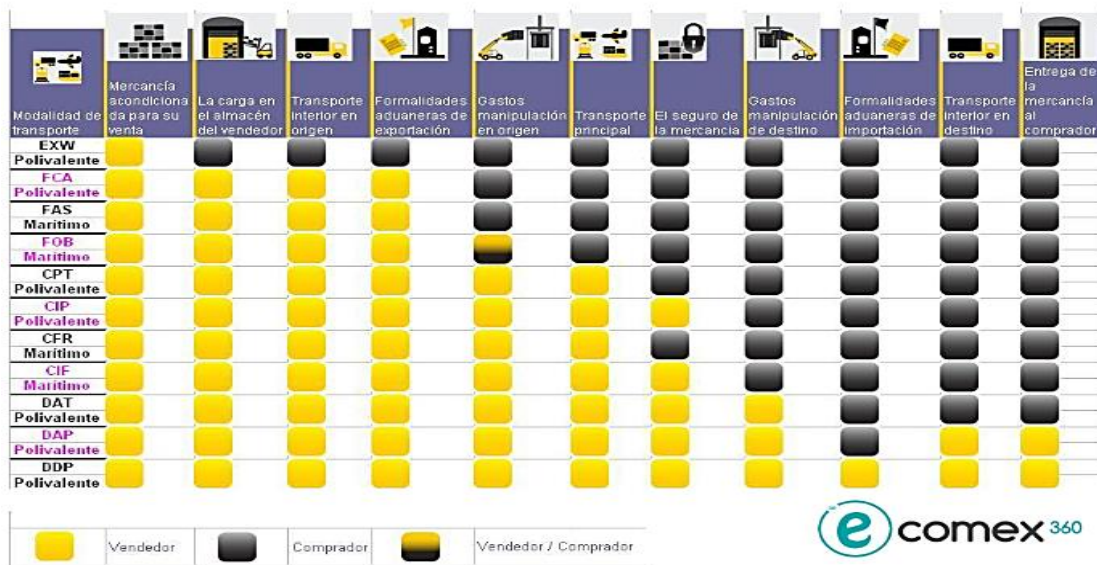


Gráfico 9 INCOTERMS 2020

Fuente: (Comex, 2020)

En el gráfico 9, se observan todos los incoterms con las obligaciones tanto del vendedor con el comprador, dependiendo del término de negociación a requerir según las necesidades del cliente.

Para la presente investigación se elegirá el incoterm FOB "Free on Board - A Bordo" es uno de los términos más utilizados en las negociaciones de exportación, el vendedor traslada la mercancía al puerto de carga más cercano y entrega la mercancía a bordo del buque elegido por el comprador. Según el incoterm elegido para el presente proyecto el comprador asume la mayoría de responsabilidad de la mercancía, dado que el exportador es responsable hasta ubicarla en el buque según el termino FOB. Por lo tanto, el importador asume los riesgos desde el punto acordado hasta llevar la mercadería a sus instalaciones.

2.18 Modelo del diseño del Plan de Exportación

A continuación, se detalla la estructura original de la Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico:

ESTRUCTURA DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN

RESUMEN EJECUTIVO

INTRODUCCIÓN

1. ANÁLISIS DEL POTENCIAL 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 Expectativas de los clientes
 - 1.3.7 Percepción del cliente sobre el producto
 - 1.3.8 Estrategias de 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 compra
- 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 al mercado**
- 3.15 Contactos comerciales**
- 3.16 Protocolo**
 - Cultura / cómo hacer negocio en el 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

7. APÉNDICE

Gráfico 10 Estructura del Plan de Exportación

Fuente: (CCE, 2013)

La guía seleccionada para el diseño de el plan de exportación de esencia de vainilla, es elaborada por la Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico, sirve de ayuda a las empresas que deseen exportar para obtener una oportunidad, se puede encontrar trabas, por ello es necesario que en la empresa exista un plan donde se estructure y planifique de manera administrativa y financiera para encaminar a la exportación.

Tomando el plan como una ayuda para prevenir riesgos, oportunidades, y facilitar al empresario con dicha información, de acuerdo con las necesidades de la empresa y del producto este modelo será ajustado para su desarrollo de la siguiente manera:

LA EMPRESA

- Misión
- Visión
- Estructura Organizacional
- Análisis FODA de la empresa Dipormeza S.A

EL PRODUCTO

- Generalidades del producto a exportar
- Ingredientes del producto
- Ventajas del producto
- Proceso para la elaboración del producto
- Análisis FODA del producto esencia de vainilla

CLASIFICACIÓN ARANCELARIA DEL PRODUCTO

- Clasificación Arancelaria Ecuador
- Clasificación Arancelaria de la Unión Europea

PROCESO DE EXPORTACIÓN ENVASE, EMPAQUE Y EMBALAJE DEL PRODUCTO

- Envase del producto
- Etiqueta del envase de esencia de vainilla
- Empaque del producto
- Embalaje del producto

CANTIDAD A EXPORTAR

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- Mercado Local
- Mercado Internacional
- Análisis de Precio de la competencia del mercado internacional

CANAL DE DISTRIBUCIÓN

REQUISITOS EXIGIDOS EN ORIGEN Y DESTINO

- Documentos generales para exportar desde Ecuador

- Requisitos específicos para exportar
- Documentos generales para importar a España
- Requisitos específicos para ingresar el producto

INCOTERMS A NEGOCIAR

- Obligaciones para el exportador
- Obligaciones para el importador

LOGÍSTICA INTERNA

REQUISITOS PARA SER EXPORTADOR

- Quien puede exportar
- Registro para exportar

ETAPA PRE-EMBARQUE

- Trámites que se realizan al exportar
- Apertura de la exportación
- Aceptación de la DAE

ETAPA POST EMBARQUE

TRANSPORTE INTERNACIONAL DE MERCADERÍA

- Transporte marítimo
- Líneas navieras
- Puerto de Barcelona
- Trayecto de puerto de salida hasta destino

PLAN FINANCIERO

- Inversión Inicial
- Costos Variables
- Costos Fijos
- Presupuesto de costo trimestral
- Presupuesto de costo totales anuales
- Detalle de Costo de Exportación trimestral

- Financiamiento del proyecto
- Ventas anuales
- Gastos de Ventas
- Flujo de efectivo
- Valor Actual Neto y Tasa interna de Retorno

2.19 Marco Conceptual

Tributos: Según el (Ecuador, Servicio Nacional de Aduana del, 2019) Son derechos arancelarios, impuestos establecidos en leyes orgánicas ordinarias y tasas por servicios aduaneros. Estos mismos sirven como barrera arancelaria en el comercio exterior con Ecuador y como cumplimiento local de tributos a cumplir conforme lo estipule el ente gubernamental.

Ecuapass: Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE), es una plataforma coreana adoptada por Ecuador, que permite agilizar la tramitología a los operadores de Comercio Exterior al momento de comercializar en el extranjero sea de importación y exportación.

Token: Es una herramienta electrónica contiene una firma digital del OCE, que se le brinda a una persona autorizada, siendo un requisito exigido por la SENAE utilizado en las exportaciones e importaciones.

B/L: Su nombre original bill of lading, es un documento marítimo internacional da la constancia al embarcador por las mercancías entregadas, queda registrada información importante.

Transacción comercial: Son actividades comerciales, intervienen 2 o más partes, para el intercambio de bienes o servicios. Donde existe beneficio comercial entre las partes que están involucradas en dicho negocio, sea monetario o de bienes. (Corvo, 2019)

Aforo: Según (Aladi, 2018). La palabra aforo es la operación de reconocer las mercancías, verificar su naturaleza y valor, establecer su peso, cuenta o medida, clasificarlas en la nomenclatura arancelaria, determinando los aranceles e impuestos que les son aplicables.

Subpartida arancelaria: Según (E comex, 2017) es una nomenclatura polivalente de seis dígitos, para bienes transportables que satisface simultáneamente, las necesidades de las autoridades aduaneras y se ajusta a las características del producto a comercializar.

Está compuesto de terminología y un código común para identificar las categorías de los productos, bienes y/o mercancías transportables, incluso aquellas que no fuesen objeto de intercambios internacionales

Partida arancelaria: Esta nomenclatura contiene 4 dígitos, y se ubica la partida en base al capítulo que se ajuste a las características del producto a clasificar sea esta comercializada para su exportación o importación.

Código suplementario: También conocido como TNAN, según (E comex , 2017) tiene relación con el código Nacional de un producto específico, este código es implementación de las leyes ecuatorianas, para una mejor organización en cuanto a clasificación por código producto.

Es decir, es un código nacional que se asigna a cada producto importado, su finalidad es diferenciar los productos de una misma partida arancelaria con el fin de que tenga diferente tratamiento.

Liberación: Según (Roldán, 2019) consiste en la reducción o eliminación de las restricciones previamente impuestas al comercio internacional.

El objetivo de la liberalización comercial es permitir que los países intercambien bienes y servicios libremente. De esta forma, el equilibrio entre oferta y demanda se realiza a nivel global. Es decir, fomentar el comercio internacional.

LOGA: Es una plataforma digital compatible con la plataforma Ecuapass relacionada con la aduana, esta plataforma es realizada por ecuatorianos, misma que agiliza el proceso de tramitología con la aduana.

Vainilla: Es el nombre de un género de plantas perteneciente al grupo de orquídeas trepadora se cultiva en las regiones tropicales, cuyo fruto se utiliza para dar aroma y sabor en confitería, dulces, panadería.

Vainillina: La vainillina o aldehído vanílico es una esencia saborizante se obtiene a través de la vaina natural de la vainilla, o se puede sintetizar a partir de otros vegetales como la lignina o el eugenol, siendo la forma sintética mucho más económica que la natural.

Chacras: Terreno pequeño rural, destinado para vivir, cultivar, criar animales.

2.20 Marco Legal

Para el presente proyecto de investigación se consideran los siguientes artículos, con la finalidad de sustentar la información del proyecto, se detallará el artículo con su respectiva explicación.

Constitución de la República.

Art. 306.- Según (Mancero, 2017). 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. El Estado propiciará

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

En el presente Art. 306.- Constitución de la República se muestra el incentivo a las exportaciones de las empresas ecuatorianas por medio del estado, resaltando al sector artesanal iniciando exportar productos no tradicionales como es el caso de la empresa Dipormeza S.A elabora un producto no tradicional, cuenta con una buena oferta exportable haciendo conocer el producto al extranjero. Por medio de la presente investigación la empresa se beneficiará de los pasos para el respectivo proceso de exportación del producto.

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)

Fue publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 351 el 29 de diciembre del 2010.

Libro IV del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

Art. 93. Fomento a la exportación: Según el libro (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2015). 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.

En el presente Art. 93 del Libro IV del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, las organizaciones políticas fomentan la producción a las exportaciones de la empresa Dipormeza S.A gracias a los acuerdos comerciales y demás beneficios presentes en este artículo.

Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

Art. 154.- Exportación definitiva: Según el libro (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2015). Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación fuera del territorio aduanero comunitario o a una zona de desarrollo económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente código y en las demás normas aplicables.

Reglamento del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI).

Art. 158.- Exportación definitiva: Según el libro (Reglamento del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones., 2011) La salida definitiva del territorio aduanero ecuatoriano de las

mercancías declaradas para su exportación, deberá tener lugar dentro de los treinta días siguientes a la aceptación de la Declaración Aduanera de Exportación.

En los presente Arts. 154.- Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones y 158.- Reglamento del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), se refieren al mismo tema. Es decir, fomenta las exportaciones definitivas que realiza Ecuador con otros países, en este caso incentiva la salida de mercancía de la empresa Dipormeza S.A, desde el puerto de Guayaquil hasta el puerto de Barcelona para su respectivo consumo final obedeciendo a dichos artículos.

Art. 63.- Declaración Aduanera: La declaración aduanera de las mercancías deberá ser presentada de manera física o electrónica. En Ecuador se presenta por medio del portal de ECUAPASS de manera electrónica. Si es de un mismo declarante entonces una misma declaración aduanera podrá contener los documentos de soporte, de acompañamiento, facturas y documentos de transporte que conforme la exportación. (Reglamento del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones., 2011)

Art. 66 Plazos para la presentación de la declaración: Este artículo menciona que hasta 24 horas antes del ingreso de la zona primaria se podrá presentar la declaración de exportación y hasta 30 días posteriores del embarque de las mercancías las correcciones de la declaración aduanera. (Reglamento del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones., 2011)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Metodología de la investigación

Según (Roberto Hernandez Sampiere, 2014) y colaboradores la metodología de la investigación es un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno; es dinámica, cambiante y evolutiva. Aborda la visión cualitativa de manera fascinante, a través de ejemplos que facilitan la asimilación de las etapas esenciales de la investigación.

La Metodología de la investigación son pilares importantes en el presente proyecto de exportación, facilitando la recolección de información necesaria para el desarrollo de este, a través de técnicas y herramientas que permitan probar las hipótesis planteadas.

3.2 Tipo de investigación

El tipo de investigación del presente proyecto será de carácter descriptivo y exploratorio. La investigación descriptiva es un tipo de investigación que busca indicar las propiedades específicas de alguna situación, evento, personas o grupos de los cuales se están realizando la investigación, donde se puede describir los hechos como son observados, es decir, se puede describir desde el comportamiento hasta la forma de ser del fenómeno. (Hernandez, Fernandez y Baptista, 2014)

Para el presente proyecto de exportación de esencia de vainilla se utilizará la investigación descriptiva, dado que gracias a este método se puede dar a conocer la situación en que se encuentra la empresa Dipormeza S.A, ajustándose al presente proyecto como investigación necesaria, describiendo los procesos de exportación que se deben ejecutar para la comercialización internacional de esencia de vainilla al mercado de Barcelona – España, teniendo como base procesos actuales de la empresa mediante la información recolectada a través de entrevista al gerente de la empresa y al personal de área operativa que ejecutan los procesos para la comercialización del producto a nivel local.

La investigación exploratoria, según el filósofo Sampieri este tipo de investigación se basa en investigaciones que cuentan con poca información relacionadas al tema en cuestión, por lo tanto, se requiere indagar para ofrecer más perspectivas de este. (Roberto Hernandez Sampiere, 2014)

Se utilizará también este tipo de investigación exploratoria para el presente proyecto de exportación, buscando la información a través de los procesos actuales para determinar lo que se debe realizar en la exportación de esencia de vainilla, considerando ser la primera vez que la empresa participa en este tipo de investigación.

Se requiere recabar nueva información necesaria y veraz para cumplir con las necesidades del producto y de la empresa. Se utilizará como medio, un cuestionario de preguntas cerradas y abiertas a través de la encuesta con el objeto de obtener información necesaria y así validar el objeto de esta investigación.

3.3 Enfoque

“ El enfoque mixto representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación, e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos”. (Roberto Hernandez Sampiere, 2014)

El enfoque por usar en el presente proyecto es el mixto, participando dos tipos de enfoque: cualitativo y cuantitativo, es cualitativo porque se validará por medio de la observación los recursos con los que cuenta la empresa para determinar la infraestructura que tienen actualmente y así puedan generar el producto terminado, la entrevista no estructurada al gerente de la empresa con el afán de determinar su validación e interés al desarrollar esta guía práctica de exportación.

Es cuantitativo porque se toma como base resultados numéricos arrojados por las tabulaciones de las encuestas realizadas al segmento de mercado seleccionado, entre ellos están los importadores de esencia de vainilla, las reposterías siendo los consumidores finales del producto de esta manera se verifica la aceptación en el mercado de destino, al personal del área operativa de la empresa Dipormeza S.A que ejecutarán los procesos propuestos en la exportación del producto terminado.

Según (Roberto Hernandez Sampiere, 2014) y colaboradores dentro del enfoque deductivo-cuantitativo, las hipótesis se contrastan con la realidad para aceptarse o rechazarse en un contexto determinado. Mientras que el enfoque inductivo-cualitativo, más que revisar las teorías sobre ciertos factores, lo que hará el estudiante es observar así obtendrá algunas conclusiones.

Es decir, en base a los resultados cuantitativos obtenidos gracias a las encuestas, también se usa la lógica deductiva, misma que permite obtener teorías lógicas, permitiendo discernir y generar hipótesis, obligando a poner a prueba lo que se plantea. Mientras que los resultados cualitativos usan la lógica inductiva, esta permite sacar conclusiones en base a las herramientas antes mencionada “observación y entrevista” que se realizan a los posibles importadores, empleados de la empresa Dipormeza S.A y dueños, con la finalidad de generar nuevas hipótesis.

3.4 Técnica e instrumentos

Observación

La Observación según (Roberto Hernandez Sampieri, 2010) ofrece materia potencial para el establecimiento de hipótesis importantes, y lo mismo se dice de la intuición. Cuanto menor apoyo empírico previo tenga una hipótesis, se deberá tener mayor cuidado en su elaboración y evaluación, porque tampoco es recomendable formular hipótesis de manera superficial.

Es decir, es una herramienta importante que sirve para recabar información de carácter cualitativo apoyando al investigador que obtenga datos necesarios durante la visita a la empresa como la infraestructura, la capacidad de producción, los procesos de los trabajadores, confirmándolo por medio de la entrevista al gerente general y la encuesta al personal del área operativa que sirve para determinar conclusiones. En este caso se utilizará ficha de observación. (Ver anexo 1)

Además, una de las investigadoras realizó el viaje a Barcelona para realizar la recolección de datos, esto se evidencia por medio de las tarjetas de embarque (Ver anexo 6), en el mercado destino se observó a los importadores en sus respectivas tiendas y se procedió a tomar fotos a los locales. (Ver anexo 7)

Entrevista

La entrevista no estructurada según (Roberto Hernandez Sampieri, 2010) implican que una persona calificada (entrevistador) aplica el cuestionario a los participantes; el primero hace las preguntas a cada entrevistado y anota las respuestas. Su papel es crucial, es una especie de filtro, estamos de acuerdo con León y Montero (2003), quienes manifiestan que el anterior método descrito es el que consigue un mayor porcentaje de respuestas a las preguntas, su estimación es de 80 a 85%. Incluso puede ser superior a esta cifra con una planeación adecuada.

Se utiliza la técnica de entrevista no estructurada para que no exista un cuestionario de preguntas sino sea llevado a cabo a través del conocimiento que se tiene recolectando información amplia del tema, se busca plasmar la información obtenida del gerente general de la empresa Dipormeza S.A por medio del diálogo, para saber si cuenta con conocimientos requeridos, capacidad de producción y medios necesarios para el proyecto de exportación de esencia de vainilla al mercado de Barcelona - España, generando datos cualitativos que servirán de soporte para el presente proyecto, el análisis de los resultados se especifican en el punto 3.7.3

Encuesta

La encuesta según (Roberto Hernandez Sampieri, 2010) pretende generalizar los resultados a una población, en las preguntas son definidas a prioridad por el investigador y se le muestran al encuestado, quien debe elegir la opción que describa más adecuadamente su respuesta. Gambará (2002) hace notar algo muy lógico pero que en ocasiones se descuida y resulta fundamental: cuando las preguntas presentan varias opciones, éstas deben recoger todas las posibles respuestas. Ahora bien, hay preguntas cerradas donde el participante puede seleccionar más de una opción o categoría de respuesta.

Para la presente investigación se utiliza el instrumento de recolección de datos, mediante esta técnica se busca generar información, mediante cuestionarios con preguntas cerradas, con la finalidad que sean contestadas por los importadores seleccionados en Hospitalet de Llobregat y reposterías que validen el nivel de aceptación de la esencia de vainilla en el mercado destino siendo ellos consumidores del producto utilizándolo para elaborar sus postres ubicados en el mismo sector.

Se puede constatar por medio de evidencias que una de las estudiantes procede a realizar la recolección de datos en Barcelona – España junto con una persona interesada y radicada en dicho sector que cuenta con experiencia estando interesada en la comercialización del producto, además se encuesta al personal del área operativa de la empresa Dipormeza S.A que ejecutan el proceso de producción, comercialización y distribución del producto.

Encuesta a los importadores (Ver anexo 15), a las reposterías (Ver anexo 16), y al personal del área operativa de la empresa Dipormeza S.A. (Ver anexo 17)

El análisis de los resultados de los importadores se especifica en el punto 3.7.5, de las reposterías en el punto 3.7.7, y el del personal del área operativa en el 3.7.9

3.5 Población

La población seleccionada es Barcelona- España sector Hospitalet d Llobregat, en la cual radica el mayor número de latinoamericanos dentro de este sector, donde se encuentran cinco importadores dueños de hipermarkets (Ver anexo 7). Fundamentándolo por medio de la recolección de datos la cual determinará la aceptación en la importación del producto terminado, cinco reposterías (Ver anexo 8) cercanas a los hipermarkets siendo los consumidores del producto determinando el nivel de demanda en este segmento de mercado.

Tabla 9 Importadores de esencia de vainilla

| Hipermarkets importadores | Dirección | Teléfono |
|-----------------------------------|-----------------------------|-------------|
| Malik alimentación | Calle Font 13 | 34663656935 |
| Alimentació llatina | Bobiles 47 | 34667495046 |
| Tropi fruites alimentació llatina | Avinguda Miraflores 98 | 34653118830 |
| Produbol | Avinguda de Miraflores 24 | 34603375082 |
| Jatin supermercado | c/ ingeniero moncunill n 40 | 34690099454 |

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2019)

En la tabla 9, se puede observar a los cinco importadores del producto, la respectiva dirección y teléfono. (Ver Anexo 7)

A su vez, también se considerará información brindada por el gerente general de la empresa Dipormeza S.A y cinco trabajadores del área operativa mismos que tienen la capacidad de ejecutar el proceso de comercialización de la esencia de vainilla. Validando dieciséis personas dentro de la población.

3.6 Muestra

Se tomará como muestra el 100% del total de población.

3.7 Análisis de los resultados

3.7.1 Análisis de observación aplicada a la empresa Dipormeza S.A

Para la presente investigación mediante el análisis de la observación se visitó a la empresa Dipormeza S.A, ubicada en Guasmo Norte, Coop. Centro Cívico Mz. 116 Villa: 3, fundada en el año 2008, se creó ante la necesidad de tener un financiamiento económico, ofrece sus productos al público en general de la ciudad de Guayaquil.

Mediante la ficha de observación se corroboró que la empresa cuenta con un buen espacio físico y maquinarias suficientes para el proceso de elaboración de esencia de vainilla, considerando que son las apropiadas para la elaboración del producto.

Posee la capacidad de producción distribuyendo su producto a supermercados a nivel local, teniendo resultados positivos para la empresa, luego de tener el producto elaborado los envases se etiquetan, se tapan, se colocan en cantidades de docenas y se guardan en cartones hasta que el producto salgan al despacho para ser demandados, con esto se corrobora que la empresa podrá cubrir los pedidos pactados

por hipermarkets de Hospitalet de Llobregat, acorde a lo requerido en las encuestas y a su petición verbal en cuanto a la frecuencia de envíos.

Se valida cada aspecto a observar con fotos que reflejan la evidencia de lo observado. (Ver anexo 5)

3.7.2 Entrevista no estructura Dirigida al Gerente General de la empresa Dipormeza S.A.



Ilustración 1 Entrevista con los administradores de Dipormeza S.A

Acorde al concepto de entrevista no estructurada se llevó a cabo preguntas abiertas dominando el tema y la información que se pretendió recopilar. El Sr. Julio Cesar Torbay Vincas Gerente General de la empresa Dipormeza S.A fue entrevistaste por las estudiantes, de esta forma se compartieron temas como la constitución de la empresa, producción, precios, mercados, de su personal y proveedores.

La empresa Dipormeza S.A fue creada en el año 2008, la empresa se creó por haber laborado por muchos años en una empresa el cual me dio la oportunidad de adquirir conocimientos sobre compra, ventas, clientes, productos entre otros.

Dicha empresa entro en una crisis de manejos equivocados de los fondos, la misma tuvo que cerrar dejando a más de una persona sin empleo, tomando en cuenta lo difícil de conseguir un empleo digno mejor remunerado, pase por diferentes jefes y viví la situación difícil sobre la explotación laboral, preocupado porque detrás de mi tenía una familia que solventar y lo difícil de encontrar financiamiento.

En medio de esta crisis se me presento la oportunidad de emprender mi negocio propio además teniendo conocimiento de mi anterior empleo, pude adquirir una maquinaria de segunda mano, insumos y materia prima logrando elaborar un producto de muy buena calidad y buen precio.

Los productos que se elaboran son: Esencia de Vainilla, Esencia de piña, Esencia de Coco, Esencia de Frutilla, Esencia de Menta, Esencia de Chicle, entre otros y adicional Vinagre Natural, Vinagre de Manzana, y de Especias. El producto más vendido es la esencia de Vainilla, el tiempo de vida útil del producto es de un año con preservantes.

El comentario lo siguiente: “Dentro de nuestros principales clientes tenemos a dos grandes cadenas de supermercados del país como es Corporación Favorita y Corporación El Rosado, adicional a muchos mayoristas en diferentes partes del país. Las presentaciones de la esencia de vainilla son: 100 ml \$0,70 P.V.P, 500 ml \$1,07 P.V.P, 1 galón \$5 P.V.P, la demanda del producto a nivel local es muy buena a pesar de la competencia”

“La inversión para crear mi empresa ha sido propia y también por sistema Bancario del País. Hasta el momento no tenemos conocimiento de la exportación del producto, pero nos entusiasma la idea, ya que he mantenido en mi mente lo difícil que son los trámites sobre todo los costos de este, en caso de presentarnos un Plan de exportación bien estructurado estoy dispuesto adoptar la propuesta, analizando que tan rentable será, se utilizará capital propio de la misma empresa”.

3.7.3 Análisis de los resultados de la entrevista no estructurada al gerente general de la empresa Dipormeza S.A.

En la entrevista con el Sr. Julio Cesar Torbay Vincés, se inició una conversación con la finalidad de recolectar información, se dialogó del producto, precio, y se notó el interés que tiene el gerente ante el presente proyecto de exportación de esencia de vainilla al mercado de Barcelona, se utilizará capital propio de la empresa para la inversión del proyecto, y así poder cubrir los gastos de materia prima, costos de exportación siendo sostenibles para el gerente en base a los años de constitución de la empresa.

3.7.4 Encuestas a Importadores

El formato de encuestas utilizadas para los importadores se encuentra en el anexo 2.

A continuación, se presenta cada pregunta con el resultado y su análisis respectivo.

1. ¿Actualmente se encuentra importando un tipo de producto alimenticio de origen?

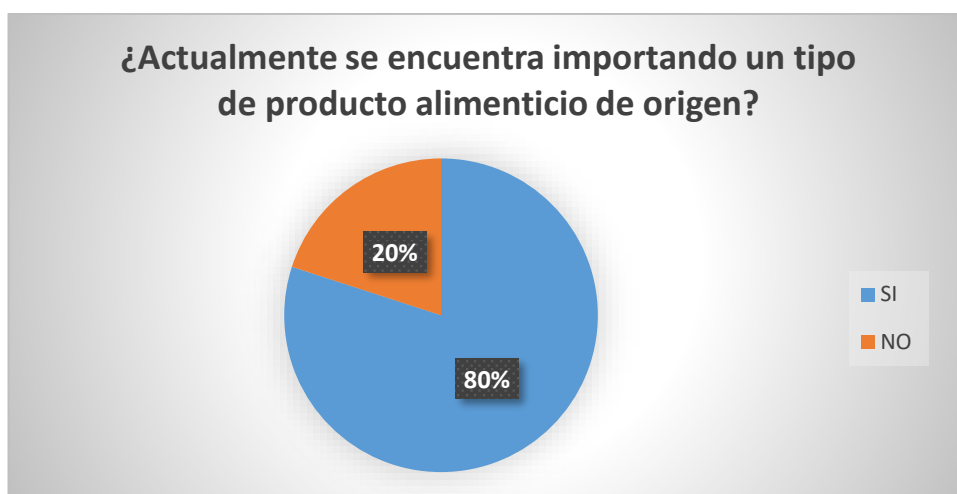


Gráfico 11 Productos importados de origen alimenticio

Fuente: Encuesta

Del 100% de los encuestados el 80% de los dueños de hipermarkets se encuentran importando productos de origen alimenticio para ser vendidos en sus respectivas tiendas.

2. ¿Dentro de los productos que comercializa se encuentra la esencia de vainilla?



Gráfico 12 Comercialización de esencia de vainilla

Fuente: Encuesta

El 100% de los importadores encuestados comercializa esencia de vainilla, pero los dueños de los hipermercados opinan que el producto que ellos venden es aroma de esencia de vainilla proveniente de Republica Dominicana siendo este de una contextura muy ligera.

3. ¿El nivel de demanda que tiene la esencia de vainilla en su local es?

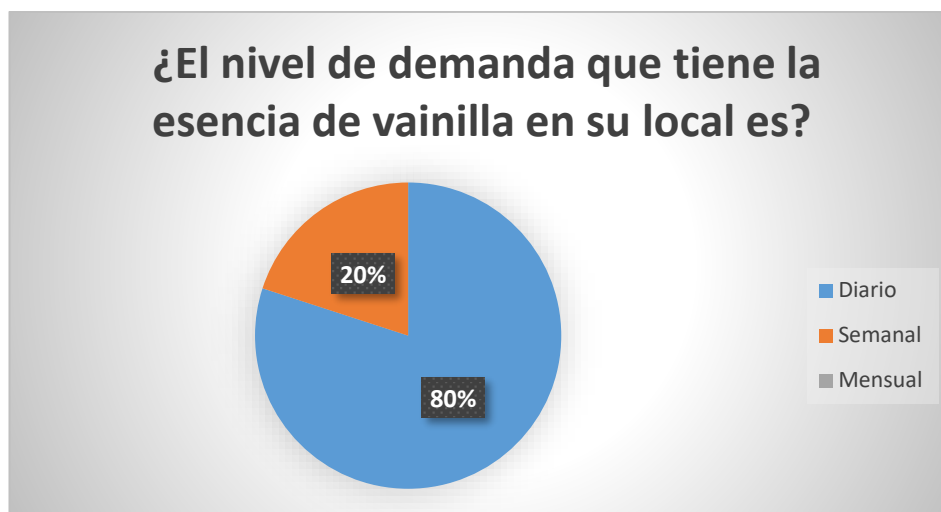


Gráfico 13 Nivel de demanda de esencia de vainilla

Fuente: Encuesta

De acuerdo con los importadores encuestados, en 4 hipermarkets la demanda de esencia de vainilla es a diario, mientras que en 1 hipermarket es semanal.

4. ¿Conoce usted del producto “truquito de la abuela” es la esencia de vainilla en un envase de 500 ml?

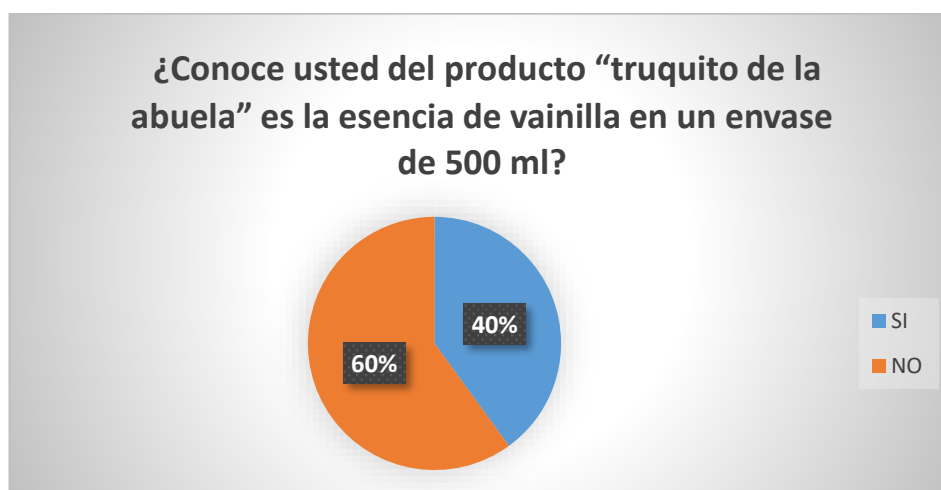


Gráfico 14 Producto truquito de la abuela

Fuente: Encuesta

De los importadores encuestados solo 2 de ellos conocen del producto esencia de vainilla ya que son ecuatorianos y cuando visitan Ecuador la han visto en las perchas de Mi Comisariato, y las 3 personas más desconocen del producto.

5. ¿Desea conocerlo?

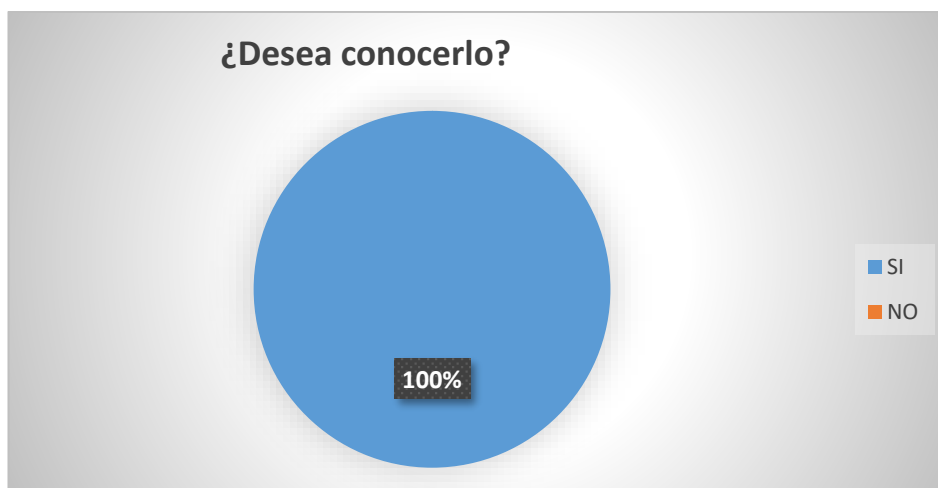


Gráfico 15 Desea conocer la esencia de vainilla

Fuente: Encuesta

De los importadores encuestados el 100% deseaban conocer el producto, fue apreciado por cada uno de ellos en sus diferentes tiendas dando opiniones del producto percibieron el aroma de la esencia de vainilla.

6. ¿Qué le parece el olor, textura y su presentación 500 ml?

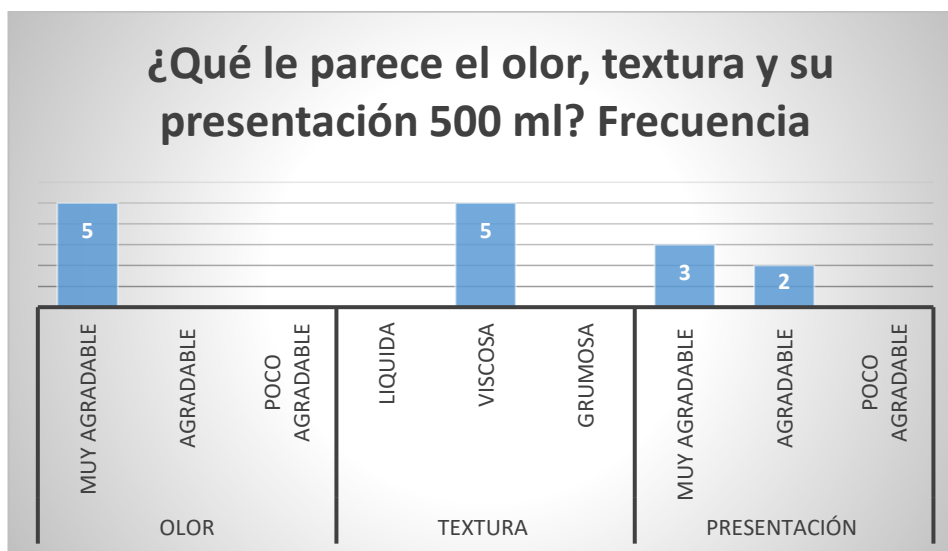


Gráfico 16 Presentación del producto

Fuente: Encuesta

Los encuestados opinaron que el olor de la esencia de vainilla es muy agradable, consideran que la textura es viscosa y la presentación del producto es entre muy agradable y agradable.

7. ¿Qué recomendación propone para la presentación del producto terminado esencia de vainilla?

De los importadores encuestados a 3 de ellos les agrado el producto en su totalidad, mientras que 2 opinaron que posean presentación con menos cantidad, cabe recalcar que la empresa tiene 3 tipos de presentación 100ml, 500ml, y un litro. Se dio a conocer solo la botella de 500ml.

8. ¿Está usted dispuesto a importar esencia de vainilla desde Ecuador? En caso de ser no justifique su respuesta.

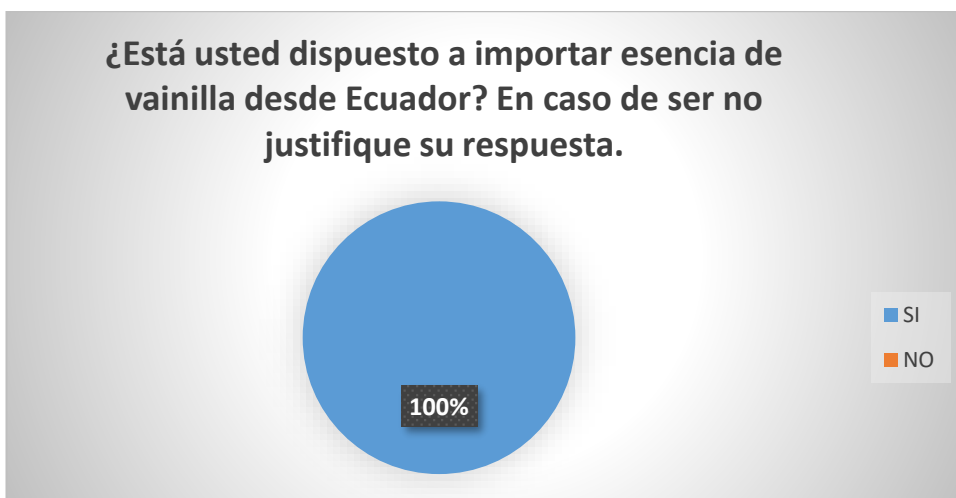


Gráfico 17 Importar esencia de vainilla desde Ecuador

Fuente: Encuesta

El 100% de los encuestados están dispuestos a importar esencia de vainilla.

9. ¿Cuál es el precio más accesible para usted, considerando el envase de 500 ml?

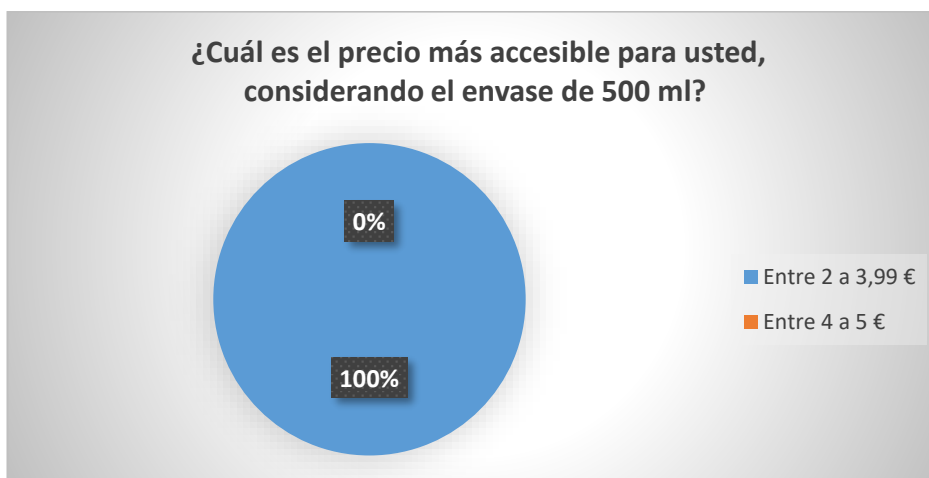


Gráfico 18 Precio accesible

Fuente: Encuesta

El 100% de los encuestados contestaron que por el envase de 500 ml pagarían entre €2 a €3,99, considerando que el aroma de vainilla que se comercializa en sus locales de 100ml tiene un precio de venta de €1.10.

10. La empresa fabricante exportadora del producto incursiona como nueva en el mercado internacional y sus transacciones a nivel de términos de negociación es FOB ¿Está dispuesto adquirir en ese término de negociación?



Gráfico 19 Término de negociación

Fuente: Encuesta

El 100% de los encuestados contestaron que están dispuestos a importar bajo el término de negociación FOB, ya que sus demás importaciones las hacen por este término de negociación.

11. ¿Qué cantidad de esencia de vainilla está dispuesto adquirir para comercializar en su local, cada caja contiene 12 unidades?

Cada importador contestó esta pregunta, teniendo en cuenta la demanda del producto en su hipermarket, A continuación, se detalla las cajas que requiere cada hipermarket:

Malik alimentación 26 cajas, Alimentació llatina 25 cajas, Tropi fruites alimentació llatina 28 cajas, Produbol 25 cajas, Jatin supermercado 28 cajas. Dando un total de 132 cajas.

12. ¿Qué medios de comunicación le parece aceptable recibir información del producto?



Gráfico 20 Medios de comunicación

Fuente: Encuesta

Los encuestados el 80% prefieren recibir información del producto por redes sociales, mientras que solo el 20% lo prefiere recibir por correo electrónico.

3.7.5 Análisis de los resultados de la encuesta a los importadores

Las encuestas fueron dirigidas a cinco importadores dueños de hipermarkets, donde se demanda muchos productos de origen sudamericanos, referente a la esencia de vainilla les agrado por su aroma y textura, dieron sus respectivas opiniones por ejemplo que el producto tenga envases de diferentes tamaños por ende se les dio a conocer que la empresa que elabora el producto tiene presentaciones de 100ml, 500ml, 1 litro. Siendo el envase de 500ml un tamaño ideal para las reposterías. Una de las preguntas que realizaron fue el tiempo de vida útil del producto dándoles a conocer que es de un año.

3.7.6 Encuesta a Reposterías

El formato de encuestas utilizadas para las reposterías se encuentra en el anexo 3.

A continuación, se presenta cada pregunta con el resultado y su análisis respectivo.

1. ¿Usa como ingrediente esencia de vainilla en sus postres?

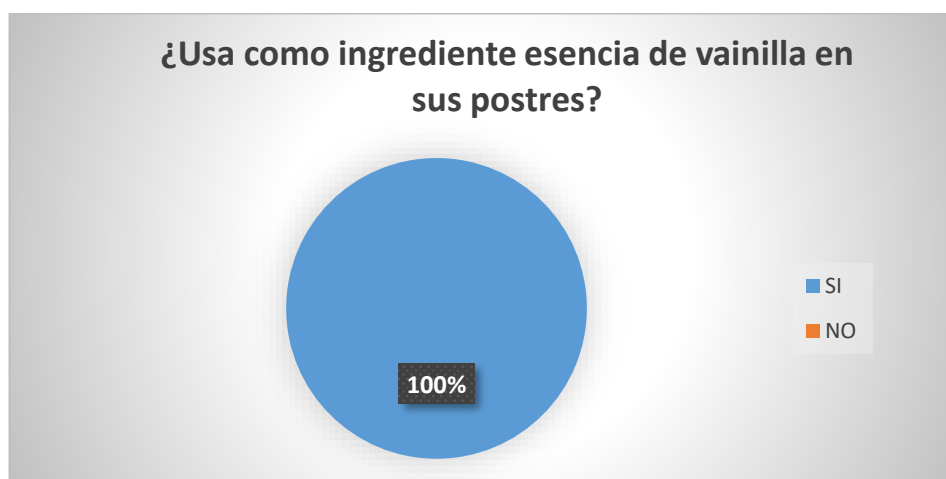


Gráfico 21 Uso de esencia de vainilla en sus postres

Fuente: Encuesta

El 100% de los encuestados utilizan la esencia de vainilla como ingredientes en sus postres.

2. ¿Con que frecuencia utiliza esencia de vainilla en sus postres?

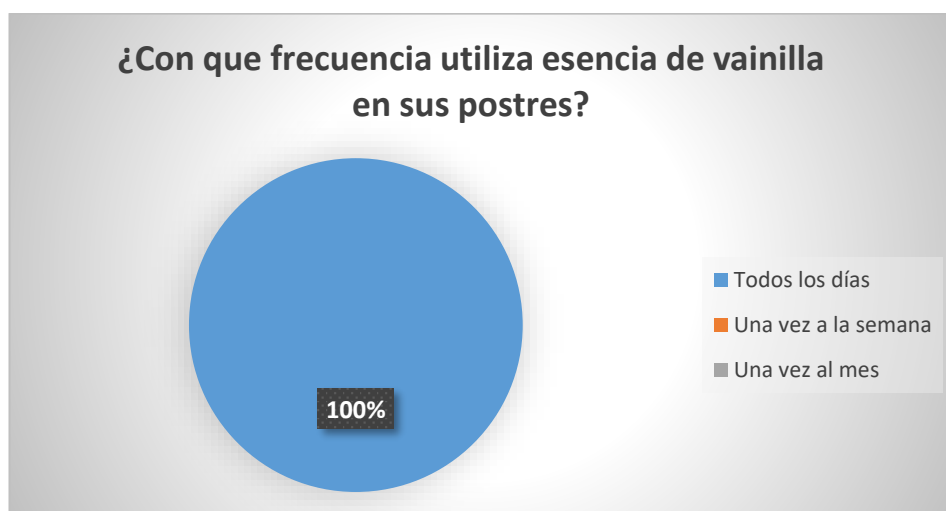


Gráfico 22 Frecuencia que utiliza esencia de vainilla

Fuente: Encuesta

El 100% de las reposterías encuestadas utilizan la vainilla todos los días para la elaboración de sus postres.

3. ¿Qué cantidad de esencia de vainilla de 50 ml estaría dispuesto a adquirir mensualmente?

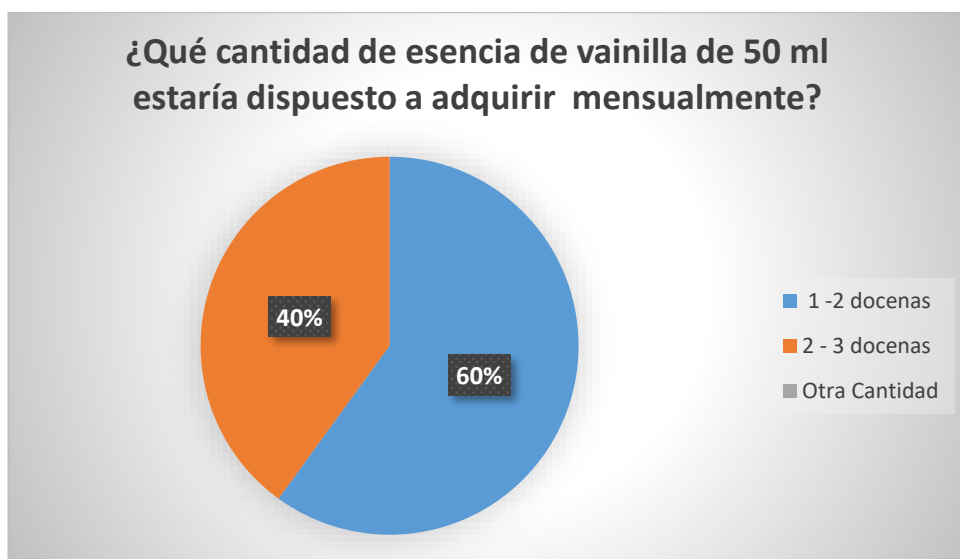


Gráfico 23 Adquirir esencia de vainilla

Fuente: Encuesta

El 40% de los encuestados respondieron que estarán dispuestos a adquirir de 2 a 3 docenas, y el 60% de 1 a 2 docenas, esto va a depender de las tortas que se vendan mensualmente.

4. ¿Tiene inconveniente en adquirir productos latinoamericanos? Si su respuesta es sí justifíquela

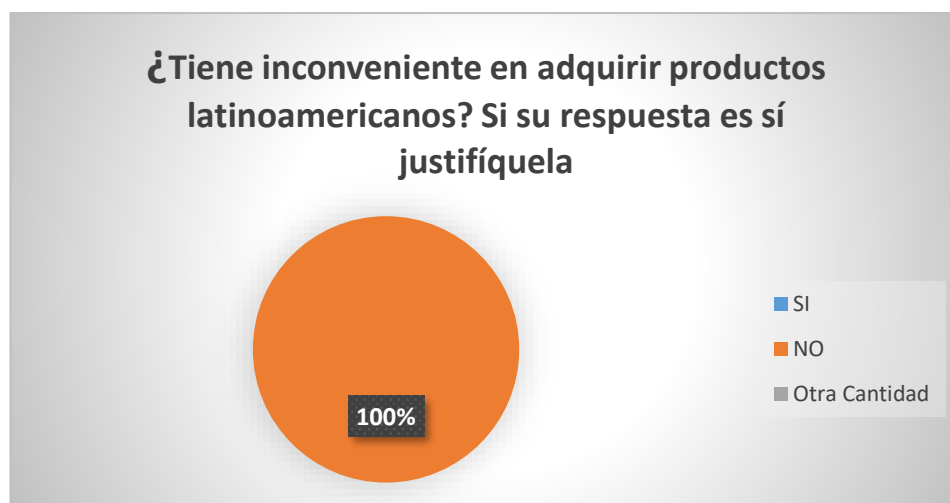


Gráfico 24 Productos latinoamericanos

Fuente: Encuesta

Ninguno de los encuestados tiene inconvenientes en consumir esencia de vainilla de origen ecuatoriana.

5. ¿Está dispuesto adquirir esencia de vainilla de origen ecuatoriana?

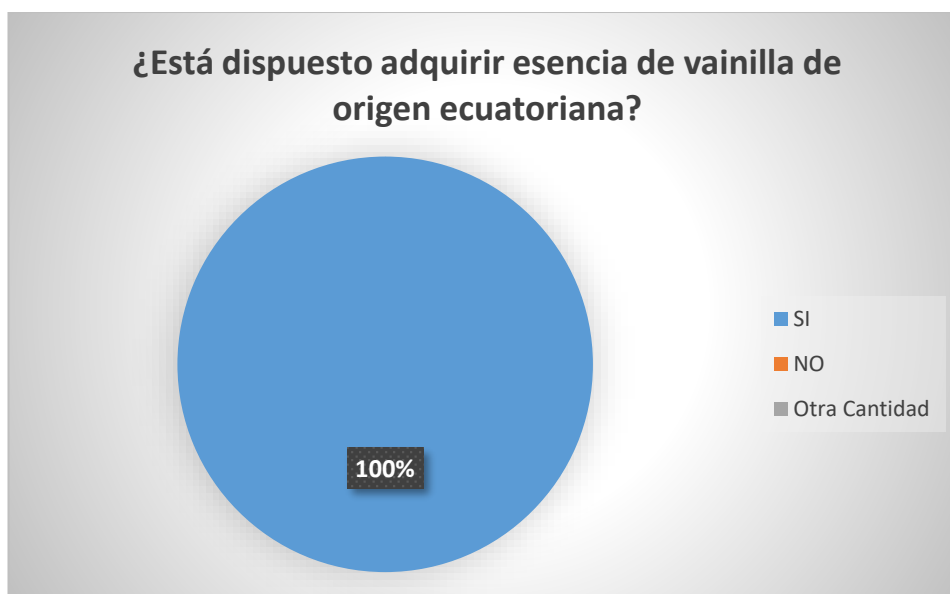


Gráfico 25 Esencia de vainilla de origen ecuatoriana

Fuente: Encuesta

El 100% de los encuestados adquirirá esencia de vainilla ecuatoriana.

6. ¿Qué es lo primero que observa al adquirir esencia de vainilla? Si su respuesta es diferente, indíquela en otro.

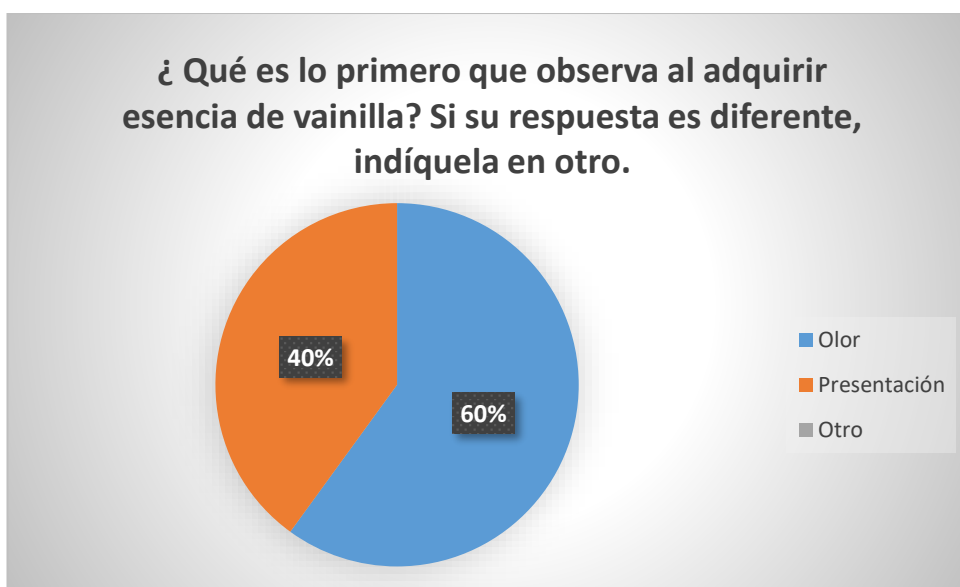


Gráfico 26 Adquirir esencia de vainilla

Fuente: Encuesta

El 40% tomara en cuenta la presentación y el 60% el olor del producto.

7. ¿Dónde le gustaría encontrar este producto?

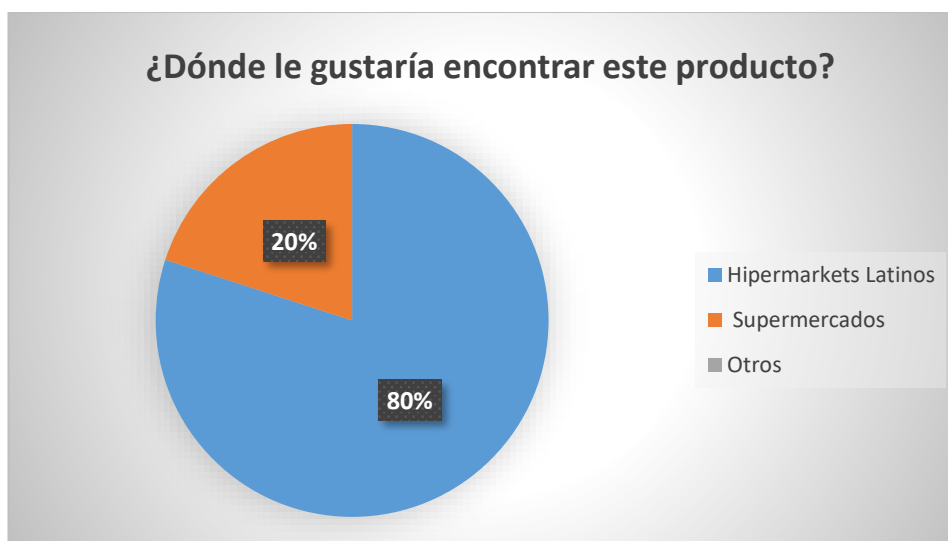


Gráfico 27 Producto esencia de vainilla

Fuente: Encuesta

El 80% de la población está dispuesto a comprar el producto en Hipermarkets latinos porque estas tiendas se encuentran cercanas a las reposterías y solo el 20% en grandes Supermercados.

3.7.7 Análisis de los resultados de la encuesta a las reposterías

Las cinco reposterías encuestadas dieron a conocer que, si demandaran del producto esencia de vainilla, siendo este muy utilizado en su vivir diario para la elaboración de distintas tortas, adquiriendo el producto de manera más fácil en los hipermarkets cercanos a las reposterías, ahorran tiempo y gastos en dirigirse a los grandes Supermercados.

3.7.8 Encuesta al personal del área operativa

El formato de encuestas utilizadas para el personal del área operativa se encuentra en el anexo 4.

A continuación, se presenta cada pregunta con el resultado y su análisis respectivo.

1) **¿Tiene usted conocimiento sobre los procesos de exportación? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela**



Gráfico 28 Conocimientos de procesos de exportación

Fuente: Encuesta

El 100% del personal de área operativa de la empresa Dipormeza S.A no cuenta con experiencia en los procesos de exportación

2) **¿Tiene usted conocimiento de la documentación necesaria para realizar una exportación?**



Gráfico 29 Conocimiento de la documentación para exportar

Fuente: Encuesta

El 100% del personal de área operativa de la empresa Dipormeza S.A no cuenta con experiencia en la tramitología de documentación para la exportación del producto

3) ¿Tiene usted conocimiento del embalaje necesario para exportar la esencia de vainilla?



Gráfico 30 Conocimiento del embalaje

Fuente: Encuesta

El 60% del personal de área operativa no tiene conocimiento del embalaje para la exportación del producto, mientras que el 40% posee de conocimiento por experiencias adquiridas en trabajos anteriores.

4) ¿La empresa necesitará contar con inventario de producto terminado para la comercialización del producto al exterior?

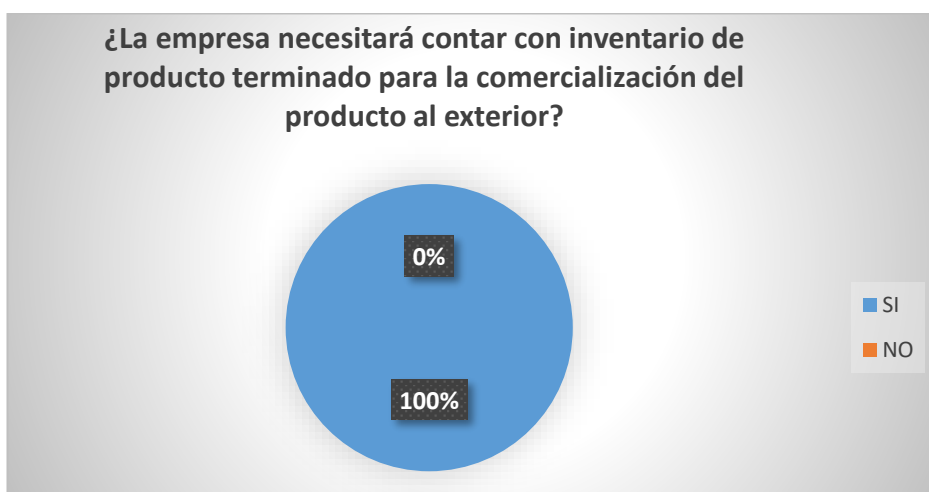


Gráfico 31 Inventario de producto terminado

Fuente: Encuesta

El 100% de los encuestadores opinaron que necesitan tener un inventario del producto esencia de vainilla para su posterior comercialización, además necesitan contar con inventarios de materia prima, envases y empaques para la fabricación y colocación del producto.

5) ¿Pueden fabricar 1584 unidades trimestrales para la exportación, sin contar las que elabora mensualmente para su venta local? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela.

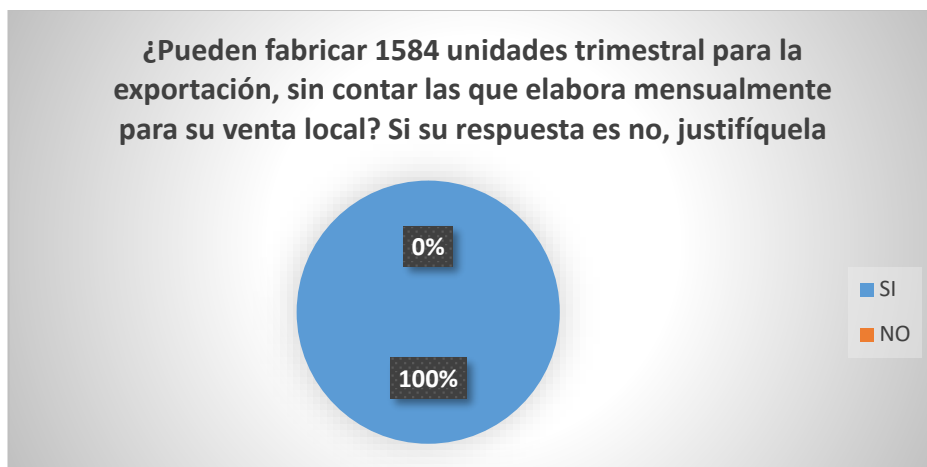


Gráfico 32 Fabricación de esencia de vainilla

Fuente: Encuesta

El 100% de los encuestados respondieron que, si pueden fabricar la cantidad de producto anteriormente dicha para la exportación, ya que cuentan con maquinarias suficientes para la elaboración y poseen inventarios que les ayude a la fabricación del producto.

6) ¿Poseen transporte interno para trasladar el producto hasta el puerto de embarque? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela.

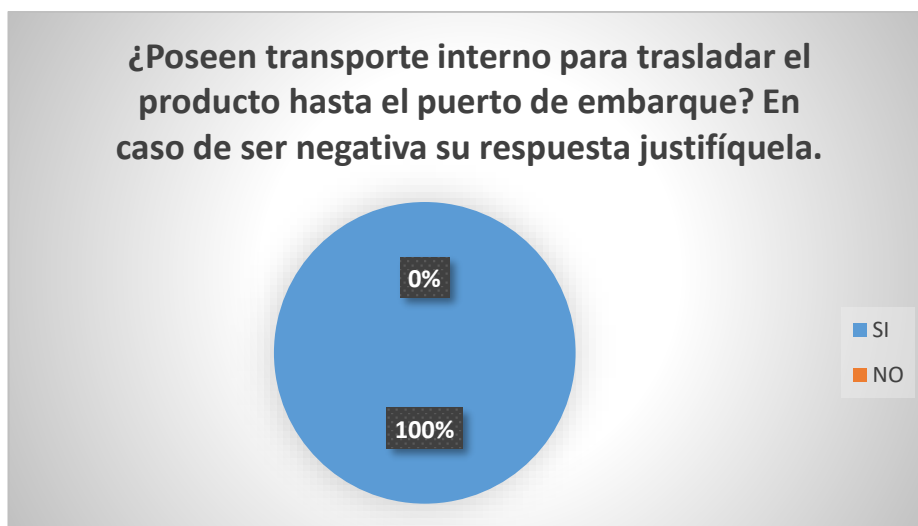


Gráfico 33 Transporte interno

Fuente: Encuesta

El 100% de los encuestados opinaron que la empresa cuenta con transporte propio para el traslado de mercaderías al puerto de embarque.

7) ¿Si la empresa se enfrenta un aumento de demanda internacional, tendría la capacidad de abastecerla? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela.

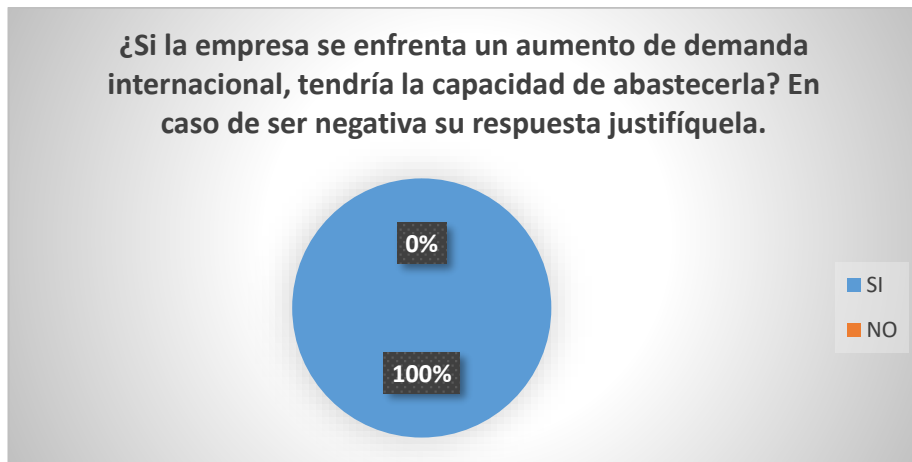


Gráfico 34 Aumento de demanda internacional

Fuente: Encuesta

El 100% de los encuestados están de acuerdo que podrían sobrellevar el aumento de demanda en el mercado destino del producto, teniendo en cuenta que cuentan con un inventario de materia prima y aumenten más personal al proceso de fabricación del producto.

3.7.9 Análisis de los resultados de la encuesta al personal del área operativa de la empresa

Dipormeza S.A

El personal del área operativa de la empresa Dipormeza S.A no cuenta con experiencia en el proceso de exportación, tramitología, incluso empaque y embalaje para la exportación del producto, es importante dejar constancia que requieren de una persona que preste servicios a la empresa y cuente con experiencia en todo el proceso de exportación del producto.

CAPÍTULO IV

DESARROLLO DEL PLAN DE EXPORTACIÓN DE ESENCIA DE VAINILLA AL MERCADO DE ESPAÑA

4.1 LA EMPRESA

4.1.1 Misión

Brindar y ampliar nuestra gama de productos alimenticios dentro de la línea ofrecida desde salsas, esencias y vinagres, con la finalidad de crecer como empresa, satisfaciendo las necesidades del consumidor mediante la eficiencia y mejora de calidad de los productos ofertados y fomentando mejor impresión al consumidor.

4.1.2 Visión

Ser una empresa reconocida a nivel nacional con participación en mercado extranjero.

4.1.3 Estructura Organizacional

Las empresas deben contar con su propia estructura organizacional para asumir las diferentes actividades que debe cumplir cada trabajador.

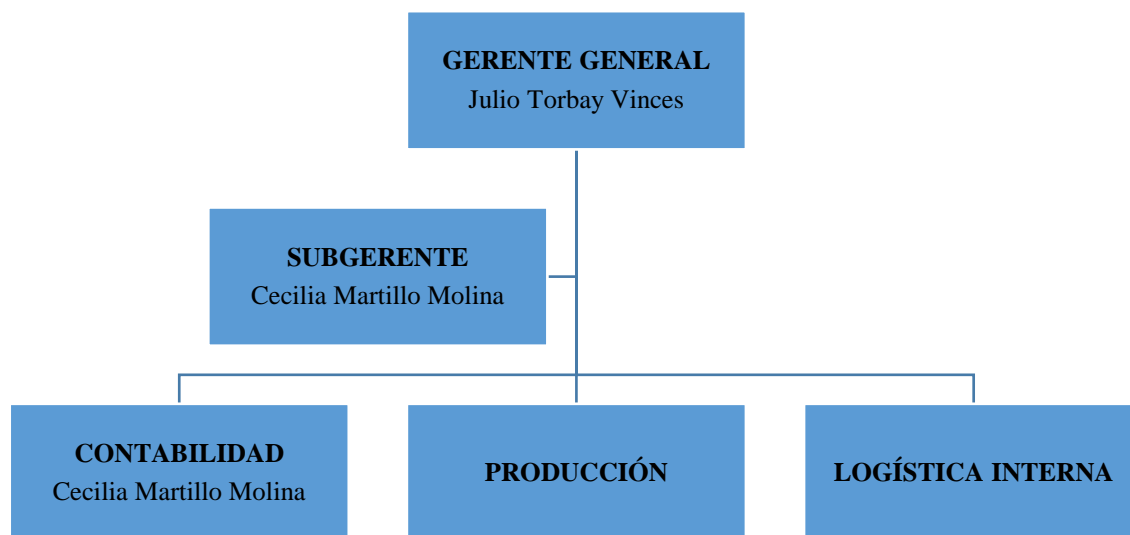


Gráfico 35 Estructura Organizacional

Fuente: Dipormeza S.A

En el gráfico 35, se observa la estructura organizacional de la empresa Dipormeza S.A, para la comercialización de sus productos.

4.1.4 Análisis FODA de la empresa Dipormeza S.A

El análisis FODA que tiene la empresa Dipormeza S.A en Ecuador

Fortaleza

- Clientela fidelizada localmente y posibles consumidores en mercado meta interesados en base a encuestas.
- Precios competitivos a nivel local e internacional comparándolos con los ofertados en el mercado meta.
- Excelentes procesos de producción.

Oportunidades

- Crecimiento de demanda de los productos en el mercado nacional e internacional.
- Convenio de Ecuador con la Unión Europea.

Debilidades

- Poco conocimiento en diversificación de mercados internacionales.
- Falta de uso de medios y materiales publicitarios.

Amenazas

- Competidores en el mercado meta.
- Poca difusión publicitaria.

4.2 EL PRODUCTO

4.2.1 Generalidades del producto a exportar

La empresa Dipormeza S.A tiene experiencia elaborando la esencia de vainilla desde hace 10 años, la presentación de 500 ml es ideal para la elaboración de postres, su contenido es mayor a otras esencias de vainilla ofrecidas en el mercado local. Su precio es accesible encontrándose en los precios más bajos de esencia de vainilla, logrando ser atractivo para el consumidor por su tamaño y precio.



Ilustración 2 Producto esencia de vainilla

En la ilustración 2, se puede observar la presentación del producto esencia de vainilla en las perchas de Mi Comisariato.

4.2.2 Ingredientes del producto

El producto elaborado pertenece al grupo de condimentos, contiene: glucosa de maíz, alcohol potable, vainilla, benzonato de sodio, celulosa, azúcar, agua desmineralizada, para su elaboración adquieren la vainillina, materia prima fundamental. La fórmula de composición de la esencia de vainilla. (Ver anexo 9)

4.2.3 Ventajas del producto

- Producto comestible para el uso de cualquier alimento, sea sólido como líquido.
- Mayor contenido que los convencionales
- Precio accesible en comparación con otros productos de misma cantidad
- Tiene propiedades alimenticias que benefician a la salud.
- El tiempo de vida útil del producto es mayor en comparación a otros productos alimenticios, puede conservarse al ambiente alrededor de un año.

4.2.4 Proceso para la elaboración del producto

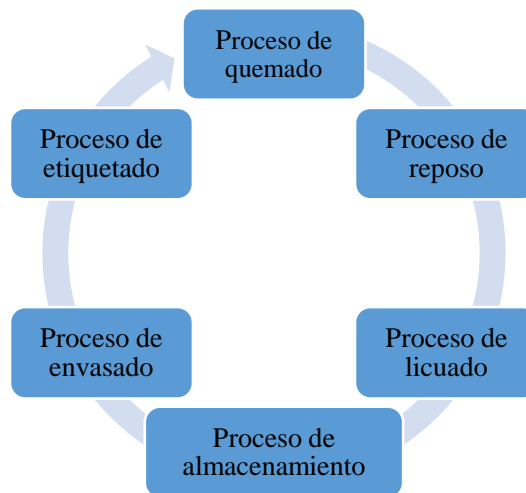


Gráfico 36 Elaboración de la esencia de vainilla

Fuente: Dipormeza S.A

En el gráfico 36, se puede observar las etapas del proceso que realiza la empresa Dipormeza S.A para elaborar la esencia de vainilla, este proceso empieza debido a la organización de los trabajadores mismos que están destinados en cada área.

Proceso de quemado

En esta primera etapa se obtiene la azúcar se procede a vaciar el azúcar en pailas especiales destinadas para la fundición de esta sustancia.

Proceso de reposo

En esta etapa la sustancia antes mencionada se deja enfriar y posterior se llena en tanques plásticos color azul de 40 galones, dejando reposar la sustancia por 3 días.

Proceso de licuado

En esta etapa se procede a colocar el líquido del azúcar, la celulosa, vainillina, y demás componentes.

Proceso de almacenamiento

En esta etapa se procede almacenar en tanques plásticos color azul de 40 galones ya limpios y se almacena todo el contenido anterior dejándolo reposar hasta que desaparezca la espuma.

Proceso de Envasado

En esta etapa ya está lista la esencia de vainilla para envasar en las botellas plásticas de 500ml y en cada envase se le agrega una porción extra de sabor de vainilla concentrado, adicional se sella la botella con su respectiva tapa.

Proceso de etiquetado

En esta etapa se procede a colocar la respectiva etiqueta del producto para su comercialización.

4.2.5 Análisis FODA del producto esencia de vainilla

Fortaleza

- Adquisición en supermercados reconocidos a nivel nacional.
- Costo bajo de producción.
- Precio competitivo en el mercado meta.
- Utilizado para diferentes fines.

Oportunidades

- Crecimiento de demanda del producto en el mercado internacional por plagas climatológicas que afectan a grandes proveedores.
- 0% de arancel para entrar al mercado destino.

Debilidades

- Escasa publicidad del producto.

Amenazas

- Competencia con otras marcas por su reconocimiento.
- Productos sustitutos.

4.3 CLASIFICACIÓN ARANCELARIA DEL PRODUCTO

| Código | Designación de la Mercancía | UF | Tarifa Arancelaria | OBSERVACIONES |
|------------|---|----|--------------------|---|
| 33.02 | Mezclas de sustancias odoríferas y mezclas (incluidas las disoluciones alcohólicas) a base de una o varias de estas sustancias, de los tipos utilizados como materias básicas para la industria; las demás preparaciones a base de sustancias odoríferas, de los tipos utilizados para la elaboración de bebidas. | | | |
| 3302.10 | - De los tipos utilizados en las industrias alimentarias o de bebidas: | | | |
| 3302.10.10 | - - Cuyo grado alcohólico volumétrico sea superior al 0,5% vol | kg | 10 | |
| 3302.10.90 | - - Las demás | kg | 10 | |
| 3302.90.00 | - Las demás | kg | 5 | 0% solamente mezclas de sustancias odoríferas y mezclas |

Gráfico 37 Clasificación Arancelaria del producto

Fuente: (PUDELECO, 2019)

En el gráfico 37, se ubica la esencia de vainilla con la subpartida 3302.10.90.00 misma que se ajusta acuerdo al producto. Tomando en cuenta sus características y componentes que la conforman, se elige en la sección demás debido que el producto esencia de vainilla elaborado por Dipormeza S.A cuenta con grado alcohólico de 0.05% inferior a 0,5 % grados indicados en la subpartida precedente.

4.3.1 Clasificación Arancelaria Ecuador

La partida arancelaria de esencia de vainilla en Ecuador es la siguiente:

| Subpartida | Código Complementario | Código Suplementario | Código de Tributo | Código de Forma de Aplicación de Tributo | Fecha de Inicio de Vigencia | Fecha de Fin de Vigencia | Valor del Tributo |
|------------|-----------------------|----------------------|-------------------|--|-----------------------------|--------------------------|-------------------|
| 3302109000 | 0000 | 0000 | ARANCEL ADVALOF | BASE IMPONIBLE | 01/Sept/2017 | | 10 |
| 3302109000 | 0000 | 0000 | ANTIDUMPING | BASE IMPONIBLE | 01/Sept/2017 | | 0 |
| 3302109000 | 0000 | 0000 | FONDINFA | BASE IMPONIBLE | 01/Sept/2017 | | 0.5 |
| 3302109000 | 0000 | 0000 | ICE ADVALOREM | BASE IMPONIBLE | 01/Sept/2017 | | 0 |
| 3302109000 | 0000 | 0000 | PORCENTAJE TECH | BASE IMPONIBLE | 01/Sept/2017 | | 0 |
| 3302109000 | 0000 | 0000 | SALVAGUARDIA | BASE IMPONIBLE | 01/Sept/2017 | | 0 |
| 3302109000 | 0000 | 0000 | INCREMENTO ICE | BASE IMPONIBLE | 01/Sept/2017 | | 0 |
| 3302109000 | 0000 | 0000 | AEC | BASE IMPONIBLE | 01/Sept/2017 | | 0 |
| 3302109000 | 0000 | 0000 | TVA | BASE IMPONIBLE | 01/Sept/2017 | | 12 |

Gráfico 38 Clasificación Arancelaria Ecuador

Fuente: (SENAE, 2020)

En el gráfico 38, se puede observar que la importación de este producto a Ecuador tiene como arancel advalorem de 10%.

4.3.2 Clasificación Arancelaria de la Unión Europea

La partida arancelaria europea para la comercialización de esencia de vainilla es la siguiente:

De Ecuador a España (excluyendo XC XL)

[Modificar la búsqueda](#)

| | |
|--|----------------|
| ○ Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética | 33 |
| ○ Mezclas de sustancias odoríferas y mezclas, incluidas las disoluciones alcohólicas, a base de una o varias de estas sustancias, de los tipos utilizados como materias básicas para la industria; las demás preparaciones a base de sustancias odoríferas, de los tipos utilizados para la elaboración de bebidas | 33 02 |
| ○ De los tipos utilizados en las industrias alimentarias o de bebidas | 33 02 10 00 00 |
| ● De los tipos utilizados en las industrias alimentarias | 33 02 10 90 00 |

| | | | | | | |
|-------------------------------|-------------------------|-----------------------------------|-----------------------|-------------------------------------|--------------|--------------|
| Procedimientos de importación | Requisitos del producto | EU derechos de importación | Gravámenes interiores | Reglas de origen ALC Colombia Pérou | Estadísticas | Mostrar todo |
|-------------------------------|-------------------------|-----------------------------------|-----------------------|-------------------------------------|--------------|--------------|

EU derechos de Importación

| Origen | Tipo de medida | Derecho de aduana | Condiciones | Pie de página | Legislación europea |
|----------------|-------------------------|-------------------|-------------|---------------|---------------------|
| Cualquier País | Derecho terceros países | 0% | | | R2261/98 |

Fuente: Fiscalidad y Unión Aduanera, Taric : 19/03/2020

Ilustración 3 Clasificación Arancelaria de la Unión Europea

En la ilustración 3, se puede observar que según el arancel de la unión europea también conocida como TARIC, la subpartida es la misma que usa Ecuador para la esencia de vainilla, pero indica un porcentaje de arancel de 0% debido al acuerdo comercial. *Fuente:* (TARIC, 2020)

| Regulation No. | Start Date | End Date | Publication Date | Journal No. | Journal Page | Legislation |
|----------------|------------|----------|------------------|-------------|--------------|--------------------|
| D2369/16 | 01-01-2017 | - | 24-12-2016 | L 356 | 1 | Reglamento de base |

| | | | | | |
|---------|---------------------------|----|--|--|----------|
| Ecuador | Preferencias arancelarias | 0% | | | D2369/16 |
|---------|---------------------------|----|--|--|----------|

Fuente: Fiscalidad y Unión Aduanera, Taric : 19/03/2020

Ilustración 4 Reglamento No. D2369/16

En la ilustración 4, se confirma mediante reglamento D2369/16 con fecha de inicio desde el año 2017, la liberación de arancel advalorem al producto. *Fuente:* (TARIC, 2020)

9002 Los aranceles aduaneros sobre las mercancías originarias establecidas en la categoría de desgravación "5" se eliminarán en seis etapas iguales, que comenzarán en la fecha de entrada en vigor del presente Acuerdo; las demás etapas se efectuarán cada 1 de enero de los años siguientes, tras lo cual estas mercancías quedarán libres de aranceles.

Gráfico 39 Observaciones Unión Europea

Fuente: (PUDELECO, 2019)

En el gráfico 39, se explica que el código 9002 en la sección de observaciones de la Unión Europea indica que los aranceles se reducirán a partir de la entrada de vigor del acuerdo comercial efectuándose cada 1 de enero de los siguientes años, está decisión da motivos más fuertes para incentivar a la empresa Dipormeza S.A al comercio internacional entre Ecuador y España.

De Ecuador a España (excluyendo XC XL) Modificar la búsqueda

| | |
|---|----------------|
| - Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética | 33 |
| - Mezclas de sustancias odoríferas y mezclas, incluidas las disoluciones alcohólicas, a base de una o varias de estas sustancias, de los tipos utilizados como materias básicas para la industria; las demás preparaciones a base de sustancias odoríferas, de los tipos utilizados para la elaboración de bebidas | 33 02 |
| - De los tipos utilizados en las industrias alimentarias o de bebidas | 33 02 10 00 00 |
| ● De los tipos utilizados en las industrias alimentarias | 33 02 10 90 00 |

Procedimientos de importación

Requisitos del producto

EU derechos de importación

Gravámenes interiores

Reglas de origen ALC Colombia Pérou

Estadísticas

Mostrar todo

Requisitos específicos del producto para el acceso al mercado de la UE 3302109000

No existen requisitos específicos.
Por favor, consulte también posibles subproductos.

La información de este capítulo está disponible únicamente en inglés.

Gráfico 40 Requisitos específicos del producto para el acceso al mercado

Fuente: (TARIC, 2020)

En el gráfico 40, explica los requisitos del producto por parte de la Unión Europea, detalla en dicho cuadro la no existencia de requisitos para el producto clasificado en la subpartida esta información es motivo más fuerte para incentivar a la empresa Dipormeza S.A al comercio internacional entre Ecuador y España.

4.4 PROCESO DE EXPORTACIÓN ENVASE, EMPAQUE Y EMBALAJE DEL PRODUCTO

Las Reglas del embalaje y etiquetado en España deben ser de acuerdo con la Legislación Europea para prevenir riesgos de salud del consumidor, en especial el tratamiento de los desechos. Los paquetes de madera o material vegetal pueden ser sometidos a un control fitosanitario. (Santander, 2020)

4.4.1 Envase del producto

La empresa Dipormeza S.A elabora esencia de vainilla a nivel local en BOTELLAS PET REDONDA 500CC NATURAL, se denomina RESINA TEREFFTALATO DE POLIETILENO (Ver anexo 10). La TAPA PE ROSCA PCO AZUL, se denomina RESINA POLIETILENO DE ALTA DENSIDAD (Ver anexo 12), los materiales utilizados están recomendado para la elaboración de partes o artículos que estén en contacto directo con los alimentos.

Descripción del envase:

- Capacidad 500ml
- Botella plástica de polietileno transparente con tapa plástica color azul
- Dimensiones de la botella: 8cmx8cmx20cm



Ilustración 5 Envase de la esencia de vainilla

En la ilustración 5, se puede observar la botella de plástico del producto.

Según el Reglamento (UE) no 10/2011 de la Comisión (DO L-12 15/01/2011) (CELEX 32011R0010) los envases plásticos que contengan Bisfenol A (BPA) destinados a tener contacto con alimentos está temporalmente prohibido a la Unión Europea.

Según lo indica el reglamento anterior los envases plásticos que contenga Bisfenol A no podrán entrar a la Unión Europea obedeciendo con las normas requeridas de la Unión Europea para el proceso de

exportación, se utilizará el mismo envase del producto a diferencia de su material de resina de polietileno (Ver anexo 11), el gerente de la empresa dio a conocer que la botella tiene un costo de \$ 0,10 centavos.

4.4.1.1 Etiqueta del envase de esencia de vainilla

La empresa Dipormeza S.A etiqueta el producto de la siguiente manera para su venta local.



Gráfico 41 Etiqueta del producto local

Fuente: Dipormeza S.A

En el gráfico 41, se puede observar la etiqueta del producto de la empresa Dipormeza S.A

La legislación europea establece reglas especiales de etiquetado para ciertos productos alimenticios, la etiqueta utiliza para productos alimenticios debe contener lo siguiente: Nombre del producto, lista de ingredientes, cantidad, fecha de caducidad, nombre o razón social y dirección del fabricante o del embalador, modo de empleo, lugar de origen, tabla nutricional, grado alcohólico volumétrico adquirido para las bebidas que tengan un grado alcohólico en volumen superior al 1'2%. (Helpdesk, 2020).

De acuerdo con las normas requeridas de la Unión Europea para el proceso de exportación, la etiqueta debe presentarse de la siguiente manera:



Gráfico 42 Etiqueta para el proceso de exportación

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2020)

En el gráfico 42, se puede observar la etiqueta para que el producto pueda entrar sin inconvenientes al mercado de España.

Acorde a la propuesta realizada al exportador para el proceso de exportación, la etiqueta será de polietileno flexible resistentes al agua, se añadirá perfectamente en la superficie curva de la botella. Mediante una cotización con la misma imprenta que le provee las etiquetas locales, se dio a conocer que la etiqueta para el proceso de exportación tiene un costo de \$ 0,06 centavos.

4.4.2 Empaque del producto

Acorde a la propuesta realizada al exportador para el proceso de exportación, de acuerdo con la cotización realizada a la empresa Conticarton se utilizarán cajas de cartón corrugado test 200 color krafts, el costo de cada caja es de \$ 0,50 centavos.

Cada caja contendrá 12 botellas plásticas de polietileno con sus respectivos separadores de cartón, cuyas dimensiones son de 36cm largo x 28cm ancho x 22cm alto, con un peso total de 6kg, están distribuidos de la siguiente manera: 4 columnas, 3 filas.

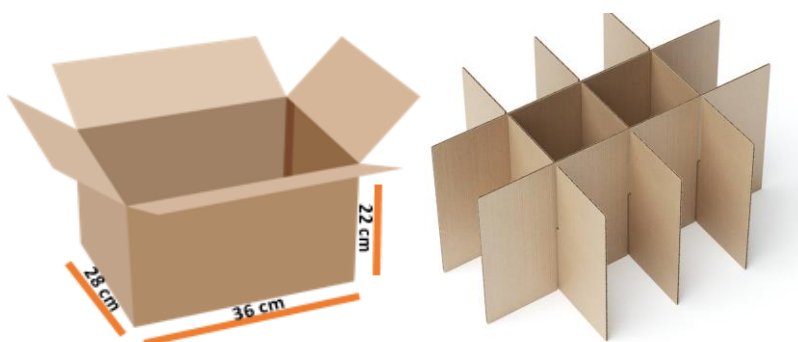


Gráfico 43 Presentación de la caja

Fuente: (Conticarton, 2020)

En el gráfico 43, se puede observar la respectiva presentación de la caja para la exportación de esencia de vainilla de la empresa Dipormeza S.A.

4.4.3 Embalaje del producto

De acuerdo con las disposiciones establecidas en La Directiva 2004/102/CE de la Comisión (DO L-309 06/10/2004) (CELEX 32004L0102) crea que los embalajes de madera como los pallets deberán pasar por uno de los tratamientos estipulados en el anexo I de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (FAO) medidas fitosanitarias 15.

Acorde a la propuesta realizada al exportador para el proceso de exportación, de acuerdo con la cotización realizada a la empresa Tropical pallet el costo de cada pallet es de \$10,00. Tropical pallet es el mejor fabricante de pallet en el Ecuador, se encuentra ubicada en km 29 vía Durán-Tambo contando con 30 años de experiencia que les han permitido crecer como empresa y brindar un producto de excelente calidad, elaboran todo tipo de pallets sanitizados, sellados y fumigados, están aprobados por Agrocalidad cumpliendo con las normas internacionales NIMF 15.

De acuerdo a las normas requeridas de la Unión Europea para el proceso de exportación, la mercancía va hacer transportada por vía marítima, las respectivas dimensiones de los pallet son 120cmx100cmx15cm con un peso de 22 kilogramos cada pallet.



Gráfico 44 Paletización de la carga

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2020)

En el grafico 44, Acorde a la propuesta realizada al exportador para el proceso de exportación, el cálculo realizado da como resultado 11 cajas en la base del pallet, con 6 niveles de apilamiento, teniendo 66 cajas por pallet y dando un total de 132 cajas por los 2 pallet, se exportará un total de 1584 unidades del producto por los 2 pallet que es lo requerido del pedido según las encuestas realizadas a los importadores.

4.5 CANTIDAD A EXPORTAR

De acuerdo con la investigación que se realizó a través del mecanismo del levantamiento de información en España- Barcelona donde se realizaron las encuestas a los importadores y considerando la capacidad de producción del exportador se llegó a un consenso de exportar lo siguiente:

Tabla 10 Detalla de la exportación de esencia de vainilla

| Producto | Frecuencia de exportación | Pallet | Unidades por caja | Cajas | Unidades a exportar |
|---------------------|---------------------------|--------|-------------------|-------|---------------------|
| Esencia de vainilla | Cada 3 meses | 2 | 12 | 132 | 1584 |

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2020)


En la tabla 10, se proyecta exportar 2 pallet ingresando un total de 132 cajas cada caja contiene 12 unidades, dando un total a exportar de 1584 botellas de esencia de vainilla, se exportará cada 3 meses según las encuestas realizadas a los importadores la cantidad a importar puede ir incrementando.

4.6 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

4.6.1 Mercado Local

Dentro del mercado nacional existen empresas que se dedican a la producción y comercialización de esencia de vainilla las mismas que se mencionaran:

Tabla 11 Principales proveedores de esencia de la vainilla y sus derivados en Ecuador

| Empresa | Nombre del producto | Foto |
|------------|---|--|
| La Quiteña | <ul style="list-style-type: none"> Esencia de vainilla |  |

| | | |
|--------------------|---|--|
| La Repostería | <ul style="list-style-type: none"> • Saborizante sabor a vainilla |  |
| Alimentos El Sabor | <ul style="list-style-type: none"> • Esencia de vainilla |  |
| Flavor | <ul style="list-style-type: none"> • Extracto de vainilla • Esencia de vainilla |  |

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2020)

En la tabla 11, las empresas mencionadas anteriormente se dedican a la producción, comercialización y venta del producto esencia de vainilla y sus derivados, serian competencia local para la empresa Dipormeza S.A se considera que hay muchos demandantes en el mercado, el precio en las perchas de mi comisariato de una de las marcas mostradas es de \$1,65 mientras que la vainilla ofertada por la empresa Dipormeza S.A está a un valor de \$1,09 considerando que el envase es del mismo tamaño.

4.6.2 Mercado Internacional

En el mercado de España se comercializa productos derivados de la esencia de vainilla sean importados o nacionales, mismos que se detallan a continuación:

Tabla 12 Principales proveedores de esencia de vainilla y sus derivados en España.

| Empresa | Grupo | Nombre del producto | Foto |
|------------|---------------------|--|---|
| Dr. Oetker | Oetker-Gruppe | <ul style="list-style-type: none"> • Aroma de Vainilla • Vaina de vainilla |  |
| Vahiné | McCormick & Company | <ul style="list-style-type: none"> • Aroma de Vainilla/ Baunilha • Azúcar Avainillado • Vaina de vainilla |  |
| Auchan | - | <ul style="list-style-type: none"> • Aroma natural de Vainilla |  |
| Mercadona | Hacendado | <ul style="list-style-type: none"> • Aroma Vainilla Baunilha |  |

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2020)

En la tabla 12, las empresas mencionadas anteriormente se dedican a la venta de aroma de vainilla y sus derivados serian competencia para la empresa Dipormeza S.A en el mercado destino, el precio en los supermercados oscila entre €2,28 a € 3,75 considerando que el producto es aroma de vainilla y los envase ofertados son de 200ml, mientras que Dipormeza S.A ofrece esencia de vainilla en envases de 500ml.

4.6.3 Análisis de Precio de la competencia del mercado internacional

Los siguientes proveedores son los que más comercializan en los supermercados de mayor concurrencia en España, estos ofrecen productos derivados de la vainilla: esencia, extractos y vaina.

Tabla 13 Principales proveedores de esencia de vainilla y sus respectivos precios

| Empresa | Producto | Precio | Foto |
|-------------|--------------------|--------|---|
| Dr. Oetker, | aroma de vainilla | € 2,28 |  |
| Dr. Oetker, | vaina de vainilla | € 4,50 |  |
| Vahiné | aroma de vainilla | € 3,75 |  |
| Vahiné | vaina de vainilla | € 5,35 |  |
| Vahiné | azúcar de vainilla | € 1,71 |  |
| Auchan | aroma natural | € 1,39 |  |
| Mercadona | aroma natural | € 3,54 |  |

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2020)

En la tabla 13, se observa los precios de la vainilla y sus derivados ofertados, considerando que la empresa ofrece esencia de vainilla y en España se comercializa aroma de vainilla teniendo en cuenta

que la esencia de vainilla tiene una consistencia viscosa y el aroma tiende a hacer más líquido, se concluye que el precio de la esencia de vainilla ofertado por Dipormeza S.A es accesible y competitivo en el mercado de España.

4.7 CANAL DE DISTRIBUCIÓN

El canal de distribución de la empresa DIPORMEZA S.A hacia Barcelona- España, se constatará desde la fabricación de esencia de vainilla como producto terminado, por parte de la empresa se requerirá la movilización del producto desde las instalaciones de Dipormeza S.A hasta el lugar negociado con el importador, cumpliendo con un punto de la cadena de suministro creada por (Porter, 2012), solo se desarrollará la distribución, en este caso el mayorista (hipermarkets) se encargará de ofertar el producto a las (reposterías) siendo uno de los consumidores finales ubicado en Hospitalet de Llobregat.

De tal manera, que el canal a utilizar es el directo quien llegará a las reposterías será el importador o mayorista, conforme al aspecto metodológico planteado en la presente investigación se levantó información por medio de las encuestas directas se tomó como referencia la necesidad del producto a las reposterías, dando a conocer el producto con el fin de posicionarse poco a poco en el mercado de destino.

4.8 REQUISITOS EXIGIDOS EN ORIGEN Y DESTINO

4.8.1 Documentos generales para exportar desde Ecuador

- Factura comercial
- Documento de transporte (conocimiento de embarque BL)
- Certificado de origen
- DAE declaración aduanera de exportación

4.8.2 Requisitos específicos para exportar

- Etiquetado en base a lo requerido por parte de la Unión Europea (Ver ítems 4.4.1.1)

4.8.3 Documentos generales para importar a España

- Factura comercial
- Lista de empaque
- Documento de transporte (conocimiento de embarque BL)
- Certificado de origen
- DUA documento único administrativo

4.8.4 Requisitos específicos para ingresar el producto

- Licencia para importar: los posibles importadores deben solicitar a las autoridades del país de la Unión Europea de importación y pagar una fianza (que se devolverá al presentar pruebas de la importación).
- Cumplimiento del certificado Sanitario a la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (AESAs), la empresa Dipormeza S.A ya cuenta con el certificado expuesto anteriormente. (Ver anexo 9)
- Los pallets usados para el transporte de la mercancía deben cumplir con las normas internacionales fitosanitarias NIMF 15. (Ver ítems 4.4.3)

4.9 INCOTERMS A NEGOCIAR

El termino de negociación para el presente proyecto, se procederá con la aplicación al comercio por el incoterm FOB "Free on Board - A Bordo.



Gráfico 45 Termino de negociación Fob

Fuente: (Incoterms Fob, 2020)

De manera adicional para contribuir a la información del importador el termino término de negociación más adecuado es FOB permite a la empresa Dipormeza S.A hacerse responsables hasta entregar la mercadería en el puerto de salida, en este caso es Contecon. Dando apertura a que el importador costee el flete, y puerto de destino donde considere conveniente.

4.9.1 Obligaciones para el exportador

- Realizar el trámite documental de exportación, es decir disponer la mercancía al importador en el lugar de salida pactado, cumpliendo con los documentos necesarios para su salida.
- Cumplir con las medidas necesarias para el transporte de la mercancía como: empaque, embalaje, etiquetado.
- Asumir los gastos de exportación aduaneros, terminando sus obligaciones hasta la entrega en el puerto.

4.9.2 Obligaciones para el importador

- Contratar el transporte internacional desde el lugar pactado con el exportador.
- Asumir el seguro internacional de la mercancía si el importador lo considere necesario
- Asumir los gastos de importación aduanero
- Asumir los gastos internos en el país de destino, hasta la llegada de sus instalaciones.

4.10 LOGÍSTICA INTERNA

Acorde al fundamento dentro de la cadena de suministro solo se realizara la distribución interna del producto conociendo que el término a exportar es FOB la movilización será desde las bodegas al puerto; se debe almacenar la cantidad de producto que se va a exportar de acuerdo a la producción que Dipormeza S.A mantiene, conforme a la entrevista realizada al gerente de la empresa posee dos bodegas de almacenamiento del producto, se utilizara una de las bodega para almacenar el producto para su posterior despacho.

Para la logística interna se debe considerar que la mercancía saldrá de las bodegas de la empresa Dipormeza S.A ubicadas en Guasmo Norte, Coop. Centro Cívico, esta cuenta con transporte propios destinados para la movilización de la carga al puerto de Contecon, mediante el proceso de exportación la mercancía se va a exportar con una frecuencia cada 3 meses, acordado que el incoterms de negociación es FOB cumpliendo con la entrega al cliente.

4.11 REQUISITOS PARA SER EXPORTADOR

4.11.1 Quién puede exportar

La exportación es un régimen aduanero que permite la salida de la mercancía del territorio aduanero ecuatoriano, mismos que pueden ser realizados por personas naturales, jurídicas o residentes el país.

4.11.2 Registro para exportar

Para ser exportador se debe cumplir los requisitos decretados por la SENA E:

Trámites del RUC

Para la obtención del RUC el contribuyente se debe acercar a cualquier ventanilla de atención en el SRI Servicio de Rentas Internas a nivel nacional indicando la actividad económica a desarrollar.

La empresa Dipormeza S.A tiene su respectivo RUC Registro Único de Contribuyente.

Proceso de obtención de la firma digital o TOKEN

Para la obtención del TOKEN, el contribuyente debe acercarse a Security data o al banco centrar para su obtención, entidades que entregan el token en forma de pendrive.

Pasos para la obtención del token en registro civil:

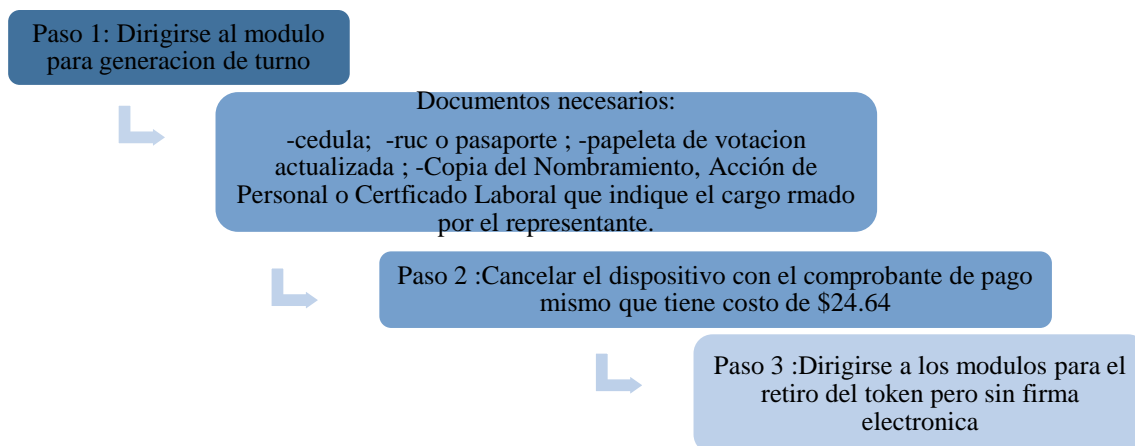


Gráfico 46 Pasos para obtener el token

Fuente: (Civil, 2020)

Registro como exportador en el ECUAPASS

Una vez que el exportador consiga su TOKEN, puede registrarse en el portal de ECUAPASS como exportador, creando usuario y contraseña, obteniendo así su firma electrónica.

- Entrar a la página del ECUAPASS
- Ingreso a solicitud de uso
- Ingreso a solicitud de uso de representante y completar datos
- Inicio de la firma con el dispositivo token
- Esperar 24 horas para la aceptación.

Proceso para obtener el certificado de origen

El certificado de origen es un documento importante que prueba el origen de la mercancía, más aún cuando existe un acuerdo comercial como el que tiene Ecuador con la Unión Europea, permitiendo liberar y reducir impuestos en el comercio internacional de los productos. El exportador puede tener certificados de origen para después obtener el EUR1 certificado de circulación de mercancías.

4.12 ETAPA PRE-EMBARQUE

4.12.1 Trámites que se realizan al exportar

Antes de toda exportación se procede al correcto llenado y presentación de documentos que acompañan como evidencia al comercio internacional del producto, requeridos tanto por el país exportador como el importador. Los datos principales que se deberán consignar en la DAE son: Datos del exportador, descripción de mercadería, datos del importador, destino de la carga, cantidad, peso y demás datos de la mercadería.

4.12.2 Apertura de la exportación

La apertura de la exportación se realiza al momento de enviar la DAE declaración aduanera de exportación, mismo que puede realizarse con un agente de aduana.

Al momento de declarar la DAE se necesita de los siguientes documentos originales:

- Factura comercial
- Conocimiento de embarque (BL)
- Certificado de origen
- Declaración de paraíso fiscal

Donde se detalla todo lo relacionado con la mercancía a transportar, misma que debe tener concordancia con el documento de transporte en este caso al ser vía marítima con el Bill Of Lading BL. Detallando las características de la mercancía, cantidad, modelo, pesos neto y bruto, destino de la mercancía y bultos.

4.12.3 Aceptación de la DAE

Una vez aceptada la declaración aduanera de exportación, la esencia de vainilla ingresaría al puerto de Contecon ubicado en Guayaquil para el registro del depósito temporal y así poder estar listo para su exportación.

A su vez se determinaría el tipo de aforo una vez aceptada la DAE.

Por lo general en las exportaciones sale aforo automático, pero existen otros tipos de aforo que puede estar sujeta cualquier exportación, dependiendo de la mercancía que se transporte.

Aforo documental

En este aforo se procede la inspección documental presentada de forma electrónica ante la SENAE. Un funcionario es destinado a realizar el proceso de aforo y será quien califique lo que se está declarando. Realizándose en el momento de la entrada al depósito o en la zona primaria.

Aforo físico intrusivo

En este aforo se procede a la inspección de rayos x del producto declarado para su exportación. Un funcionario es destinado a realizar el proceso de aforo y será quien califique lo que se está declarando. Realizándose en el momento de la entrada al depósito o en la zona primaria.

Aforo automático

En este aforo se procede a la aceptación de la documentación y la mercancía de forma electrónica confiando y dependiendo del cliente en base a lo declarado por Ecuapass.

En este tipo de aforo no será necesario la presentación de documentos o revisión física, automáticamente se retinta el producto.

4.13 ETAPA POST EMBARQUE

El proceso de exportación de esencia de vainilla culminaría una vez que se apruebe la declaración aduanera de exportación adjunto los documentos necesarios.

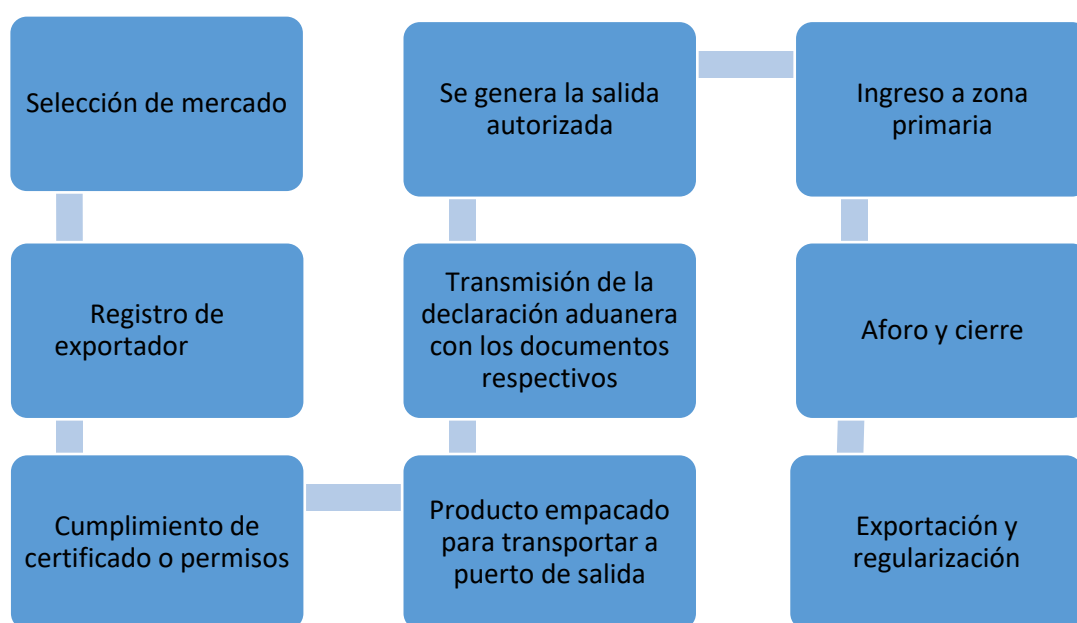


Gráfico 47 Proceso de exportación

Fuente: Ganchozo & Orellana (2020)

En el gráfico 47, la etapa post embarque inicia:

- Selección del mercado como mercado meta para el comercio internacional de los productos. Mismo que se requiere de la obtención de información del objetivo para conocer la conveniencia de negocio, desde políticas, precios, nichos, ventajas comerciales, competitivas entre otros.
- La persona interesada en exportar debe de obtener su token para registrar su firma electrónica como exportador.
- Disponer del cumplimiento de los requisitos necesarios para el comercio del producto deseado, en este caso las etiquetas requeridas en base a las normas de la Unión Europea.
- Una vez que se tenga toda la documentación lista se procede con la preparación del producto empaquetado, embalado como lo requiera el cliente y para su transporte.
- Se procede con el envío de la declaración aduanera por medio del portal de Ecuapass y con el uso de la firma electrónica, adjunto los documentos necesarios para su declaración.
- Se procede con el AISV “El Sistema de Autorización de Ingreso o Salida de Vehículos”, mismo que hay que disponer una carta para la autorización de salida.
- Se puede ingresar a la zona primaria del puerto en como destino de salida.
- Una vez aprobada la declaración aduanera, se indica el canal de aforo de la mercancía, aunque por lo general es automático es necesario conocer que existen otros canales de inspección a las que puede estar sujeto.
- Una vez aprobado y cumplido con todos estos pasos, se puede dar realizada la exportación y proceder a una regularización.

4.14 TRANSPORTE INTERNACIONAL DE MERCADERÍA

4.14.1 Transporte marítimo

Para contribuir a la información del importador para el proceso de exportación de esencia de vainilla, se sugiere un contenedor DRY de 20” en término LCL/LCL es decir carga suelta, servicio que puede ser adquirido mediante una consolidadora de carga por cuenta del comprador obedeciendo a lo que estipula el término de negociación FOB, mismo que respalda al vendedor transmitiendo la responsabilidad de transporte internacional al importador, considerando que en base a las encuestas realizadas a los importadores por una de las estudiantes en el sector Hospitalet de Llobregat - Barcelona, se va a enviar 2 pallet cada 3 meses.

Tabla 14 Costos de servicios

| | |
|---------------|-------|
| Consolidadora | \$400 |
| Puerto | \$150 |
| Estiba | \$20 |

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2020)

En la tabla 14, se puede observar la información que se obtuvo por medio de llamada telefónica para conocer los costos de servicios de la consolidadora Starcargo como uno de los sugeridos en base a sus cómodas tarifas.

4.14.2 Líneas navieras

De manera adicional para contribuir a la información del importador para el proceso de exportación, la contratación de la línea naviera será realizada por el importador, las líneas navieras que llegan al puerto de Barcelona son:

- Mediterranean Shipping Co
- Maersk line
- CMA-CGM
- Hapagloyd

4.14.3 Puerto de Barcelona

De manera adicional para contribuir a la información del importador para el proceso de exportación, se sugiere que la carga llegue al puerto de Barcelona siendo el puerto más adecuado ya que la distancia entre Hospitalet de Llobregat lugar donde se encuentran los importadores y el puerto de Barcelona es de 16 km. Sin embargo, esto queda a elección del importador.

4.14.4 Trayecto de puerto de salida hasta destino

De manera de información para el importador, se muestra la trayectoria que recorre el barco desde el puerto de Guayaquil hasta el puerto de Barcelona-España.

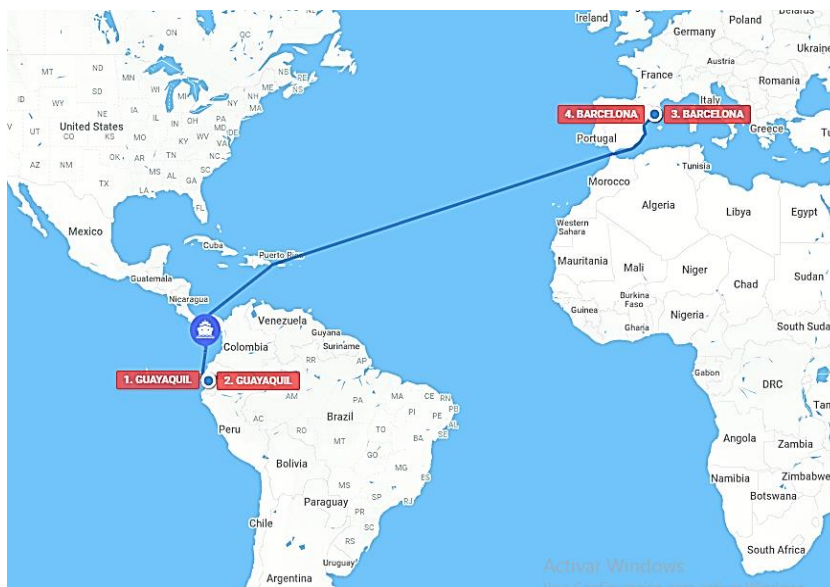


Gráfico 48 Trayectoria del puerto de Guayaquil a Barcelona

Fuente: (Searates, 2019)

Según la herramienta de investigación Searates, la trayectoria aproximada desde Ecuador hasta España, por vía marítima toma un tiempo aproximado de 25 días.

4.15 PLAN FINANCIERO

El presente proyecto de exportación de esencia de vainilla hacia el mercado de Barcelona – España, se fundamenta gracias a un estudio realizado al mercado escogido “hipermarkets”, ubicados en el sector Hospitalet de Llobregat, mismo que se puede constatar por medio de evidencias mediante un viaje a Barcelona – España realizada por una de las estudiantes.

Gracias al uso de la herramienta de investigación, como la entrevista tanto al gerente de Dipormeza S.A y a los empleados, conociendo el nivel de disposición para la fabricación de la cantidad de botellas solicitadas “1584” cada 3 meses, también gracias a encuesta, se pudo conocer el nivel de aceptación por parte del mercado destino seleccionado, los cinco importadores se encuentran interesados en adquirir la esencia de vainilla, y finalmente se realizó una ficha de observación al lugar de origen para conocer el nivel de espacio dispuesto para la elaboración del producto final.

El siguiente análisis se detalla la viabilidad al considerar el comercio internacional de esencia de vainilla hacia los consumidores de Hospitalet de Llobregat, considerando el monto de inversión por trimestre, con la finalidad de conocer las proyecciones, costos y gastos respectivos en cuanto al producto de forma anual.

4.15.1 Inversión Inicial

Para llevar a cabo la exportación de esencia de vainilla hacia Barcelona – España, se procederá con inversión propia por parte de la empresa Dipormeza S.A, con la finalidad de cubrir con los gastos destinados para la fabricación de 1584 botellas de esencia de vainilla según las encuestas realizadas a los importadores, considerando también el proceso de exportación. Debido a que la empresa por estar ya constituida cuenta con la disposición de maquinaria, mano de obra para la creación de más números de botellas a parte de lo que ellos abastecen a sus clientes a nivel nacional.

La inversión considerada para la exportación es de \$1.483,76, pero la empresa redondea a \$2.000,00 su inversión, mismo que se desglosaran a continuación:

Tabla 15 Costo FOB

| COSTO ESENCIA DE VAINILLA | |
|---|--------------------|
| | TRIMESTRAL |
| Cantidad | 1584 |
| Costo unitario | \$ 0,64 |
| Costo EXWORK (En fábrica) | \$ 1.011,26 |
| GASTOS DE EXPORTACIÓN | |
| Certificado EUR1 | \$ 10,00 |
| Embalaje | \$ 20,00 |
| Transporte interno | \$ 10,00 |
| Carga y Estiba de contenedor En Bodega | \$ 20,00 |
| Inspección pre embarque | \$ 62,50 |
| Consolidacion | \$ 25,00 |
| Honorarios por Trámite de Agente de exportación | \$ 265,00 |
| Manipuleo Inspección Antinarcóticos | \$ 60,00 |
| Total Gastos de Exportación | \$ 472,50 |
| Costo FOB | \$ 1.483,76 |

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2020)

En la tabla 15, se puede observar que el costo total trimestral es de \$1.483,76 considerando su costo de fabricación, incluyendo los gastos para el respectivo despacho de exportación, considerando la cantidad de 1584 botellas de esencia de vainilla en la primera exportación.

Conociendo dicho costo, la empresa toma como referencia el valor de \$1.483,76 redondeando como valor de inversión propia de \$2.000,00.

4.15.2 Costos Variables

Costo total materia prima

Gracias a la colaboración del Sr. Julio Torbay Gerente General de Dipormeza S.A, se pudo obtener el valor unitario de cada uno de los ingredientes para hacer la esencia de vainilla, mismos que han servido para conocer el costo de fabricación por botella del producto.

Tabla 16 Costo materia prima por botella

| INGREDIENTES | Cantidad utilizada | Unidad de medida | Valor unitario |
|--|--------------------|------------------|----------------|
| GLUCOSA DE MAÍZ | 0,0016 | LT | \$ 0,02 |
| ALCOHOL POTABLE | 0,0063 | LT | \$ 0,02 |
| VAINILLINA | 0,0022 | KI | \$ 0,08 |
| BENZONATO DE SODIO | 0,0005 | KI | \$ 0,02 |
| CELULOSA | 0,0064 | KL | \$ 0,04 |
| AZUCAR | 0,025 | KI | \$ 0,05 |
| AGUA DESMINERALIZADA | 0.5 | LT | \$ 0,02 |
| COSTO MATERIA PRIMA POR BOTELLA | | | \$ 0,25 |

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2020)

En la tabla 16, se puede observar el valor unitario de cada ingrediente para realizar la esencia de vainilla., obteniendo un valor unitario de 0,25 por botella.

Tabla 17 Costo materia prima

| COSTO DE MATERIA PRIMA | VALOR UNITARIO | TRIMESTRAL | ANUAL |
|----------------------------------|----------------|------------------|--------------------|
| CANTIDAD | 1 | 1584 | 6336 |
| MATERIA PRIMA | \$ 0,25 | \$ 396,00 | \$ 1.584,00 |
| COSTO TOTAL MATERIA PRIMA | \$ 0,25 | \$ 396,00 | \$ 1.584,00 |

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2020)

En la tabla 17, se puede observar un costo total de materia prima de \$396,00 (trimestral) y de \$1.584,00 (anual).

Costo indirecto de fabricación

Tabla 18 Presupuesto de costos indirectos de fabricación

| PRESUPUESTO DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN | | |
|---|----------------|------------------|
| | UNITARIO | TRIMESTRAL |
| CAJAS DE CARTON | \$ 0,50 | \$ 66,00 |
| ENVASES | \$ 0,10 | \$ 158,40 |
| ETIQUETAS | \$ 0,06 | \$ 95,04 |
| TOTAL COSTO INDIRECTO | \$ 0,66 | \$ 319,44 |

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2020)

En la tabla 18, según lo cotizado para el proceso de exportación se puede observar el costo unitario de las cajas de cartón, envases y etiquetas, el total de costo indirecto de fabricación es de \$319,44 (trimestral).

Presupuesto costo variable trimestral

Tabla 19 Presupuesto costo variable

| PRESUPUESTO COSTO VARIABLE | |
|-----------------------------------|-------------------|
| | TRIMESTRAL |
| Costo de Materia Prima | \$ 396,00 |
| Costo de Mano de Obra Directa | \$ 135,63 |
| Costo Indirectos de Fabricación | \$ 319,44 |
| TOTAL COSTO VARIABLE | \$ 851,07 |
| CANTIDAD | 1584 |
| COSTO VARIABLE UNITARIO | \$ 0,54 |

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2020)

En la tabla 19, se puede observar el costo variable para fabricar 1584 botellas, se considera los costos de materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación, el total de costo variable es de \$851,07 (trimestral).

Es necesario considerar que la mano de obra directa no genera un salario básico, dado que es la remuneración aproximada que paga la empresa a sus productores por la producción de 1584 botellas de esencia de vainilla, el tiempo de elaboración de esta cantidad es de una semana aproximadamente.

Nos indicaron que el sueldo por producir 40 galones de esencia de vainilla que son (320 botellas) es de 27,40\$. Para saber el sueldo a pagar por producir 1584 botellas se realizó una regla de 3. No se considera un sueldo mensual ya que la exportación será cada 3 meses, y la producción estará lista en una semana aproximadamente.

4.15.3 Costo Fijos

Gastos Administrativos

Los gastos administrativos que se reflejan a continuación son valores fijos referentes dados por el gerente de la empresa Dipormeza S.A.

Tabla 20 Gastos administrativos

| GASTOS ADMINISTRATIVOS | |
|-------------------------------|-------------------|
| | TRIMESTRAL |
| ENERGIA ELÉCTRICA Y AGUA | \$ 2,69 |
| TELÉFONO | \$ 2,00 |
| INTERNET | \$ 2,50 |
| MATERIALES DE OFICINA | \$ 3,00 |
| SUELDOS | \$ 150,00 |
| TOTAL COSTO FIJO | \$ 160,19 |

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2020)

En la tabla 20, se pueden observar valores aproximados cedidos por el gerente de la empresa en base a un prorrateo general de gastos administrativos, ya que ofrecen más productos, considerando los gastos de servicios básicos necesarios para la fabricación de esencia de vainilla, mientras que el sueldo es el aproximado de ganancia al fabricar el pedido de 1584 botellas. El total de costo fijo es de \$160,19 (trimestral).

4.15.4 Presupuesto de costo trimestral

Tabla 21 Presupuesto de costo

| PRESUPUESTO DE COSTO | |
|-----------------------------|--------------------|
| | TRIMESTRAL |
| COSTOS FIJOS | \$ 160,19 |
| COSTOS VARIABLES | \$ 851,07 |
| TOTAL DE COSTOS | \$ 1.011,26 |
| CANTIDAD | 1584 |
| COSTO UNITARIO | \$ 0,64 |

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2020)

En la tabla 21, se puede observar el costo total de fabricación de 1584 botellas de esencia de vainilla, unificando los valores antes detallados. El total de costos es de \$1.011,26 (trimestral).

El costo unitario de fabricación es de 0,64 ctvs., se obtiene de la sumatoria de costos fijos y costos variables, los cuales se dividen para la cantidad producida, es decir:

Total de costos \$1.011,26 / 1584 botellas= \$0,64 ctvs.

4.15.5 Presupuesto de costo totales anuales

Para considerar el costo total anual se suma todos los costos operativos sin considerar los costos de exportación, tomando en cuenta una inflación del 3% anual, según las estadísticas del Banco Central del Ecuador indica que sufre una inflación anual aproximada del 3%. (Ecuador, 2019) .

Se detalla el siguiente presupuesto costo total.

Tabla 22 Presupuesto de costo totales anuales

| PRESUPUESTO DE COSTO TOTALES ANUALES | | | | | |
|---|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| COSTOS FIJOS | \$ 640,77 | \$ 653,99 | \$ 667,49 | \$ 681,28 | \$ 695,35 |
| COSTOS VARIABLES | \$ 3.404,28 | \$ 3.500,98 | \$ 3.600,48 | \$ 3.702,85 | \$ 3.808,18 |
| TOTAL DE COSTOS | \$ 4.045,05 | \$ 4.154,98 | \$ 4.267,97 | \$ 4.384,13 | \$ 4.503,52 |
| CANTIDAD | 6336 | 6526 | 6722 | 6924 | 7131 |
| COSTO UNITARIO | \$ 0,64 | \$ 0,66 | \$ 0,68 | \$ 0,70 | \$ 0,72 |

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2020)

En la tabla 22, se puede observar el presupuesto de costo totales anuales proyectado para 5 años, incrementando el 3% de inflación de un año con relación al siguiente año.

4.15.6 Detalle de Costo de Exportación trimestral

Una vez conocido el costo de fabricación del producto se procede a sumar los gastos de exportación.

Los gastos de exportación están relacionados con las certificaciones, embalaje, transporte interno, honorario del agente de aduana y otros gastos dentro del puerto.

Tabla 23 Costo de exportación

| COSTO ESENCIA DE VAINILLA | |
|---|--------------------|
| | TRIMESTRAL |
| Cantidad | 1584 |
| Costo unitario | \$ 0,64 |
| Costo EXWORK (En fábrica) | \$ 1.011,26 |
| GASTOS DE EXPORTACIÓN | |
| Certificado EUR I | \$ 10,00 |
| Embalaje | \$ 20,00 |
| Transporte interno | \$ 10,00 |
| Carga y Estiba de contenedor En Bodega | \$ 20,00 |
| Inspección pre embarque | \$ 62,50 |
| Consolidación | \$ 25,00 |
| Honorarios por Trámite de Agente de exportación | \$ 265,00 |
| Manipuleo Inspección Antinarcóticos | \$ 60,00 |
| Total Gastos de Exportación | \$ 472,50 |
| Costo FOB | \$ 1.483,76 |
| Costo FOB Unitario | \$ 0,94 |
| Margen de utilidad 80% | \$ 1.187,01 |
| Precio FOB | \$ 2.670,77 |
| Precio FOB Unitario | \$ 1,69 |

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2020)

En la tabla 23, se puede observar el costo total de exportación trimestral, es decir para realizar el trámite de exportación de 1584 botellas de esencia de vainilla el valor es de 472,50, se procede a sumar el

costo de fabricación y el costo de exportación para obtener el costo FOB, confirmando el valor indicado anteriormente para la inversión inicial por pedido de \$2.000,00 redondeado.

4.15.7 Financiamiento del proyecto

Considerando que la empresa Dipormeza S.A ya está constituida en la actualidad y realiza de forma normal la comercialización de su gama de productos alimenticios salsas, esencias, vinagre, entre otros. Ha decidido sustentar el proyecto con inversión propia sin necesidad de un préstamo bancario, gracias a la capacidad de producción para elaborar 1584 botellas de esencia de vainilla trimestral, que equivale a 6336 botellas al año. Se detalla en lo siguiente:

Tabla 24 Costo anual de exportación

| COSTO ANUAL DE EXPORTACIÓN DE ESENCIA DE VAINILLA | | | | | |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| AÑO | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| Cantidad | 6336 | 6526 | 6722 | 6924 | 7131 |
| Costo unitario | \$ 0,64 | \$ 0,66 | \$ 0,68 | \$ 0,70 | \$ 0,72 |
| Costo EXWORK (En fábrica) | \$ 4.045,05 | \$ 4.291,39 | \$ 4.552,74 | \$ 4.830,00 | \$ 5.124,15 |
| GASTOS DE EXPORTACIÓN | | | | | |
| Certificado EUR1 | \$ 40,00 | \$ 41,20 | \$ 42,44 | \$ 43,71 | \$ 45,02 |
| Embalaje | \$ 80,00 | \$ 82,40 | \$ 84,87 | \$ 87,42 | \$ 90,04 |
| Transporte interno | \$ 40,00 | \$ 41,20 | \$ 42,44 | \$ 43,71 | \$ 45,02 |
| Carga y Estiba de contenedor En Bodega | \$ 80,00 | \$ 82,40 | \$ 84,87 | \$ 87,42 | \$ 90,04 |
| Inspección pre embarque | \$ 250,00 | \$ 257,50 | \$ 265,23 | \$ 273,18 | \$ 281,38 |
| Consolidacion | \$ 100,00 | \$ 103,00 | \$ 106,09 | \$ 109,27 | \$ 112,55 |
| Honorarios por Trámite de Agente de exportación | \$ 1.060,00 | \$ 1.091,80 | \$ 1.124,55 | \$ 1.158,29 | \$ 1.193,04 |
| Manipuleo Inspección Antinarcóticos | \$ 240,00 | \$ 247,20 | \$ 254,62 | \$ 262,25 | \$ 270,12 |
| Total Gastos de Exportación | \$ 1.890,00 | \$ 1.946,70 | \$ 2.005,10 | \$ 2.065,25 | \$ 2.127,21 |
| Costo FOB | \$ 5.935,05 | \$ 6.238,09 | \$ 6.557,84 | \$ 6.895,26 | \$ 7.251,36 |
| Costo FOB Unitario | \$ 0,94 | \$ 0,96 | \$ 0,98 | \$ 1,00 | \$ 1,02 |
| Margen de utilidad 80% | \$ 4.748,04 | \$ 4.990,48 | \$ 5.246,27 | \$ 5.516,21 | \$ 5.801,09 |
| Precio FOB | \$ 10.683,09 | \$ 11.228,57 | \$ 11.804,12 | \$ 12.411,46 | \$ 13.052,45 |
| Precio FOB Unitario | \$ 1,69 | \$ 1,72 | \$ 1,76 | \$ 1,79 | \$ 1,83 |

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2020)

En la tabla 24, se puede observar el total costo FOB, se obtiene de la sumatoria del costo EXWORK “en fabrica”, más los gastos de exportación, pero con carácter anual.

EL costo EXWORK” \$ 4045,05 + “gastos de exportación” \$ 1.890,00= \$5.935,05

Por lo tanto, cumpliendo con la entrega de 1584 botellas de esencia de vainilla de 500ml con una frecuencia trimestral, “1584 x 4 veces al año = 6336 botellas” equivale a 6336 botellas de esencia de vainilla anuales, obteniendo un costo FOB de \$5.935,05 y un costo unitario de \$0,64 por botella de 500ml. Corrobora lo siguiente:

Costo FOB anual \$5.935,05/ 4 veces al año = \$ 1.483,76 FOB Trimestral

De tal manera, para el presente proyecto no se necesitará de un préstamo bancario, dado que por pedido cuesta \$1.483,76 FOB, mismo que puede ser sustentado por capital propio y reinvertido para los siguientes meses con los valores obtenido desde la venta del primer pedido.

Considerando un margen de utilidad del 80% tenemos:

$$\$5.935,05 \times 80\% = \$ 4.748,04$$

$$\$5.935,05 + \$4.748,04 = \$1.0683,09 \text{ FOB} / 6336 \text{ botellas anuales} = \$1,69 \text{ convertidos a Euros } \text{€}1,58$$

“referente al tipo de cambio del día de la negociación”

Se puede considerar el margen de 80%, da como resultado un PVP atractivo y razonable para el consumidor “en base a las encuestas”, se concluye que el precio de la esencia de vainilla ofertado por Dipormeza S.A es accesible y competitivo en el mercado de España, según se detalló en el Capítulo 4. Ítems 4.6.3 Análisis de precio de la competencia del mercado internacional.

4.15.8 Ventas anuales

La proyección de ventas anual se realiza en base a todos los costos operacionales y costos de exportación que se incurren para la comercialización de esencia de vainilla. Considerando un crecimiento de la demanda del 3%.

Tabla 25 Proyección de ventas anuales

| PROYECCION DE VENTAS ANUAL | | | | |
|----------------------------|----------|---------------------|-------------|--------------|
| AÑO | CANTIDAD | DESCRIPCION | VALOR ANUAL | VALOR TOTAL |
| 2020 | 6336 | esencia de vainilla | \$ 1,69 | \$ 10.683,09 |
| 2021 | 6526 | esencia de vainilla | \$ 1,72 | \$ 11.228,57 |
| 2022 | 6722 | esencia de vainilla | \$ 1,76 | \$ 11.804,12 |
| 2023 | 6924 | esencia de vainilla | \$ 1,79 | \$ 12.411,46 |
| 2024 | 7131 | esencia de vainilla | \$ 1,83 | \$ 13.052,45 |

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2020)

En la tabla 25, se puede observar el valor total de ventas anuales.

4.15.9 Gasto de Ventas

La proyección de gastos de ventas se considera los gastos publicitarios que se incurren para la comercialización de esencia de vainilla, considerando el 1% de incremento de un año a otro.

Tabla 26 Proyección de gasto de ventas

| PROYECCION DE GASTOS DE VENTAS | | | |
|--------------------------------|----------------|----------------------|--------------|
| AÑO | VENTAS ANUALES | GASTOS PUBLICITARIOS | TOTAL GASTOS |
| 2020 | \$ 10.683,09 | \$ 106,83 | \$ 106,83 |
| 2021 | \$ 11.228,57 | \$ 112,29 | \$ 112,29 |
| 2022 | \$ 11.804,12 | \$ 118,04 | \$ 118,04 |
| 2023 | \$ 12.411,46 | \$ 124,11 | \$ 124,11 |
| 2024 | \$ 13.052,45 | \$ 130,52 | \$ 130,52 |

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2020)

En la tabla 26, se puede observar los gastos publicitarios que se involucran para la venta internacional, considerando el 1% del total de ventas anuales.

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Por medio de la evaluación del proyecto se podrá conocer la viabilidad del proyecto en base a todo el análisis financiero ya detallado.

4.15.10 Flujo de efectivo

En el presente flujo de caja se detalla con una inversión de 5 años teniendo como resultado los ingresos y egresos que tendría la empresa Dipormeza S. A en base al cumplimiento de los pedidos por cliente.

Tabla 27 Flujo de caja

| FLUJO DE CAJA | | | | | | |
|--------------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | AÑO | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| INGRESOS | | | | | | |
| SALDO INICIAL | \$ 2.000,00 | | | | | |
| VENTAS | | \$ 10.683,09 | \$ 11.228,57 | \$ 11.804,12 | \$ 12.411,46 | \$ 13.052,45 |
| TOTAL DE INGRESOS | | \$ 10.683,09 | \$ 11.228,57 | \$ 11.804,12 | \$ 12.411,46 | \$ 13.052,45 |
| EGRESOS | | | | | | |
| COSTO DE VENTA | | \$ 5.935,05 | \$ 6.238,09 | \$ 6.557,84 | \$ 6.895,26 | \$ 7.251,36 |
| GASTOS ADMINISTRATIVO | | \$ 640,77 | \$ 653,99 | \$ 667,49 | \$ 681,28 | \$ 695,35 |
| GASTOS DE EXPORTACION | | \$ 1.890,00 | \$ 1.946,70 | \$ 2.005,10 | \$ 2.065,25 | \$ 2.127,21 |
| GASTOS DE VENTA | | \$ 106,83 | \$ 112,29 | \$ 118,04 | \$ 124,11 | \$ 130,52 |
| TOTAL DE EGRESO | | \$ 8.572,65 | \$ 8.951,07 | \$ 9.348,48 | \$ 9.765,90 | \$ 10.204,45 |
| SALDO FINAL | \$ 2.000,00 | \$ 2.110,44 | \$ 2.277,50 | \$ 2.455,64 | \$ 2.645,56 | \$ 2.848,01 |

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2020)

En la tabla 27, se puede observar se evidencia que se detalla un flujo positivo desde el año 2020 con un valor de \$2.110,44 y finalizando en el año 2024 con un valor de \$ 2.848,01, se observar un flujo creciente no representa cifras negativas.

4.15.11 Valor Actual Neto y Tasa interna de Retorno

Tabla 28 VPN y TIR

| AÑO | FLUJO DE EFECTIVO | VALOR PRESENTE |
|--------------------------------------|--------------------|---------------------|
| 0 | \$ -2.000,00 | \$ 2.000,00 |
| 1 | \$ 2.110,44 | \$ 1.884,32 |
| 2 | \$ 2.277,50 | \$ 1.815,61 |
| 3 | \$ 2.455,64 | \$ 1.747,87 |
| 4 | \$ 2.645,56 | \$ 1.681,30 |
| 5 | \$ 2.848,01 | \$ 1.616,03 |
| Valor Presente Neto (VPN) | \$ 6.745,14 | \$ 10.745,14 |
| Tasa Interna De Retorno (TIR) | 109,57% | |
| Tasa De Descuento (TMAR) | 12% | |

Elaborado por: Ganchozo & Orellana (2020)

En la tabla 28, se detalla el VPN y la TIR, el presente proyecto es rentable ya que el valor presente neto (VPN) resulta positivo con \$6.745,14 lo cual demuestra que se obtendrá una rentabilidad y un beneficio adicional con una tasa interna de retorno (TIR) es mayor con 109,57% que la tasa mínima atractiva de rendimiento (TMAR) siendo el 12%.

CONCLUSIONES

El presente proyecto de exportación determina las siguientes conclusiones:

- La empresa Dipormeza S.A carece de marketing tanto en lo nacional como en lo internacional para su producto esencia de vainilla.
- La empresa Dipormeza S.A carece de una página web donde pueda dar a conocer al mercado internacional la gama de sus productos.
- La etiqueta actual del producto esencia de vainilla no está adecuada para el ingreso del producto a la Unión Europea.
- El tiempo útil de la esencia de vainilla es una ventaja enorme que tiene la empresa Dipormeza S.A, por su larga durabilidad y resistencia al ambiente.
- Los importadores de hipermarkets que se visitaron en el sector Hospitalet de Llobregat estuvieron de acuerdo con el empaque del producto.
- Se concluye exportar 6336 botellas de esencia de vainilla al año.
- Todo el personal de la empresa Dipormeza carece de información de procesos de exportación.
- Se elige mercado meta a España, por pertenecer a la Unión Europea goza del Acuerdo Comercial Multipartes con Ecuador que entró en vigor el 1 de enero del 2017.
- Termino de negociación sugerido para el presente proyecto de exportacion es el incoterm FOB.
- Finalmente se concluye para el presente proyecto de exportación, una inversión de \$1483,76 en base a las 1584 botellas de esencia de vainilla comercializadas, mismo que puede ser sustentado por capital propio y reinvertido para los siguientes meses, dando un total de inversión anual de \$5935,05.

RECOMENDACIONES

La empresa Dipormeza S.A debe considerar lo siguiente:

- Contratar una persona especializada en publicidad para que le ayude dando realce al producto.
- Contratar los servicios para tener su propia página web que le permita dar a conocerse a través de los distintos canales del internet y redes sociales con el fin de llegar a contactarse con los diferentes importadores interesados en sus productos, con el objetivo de ganar realce y posicionamiento en el mercado.
- Para la exportación utilizar la etiqueta que cumpla con todos los requisitos exigidos por la Unión Europea, el diseño adecuado de la etiqueta se muestra en la investigación.
- Transportar el producto con modalidad marítima, reduciendo costos, transportarla como carga suelta en contenedores sin refrigeración.
- Uno de los importadores recomendó que el envase de la esencia de vainilla tenga diferente tamaño.
- Considerar la obtención de más mano de obra en caso de aumento de demanda.
- Se recomienda capacitar al personal para que tenga conocimiento del proceso de exportación, en caso que se animen a comercializar los demás productos que ofrecen en el mercado nacional.
- Aprovechar del acuerdo comercial que existe entre la Unión Europea con Ecuador.
- Se recomienda a la empresa Dipormeza S.A negociar bajo el término de negociación FOB, permitiéndole disminuir la cantidad de responsabilidades, hasta entregar la mercadería en el puerto de salida, transfiriendo dicha responsabilidad al comprador.
- En base a los gastos estimados se arroja como resultado una inversión inicial de \$1.483,76 por 1584 botellas de esencia de vainilla elaboradas trimestralmente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aladi. (2018). *Asociación Latinoamericana de Integración*. Obtenido de <http://www2.aladi.org/nsfaladi/vbasico.nsf/vbusquedaR/95D6AC996FB422C2032574A2005AE39E>
- Alarcon, I. (15 de abril de 2018). Diario El Comercio. *El estudio de las orquideas está en auge*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/planeta-estudio-orquideas-auge-ecuador.html>
- Banco Central del Ecuador. (2018). Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201803.pdf>
- BBC. (3 de abril de 2016). *BBC NEWS*. Obtenido de Por qué se disparó el precio de la vainilla, el sabor preferido del mundo: https://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/04/160331_vainilla_precio_alza_finde_dv
- BCE. (17 de 01 de 2018). El Banco Central da a conocer los cinco mayores productos de exportación del Ecuador. *El productor*. Obtenido de <https://www.vistazo.com/seccion/pais/actualidad-nacional/estos-son-los-mayores-productos-de-exportacion-segun-el-bce>
- BCE. (2018). ESTOS SON LOS MAYORES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN, SEGÚN EL BCE. *Vistazo*. Obtenido de <https://www.vistazo.com/seccion/pais/actualidad-nacional/estos-son-los-mayores-productos-de-exportacion-segun-el-bce>
- Blanchard, D. (24 de noviembre de 2016). *ORIGEN DEL TÉRMINO CADENA DE SUMINISTRO*. Obtenido de Escuela de organizacion industrial: <https://www.eoi.es/blogs/scm/2012/11/04/origen-del-termino-cadena-de-suministro/>
- CCE. (2013). *Comercio y exportación*. Obtenido de http://www.comercioyexportacion.com/images/documentos/exportar/Guia_Practica_del_Plan_de_Exportacion-Version_Final_Oficial_LV.pdf
- Cesar, T. J. (2019). Gerente de Dipormeza S.A. (G. Orellana, & Y. Ganchozo, Entrevistadores)
- Civil, D. G. (2020). *Registro Civil*. Obtenido de <https://www.registrocivil.gob.ec/certificado-de-firma-electronica/>
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (05 de Mayo de 2015). Quito: Lexis. Obtenido de <https://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/09/CODIGO-ORGANICO-DE-LA-PRODUCCION-COPCI.pdf>
- Comex. (20 de 1 de 2020). Obtenido de Incoterms- principales características para la correcta aplicación en ecuapass: <https://www.e-comex.com/reglas-incoterms-aplicacion-ecuapass/>
- Conticarton. (2020). Obtenido de Fabrica de cajas de carton corrugado.
- Corvo, H. S. (2019). *Administración y Finanzas*. Obtenido de Transacciones comerciales: <https://www.lifeder.com/transacciones-comerciales/>

DHL. (2015). *Guía de Importación a España*. España: DHL express España. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/518924806rad1273A.pdf>

Diario, E. (2 de mayo de 2018). *Santo Domingo*. Obtenido de Una especia de lujo : <http://www.eldiario.ec/centro/noticias-santodomingo-ecuador/470624-una-especia-de-lujo/>

E comex . (17 de febrero de 2017). *E comex*. Obtenido de <https://www.e-comex.com/que-es-el-tnan/>

E comex. (20 de enero de 2017). *E comex*. Obtenido de <https://www.e-comex.com/correcta-clasificacion-arancelaria/>

Ecuador, B. C. (2019). *Instituto Nacional de estadística y censos*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/?s=inflacion+acumulada+2019>

Ecuador, Servicio Nacional de Aduana del. (2019). *Para importar*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>

El gourmet. (s.f.). Obtenido de Vainilla: <http://elgourmet.com/nota/vainilla>

El Universo. (09 de 05 de 2019). *Beneficio para los consumidores ecuatorianos*.

Espinoza, M. V. (5 de 2 de 2020). *Lideres*. Obtenido de Vainuz produce vainilla en Santo Domingo y ya empezó a exportar: <https://www.revistalideres.ec/lideres/vainuz-investigacion-exportacion-vainilla-empresa.html>

Europea, U. (s.f.). *EUR-Lex*. Obtenido de <https://eur-lex.europa.eu/homepage.html>

Export Potential. (04 de 08 de 2019). *ITC*. Obtenido de Export Potential Map: <https://exportpotential.intracen.org/#/products/tree-map>

Exteriores, M. d. (Septiembre de 2019). *Ficha país*.

FMI. (3 de Octubre de 2018). *Fondo Monetario Internacional*.

fxtrader. (2010). *Teorías Clásicas del Comercio Internacional*. Obtenido de <https://www.emprendices.co/teorias-clasicas-del-comercio-internacional/>

Granados, O. (14 de junio de 2018). Vainilla a precio de Oro. *El País*. Obtenido de https://elpais.com/economia/2018/06/13/actualidad/1528910475_550952.html

Helpdesk, T. (2020). *Union Europea*. Obtenido de <https://trade.ec.europa.eu/tradehelp/es/etiquetado-y-embalaje>

Hernandez, Fernandez y Baptista. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc. Graw Hill.

ICEX. (2018). *Ficha país*. España. Obtenido de <https://www.icex.es/icex/es/Navegacion-zona-contacto/libreria-icex/PUB2018796607.html?idTema=10707032&idColeccion=12060359>

ICEX. (2019). *España Exportación e Inversiones*. Obtenido de <http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/Paginas/inicio.aspx>

- Incoterms Fob. (2020). Obtenido de <https://www.areadepymes.com/?tit=fob-free-on-board-guia-de-incoterms-2010&name=Manuales&fid=em0bcae>
- Kacungira, N. (27 de agosto de 2018). *BBC NEWS*. Obtenido de Vainilla de Madagascar: el codiciado sabor que desencadenó una espiral de violencia en el país africano: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-45207727>
- Lagarde., C. (2018). *El FMI alerta de "riesgos" para la economía española por el paro y la deuda*. Madrid: La Nueva España.
- Lideres. (s.f.). El valor agregado repunta en la industria local. *El comercio* , 1526.
- Mancero, J. F. (19 de Abril de 2017). Rectificación: Sobre la política comercial en el Ecuador. *El Universo*.
- Mannise, R. (30 de mayo de 2019). *Ecocosas*. Obtenido de Vainilla, aromatizante con propiedades medicinales: <https://ecocosas.com/cocina-y-alimentos/vainilla/?cn-reloaded=1&cn-reloaded=1>
- Ministerio de Asunto exteriores, Unión Europea y cooperación. (04 de 02 de 2019). *Consulta bilaterales entre España y Ecuador*. Obtenido de http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/SalaDePrensa/NotasDePrensa/Paginas/2019_NOTAS_P/20190204_NOTA017.aspx
- Mondragón, V. (2020). *Diario del Exportador*. Obtenido de Protocolo y cultura de negocios en España: <https://www.diariodelexportador.com/2016/08/protocolo-y-cultura-de-negocios-en.html>
- Nomenclatura de designación y codificación de mercancías del Ecuador. (2017). *Comite de comercio exterior*. Ministerio del comercio exterior.
- OCE. (15 de 03 de 2020). *Observatory of economic complexity*. Obtenido de <https://oec.world/es/profile/hs92/0905/#Importers>
- OEC. (2019). *Observatory of economic complexity*. Obtenido de vainilla: <https://oec.world/es/profile/hs92/0905/>
- OEC. (15 de 03 de 2020). *Observatory of economic complexity*. Obtenido de https://oec.world/es/visualize/tree_map/hs92/export/ecu/show/0905/2017/
- Ordóñez, M. (25 de enero de 2018). *Gestion Digital*. Obtenido de La producción desequilibrada de Ecuador limita su crecimiento económico.: <https://revistagestion.ec/index.php/economia-y-finanzas-analisis/la-produccion-desequilibrada-de-ecuador-limita-su-crecimiento>
- Porter, M. E. (2012). *Importancia de la cadena de suministros en las*. Panama.
- Pro Ecuador*. (17 de Julio de 2019). Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/ficha-tecnica-de-espana/>
- Proecuador. (2017). *PERFIL LOGISTICO DE ESPAÑA*. Perfil Logístico, Guayaquil. Obtenido de [file:///C:/Users/Yomira/Downloads/PROEC_PL2017_ESPANA_FEBRERO%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Yomira/Downloads/PROEC_PL2017_ESPANA_FEBRERO%20(1).pdf)
- PUDELECO. (02 de Agosto de 2019). ARANCEL DE IMPORTACIONES INTEGRADO DEL ECUADOR. En PUDELECO.

- Reglamento del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (2011). Quito: Editora Nacional. Obtenido de <https://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/reglamento-codigo-organico-produccion-comercio-inversiones.pdf>
- Research, C. V. (2014). solo el 8,07% de los productos que se exportan son procesados. *El telegrafo*.
- Reyes, C. E. (2016). Fundamentos de la teoría clásica del comercio internacional. *Eumed*. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/colaboraciones/lrce-comercio.htm>
- Rivadeneira, F. (S.F.). Para llegar al mercado Europeo la clave es la calidad. *LIDERES*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/llegar-mercado-europeo-clave-calidad.html>
- Roberto Hernandez Sampiere. (2014). En *Metodología de la investigación*.
- Roberto Hernandez Sampieri, C. F. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mc Graw Hil. Obtenido de <http://www.pucesi.edu.ec/webs/wp-content/uploads/2018/03/Hern%C3%A1ndez-Sampieri-R.-Fern%C3%A1ndez-Collado-C.-y-Baptista-Lucio-P.-2003.-Metodolog%C3%ADa-de-la-investigaci%C3%B3n.-M%C3%A9xico-McGraw-Hill-PDF.-Descarga-en-l%C3%ADnea.pdf>
- Roldán, P. N. (2019). *economipedia*. Obtenido de Liberalización comercial: <https://economipedia.com/definiciones/liberalizacion-comercial.html>
- Santander. (12 de 03 de 2020). *Reglas de embalaje y etiquetado en España* . Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/gestionar-embarques/espana/empaques-y-nomas>
- Santander, G. (abril de 2019). *Santander trade portal* . Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/espana/empaques-y-nomas>
- Searates. (2019). Obtenido de <https://www.searates.com/es/>
- SENAE. (2020). *Ecuapass*.
- Stuart, J. (2010). *Emprendices*. Obtenido de Teorías Clásicas del Comercio Internacional: <https://www.emprendices.co/teorias-clasicas-del-comercio-internacional/>
- TARIC, A. (21 de 02 de 2020). *Fiscalidad y Unión Europea*. Obtenido de https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/measures.jsp?Lang=es&SimDate=20190923&Area=EC&MeasType=&StartPub=&EndPub=&MeasText=&GoodsText=&op=&Taric=3300000000&search_text=goods&textSearch=&LangDescr=es&OrderNum=&Regulation=&measStartDat=&measEndDat=
- Universo, D. e. (28 de noviembre de 2019). Economía. *Acuerdo Ecuador-Unión Europea desgravará 2.565 partidas*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2016/11/28/nota/5925922/acuerdo-desgravara-2565-partidas>
- Vélez, L. R. (10 de octubre de 2017). *ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS, PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD*. Obtenido de <http://mdc.org.co/que-es-la-cadena-de-suministro-y-cuales-son-sus-funciones/>

ANEXOS

Anexo 1 Ficha de observación a la empresa

FICHA DE OBSERVACIÓN

PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR.

Observadoras: Amarilis Ganchozo; Gabriela Orellana

Unidad Observada: Empresa Diporrmeza S.A

Dirección: Guasmo Norte, Coop. Centro Cívico Mz. 116 Villa: 3

Se realizará la siguiente ficha de observación, con la finalidad de tener información de la empresa.

| Aspectos a observar | Valoración alcanzada | | | | Observaciones |
|------------------------------------|----------------------|-------|------|----------|---------------|
| | Bajo | Medio | Alto | Muy alto | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| Terreno propio | | | | x | |
| Áreas distribuidas | | x | | | |
| Espacio de recreación | | x | | | |
| Bodega de almacenamiento apropiada | | | | x | |
| Buen trato a trabajadores | | | | x | |
| Maquinaria en buen estado | | | | x | |
| Vestimenta adecuada | | | | x | |
| Suficiente espacio para trabajar | | x | | | |
| Buenas prácticas de producción | | | | x | |
| Suficiente nivel de producción | | | | x | |
| Registro Sanitario del producto | | | | x | |
| Presentación del producto | | | | x | |

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS IMPORTADORES

La encuesta está dirigida a importadores del sector Hospitalet de Llobregat con el afán de comprobar el nivel de aceptación del producto terminado.

Nombre del Hipermarket:

Teléfono:

1) ¿Actualmente se encuentra importando algún tipo de producto alimenticio de origen ecuatoriano?

Si

No

2) ¿Dentro de los productos que comercializa se encuentra la esencia de vainilla?

Si

No

3) ¿El nivel de demanda que tiene la esencia de vainilla en su local es?

Diario

Semanal

Mensual

4) ¿Conoce usted del producto “truquito de la abuela” es la esencia de vainilla en un envase de 500 ml?

Si

No

5) ¿Desea conocerlo?

Si

No

6) ¿Qué le parece el olor, textura y su presentación 500 ml?

| Olor | | Textura | | Presentación | |
|----------------|--------------------------|---------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| Muy agradable | <input type="checkbox"/> | Líquida | <input type="checkbox"/> | Muy agradable | <input type="checkbox"/> |
| Agradable | <input type="checkbox"/> | Viscosa | <input type="checkbox"/> | Agradable | <input type="checkbox"/> |
| Poco agradable | <input type="checkbox"/> | Grumosa | <input type="checkbox"/> | Poco agradable | <input type="checkbox"/> |

7) ¿Qué recomendación propone para la presentación del producto terminado esencia de vainilla?

8) ¿Está usted dispuesto a importar esencia de vainilla desde Ecuador? En caso de ser no justifique su respuesta.

Si

No

9) ¿Cuál es el precio más accesible para usted, considerando el envase de 500 ml?

Entre 2 a 3,99 €

Entre 4 a 5 €

10) La empresa fabricante exportadora del producto incursiona como nueva en el mercado internacional y sus transacciones a nivel de términos de negociación es FOB ¿Está dispuesto adquirir en ese término de negociación?

Si

No

11) ¿Qué cantidad de esencia de vainilla está dispuesto adquirir para comercializar en su local, cada caja contiene 12 unidades?

Cajas _____

12) ¿Qué medios de comunicación le parece aceptable recibir información del producto?

Redes sociales

Correo electrónico

Agradecemos su amable atención y tiempo

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ENCUESTA DIRIGIDA A REPOSTERÍAS

La encuesta está dirigida a reposterías para conocer el nivel de demanda que tiene la esencia de vainilla “El truquito de la abuela” en el segmento de mercado Hospitalet de Llobregat.

Nombre de la repostería:

1) ¿Usa como ingrediente esencia de vainilla en sus postres?

Si

No

2) ¿Con que frecuencia utiliza esencia de vainilla en sus postres?

Todos los días

Una vez a la semana

Una vez al mes

3) ¿Qué cantidad de esencia de vainilla de 50 ml estaría dispuesto a adquirir mensualmente?

1 – 2 docenas

2 – 3 docenas

Otra cantidad _____

4) ¿Tiene inconveniente en adquirir productos latinoamericanos? Si su respuesta es sí justifíquela.

Si

No

5) ¿Está dispuesto adquirir esencia de vainilla de origen ecuatoriana?

Si

No

6) ¿Qué es lo primero que observa al adquirir esencia de vainilla? Si su respuesta es diferente, indíquela en otro.

Olor

Presentación

Otro _____

7) ¿Dónde le gustaría encontrar este producto?

Hipermarkets Latinos

Supermercados

Otros _____

Agradecemos su amable atención y tiempo

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ADMINISTRACION
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
ENCUESTA PARA PERSONAL DE AREA OPERATIVA

1) ¿Tiene usted conocimiento sobre los procesos de exportación? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela

Si

No

2) ¿Tiene usted conocimiento de la documentación necesaria para realizar una exportación?

Si

No

3) ¿Tiene usted conocimiento del embalaje necesario para exportar la esencia de vainilla?

Si

No

4) ¿La empresa necesitará contar con inventario de producto terminado para la comercialización del producto al exterior?

Si

No

5) ¿Pueden fabricar 1584 unidades trimestral para la exportación, sin contar las que elabora mensualmente para su venta local? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela.

Si

No

6) ¿Poseen transporte interno para trasladar el producto hasta el puerto de embarque? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela.

Si

No

7) ¿Si la empresa se enfrenta un aumento de demanda internacional, tendría la capacidad de abastecerla? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela.

Si

No

Agradecemos su amable atención y tiempo

Anexo 5 Fotografías de la ficha de observación de la empresa Dipormeza S.A



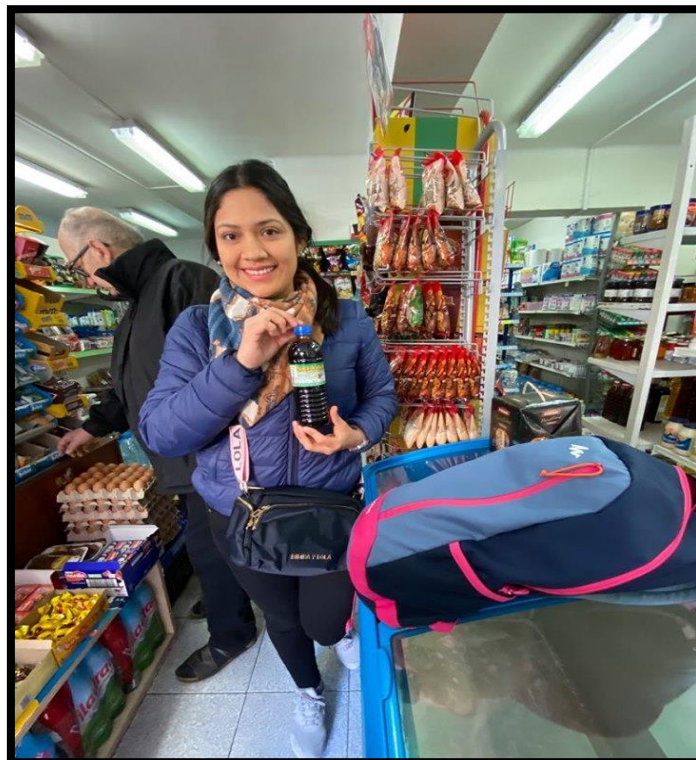


Anexo 6 Tarjeta de embarque de viaje que se realizó a Barcelona

| | | | |
|--|--|--|--|
| IBERIA IBERIA LINEAS AEREAS TARJETA DE EMBARQUE (Boarding Pass) | | IBERIA TARJETA DE EMBARQUE (Boarding Pass) | |
| ETKT 075 2388505539 IB 1546 0 14DEC15:45 MADRID MAD BARCELONA BCN IBERIA LINEAS AEREAS | | GANCHOZOALVARADO/A MADRID MAD BARCELONA BCN IBERIA LINEAS AEREAS | |
| Embarque empieza Boarding begins 30 min. 15 min. Antes de la salida Prior to departure time | | Puerta embarque Boarding gate J Asiento Seat 16B Zona embarque Boarding zone NO | |
| Observaciones/Remarks | | Observaciones/Remarks | |
| 18012070 13DEC19 EC GUAYAQUIL POR FAVOR CONFIRME PUERTA EMBARQUE (PLEASE CONFIRM BOARDING GATE) EMD EXC FIM <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | | Equipaje/Baggage Sec/Bn Etiqueta/Tag Number 021 MAD-TERMINAL 4 GRUPO 4 ETKT 075 2388505539 | |
| IBERIA IBERIA LINEAS AEREAS TARJETA DE EMBARQUE (Boarding Pass) | | IBERIA TARJETA DE EMBARQUE (Boarding Pass) | |
| ETKT 075 2388505539 GANCHOZOALVARADO/A IB 1001 0 05JAN10:00 BARCELONA BCN MADRID MAD IBERIA LINEAS AEREAS | | GANCHOZOALVARADO/A BARCELONA BCN MADRID MAD IBERIA LINEAS AEREAS | |
| Embarque empieza Boarding begins 45 min. 15 min. Antes de la salida Prior to departure time | | Puerta embarque Boarding gate A Asiento Seat 27D Zona embarque Boarding zone NO | |
| Observaciones/Remarks | | Observaciones/Remarks | |
| 18011735 05JAN20 ES BARCELONA POR FAVOR CONFIRME PUERTA EMBARQUE (PLEASE CONFIRM BOARDING GATE) EMD EXC FIM <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | | Equipaje/Baggage Sec/Bn Etiqueta/Tag Number 1 23 079 0075192701001 BCN-TERMINAL 1 GRUPO 3 ETKT 075 2388505539 | |
| Observaciones/Remarks | | Observaciones/Remarks | |

Anexo 7 Fotografías de los importadores de hipermarkets de España

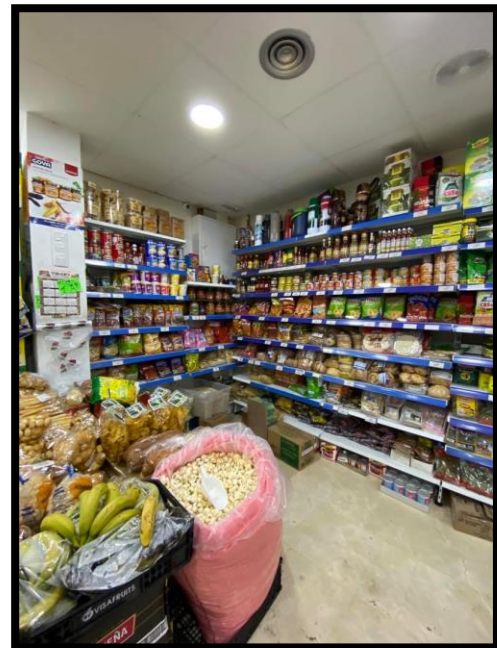
MALIK ALIMENTACIÓN (IMPORTADOR 1)



ALIMENTACIÓ LLATINA (IMPORTADOR 2)



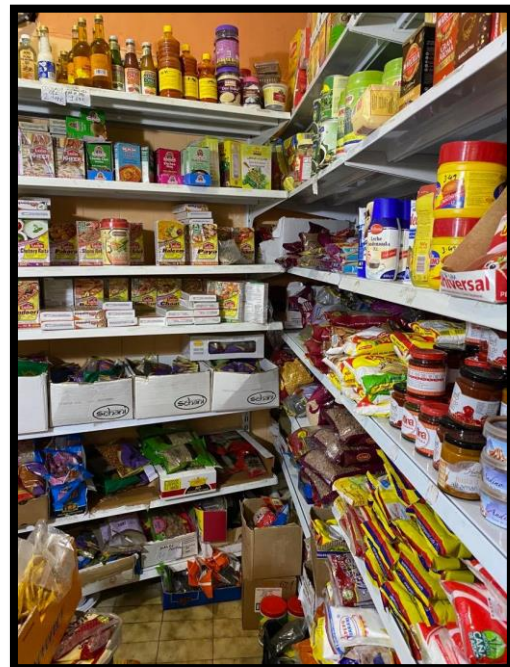
TROPI FRUITES I VERDURES ALIMETACIÓ LLATINA (IMPORTADOR 3)



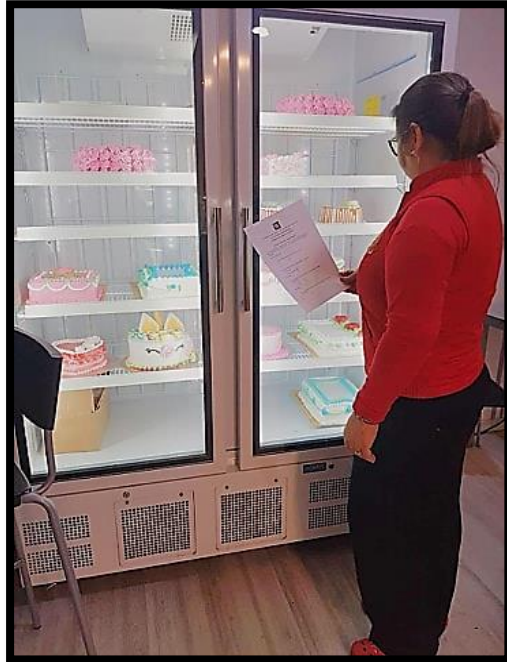
PRODUBOL (IMPORTADOR 4)



JATIN SUPERMERCADO (IMPORTADOR 5)



Anexo 8 Fotografías de las reposterías encuestadas





REPÚBLICA DEL ECUADOR
MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA

AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA

CERTIFICADO DE MODIFICACIÓN DE NOTIFICACIÓN SANITARIA NO. 7731-
ALN-1015

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria certifica que el

Producto denominado : ESENCIA DE VAINILLA

Marca : "EL TRUQUITO DE LA ABUELA"

CUP : ALB15845FRA

Elaborado por : TORBAY VINCES JULIO CESAR, GUAYAQUIL - Ecuador

Titular : TORBAY VINCES JULIO CESAR, GUAYAQUIL - ECUADOR

A solicitud de : TORBAY VINCES JULIO CESAR, GUAYAQUIL - ECUADOR

Tipo de Alimento : Aditivos alimentarios

Envase : Externo : N/A

Interno : Envase :PET (TEREFTALATO DE POLIETILENO)

Tapa: Resina polipropileno,pigmento, resina liner etil vinil acetato.

Contenido : 100ml.- 500ml.- 4000ml.

Forma de Conservación : Ambiente fresco y seco

Fórmula de Composición/Lista de Ingredientes (En Orden Decreciente)

| INGREDIENTES: | g% |
|-------------------------|---------|
| GLUCOSA DE MAIZ | 1.500 |
| ALCOHOL POTABLE | 0,050 |
| VAINILLA | 2.000 |
| BENZOATO DE SODIO | 0.100 |
| CARBOXIMETHYLCELLULLOSA | 1.000 |
| AZUCAR | 0.100 |
| AGUA DESMINERALIZADA | 95.250 |
| TOTAL | 100.000 |

Modificaciones : 17/05/2016 1.-AMPLIACIÓN DEL TIEMPO DE VIDA UTIL A 365 DIAS

Período de Vida Útil : 180 días

Venta : Libre

Solicitud No. : 16784946201600000001P

Ciudad de Emisión : QUITO

Fecha de Emisión : 19/10/2015

Fecha de Vigencia : 19/10/2020

Documento firmado Electrónicamente
Cesar Francisco Moncayo Rojas

Doctor

AGRICOMINSA®
Agrícola Comercial Industrial S.A.

P.O. Box 6853
Guayaquil - Ecuador
Oficinas y Fábrica:
Km. 14½ Vía a Daule

DESCRIPCIÓN GENERAL

FECHA: 6 DE AGOSTO DEL 2019

CLIENTE: TORBAY VINCE JULIO CESAR

PRODUCTO: BOTELLA PET REDONDA 500CC NATURAL PCO 1881-28MM
TENIS STD (330).

Detalle de la Materia Prima:

La materia prima utilizada para la elaboración de

BOTELLA PET REDONDA 500CC NATURAL PCO 1881-28MM TENIS STD (330).

Se denomina:

- **RESINA TEREFTALATO DE POLIETILENO (RELPET QH 5821 FAST REHEAT).**

El material utilizado está recomendado para la elaboración de partes o artículos que estén en contacto directo con los alimentos.

Documento Adjunto.

Ficha técnica de resina.


AGRICOMINSA
AGRICOLA COMERCIAL INDUSTRIAL S.A.

Ing. Sofia Padilla

Coordinadora de Calidad

Agricominsa – ACI

Teléfonos: Oficinas y Fábrica (593-4) 2160659 - 2160665 - 2160663 - 2160172 - 2160098



Reliance Industries Limited

| | |
|-----------------------------------|----------------------|
| Polyethylene Terephthalate | |
| Relpet® QH5821 | Copolymer PET |

| | |
|---|---|
| <p>Product description and applications</p> <p>Relpet® QH5821 is a fast reheat type bottle grade PET resin manufactured using Du Pont's technology.</p> <p>It is widely used for aerated drinks.</p> | <p>Features</p> <p>This grade is engineered for enhanced energy absorption which can result in increased output or reduced heating load and better process flexibility during blowing.</p> |
|---|---|

Typical properties of Relpet® QH5821 are as follows:

| Sl. No. | Property | Unit | Value | Range | Equipment / Test method |
|---------|--------------------------|------|--------------|----------|---|
| 1 | Intrinsic Viscosity (IV) | dl/g | 0.84 | +/- 0.02 | Ubbelohde Viscometer / ASTM D 4603 - 03 |
| 2 | Acetaldehyde (AA) | ppm | 1.0 | Max | Head Space & Gas Chromatography / QAF-PCL-3.413 |
| 3 | Colour b* | CIE | -3.0 to -5.0 | - | Hunterlab / QAF-PCL-3.211 |
| 4 | Crystallinity | % | 50 | Min | Density Gradient Column / QAF-PCL-3.415 |
| 5 | Chips /g | No. | 68 | ± 5 | Weighment Method / QAF-PCL-3.408 |
| 6 | Fines | ppm | 100 | Max | Sieve Shaker / QAF-PCL-3.407 |

Certifications

Relpet® QH5821 resin is considered safe for food-packaging applications based on compliance with FDA regulation 21 CFR Section 177.1630 & other similar food contact safety regulations, manufactured as per ISO 22000 certified system (FSMS).

Relpet® is the registered trademark of Reliance Industries Limited for its brand of Polyethylene Terephthalate resin.



RIL's Hazira PET resin test methods (SI # 1 to 4) are accredited as per National Accreditation Board for Testing & Calibration Laboratories India with certificate numbers T-0797&T-0798

Disclaimer

The information and data presented herein is true and accurate to the best of our knowledge. No warranty or guarantee expressed or implied is made regarding performance or otherwise. This information and data may not be considered as a suggestion to use our products without taking into account existing patents, or legal provisions or regulations, whether national or local.

The user of any information and/or data is advised to obtain the latest details from any of the offices of the company or its authorized agent, as the information and/or data is subject to change based on the research and development work undertaken by the company.



P.O. Box 6853
Guayaquil - Ecuador
Oficinas y Fábrica:
Km. 14½ Vía a Daule

DESCRIPCIÓN GENERAL

FECHA: 6 DE AGOSTO DEL 2019

CLIENTE: TORBAY VINCE JULIO CESAR

PRODUCTO: TAPA PE ROSCA PCO 1881-28MM AZUL 1 LINERLESS GAS.

Detalle de la Materia Prima:

La materia prima utilizada para la elaboración de

TAPA PE ROSCA PCO 1881-28MM AZUL 1 LINERLESS GAS.

Se denomina:

- RESINA POLIETILENO DE ALTA DENSIDAD (INNOPLUS HD3001C).

El material utilizado está recomendado para la elaboración de partes o artículos que estén en contacto directo con los alimentos.

Documento Adjunto.

Ficha técnica de resina.



AGRICOMINSA
AGRICOLA COMERCIAL INDUSTRIAL S.A.

Ing. Sofia Padilla
Firma Autorizada
Coordinadora de Calidad
Agricominsa – ACI



HD3000C / HD3001C

High Density Polyethylene Resin

Special Characteristics : InnoPlus HD3000C and HD3001C are high density polyethylene which are specially designed for beverage caps. Both grades have excellent organoleptic properties which prevent unpleasant odor and taste from cap or closure to transfer to water. They show good processability in either injection molding or compression molding machine.

Additive InnoPlus HD3000C : slip agent grade

InnoPlus HD3001C : non slip agent grade

Typical Applications : Beverage caps for drinking and mineral water.

Typical Properties :

| Properties | Typical Value | | Unit | Test Method |
|--|---------------|---------|--------------------|-------------|
| | HD3000C | HD3001C | | |
| <u>Physical Properties</u> | | | | |
| Melt Flow Rate (190°C, 2.16 kg) | 2.0 | | g/10 min | ASTM D1238 |
| Density | 0.954 | | g/cm ³ | ASTM D1505 |
| Vicat Softening Point @ 10 N, 50 °C/hr | 122 | | °C | ASTM D1525 |
| Melting Point | 130 | | °C | ASTM D3418 |
| <u>Mechanical Properties</u> | | | | |
| Tensile Strength @ Yield | 260 | | kg/cm ² | ASTM D638 |
| Tensile Strength @ Break | 320 | | kg/cm ² | ASTM D638 |
| Elongation @ Break | 800 | | % | ASTM D638 |
| Stiffness | 7900 | | kg/cm ² | ASTM D747 |
| Flexural Modulus | 11300 | | kg/cm ² | ASTM D790 |
| Notched Izod Impact Strength | 5 (P) * | | kg.cm/cm | ASTM D256 |
| Durometer Hardness | 62 | | Shore D | ASTM D2240 |
| ESCR, F ₅₀ (Condition B, 10 % lgepal) | 24 | | hrs | ASTM D1693 |

* C = Complete Break

HD3000C / HD3001C

High Density Polyethylene Resin

Processing Condition :

Injection Molding Process— Extrusion Temperature : 170 - 210 °C,

Compression Molding process— Extrusion Temperature 160 - 165 °C

FDA Statement :

HDPE under the brand InnoPlus complies with U.S. FDA 21 CFR 177.1520 regulation for polyethylene used in articles that contact food except for articles used for packaging or holding food during cooking.

Disclaimer :

This information is provided herein for informational only and not suitable for use in the manufacturing of any products in medical and pharmaceutical application.

- Determination of suitability of the product for the use and purpose shall be the customer's responsibility. Customer is obligated to inspect and test the product for each suitability. Customer is responsible for appropriate, safe, legal use processing and handling of the product.
- To our best knowledge, information contained herein is true and accurate as of the date of its publication. However, we make no representations or warranties with respect to accuracy, reliability and completeness of the information contained herein for any purpose.
- No warranties, express or implied, which extend beyond the description herein are given by us. Nothing herein shall constitute any implied warranty of merchantability or fitness for a particular purpose.
- We assume no liability for any use of the product in combination with other materials. The information contained herein entirely relates to the product when it is not used in combination with any third party's materials.

Note | Properties reported herein are typical values of the product. Do not be considered as specifications.

PTT Global Chemical makes no representation as to the accuracy or completeness of the information contained herein.

Guayaquil, 13 de mayo del 2019

Mg. Betty Aguilar Echeverría
Directora de la carrera Comercio Exterior
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Ciudad.

De mis consideraciones:

Yo, TORBAY VINCES JULIO CESAR, en calidad de Representante Legal de la empresa DIPORMEZA S.A, RUC 0911390565001, por la presente autorizo el uso de información y nombre de la empresa, destinado a la elaboración del proyecto de tesis de grado de las siguientes estudiantes: AMARILIS YOMIRA GANCHOZO ALVARADO con número de CI. 0926261405, y GABRIELA JACQUELINE ORELLANA LEÓN con número de CI. 0930176417, para optar al título de Ingeniería en Comercio Exterior.

Agradezco su amable atención.

Julio Torbay Vines
CEL.: 0988379988 TELF.: 2053194

Julio Torbay Vines
FIRMA AUTORIZADA
julio.torbay.vinces@gmail.com
Torbay Vines Julio Cesar
Representante legal
DIPORMEZA S.A

Anexo 15 Encuesta a los importadores

**UL
VR**

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

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS IMPORTADORES

La encuesta está dirigida a importadores del sector Hospital de Lobregat con el afán de comprobar el nivel de aceptación del producto terminado.

Nombre del Hipermarket: Malik Alimentación

Teléfono: 663656935

1) ¿Actualmente se encuentra importando algún tipo de producto alimenticio de origen ecuatoriano?

Si
No

2) ¿Dentro de los productos que comercializa se encuentra la esencia de vainilla?

Si
No

3) ¿El nivel de demanda que tiene la esencia de vainilla en su local es?

Diario
Semanal
Mensual

4) ¿Conoce usted del producto "truquito de la abuela" es la esencia de vainilla en un envase de 500 ml?

Si
No

5) ¿Desca conocerlo?

Si
No

6) ¿Qué le parece el olor, textura y su presentación 500 ml?

| Olor | Textura | Presentación |
|---|---|---|
| Muy agradable <input checked="" type="checkbox"/> | Líquida <input type="checkbox"/> | Muy agradable <input type="checkbox"/> |
| Agradable <input type="checkbox"/> | Viscosa <input checked="" type="checkbox"/> | Agradable <input checked="" type="checkbox"/> |
| Poco agradable <input type="checkbox"/> | Grumosa <input type="checkbox"/> | Poco agradable <input type="checkbox"/> |

7) ¿Qué recomendación propone para la presentación del producto terminado esencia de vainilla?

Que tenga presentaciones con menos cantidad de producto

8) ¿Está usted dispuesto a importar esencia de vainilla desde Ecuador? En caso de ser no justifique su respuesta.

Si
No

9) ¿Cuál es el precio más accesible para usted, considerando el envase de 500 ml?

Entre 2 a 3,99 €
Entre 4 a 5 €

10) La empresa fabricante exportadora del producto incursiona como nueva en el mercado internacional y sus transacciones a nivel de términos de negociación es FOB ¿Está dispuesto adquirir en ese término de negociación?

Si
No

11) ¿Qué cantidad de esencia de vainilla está dispuesto adquirir para comercializar en su local, cada caja contiene 12 unidades?

Cajas 10

12) ¿Qué medios de comunicación le parece aceptable recibir información del producto?

Redes sociales
Correo electrónico

Agradecemos su amable atención y tiempo



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

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS IMPORTADORES

La encuesta está dirigida a importadores del sector Hospital de Llobregat con el afán de comprobar el nivel de aceptación del producto terminado.

Nombre del Hipermarket: ALIMENTACIÓN LATINA

Teléfono: 802495026

1) ¿Actualmente se encuentra importando algún tipo de producto alimenticio de origen ecuatoriano?

Si
No

2) ¿Dentro de los productos que comercializa se encuentra la esencia de vainilla?

Si
No

3) ¿El nivel de demanda que tiene la esencia de vainilla en su local es?

Diario
Semanal
Mensual

4) ¿Conoce usted del producto "truquito de la abuela" es la esencia de vainilla en un envase de 500 ml?

Si
No

5) ¿Desea conocerlo?

Si
No

6) ¿Qué le parece el olor, textura y su presentación 500 ml?

| Olor | Textura | Presentación |
|---|---|---|
| Muy agradable <input checked="" type="checkbox"/> | Líquida <input type="checkbox"/> | Muy agradable <input checked="" type="checkbox"/> |
| Agradable <input type="checkbox"/> | Viscosa <input checked="" type="checkbox"/> | Agradable <input type="checkbox"/> |
| Poco agradable <input type="checkbox"/> | Grumosa <input type="checkbox"/> | Poco agradable <input type="checkbox"/> |

7) ¿Qué recomendación propone para la presentación del producto terminado esencia de vainilla?

Esta bien su presentación

8) ¿Está usted dispuesto a importar esencia de vainilla desde Ecuador? En caso de ser no justifique su respuesta.

Si
No

9) ¿Cuál es el precio más accesible para usted, considerando el envase de 500 ml?

Entre 2 a 3,99 €
Entre 4 a 5 €

10) La empresa fabricante exportadora del producto incursiona como nueva en el mercado internacional y sus transacciones a nivel de términos de negociación es FOB ¿Está dispuesto adquirir en ese término de negociación?

Si
No

11) ¿Qué cantidad de esencia de vainilla está dispuesto adquirir para comercializar en su local, cada caja contiene 12 unidades?

Cajas 25

12) ¿Qué medios de comunicación le parece aceptable recibir información del producto?

Redes sociales
Correo electrónico

Agradecemos su amable atención y tiempo



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

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS IMPORTADORES

La encuesta está dirigida a importadores del sector Hospital de Llobregat con el afán de comprobar el nivel de aceptación del producto terminado.

Nombre del Hipermarket: Tropi frutas y verduras Alimentación Latina
1 Centro - Americana.
Teléfono: 563113330

1) ¿Actualmente se encuentra importando algún tipo de producto alimenticio de origen ecuatoriano?

Si
No

2) ¿Dentro de los productos que comercializa se encuentra la esencia de vainilla?

Si
No

3) ¿El nivel de demanda que tiene la esencia de vainilla en su local es?

Diario
Semanal
Mensual

4) ¿Conoce usted del producto "truquito de la abuela" es la esencia de vainilla en un envase de 500 ml?

Si
No

5) ¿Desearía conocerlo?

Si
No

6) ¿Qué le parece el olor, textura y su presentación 500 ml?

| Olor | Textura | Presentación |
|---|---|---|
| Muy agradable <input checked="" type="checkbox"/> | Líquida <input type="checkbox"/> | Muy agradable <input type="checkbox"/> |
| Agradable <input type="checkbox"/> | Viscosa <input checked="" type="checkbox"/> | Agradable <input checked="" type="checkbox"/> |
| Poco agradable <input type="checkbox"/> | Grumosa <input type="checkbox"/> | Poco agradable <input type="checkbox"/> |

7) ¿Qué recomendación propone para la presentación del producto terminado esencia de vainilla?

Que el envase sea de 200ml

8) ¿Está usted dispuesto a importar esencia de vainilla desde Ecuador? En caso de ser no justifique su respuesta.

Si
No

9) ¿Cuál es el precio más accesible para usted, considerando el envase de 500 ml?

Entre 2 a 3,99 €
Entre 4 a 5 €

10) La empresa fabricante exportadora del producto incursiona como nueva en el mercado internacional y sus transacciones a nivel de términos de negociación es FOB ¿Está dispuesto adquirir en ese término de negociación?

Si
No

11) ¿Qué cantidad de esencia de vainilla está dispuesto adquirir para comercializar en su local, cada caja contiene 12 unidades?

Cajas 25

12) ¿Qué medios de comunicación le parece aceptable recibir información del producto?

Redes sociales
Correo electrónico

Agradecemos su amable atención y tiempo



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

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS IMPORTADORES

La encuesta está dirigida a importadores del sector Hospital de Llobregat con el afán de comprobar el nivel de aceptación del producto terminado.

Nombre del Hipermarket: *Probol*
Teléfono: *603375082*

- 1) ¿Actualmente se encuentra importando algún tipo de producto alimenticio de origen ecuatoriano?
- Si
No
- 2) ¿Dentro de los productos que comercializa se encuentra la esencia de vainilla?
- Si
No
- 3) ¿El nivel de demanda que tiene la esencia de vainilla en su local es?
- Diario
Semanal
Mensual
- 4) ¿Conoce usted del producto "truquito de la abuela" es la esencia de vainilla en un envase de 500 ml?
- Si
No

5) ¿Desea conocerlo?

- Si
No

6) ¿Qué le parece el olor, textura y su presentación 500 ml?

- | Olor | Textura | Presentación |
|---|---|---|
| Muy agradable <input checked="" type="checkbox"/> | Líquida <input type="checkbox"/> | Muy agradable <input checked="" type="checkbox"/> |
| Agradable <input type="checkbox"/> | Viscosa <input checked="" type="checkbox"/> | Agradable <input type="checkbox"/> |
| Poco agradable <input type="checkbox"/> | Grumosa <input type="checkbox"/> | Poco agradable <input type="checkbox"/> |

7) ¿Qué recomendación propone para la presentación del producto terminado esencia de vainilla?

La presentación es práctica y conata

8) ¿Está usted dispuesto a importar esencia de vainilla desde Ecuador? En caso de ser no justifique su respuesta.

- Si
No

9) ¿Cuál es el precio más accesible para usted, considerando el envase de 500 ml?

- Entre 2 a 3,99 €
Entre 4 a 5 €

10) La empresa fabricante exportadora del producto incursiona como nueva en el mercado internacional y sus transacciones a nivel de términos de negociación es FOB ¿Está dispuesto adquirir en ese término de negociación?

- Si
No

11) ¿Qué cantidad de esencia de vainilla está dispuesto adquirir para comercializar en su local, cada caja contiene 12 unidades?

Cajas *2,5*

12) ¿Qué medios de comunicación le parece aceptable recibir información del producto?

- Redes sociales
Correo electrónico

Agradecemos su amable atención y tiempo



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

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS IMPORTADORES

La encuesta está dirigida a importadores del sector Hosptalet de Llobregat con el afán de comprobar el nivel de aceptación del producto terminado.

Nombre del Hipermarket: *Jatin Supermercado*
Teléfono: *69029454*

1) ¿Actualmente se encuentra importando algún tipo de producto alimenticio de origen ecuatoriano?

Si
No

2) ¿Dentro de los productos que comercializa se encuentra la esencia de vainilla?

Si
No

3) ¿El nivel de demanda que tiene la esencia de vainilla en su local es?

Diario
Semanal
Mensual

4) ¿Conoce usted del producto "truquito de la abuela" es la esencia de vainilla en un envase de 500 ml?

Si
No

5) ¿Desea conocerlo?

Si
No

6) ¿Qué le parece el olor, textura y su presentación 500 ml?

| Olor | Textura | Presentación |
|---|---|---|
| Muy agradable <input checked="" type="checkbox"/> | Líquida <input type="checkbox"/> | Muy agradable <input checked="" type="checkbox"/> |
| Agradable <input type="checkbox"/> | Viscosa <input checked="" type="checkbox"/> | Agradable <input type="checkbox"/> |
| Poco agradable <input type="checkbox"/> | Grumosa <input type="checkbox"/> | Poco agradable <input type="checkbox"/> |

7) ¿Qué recomendación propone para la presentación del producto terminado esencia de vainilla?

Excelente presentación

8) ¿Está usted dispuesto a importar esencia de vainilla desde Ecuador? En caso de ser no justifique su respuesta.

Si
No

9) ¿Cuál es el precio más accesible para usted, considerando el envase de 500 ml?

Entre 2 a 3,99 €
Entre 4 a 5 €

10) La empresa fabricante exportadora del producto incursiona como nueva en el mercado internacional y sus transacciones a nivel de términos de negociación es FOB ¿Está dispuesto adquirir en ese término de negociación?

Si
No

11) ¿Qué cantidad de esencia de vainilla está dispuesto adquirir para comercializar en su local, cada caja contiene 12 unidades?

Cajas *26*

12) ¿Qué medios de comunicación le parece aceptable recibir información del producto?

Redes sociales
Correo electrónico

Agradecemos su amable atención y tiempo

Anexo 16 Encuesta a las reposterías

**UL
VR**

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

ENCUESTA DIRIGIDA A REPOSTERÍAS

La encuesta está dirigida a reposterías para conocer el nivel de demanda que tiene la esencia de vainilla "El trauquito de la abuela" en el segmento de mercado Hospital de Liebraga.

Nombre de la repostería: Cholun

1) ¿Usa como ingrediente esencia de vainilla en sus postres?
Sí
No

2) ¿Con que frecuencia utiliza esencia de vainilla en sus postres?
Todos los días
Una vez a la semana
Una vez al mes

3) ¿Qué cantidad de esencia de vainilla de 50 ml estaría dispuesto a adquirir mensualmente?
1 - 2 docenas
2 - 3 docenas
Otra cantidad _____

4) ¿Tiene inconveniente en adquirir productos latinoamericanos? Si su respuesta es sí justifíquela
Sí
No

5) ¿Está dispuesto adquirir esencia de vainilla de origen ecuatoriana?
Sí
No

6) ¿Qué es lo primero que observa al adquirir esencia de vainilla? Si su respuesta es diferente, indíquela en otro
Olor
Presentación
Otro _____

7) ¿Dónde le gustaría encontrar este producto?
Hipermarkets Latinos
Supermercados
Otros _____

Agradecemos su amable atención y tiempo

**UL
VR**

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

ENCUESTA DIRIGIDA A REPOSTERÍAS

La encuesta está dirigida a reposterías para conocer el nivel de demanda que tiene la esencia de vainilla "El trauquito de la abuela" en el segmento de mercado Hospital de Liebraga.

Nombre de la repostería: Latina Silver

1) ¿Usa como ingrediente esencia de vainilla en sus postres?
Sí
No

2) ¿Con que frecuencia utiliza esencia de vainilla en sus postres?
Todos los días
Una vez a la semana
Una vez al mes

3) ¿Qué cantidad de esencia de vainilla de 50 ml estaría dispuesto a adquirir mensualmente?
1 - 2 docenas
2 - 3 docenas
Otra cantidad _____

4) ¿Tiene inconveniente en adquirir productos latinoamericanos? Si su respuesta es sí justifíquela
Sí
No

5) ¿Está dispuesto adquirir esencia de vainilla de origen ecuatoriana?
Sí
No

6) ¿Qué es lo primero que observa al adquirir esencia de vainilla? Si su respuesta es diferente, indíquela en otro
Olor
Presentación
Otro _____

7) ¿Dónde le gustaría encontrar este producto?
Hipermarkets Latinos
Supermercados
Otros _____

Agradecemos su amable atención y tiempo



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

ENCUESTA DIRIGIDA A REPOSTERÍAS

La encuesta está dirigida a reposterías para conocer el nivel de demanda que tiene la esencia de vainilla "El trauquito de la abuela" en el segmento de mercado Hospital de Llobregat.

Nombre de la repostería: *Geanel*

- 1) ¿Usa como ingrediente esencia de vainilla en sus postres?
Si
No
- 2) ¿Con que frecuencia utiliza esencia de vainilla en sus postres?
Todos los días
Una vez a la semana
Una vez al mes
- 3) ¿Qué cantidad de esencia de vainilla de 50 ml estaría dispuesto a adquirir mensualmente?
1 - 2 docenas
2 - 3 docenas
Otra cantidad _____
- 4) ¿Tiene inconveniente en adquirir productos latinoamericanos? Si su respuesta es sí justifíquela
Si
No

5) ¿Está dispuesto adquirir esencia de vainilla de origen ecuatoriana?

- Si
No

6) ¿Qué es lo primero que observa al adquirir esencia de vainilla? Si su respuesta es diferente, indíquela en otro.

- Olor
Presentación
Otro _____

7) ¿Dónde le gustaría encontrar este producto?

- Hipermarkets Latinos
Supermercados
Otros _____

Agradecemos su amable atención y tiempo



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

ENCUESTA DIRIGIDA A REPOSTERÍAS

La encuesta está dirigida a reposterías para conocer el nivel de demanda que tiene la esencia de vainilla "El trauquito de la abuela" en el segmento de mercado Hospital de Llobregat.

Nombre de la repostería: *Judit*

- 1) ¿Usa como ingrediente esencia de vainilla en sus postres?
Si
No
- 2) ¿Con que frecuencia utiliza esencia de vainilla en sus postres?
Todos los días
Una vez a la semana
Una vez al mes
- 3) ¿Qué cantidad de esencia de vainilla de 50 ml estaría dispuesto a adquirir mensualmente?
1 - 2 docenas
2 - 3 docenas
Otra cantidad _____
- 4) ¿Tiene inconveniente en adquirir productos latinoamericanos? Si su respuesta es sí justifíquela
Si
No

5) ¿Está dispuesto adquirir esencia de vainilla de origen ecuatoriana?

- Si
No

6) ¿Qué es lo primero que observa al adquirir esencia de vainilla? Si su respuesta es diferente, indíquela en otro.

- Olor
Presentación
Otro _____

7) ¿Dónde le gustaría encontrar este producto?

- Hipermarkets Latinos
Supermercados
Otros _____

Agradecemos su amable atención y tiempo



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

ENCUESTA DIRIGIDA A REPOSTERÍAS

La encuesta está dirigida a reposterías para conocer el nivel de demanda que tiene la esencia de vainilla "El trauquito de la abuela" en el segmento de mercado Hospital de Liebreгат.

Nombre de la repostería: Oscara

- 1) ¿Usa como ingrediente esencia de vainilla en sus postres?
- Si
No
- 2) ¿Con qué frecuencia utiliza esencia de vainilla en sus postres?
- Todos los días
Una vez a la semana
Una vez al mes
- 3) ¿Qué cantidad de esencia de vainilla de 50 ml estaría dispuesto a adquirir mensualmente?
- 1 - 2 docenas
2 - 3 docenas
Otra cantidad
- 4) ¿Tiene inconveniente en adquirir productos latinoamericanos? Si su respuesta es sí justifíquela
- Si
No

5) ¿Está dispuesto adquirir esencia de vainilla de origen ecuatoriana?

- Si
No

6) ¿Qué es lo primero que observa al adquirir esencia de vainilla? Si su respuesta es diferente, indíquela en otro.

- Olor
Presentación
Otro _____

7) ¿Dónde le gustaría encontrar este producto?

- Hipermarkets Latinos
Supermercados
Otros _____

Agradecemos su amable atención y tiempo



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ADMINISTRACION
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
ENCUESTA PARA PERSONAL DE AREA OPERATIVA

- 1) ¿Tiene usted conocimiento sobre los procesos de exportación? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela
- Si
No
No, no trabajando en el área
- 2) ¿Tiene usted conocimiento de la documentación necesaria para realizar una exportación?
- Si
No
- 3) ¿Tiene usted conocimiento del embalaje necesario para exportar la esencia de vainilla?
- Si
No
- 4) ¿La empresa necesitará contar con inventario de producto terminado para la comercialización del producto al exterior?
- Si
No

5) ¿Pueden fabricar 1584 unidades trimestral para la exportación, sin contar las que elabora mensualmente para su venta local? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela.

- Si
No

6) ¿Poseen transporte interno para trasladar el producto hasta el puerto de embarque? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela.

- Si
No

7) ¿Si la empresa se enfrenta un aumento de demanda internacional, tendría la capacidad de abastecerla? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela.

- Si
No

Agradecemos su amable atención y tiempo

Anexo 17 Encuesta al personal del área operativa

UL
VR

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ADMINISTRACION
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
ENCUESTA PARA PERSONAL DE AREA OPERATIVA

1) ¿Tiene usted conocimiento sobre los procesos de exportación? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela

Si
No

No tengo experiencia en Departamento de Exportaciones

2) ¿Tiene usted conocimiento de la documentación necesaria para realizar una exportación?

Si
No

3) ¿Tiene usted conocimiento del embalaje necesario para exportar la esencia de vainilla?

Si
No

4) ¿La empresa necesitará contar con inventario de producto terminado para la comercialización del producto al exterior?

Si
No

5) ¿Pueden fabricar 1584 unidades trimestral para la exportación, sin contar las que elabora mensualmente para su venta local? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela.

Si
No

6) ¿Poseen transporte interno para trasladar el producto hasta el puerto de embarque? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela.

Si
No

7) ¿Si la empresa se enfrenta un aumento de demanda internacional, tendría la capacidad de abastecerla? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela.

Si
No

Agradecemos su amable atención y tiempo

UL
VR

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ADMINISTRACION
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
ENCUESTA PARA PERSONAL DE AREA OPERATIVA

1) ¿Tiene usted conocimiento sobre los procesos de exportación? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela

Si
No

NO ES MI PERFIL PROFESIONAL

2) ¿Tiene usted conocimiento de la documentación necesaria para realizar una exportación?

Si
No

3) ¿Tiene usted conocimiento del embalaje necesario para exportar la esencia de vainilla?

Si
No

4) ¿La empresa necesitará contar con inventario de producto terminado para la comercialización del producto al exterior?

Si
No

5) ¿Pueden fabricar 1584 unidades trimestral para la exportación, sin contar las que elabora mensualmente para su venta local? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela.

Si
No

6) ¿Poseen transporte interno para trasladar el producto hasta el puerto de embarque? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela.

Si
No

7) ¿Si la empresa se enfrenta un aumento de demanda internacional, tendría la capacidad de abastecerla? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela.

Si
No

Agradecemos su amable atención y tiempo



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
ENCUESTA PARA PERSONAL DE AREA OPERATIVA

1) ¿Tiene usted conocimiento sobre los procesos de exportación? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela

Si
No

Nunca he laborado en departamento de exportaciones

2) ¿Tiene usted conocimiento de la documentación necesaria para realizar una exportación?

Si
No

3) ¿Tiene usted conocimiento del embalaje necesario para exportar la esencia de vainilla?

Si
No

4) ¿La empresa necesitará contar con inventario de producto terminado para la comercialización del producto al exterior?

Si
No

5) ¿Pueden fabricar 1584 unidades trimestral para la exportación, sin contar las que elabora mensualmente para su venta local? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela.

Si
No

6) ¿Poseen transporte interno para trasladar el producto hasta el puerto de embarque? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela.

Si
No

7) ¿Si la empresa se enfrenta un aumento de demanda internacional, tendría la capacidad de abastecerla? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela.

Si
No

Agradecemos su amable atención y tiempo



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ADMINISTRACION
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
ENCUESTA PARA PERSONAL DE AREA OPERATIVA

1) ¿Tiene usted conocimiento sobre los procesos de exportación? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela

Si
No

No he laborado en trabajos referentes a Exportación

2) ¿Tiene usted conocimiento de la documentación necesaria para realizar una exportación?

Si
No

3) ¿Tiene usted conocimiento del embalaje necesario para exportar la esencia de vainilla?

Si
No

4) ¿La empresa necesitará contar con inventario de producto terminado para la comercialización del producto al exterior?

Si
No

5) ¿Pueden fabricar 1584 unidades trimestral para la exportación, sin contar las que elabora mensualmente para su venta local? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela.

Si
No

6) ¿Poseen transporte interno para trasladar el producto hasta el puerto de embarque? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela.

Si
No

7) ¿Si la empresa se enfrenta un aumento de demanda internacional, tendría la capacidad de abastecerla? En caso de ser negativa su respuesta justifíquela.

Si
No

Agradecemos su amable atención y tiempo