



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA EN
COMERCIO EXTERIOR**

TEMA

**EXPORTACIÓN DE CHOCOLATE 80% DARK MÁS NIBS DE CACAO AL
MERCADO ALEMÁN**

TUTOR

MGS. CLEOTILDE MARÍA QUINAPALLO GARCÍA

AUTORAS:

NICOLE CRISTINA LÓPEZ CEDEÑO

MARIA YIMABEL MARCILLO CHAN

GUAYAQUIL

2022

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: EXPORTACIÓN DE CHOCOLATE 80% DARK MÁS NIBS DE CACAO AL MERCADO ALEMÁN	
AUTOR/ES: NICOLE CRISTINA LÓPEZ CEDEÑO MARIA YIMABEL MARCILLO CHAN	REVISORES O TUTORES: MGS. CLEOTILDE QUINAPALLO GARCÍA
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Licenciatura en Comercio Exterior
FACULTAD: Administración	CARRERA: COMERCIO EXTERIOR
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2022	N. DE PAGS: 117
ÁREAS TEMÁTICAS: Educación Comercial y Administración	
PALABRAS CLAVE: Exportación, empresa, comercialización, mercado, demanda	
RESUMEN: El presente proyecto tiene como finalidad desarrollar un Plan de exportación de chocolate 80% Dark más Nibs de cacao al mercado alemán, el cual va encaminado principalmente a los supermercados y restaurantes de la ciudad de Berlín. El objetivo del presente proyecto de investigación es desarrollar el plan de exportación que servirá para fomentar la comercialización del chocolate 80% Dark más Nibs de cacao de la empresa PONGARBEL S.A Ecuador tiene demanda a nivel nacional del cacao y sus derivados esto gracias a los nutrientes y beneficios que posee. Basado en un estudio de caso.	
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: NICOLE CRISTINA LÓPEZ CEDEÑO MARIA YIMABEL MARCILLO CHAN	Teléfono: 0968529279 0959899775	E-mail: nlopezc@ulvr.edu.ec mmarcilloc@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	MAE. Oscar Machado Alvarez DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Teléfono: 2596500 Ext. 201 E-mail: omachadoa@ulvr.edu.ec PhD. Mónica Villamar Mendoza DIRECTORA DE LA CARRERA Teléfono: 2596500 Ext. 264 E-mail: mwillamarm@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

Tesis Lopez y Marcillo 040821

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%	3%	0%	5%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to UNAPEC Trabajo del estudiante	1%
2	Submitted to Universidad Santiago de Cali Trabajo del estudiante	1%
3	latelierduchocolat.com.mx Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Institucion Universitaria Politecnico Grancolombiano Trabajo del estudiante	1%
5	www.buenastareas.com Fuente de Internet	1%
6	Submitted to 53250 Trabajo del estudiante	1%
7	Submitted to Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil Trabajo del estudiante	1%



MGS. CLEOTILDE MARÍA QUINAPALLO GARCÍA

C.I. 0914395850

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Las estudiantes egresadas Nicole Cristina López Cedeño y María Yimabel Marcillo Chan, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, EXPORTACIÓN DE CHOCOLATE 80% DARK MÁS NIBS DE CACAO AL MERCADO ALEMÁN, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

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

Autor(es)



Nicole Cristina López Cedeño

CI. 0951657428



María Yimabel Marcillo Chan

CI. 1311727109

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación EXPORTACIÓN DE CHOCOLATE 80% DARK MÁS NIBS DE CACAO AL MERCADO ALEMÁN, designada 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 CHOCOLATE 80% DARK MÁS NIBS DE CACAO AL MERCADO ALEMÁN, presentado por las estudiantes NICOLE CRISTINA LÓPEZ CEDEÑO y MARIA YIMABEL MARCILLO CHAN como requisito previo, para optar al TÍTULO DE LICENCIATURA EN COMERCIO EXTERIOR, encontrándose apto para su sustentación.



MGS. CLEOTILDE MARIA QUINAPALLO GARCÍA

C.I. 0914395850

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por tenerme agarrada de su mano y nunca soltarme en estos tiempos difíciles. A mi papá, Sr. Carlos López por su apoyo incondicional, por brindarme una excelente educación que con mucho esfuerzo y sacrificio poco a poco han formado en mí una persona con valores éticos y morales, enseñándome a no darme por vencida jamás, y que todo en la vida no será fácil pero tampoco imposible y que con ayuda de Dios todo se puede lograr.

A mi mamá, Sra. Cristina Cedeño por ser uno de mis pilares fundamentales, gracias por siempre estar a mi lado brindándome su mano amiga, dándome a cada instante una palabra de aliento para llegar a culminar mi profesión.

A la empresa donde laboro, por abrirme las puertas para hacer mis pasantías Preprofesionales y fijándose en mi desenvolvimiento, me dieron una oportunidad de trabajar en el área que es Comercio Exterior.

A todos mis profesores quienes han sido una guía en mi preparación profesional.

DEDICATORIA

A mis padres, seres a quienes adoro desde lo más profundo de mi corazón por ser artífices en la culminación de mis estudios superiores quienes con sus consejos y ayudarme dieron impulso para salir adelante. A mis hermanos quienes han vivido de cerca los distintos procesos de mi vida tanto en los momentos felices y tristes que todo ser humano experimenta en el camino a seguir.

Nicole López Cedeño

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme brindado sabiduría y paciencia durante todo este tiempo en el que existieron muchas veces en las cuales sentí que no podía más y él supo guiarme por el camino correcto.

A mi madre, Sra. Sandra Chan por ser mi motor para salir adelante y estar siempre a mi lado a pesar de las adversidades que se pudiesen presentar

Agradecimiento especial a mi tía Angélica Eugenia Chan Alarcón por ser mi modelo a seguir e impulso para estudiar Comercio Exterior y sobre todo por ser mi principal mentora en el campo profesional, todo mi conocimiento y experiencia sin duda alguna se deben a su ayuda y por creer en mí.

A mi tío Carlos Chang que a pesar de la distancia siempre ha estado para mí no solo como un tío sino también como un amigo al cual puedo acudir y recibir consejos sinceros y directos.

Agradezco a mis amigas Anahí, Milena, Nathalie, Yadira por todas las risas que me supieron brindar durante toda nuestra travesía universitaria

A mis maestros por acompañarme a lo largo de este difícil camino de preparación.

DEDICATORIA

Le dedico este trabajo a mi familia por creer en mí y estar orgullosos de la persona en la que me he convertido y la que planeo ser a futuro, gracias por estar a mi lado en cada paso que doy a pesar de los errores que pudiese cometer, mil gracias por estar junto a mí.

Una especial dedicación a mis sobrinos Gerard Jared y Mya Charlotte que a pesar de que son tan pequeños, son seres especiales que con solo una sutil sonrisa me llenan el corazón de amor y paz.

Para finalizar, una feliz dedicatoria a mis mascotas Caramelo y París por acompañarme hasta el final en el duro proceso de recibir clases virtuales

María Yimabel Marcillo

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES	iii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	iv
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	4
1.4 Sistematización de la Investigación	4
1.5 Objetivos de la Investigación	4
1.5.1 Objetivo General	4
1.5.2 Objetivos Específicos.....	4
1.6 Justificación de la Investigación	5
1.7 Delimitación del Problema.....	6
1.8 Hipótesis o Idea a defender	6
1.9 Línea de Investigación Institucional/Facultad.....	6
CAPÍTULO II	7
MARCO TEÓRICO.....	7
2.1 Antecedentes	7
2.1.1 Cacao.....	7
2.1.2 Mercado Nacional	8
2.1.3 Competencia a Nivel Nacional.....	8
2.1.4 Mercado destino	10
2.1.5 Descripción general del mercado de chocolate en Alemania	11
2.1.6 Empresa (PONGARBEL S.A.)	12
2.2 MARCO REFERENCIAL	13
2.2.1 Teorías del comercio internacional	13
2.2.2 CADENA DE SUMINISTROS	16
2.2.3 Acuerdo De Libre Comercio UE: Entre Ecuador y Alemania	16
2.2.4 Categorización Arancelaria Del Producto	17
2.2.5 Tratamiento Arancelario De La Unión Europea	20
2.2.6 Modelo De Plan De Exportación.....	21

2.3	MARCO CONCEPTUAL.....	24
2.4	MARCO LEGAL	28
	CAPÍTULO III.....	34
	MARCO METODOLÓGICO	34
3.1	Tipos de investigación.....	34
3.2	Enfoque de investigación	35
3.3	Método de la investigación	35
3.4	Técnicas E Instrumentos De Recolección De Datos	36
3.5	Instrumentos De Recolección De Datos.....	36
3.6	Población y muestra.....	37
3.6.1	Población.....	37
3.6.2	Muestra.....	37
3.7	Análisis de resultados.....	37
	CAPITULO IV.....	41
	DESARROLLO DE LA PROPUESTA	41
	RESUMEN EJECUTIVO	41
4	Análisis del potencial exportador	41
4.1	Perfil de la empresa.....	41
4.1.1	Datos del productor	42
4.1.2	Datos del exportador	42
4.1.3	Misión & Visión.....	43
4.1.4	Objeto Social	43
4.1.5	Organigrama de la Empresa	44
4.2	MARCA	44
4.2.1	Características del producto	44
4.2.2	Análisis FODA del producto.....	45
4.2.3	Características y uso del producto.....	48
4.2.4	Propiedades Químicas del Chocolate.....	49
4.2.5	Precio.....	49
4.2.5.1	Precios de Competencia en Alemania.....	50
4.2.6	PLAZA.....	50
4.2.6.1	Canal de distribución.....	50
4.2.6.2	PROMOCIÓN.....	51
4.2.6.3	PUBLICIDAD.....	52
5	INCOTERM.....	53
6.	Envase, Empaque y Embalaje	55

6.1	Envase del producto	55
6.1.2	Etiqueta del producto	55
6.1.3	Cajas según la Norma ISO 3394.	56
6.1.4	Pallets según la Norma ISO 3394.	56
7.	Detalles de la carga marítima.	57
8.	Cálculo de pesos y cantidad de cajas a utilizar con pallets	58
9.	Indicadores Básicos de Alemania.....	59
10.	Documentos Necesarios Para Comercializar a Alemania	59
11.	Normativa Técnica Sanitaria en Alemania.....	63
12.	Empaque, embalaje y etiquetado según dispone Alemania.....	63
13	ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO	64
	CONCLUSIONES	69
	RECOMENDACIONES.	70
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	71
	ANEXOS.....	74

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1.	PRESENTACIÓN DEL P.V.P (COMPETENCIA INTERNACIONAL)	50
TABLA 2.	CÁLCULO CANTIDAD DE CAJAS	57
TABLA 3.	PESO NETO	57
TABLA 4.	PESO BRUTO	57
TABLA 5.	PESO NETO TOTAL	57
TABLA 6.	PESO BRUTO TOTAL	57
TABLA 7.	PERSONAL EN ROL.....	65
TABLA 8.	PERSONAL ADMINISTRATIVO EN ROL	65
TABLA 9.	COSTOS FIJOS	65
TABLA 10.	TOTAL COSTOS FIJOS	65
TABLA 11.	COSTOS (CHOCOLATE).....	66
TABLA 12.	EXPORTACION.....	66
TABLA 13.	CHOCOLATE 80% NIBS DE CACAO	66
TABLA 14.	PROYECCIÓN DE VENTAS	67
TABLA 15.	PUNTO DE EQUILIBRIO	68
TABLA 16.	DATOS PARA EL GRÁFICO.....	68

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

ILUSTRACIÓN 1. LOGO NESTLÉ	8
ILUSTRACIÓN 2. LA UNIVERSAL	9
ILUSTRACIÓN 3. FERRERO ROCHER	9
ILUSTRACIÓN 4: PACARI	10
ILUSTRACIÓN 5. FRECUENCIA DE CONSUMO DE BARRAS DE CHOCOLATE EN ALEMANIA	11
ILUSTRACIÓN 6. CONFINA (SOCIO)	13
ILUSTRACIÓN 7. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	17
ILUSTRACIÓN 8. CÓDIGO ARANCELARIO EN ECUADOR	18
ILUSTRACIÓN 9. SUBPARTIDA ARANCELARIA	18
ILUSTRACIÓN 10. CATEGORIZACIÓN ARANCELARIA EN LA UNIÓN EUROPEA.	19
ILUSTRACIÓN 11. IMPUESTOS	19
ILUSTRACIÓN 12. PLAN DE EXPORTACIÓN (PUERTO RICO)	22
ILUSTRACIÓN 13. PLAN DE EXPORTACIÓN (PONGARBEL S.A.)	23
ILUSTRACIÓN 14. CERTIFICACIONES QUE POSEE PONGARBEL S.A.	42
ILUSTRACIÓN 15. DATOS FINANCIEROS DE PONGARBEL S.A.	42
ILUSTRACIÓN 16. INFORMACIÓN DE LA EMPRESA	43
ILUSTRACIÓN 17. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	44
ILUSTRACIÓN 18. MARCA SAN JOSÉ	44
ILUSTRACIÓN 19. CHOCOLATE 80% DARK MÁS NIBS DE CACAO	45
ILUSTRACIÓN 20. MATRIZ FODA	46
ILUSTRACIÓN 21. FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	47
ILUSTRACIÓN 22. PONGARBEL S.A.	50
ILUSTRACIÓN 23. DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO	51
ILUSTRACIÓN 24. PROMOCIÓN EN INSTAGRAM	52
ILUSTRACIÓN 25. POST DE INSTAGRAM	53
ILUSTRACIÓN 26. FREE ON BOARD	53
ILUSTRACIÓN 27. CHOCOLATE SJ BAR 80% NIBS	55
ILUSTRACIÓN 28. ETIQUETA DEL PRODUCTO	55
ILUSTRACIÓN 29. CAJA GENERAL DEL PRODUCTO	56
ILUSTRACIÓN 30. PALLETS	56
ILUSTRACIÓN 31. STOWAGE OF PALETS	58
ILUSTRACIÓN 32. GRÁFICO PUNTO DE EQUILIBRIO	68

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo proporcionar herramientas útiles para aplicar de manera eficiente los procedimientos para la comercialización de la del chocolate 80 % Dark más Nibs de cacao al mercado alemán. Cabe indicar que su consumo es a nivel nacional e internacional gracias a los nutrientes y beneficios que posee.

La empresa PONGARBEL S.A., aprovechará el acuerdo comercial que existe entre Ecuador y la Unión Europea para la comercialización de ciertos productos como el Chocolate 80% Dark más Nibs de cacao con un 0% de arancel.

En el enfoque cualitativo se realizó la ficha de observación para corroborar la veracidad de la información proporcionada mediante la entrevista al Ing. Jorge Marún Rodríguez Representante Legal de la empresa PONGARBEL S.A. y por medio de zoom se realizó un entrevista con un importador de Alemania.

Alemania es un mercado de cacao masivo y también un importante país consumidor de chocolate, registrando el segundo mayor consumo de chocolate per cápita en Europa. Existe una creciente demanda de chocolate negro, lo que ofrece oportunidades interesantes para los exportadores de cacao.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

“Exportación de chocolate 80% Dark más Nibs de cacao al mercado alemán.”

1.2 Planteamiento del problema

El Productor en el año 2020 indico que las exportaciones mensuales del mercado ecuatoriano tienen como promedio más de 25 mil toneladas métricas, sin embargo, en el mes de abril, se presenta un declive como resultado del COVID-19 ya que los mercados internacionales duplicaron las exigencias y restricciones de productos elaborados y derivados. (El Productor , 2020)

La necesidad de las empresas ecuatorianas orientadas a diversificar sus productos, es buscar aprovechar los diferentes Acuerdos Comerciales que brinda la Unión Europea con Ecuador, Por ello, la empresa PONGARBEL S.A tiene la necesidad de diversificar su mercado en la comercialización de chocolate 80% Dark más Nibs de cacao tomando en cuenta la capacidad de producción, con el propósito de aumentar la rentabilidad de la empresa.

Es notable el reconocimiento y demanda que tiene el cacao y elaborados ecuatorianos en el continente europeo por ello, la Unión Europea , firmó un Acuerdo Comercial Multipares con Ecuador que beneficia a los productos ecuatorianos exportados para que ingresen libres de aranceles es decir, logra ventajas arancelarias, tanto en materia prima, como en productos agrícolas y elaborados a esto se le acota que la Unión Europea está integrada por 28 estados con estabilidad económica y con un alto nivel de consumo. (EL UNIVERSO, 2020)

Por tal razón, la Unión Europea se presenta como uno de los mercados más competitivos y exigentes, mismo que tiene como objetivo fomentar el crecimiento de la economía, salvaguardar la restauración de los ecosistemas dependientes de la agricultura y la silvicultura, de la misma forma, busca la mayor satisfacción de sus consumidores con requerimientos de mercado.

Además, en base a una conversación previa entre el director de la empresa PONGARBEL S.A y el posible comprador Ing. David Heuwinkel persona interesada en importar chocolate 80% Dark más Nibs de cacao de Ecuador, comunicó que el producto tiene una alta tendencia de consumo, asimismo, acotó que es necesario realizar un diagnóstico al potencial exportador en el que prevén el grado de satisfacción de la empresa en el proceso de comercialización, el comportamiento de la empresa.

Siendo el mercado bastante competitivo cuenta con una amplia gama de marcas ya existentes en tiendas alemanas. Sin embargo, existe una constante búsqueda de satisfacción de los consumidores amantes de los chocolates, por ello, el mercado alemán da paso a nuevos lanzamientos de productos, tal es el caso de: el chocolate de barra con leche de avena Chocjes de Katjes, que ingresó al mercado a principios de 2019. (Schokoinfo , 2020)

Alemania se han convertido en el mercado más importante para la Unión Europea, un 73% considera que las oportunidades de negocio son las mejores; no obstante, vale mencionar que la falta de armonización, obliga a cumplir normas de cada estado miembro al que se dirija el producto, se presentan problemas de etiquetados y envases.

Entonces se puede decir, que la problemática se centra en la empresa PONGARBEL S.A que pese a contar con un producto de excelente calidad, vale reconocer que la empresa necesita ampliar su mercado.

Por ello, el proyecto actual de investigación se ejecuta con el fin de plantear un plan de exportación de chocolate 80% Dark más Nibs de cacao al mercado alemán para demostrar la factibilidad de internacionalizar la marca mediante una investigación de mercado, estrategias de promoción, procesos logísticos y financiero.

A modo de conclusión, se determina que de acuerdo a la investigación realizada las barras y tabletas son los productos de chocolate más consumidos en Alemania, aunque la mayoría de los alemanes 55% todavía prefiere el chocolate con leche, y hay otro segmento que exige chocolate negro amargo de alta calidad. (CATIE, 2016)

Con esto se puede determinar la necesidad de mercado en destino que a pesar de que la tendencia del consumidor es más alta en la preferencia de chocolate con leche existe otro segmento que necesita chocolate negro amargo.

1.3 Formulación del Problema

¿Cómo determinar la viabilidad de exportar el chocolate 80% Dark más Nibs de cacao al mercado alemán?

1.4 Sistematización de la Investigación

- ¿Cómo la empresa PONGARBEL S.A determinará la necesidad del mercado en destino para la exportación del chocolate 80% Dark más nibs de cacao dentro de este mercado?
- ¿De qué manera se puede establecer el orden de la guía para la exportación de 80% Dark más Nibs de cacao?
- ¿Cómo facilitar la exportación del chocolate 80% Dark más Nibs de cacao al mercado de Hamburgo- Alemania?

1.5 Objetivos de la Investigación

1.5.1 Objetivo General

Desarrollar el plan de exportación de chocolate 80% Dark más Nibs de cacao que fomente la comercialización del producto de la empresa PONGARBEL S.A hacia el mercado de Hamburgo – Alemania.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Analizar el mercado destino y el nivel de demanda del chocolate 80% Dark más nibs de cacao determinando la necesidad del mercado, aprovechando el acuerdo comercial con la Unión Europea comprobando la viabilidad en la exportación del producto.
- Determinar el modelo de plan de exportación que se ajuste a las necesidades de la empresa PONGARBEL S.A. del producto chocolate 80% Dark más Nibs de cacao.
- Proponer el plan de exportación del chocolate 80% Dark más Nibs de cacao, obteniendo una guía que facilite y contribuya la comercialización del producto al mercado de Hamburgo – Alemania.

1.6 Justificación de la Investigación

Entre los productos estrella del mercado nacional, el chocolate es uno de los más populares, gracias a esto nace la idea de proceder a ejecutar este proyecto de plan de exportación mediante el cual se darán a conocer normas y requisitos para su correcta exportación.

El porcentaje que exporta Ecuador a nivel mundial de cacao se ve representado como el 7% de producción mundial mientras que los productos semielaborados representan un 6.33%, siendo sus principales compradores el continente europeo y americano.(Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2018)

Ecuador ocupa de los primeros puestos como exportador de cacao en grano en el continente americano y el tercer puesto en el mundo según indica el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca conocido como MAGAP.

Alemania forma parte de los países importadores de derivados de cacao provenientes del Ecuador debido a las dos variedades que ofrece el cacao ecuatoriano como lo es el cacao aroma fino o el CCN-51 siendo este uno de los más cotizados.(Anecacao, 2015)

El cacao CCN-51 se diferencia de los demás por su alto rendimiento de producción y gran resistencia a cualquier tipo de plaga debido al tipo de cultivo que posee lo que lo vuelve más atractivo en el mercado internacional.

En la actualidad consumir chocolate se acoge desde una perspectiva positiva debido a sus componentes y propiedades entre las cuales el cacao es considerado un súper alimento debido a sus propiedades antioxidantes y su aporte a la salud

Con la ejecución del plan de exportación orientado al chocolate 80% Dark más Nibs de cacao, PONGARBEL S.A podrá conocer los requerimientos a cumplir para poner en marcha la comercialización hacia el mercado de Alemania obteniendo así la información relacionada a normativas nacionales e internacionales que se deben cumplir para la correcta distribución.

1.7 Delimitación del Problema

La presente investigación engloba los siguientes parámetros:

CAMPO: Socio - Económico

ÁREA: Comercio Exterior

TEMA: Exportación de chocolate 80% Dark más Nibs de cacao al mercado alemán.

LUGAR: Guayaquil – Ecuador

UBICACIÓN GEOGRÁFICA: Km. 8.5 Babahoyo-Febres Cordero, Los Ríos – Ecuador

TIEMPO: 6 meses aproximadamente

PERIODO: 2021 – 2022

INCOTERM: FOB

Para el desarrollo del proceso de exportación se tomará como base el modelo de la Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico, que será ajustado a las necesidades, características de la empresa y del producto.

La presente investigación dentro de la cadena de suministro determinado por Michael E. Porter, solo se desarrollará el elemento determinado por la distribución del producto.

1.8 Hipótesis o Idea a defender

Con el desarrollo del plan de exportación del chocolate 80% Dark más Nibs de cacao se fomentará la comercialización del producto terminado al mercado de Hamburgo - Alemania por parte de la empresa PONGARBEL S.A.

1.9 Línea de Investigación Institucional/Facultad

El presente proyecto de investigación se ajusta : Al Dominio 1 de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, el cual determina los Emprendimientos sustentables y sostenibles con atención a sectores tradicionalmente excluidos de la economía social y solidaria, así como a la Línea Institucional que estipula el Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables acción que impulsa la Línea de la Facultad de Administración : Marketing, Comercio y Negocios locales.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

2.1.1 Cacao

Ecuador se identifica como el país fuerte de América Latina en este campo, le siguen Venezuela, México y Panamá, países que han incrementado su participación en el mercado mundial del cacao fino en grano. El Ecuador exporta: granos de cacao, semielaborados y producto terminado. (ANECACAO, 2018)

Ecuador por su riqueza natural y condiciones geográficas ha hecho que pueda competir en mercados internacionales ingresando con 3 diferentes etapas de elaboración. Los primeros árboles de cacao fueron plantados hace más de 5000 años en Ecuador pero especialmente en Centroamérica, el cacao ganó importancia legendaria en la religión y el arte, en la economía y la política hace 2.500 años.(Schokoinfo , 2020)

El cacao es un fruto que los dioses del nuevo mundo lo consideraban como un milagro debido a que lo utilizaban como remedio en contra del agotamiento, el asma, el paludismo, los parásitos y las enfermedades respiratorias. Empleado por su delicioso sabor y sus múltiples usos en el ámbito gastronómico, algunos investigadores creen que el cacao se originó en las zonas selváticas entre el Orinoco y el Amazonas en el continente sudamericano(Vela Troya, 2016)

Se considera que la gran parte del cacao proviene de la Amazonia y en sus inicios era usada como moneda de intercambio comercial, gracias a su variedad se vuelve más solicitada a nivel mundial. La producción cacaotera del Ecuador se está convirtiendo en uno de los blancos más importantes para los negocios de exportación. Varias empresas chocolateras internacionales se han fijado en la calidad del cacao, como es el caso de la transnacional Nestlé.(Fortaleza del Valle , 2016)

El cacao ecuatoriano por el aroma, la calidad, el sabor y el color, el cual cumple con los requisitos para elaborar chocolates de buena calidad. Es por esto que a podido captar la atención de empresas internacionales como es Nestlé.

Chocolate 80% Dark más Nibs elaborado por la empresa PONGARBEL S.A, está preparada con un licor de cacao con frutos rojos, nuez cruda y madera ingredientes exclusivos de la marca:

- Sin gluten
- Sin lácteos
- Sin preservantes
- Sin aceites de palma
- Sin ingredientes artificiales
- Peso Neto 50gr

2.1.2 Mercado Nacional

La Cámara de Comercio e Industrias, indica que el consumo interno de los ecuatorianos es bajo en comparación de otros países como Alemania y Suiza, que son los principales consumidores de chocolate natural en el mundo. (EL COMERCIO , 2020)

El chocolate caliente era la bebida preferida de las familias ecuatorianas. El bajo consumo se debe a que vendieron la idea de que el chocolate engordaba, era malo para la salud, cuando en realidad tiene un sin número de beneficios.

2.1.3 Competencia a Nivel Nacional

La competencia a nivel nacional está ocupada por grandes multinacionales como Nestlé, La Universal, Ferrero, y artesanales locales



Ilustración 1. Logo Nestlé
Fuente: Nestlé-centroamericano (2018)

La Ilustración 1 presenta el logo de la marca Nestlé, el cual contiene un fondo rojo y letras color blanco. Esta empresa se dedica a producir bombones surtidos, barras de chocolates, galles con crema de vainilla con chocolate entre otros.



Ilustración 2. La Universal
Fuente: La Universal (2019)

La Ilustración 2 muestra la barra de chocolate MANICHO la cual es una marca valorada por los ecuatorianos que va de generación en generación y cuenta con una amplia oferta de portafolio que concentra productos como: bombones, recubierto, untables, entre otras.



Ilustración 3. Ferrero Rocher
Fuente: Ferreroladm (2012)

La Ilustración 3 presenta los bombones Ferrero Rocher recubierto de chocolate con leche, relleno de cacao y avellana entera. Ferrero Rochers la cuarta empresa de chocolates del mundo y controla el 8% del mercado global.



Ilustración 4: PACARI
Fuente: Club del Chocolate (2018)

La Ilustración 4 presenta una barra de chocolate premium orgánico con cereza elaborado por PACARI, una empresa que se dedica a elaborar chocolates orgánicos y veganos.

2.1.4 Mercado destino

Alemania es un mercado de cacao masivo y también un importante país consumidor de chocolate, registrando el segundo mayor consumo de chocolate per cápita en Europa. Existe una demanda creciente de chocolate oscuro, cacao orgánico y sostenible ofrece oportunidades interesantes para los exportadores de cacao.

Alemania es un mercado interesante para el cacao orgánico, es el mercado más grande de alimentos orgánicos en Europa. En ningún otro país europeo los consumidores gastan tanto dinero en alimentos y bebidas orgánicos como en Alemania. (Profound , Ministerios de Relaciones Exteriores , 2020)

El crecimiento del mercado orgánico está impulsado principalmente por el comercio minorista de alimentos. La mejor disponibilidad de alimentos orgánicos en las cadenas minoristas ha incrementado significativamente el consumo. Se ha ampliado la gama en muchos supermercados y tiendas de descuento.

Solo se puede exportar cacao a Alemania si cumple con los estrictos requisitos de la Unión Europea, principalmente relacionados con la seguridad e higiene alimentaria. Los compradores en Alemania y en otros lugares actualmente evalúan la

calidad, el sabor de los granos de cacao de diferentes maneras y utilizan una combinación de dos o más metodologías.(ICROWDNEWSWIRE, 2021)

Los consumidores alemanes conceden gran importancia al etiquetado y la certificación de alimentos. Además de cuidar la salud de las personas que consumen, los cultivos ecológicos son más seguros para la salud de los agricultores, ya que ellos están expuestos cuando utilizan productos químicos en la agricultura convencional.

2.1.5 Descripción general del mercado de chocolate en Alemania

Alemania es un mercado de cacao masivo y también un importante país consumidor de chocolate, registrando el segundo mayor consumo de chocolate per cápita en Europa. Existe una creciente demanda de chocolate amargo, orgánico y sostenible ofrece oportunidades interesantes para los exportadores de cacao.(Industry , 2021)

El segmento de chocolate amargo será el segmento de más rápido crecimiento, gracias a sus diferentes beneficios para la salud, hacen estos que sean una alternativa saludable y contribuya al crecimiento de este segmento.

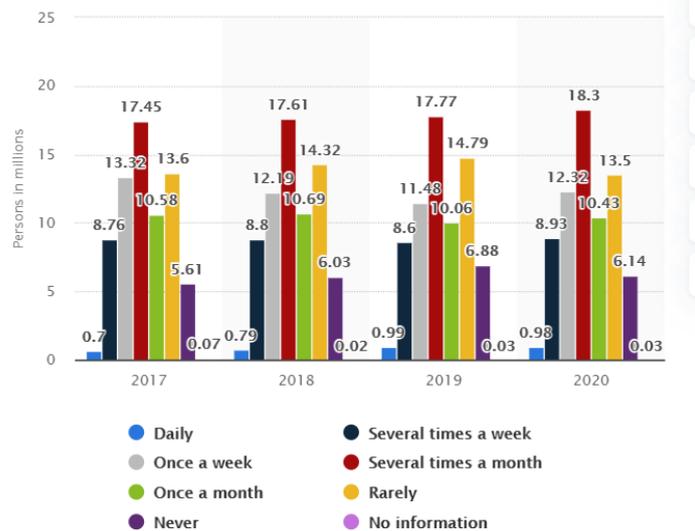


Ilustración 5. Frecuencia de consumo de barras de chocolate en Alemania
Fuente: Mordor Intelligence (2020)

La Ilustración 5 demuestra la frecuencia con la que la población alemana consumió barras de chocolate entre 2017 y 2020. En 2020, 8,93 millones de alemanes comieron barras de chocolate varias veces a la semana, en comparación con 8,76 millones en 2017.

2.1.6 Empresa (PONGARBEL S.A.)

Ubicación finca: se ubica en el kilómetro 8,5 de la vía Babahoyo – Febres Cordero. Posee 870 hectáreas de terreno con plantaciones de cacao, banano, palma africana y arroz. La hacienda tiene más de 80 años de tradición y actualmente produce el conocido “Chocolate San José”, ganador del premio Pepa de Oro

La hacienda San José posee alrededor de 870 hectáreas con plantaciones de banano, cacao, palma aceitera y arroz. Ubicado en la provincia de Los Ríos, Ecuador, una zona caracterizada por suelos de formación aluvial con clima y topografía aptos para la producción de los mejores granos de cacao del mundo. Ofrece trazabilidad total y plantación de origen único con sabor único y exquisito, muy cremoso con un definido sabor a nuez, un toque de vainilla y canela.

Esás fueron quienes sirvieron de motivación en la hacienda chocolatera, razón por cual al presente brindan cuatro variedades: tabletas de chocolate con 100% de cacao, con el 80%, el 70% y chocolate con leche actividad que ejercen más de 50 años.

La empresa PONGARBEL S.A presta los servicios de TULICORP S.A desde el año 2010 empresa que se dedica a la fabricación de chocolate y pastelería de granos, creada el 08 de abril del 2002, ubicados en la Av. Carlos J. Arosemena Km. 2, Edif. Junto a Solubles Instantáneos de la ciudad de Guayaquil, hasta el año 2020 contaba con la participación de 27 colaboradores, asimismo, alega que el margen neto aumentó un 21.62% el total de activos registró un crecimiento de 170.65%.

SOCIO: Cofina

PONGARBEL S.A. fomentan una relación con sus socios y compradores, asegurándose de que sean fuertes y duraderos. Cofina, una empresa de chocolate ecuatoriana, produce licores de chocolate, cacao en polvo, semillas de cacao y manteca de cacao. Comenzaron cuando vieron la necesidad de ayudar a la industria del cacao produciendo productos de chocolate de manera más eficiente y permitiendo un fácil acceso a áreas remotas que cultivan cacao en Ecuador. Esto abrió la puerta a los pequeños agricultores y distribuidores.

- Los esfuerzos de Cofina han mejorado las condiciones de vida de las comunidades agrícolas a través de un entorno social y económico.
- Promueven el comercio justo, son sostenibles y producen productos no transgénicos y no alergénicos que se alinean con sus creencias.



Ilustración 6. Confina (Socio)
Fuente: PONGARBEL S.A. (2018)

En la Ilustración 6, se puede visualizar el cacao en grano sostenido por un colaborador de CONFINA y listo para la elaboración de productos derivados del cacao.

2.2 MARCO REFERENCIAL

2.2.1 Teorías del comercio internacional

Para la EALDE en el 2018 menciona que las teorías del comercio exterior pretenden encontrar las causas-efectos de este fenómeno y estudiar sobre la producción y el consumo. Estas teorías se pueden clasificar en tres categorías:

- **Teorías tradicionales del comercio internacional.**

Estas teorías se originan que el comercio exterior está causado por las discrepancias que existe entre los países. Entre ellas se pueden destacar el Modelo de la Ventaja Absoluta de Adam Smith también denominada como La mano invisible. Esta se caracteriza por la poca regulación del comercio. La cual aporta como ventaja que cada país puede especializarse en la producción de bienes en los que tiene una ventaja absoluta.

- **La nueva teoría del comercio internacional.**

Estas teorías se sustentan sobre la competencia imperfecta. Entre las cuales se rescata la Teoría del Coste de Oportunidad, de G. Haberler. El trabajo no es el único recurso ni es homogéneo. Se basa en el coste de oportunidad de un bien y el Modelo de Competencia Monopolística, de Paul Krugman.

- **Los novísimos desarrollos recientes que incorporan las diferencias entre empresas.**

En esta categoría se consideran las diferencias entre las empresas para comprender este ámbito. Entre ellas se encuentran: Conclusiones de Bernard, Redding y Schott. Aumenta la productividad de toda la industria. La expansión de la producción de las empresas exportadoras implica un aumento de la demanda de factores y subida del precio de los inputs.

Ramos Barrera en el 2020 menciona que la teoría del comercio internacional ha fortaleciendo el sistema de transporte terrestre y creando nuevos puertos y rutas comerciales para el transporte marítimo. Sin embargo, los primeros postulados formales de la internacionalización se encuentran en los aportes de la escuela clásica de economía: para el clásico.

- Adam Smith, los mercantilistas fundamentaron el crecimiento económico en el intercambio comercial de metales preciosos porque consideraban que un país era rico por la abundancia de oro y plata, pero no diferenciaron entre riqueza y acumulación.
- David Ricardo, también representante de la escuela clásica de la economía. Por ello, plantea que si el costo del trabajo relativo de los bienes en cada país no los costos

absolutos determina el valor en los intercambios internacionales, entonces los países de diferente tamaño podrían beneficiarse del comercio internacional, y denominó a esta condición ventaja comparativa.(ADAM SMITH, 2014)

Así, en los supuestos clásicos de Smith y Ricardo, todos los individuos ganan dentro del comercio, dado que la menor diferencia relativa de costos permite la especialización y genera intercambio comercial, basando su valor en un solo factor de producción: el trabajo.

Ramos Barrera en el 2020 menciona en su libro que la teoría del comercio internacional considera que los patrones del comercio no dependen de la productividad de la mano de obra sino de la interrelación entre la cantidad de factor productivo que tiene un país y la cantidad de factor productivo que requiere un bien para su producción.

- Adam Smith, los mercantilistas fundamentaron el crecimiento económico en el intercambio comercial de metales preciosos porque consideraban que un país era rico por la abundancia de oro y plata, pero no diferenciaron entre riqueza y acumulación.
- David Ricardo, también representante de la escuela clásica de la economía. Por ello plantea que, si el costo del trabajo relativo de los bienes en cada país determina el valor en los intercambios internacionales, entonces los países de diferente tamaño podrían beneficiarse del comercio internacional, y denominó a esta condición ventaja comparativa. (SECS , 2016)

Así, en los supuestos clásicos de Smith y Ricardo, todos los individuos ganan dentro del comercio, dado que la menor diferencia relativa de costos permite la especialización y genera intercambio comercial, basando su valor en un solo factor de producción: el trabajo. En otras palabras “ningún país es tan pobre como para quedar fuera de una negociación comercial siempre y cuando un país se especialice en cómo ser eficiente para luego intercambiar sus productos”

A modo de conclusión, se argumenta que el presente estudio funciona bajo la teoría del comercio internacional de G. Haberler, este interpreta que los patrones del comercio no dependen de la productividad, de la mano de obra sino de la interrelación que existe entre la competitividad entre un país y otro.

2.2.2 CADENA DE SUMINISTROS

Una cadena de suministro es un conjunto de pasos que permiten a las empresas preparar y distribuir un producto o servicio con el objetivo principal que es satisfacer las necesidades del consumidor.(Economipedia, 2018)

A este conjunto de pasos lleva su proceso que se encarga de planificar las tareas a cumplir, para poder ir búsqueda de la materia prima, obtención y transformación de productos, para de esta forma poder comercializar y distribuir un producto, para que el mismo sea de alcance para el consumidor final.

Según Porter en el 2012 la cadena de suministros se divide en 3 partes claves en el desarrollo e implemento de la cadena:

- Suministro: Materias primas para la fabricación.
- Fabricación: Convierte estas materias primas en productos terminados
- Distribución: Se asegura de que dichos productos finales llegan al consumidor a través de una red de distribuidores, almacenes y comercios minoristas.(Porter , 2012)

En la presente investigación la empresa PONGARBEL S.A. no entrará en el proceso de producción del producto, solo realizará la distribución tomando en consideración las exigencias del empaque y embalaje para la distribución del chocolate 80% Dark más Nibs de cacao al mercado alemán.

2.2.3 Acuerdo De Libre Comercio UE: Entre Ecuador y Alemania

En enero de 2017 Ecuador se adhirió al acuerdo de libre comercio con la Unión Europea el mismo incluye la liberalización arancelaria total o parcial, la eliminación de barreras comerciales reglamentarias y la introducción de facilidades comerciales tales como procedimientos aduaneros. (Bundesregierung, 2018)

Las relaciones políticas entre Ecuador y Alemania se remontan a mucho tiempo atrás. Es uno de los socios comerciales más importantes de Ecuador, los productos que son muy demandados por los alemanes, como el banano, café y cacao lideran el 70% de las ventas no petroleras.

Dicho acuerdo permite beneficiarse de las reglas de origen con el fin de obtener liberación arancelaria, es decir, para beneficiarse de la tasa arancelaria más baja o cero, bajo el acuerdo comercial entre la UE y Ecuador. Se debe demostrar que el producto debe ser originario del país andino en este caso Ecuador.

Régimen arancelario ①	Arancel aplicado ①	EAV ①	No un
Derechos NMF (aplicados) ④	8,3% + componente agrícola MAX 18,7% + derecho adicional reducido sobre el azúcar	Sin AVE	Derecho aplicable sobre el contingente arancelario ▼
Tarifa preferencial para Ecuador ④	0%	0%	Detalles del acuerdo comercial ▲

Información del acuerdo	Reglas de origen	Certificado de origen
NOMBRE TLC, CAN-UE EN VIGOR 2017-01-01 TIPO Acuerdo de libre comercio ALCANCE Plurilateral, Grupo-Grupo ESTADOS MIEMBROS Bolivia (Estado Plurinacional de), Colombia, Ecuador, Unión Europea, Perú	<ul style="list-style-type: none"> 📄 Capítulo Sobre Reglas De Origen 📄 Texto Completo Del Acuerdo 📄 Normas De Origen Para Productos Especificos 📄 Notificación A La OMC 	<ul style="list-style-type: none"> 📄 Certificado De Origen

PAÍS EXPORTADOR 🌐 Ecuador ▼	PAIS DE DESTINO 🌐 Alemania ▼	PRODUCTO HS6 <input checked="" type="radio"/> CÓDIGO DE LÍNEA ARANCELARIA NACIONAL 📄 180690 - Chocolate y demás preparacione... ▼
---------------------------------------	--	--

Búsqueda avanzada de productos

CÓDIGO DE LÍNEA TARIFA NACIONAL DEL PRODUCTO 📄 1806901100 - Chocolate y productos de chocolate en forma de chocolates, incluso rellenos, que contengan alcohol ▼
--

Ilustración 7. Condiciones de acceso al mercado
Fuente: Market Access Map (2021)

La Ilustración 7 demuestra las condiciones de acceso al mercado alemán, para el producto según la P.A1806901100 que trata de Chocolate y demás preparaciones. Existe una tarifa preferencial para Ecuador con un arancel aplicado al 0%.

2.2.4 Categorización Arancelaria Del Producto

La estructura arancelaria utilizada para clasificar al Chocolate 80% Dark más Nibs de cacao es la siguiente:

Subpartida arancelaria 1806.90.00.00

Código Arancelario en Ecuador y descripción del producto

Sección :	IV	Producto de la industria alimentaria; bebida, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneo de tabaco elaborado.
Capítulo :	18	Cacao y sus preparaciones
Partida:	1806	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao
		-Los demás ,en bloques , tabletas o barras;
SUBPARTIDA	1806.90	-Los demás

Ilustración 8. Código Arancelario en Ecuador

Fuente: (Pudeleco, 2021)

La Ilustración 8, se detalla la sección, capítulo, partida y subpartida en esta se clasifica el chocolate de PONGARBEL S.A.

 **Navegue en la lista completa de productos**

Preparaciones de cacao y cacao	18
Chocolate y otras preparaciones alimenticias que contengan cacao	18 06
Cacao en polvo con adición de azúcar u otro edulcorante	18 06 10
Las demás preparaciones en bloques, placas o barras de peso superior a 2 kg o en forma líquida, pastosa, en polvo, granulada u otra forma a granel, en recipientes o envases inmediatos, de contenido superior a 2 kg.	18 06 20
Otros, en bloques, losas o barras	
Otro	18 06 90
Artículos de confitería y sus sucedáneos elaborados a partir de productos sustitutivos del azúcar que contengan cacao	18 06 90 50

Ilustración 9. Subpartida Arancelaria

Fuente: Pudeleco (2021)

La Ilustración 9 demuestra que la subpartida se encuentra ubicada en los demás ya que posee entre sus ingredientes cacao. Adicional a eso se indica que cuenta con:30% Ad Valorem, 0.5% Fodinfra ,12% IVA ,0% ICE

Consulta de porcentaje de liberacion y preferencias

Resultado : 152 [Exportar Excel](#)

Código de Liberación	Tipo de Liberación	Identificador de Grupo	Subpartida	Código Complementario	Código Suplementario	Código de OCE	Código de País de Origen	País de Destino
0800	I	-	1806900000	0000	0000	X	LT	X
0800	I	-	1806900000	0000	0000	X	IT	X
0800	I	-	1806900000	0000	0000	X	IE	X
0800	I	-	1806900000	0000	0000	X	HU	X
0800	I	-	1806900000	0000	0000	X	HR	X
0800	I	-	1806900000	0000	0000	X	GR	X
0800	I	-	1806900000	0000	0000	X	FR	X
0800	I	-	1806900000	0000	0000	X	FI	X
0800	I	-	1806900000	0000	0000	X	ES	X

Consulta de porcentaje de liberacion y preferencias

Resultado : 152 [Exportar Excel](#)

Código de País de Origen	País de Destino	Código de Régimen	Subpartida en Nomenclatura de Acuerdo	Tipo de Margen	Código de Tributo	Forma de Afectacion de Tributo	Instancia de Afectacion de Tributo	Valor de Afectacion de Tributo
LU	X	X	-	0	01	REM	SIM	11
LT	X	X	-	0	01	REM	SIM	11
IT	X	X	-	0	01	REM	SIM	11
IE	X	X	-	0	01	REM	SIM	11
HU	X	X	-	0	01	REM	SIM	11
HR	X	X	-	0	01	REM	SIM	11
GR	X	X	-	0	01	REM	SIM	11
FR	X	X	-	0	01	REM	SIM	11
FI	X	X	-	0	01	REM	SIM	11

Ilustración 10. Categorización Arancelaria en la Unión Europea.
Fuente: ECUAPASS (2021)

La Ilustración 10 es obtenida del Ecuapass y nos muestra la subpartida arancelaria e indica que cuenta con un 11% de valor de afectación de tributos.

Adicional la subpartida 1806.90.50 cuenta con los siguientes impuestos:

Impuestos

[Cómo leer los resultados](#)

última actualización: 29 de julio de 2021

Tipo de impuesto	Tarifa estándar	Ver más
Impuesto al valor agregado (IVA)	7%	Alemania - UE
Impuesto especial (EXC)	-	Alemania - UE

Ilustración 11. Impuestos

Fuente: Europäische Kommission (2021)

La Ilustración 11 demuestra que existe un impuesto de valor agregado con un 7% de tasa reducida ya que pertenece al listado en el que ingresa la tasa reducida en la cual se aplica bono. (Europäische Kommission, 2021)

Se aplica a:

- Ciertos animales vivos
- Alimentos
- Ciertos productos animales no comestibles
- Plantas vivas
- Forraje para animales
- Agua
- Fertilizantes
- Madera
- Libros, periódicos y otros materiales impresos
- Ayudas para minusválidos
- Obras de arte y piezas de colección
- Productos para la protección de la higiene femenina

En los cuales el chocolate 80% Dark más Nibs de cacao entra en la categoría de alimentos y así puede aplicar la tasa reducida

2.2.5 Tratamiento Arancelario De La Unión Europea

La Unión Europea es una de las economías más solicitadas hasta el exterior y se propone seguir siéndolo. Actualmente, Ecuador tiene convenio permite comercializar dentro del continente. Cabe destacar, que para poder comercializar un producto en el mercado meta se debe seguir una serie de reglamentos empezando por la clasificación, peso, empaque, entre otros.

Por lo que, para comercializar el chocolate 80 % Dark más Nibs de cacao es indispensable tener en cuenta un enfoque de exportación que no limite el intercambio o negociación.

2.2.6 Modelo De Plan De Exportación

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

Ilustración 12. PLAN DE EXPORTACIÓN (Puerto Rico)

Fuente: Market Access Map (2021)

La Ilustración 12 muestra el Plan de exportación de Puerto Rico.

Un plan de exportación es una herramienta útil que le permite al empresario conocer cómo está parado frente a los mercados externos. Esto le permite analizar de antemano los riesgos a los que puede enfrentarse y elaborar un plan de emergencia a medida. (Conexión Intal, 2017)

Esta herramienta podrá ayudar al empresario a escoger el destino indicado para enviar su producto, elaborar estrategias y mejorar la relación tanto con proveedores como con agentes de ventas.

LA PROPUESTA

EXPORTACIÓN DE CHOCOLATE 80% DARK MÁS NIBS DE CACAO AL MERCADO ALEMÁN

RESUMEN EJECUTIVO

4. Análisis del potencial exportador

4.1 Perfil de la empresa

4.1.1 Datos del productor

4.1.2 Datos del exportador

4.1.3 Misión & Visión

4.1.4 Objeto Social

4.1.5 Organigrama de la empresa

4.2 Marca

4.2.1 Características del producto

4.2.2 Análisis FODA del producto

4.2.3 Características y uso del producto

4.2.4 Propiedades Químicas del Chocolate

4.2.5 PRECIO

4.2.5.1 PRECIOS INTERNACIONALES DE PRODUCTOS DERIVADOS DE CACAO EN ALEMANIA.

4.2.6 PLAZA

4.2.6.1 Canal de distribución

4.2.6.2 PROMOCIÓN

4.2.6.3 PUBLICIDAD

5. INCOTERM

6. Envase, Empaque y Embalaje

6.1 Envase del producto

6.1.2 Etiqueta del producto

6.1.3 Cajas según la Norma ISO 3394.

6.1.4 Pallets según la Norma ISO 3394.

7. Detalles de la carga marítima.

8. Cálculo de pesos y cantidad de cajas a utilizar con pallets

9. INDICADORES BÁSICOS DE ALEMANIA

10. DOCUMENTOS NECESARIOS PARA COMERCIALIZAR A ALEMANIA

11. Normativa Técnica Sanitaria en Alemania

12. Empaque, embalaje y etiquetado según dispone Alemania

13. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

Ilustración 13. PLAN DE EXPORTACIÓN (PONGARBEL S.A.)

Elaborado por: López & Marcillo (2021)

Referente al modelo a utilizar para la presente investigación se tomará como base el realizado por la Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico en el 2012, que se lo presenta a continuación:

El modelo presentado será ajustado de acuerdo a las necesidades del producto y del productor, quedando estructurado de la siguiente forma para su posterior desarrollo:

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Premiumización: Responde a cambios en el mercado, atiende a los hábitos de consumo el cómo varían, además obedece a la búsqueda de nuevos consumidores, es un proceso en el cual se otorga un valor añadido a un producto mismo que cuenta con un target ya identificado. (Multicolor, 2018)

Es decir que se refiere a brindar refinamientos de etiquetas ya que los mismos son una excelente manera de atraer la atención de los clientes, se basa en dar una apariencia de mayor calidad a los productos generando en los consumidores la sensación de regalarse algo lujoso.

Competitividad: Es la competencia de una organización o de un país para producir y vender productos/servicios que satisfagan la calidad de los mercados a precios iguales o inferiores y que maximicen el rendimiento de los recursos consumidos para producirlos. (IGI Global, 2019)

Producir o vender servicios que sean capaces de satisfacer la demanda de los consumidores ya sea igualando precios o disminuyendo los mismos, es decir se trata del potencial que puede llegar a alcanzar una empresa.

Bean to bar: Se basa en el cuidado durante el proceso de producción del cacao, controlando desde el cultivo hasta su proceso en microlotes y obteniendo como producto final las tabletas de chocolate (Club del chocolate, 2018)

Proceso de fabricación de chocolate, en el que el fabricante controla cada paso del grano de cacao a la barra de chocolate es decir que significa literalmente de la semilla a la barra de chocolate

Trazabilidad: La capacidad de rastrear todos los procesos, desde la adquisición de materias primas hasta la producción, el consumo y la eliminación, sirve para aclarar cuándo y dónde se ha producido el producto y por quién. (Traceability Solutions, 2021)

Técnica de rastrear un producto a través de todas las etapas de producción, procesamiento y distribución con el fin de garantizar que todas etapas de la cadena alimentaria registran al mismo proveedor

Incoterms: Compendio de términos comerciales predefinidos que los comerciantes pueden utilizar al celebrar contratos en el comercio internacional. Las publica la Cámara de Comercio Internacional sobre la base del derecho mercantil internacional. (Rechnungswesen, 2019)

Son reglas internacionales para la interpretación de fórmulas contractuales habituales en los contratos de comercio exterior que se dan entre el vendedor y el comprador con el fin de conocer sus derechos y obligaciones

Lista de empaque: La lista de empaque suele incluir la descripción, la cantidad y el peso de cada artículo del paquete, no incluye precios y es preparada por el vendedor, que la incluye en el paquete o la adhiere al exterior del mismo en una bolsa adhesiva. (Accounting Tools, 2018)

Es la lista detallada de todos los artículos embalados en un envío en cual se detallan unidades y pesos de la carga, nombre del consignatario y notificador de la carga

EUR 1:El certificado EUR1 sirve para probar el origen de las mercancías que entran en el territorio de la Unión Europea. El certificado permite a los comerciantes importar mercancías de determinados países a un tipo reducido o sin pagar ningún derecho. (Saloodo, 2020)

Permite a los importadores de determinados países importar mercancías con un tipo de derecho de importación reducido o nulo

NIBS: Son trozos de granos de cacao triturados que tienen un sabor amargo y achocolatado, se producen a partir de los granos derivados del árbol *Theobroma cacao*, también conocido como árbol del cacao. (Healthline, 2019)

Trozos desmenuzados de granos de cacao secos que han sido triturados hasta obtener pequeños pedazos, los mismos se secan después de la cosecha, se fermentan y se rompen para producir pequeños trozos oscuros

Ficha técnica: Suele utilizarse en la comunicación técnica para describir las características técnicas de un artículo o producto, puede ser publicado por el fabricante para ayudar a la gente a elegir los productos o para ayudar a utilizarlos. (Word finder, 2020)

Un documento que proporciona las especificaciones de un determinado producto menciona y detalla sus documentos y muchas veces detalla la partida arancelaria a la cual pertenece

Silvicultura: Se trata de la gestión de terrenos forestales, junto con las aguas y terrenos baldíos asociados, principalmente para la recolección de madera, pero también con fines de conservación mediante la recolección y la reposición cuidadosa. (Merriam Webster, 2021)

Trata de la ciencia encargada de desarrollar, cuidar y cultivar los bosques se encarga de la recolección y la replantación de madera son las actividades principales de la silvicultura, y el objetivo principal es mantener un suministro continuo de madera.

Flavonoides: Los flavonoides son un grupo de sustancias vegetales pertenecientes a los polifenoles, se ingieren con los alimentos y cumplen importantes funciones. Por un lado, sirven como sistema redox y, por otro, como aceptores de hidrógeno. (DocCheck Flexikon, 2019)

Son importantes para la prevención de enfermedades cardiovasculares y tumores malignos, los mismos desempeñan un papel importante en el metabolismo.

Ácido esteárico: El ácido esteárico puede obtenerse por saponificación a partir de aceites y grasas vegetales y animales. La grasa se hierva junto con una solución de hidróxido de sodio y se hidroliza en glicerol y la sal sódica de los ácidos grasos (CHEMIE.DE, 2018)

Es decir, estas sales de ácidos grasos se vuelven a convertir en ácidos grasos con ácido mineral ya que las grasas suelen contener una mezcla de diferentes ácidos grasos, éstos deben separarse por destilación.

Macadamia: Es un género de plantas de la familia de los árboles plateados. Se conoce principalmente por el fruto, la nuez de macadamia, de las dos especies *Macadamia integrifolia* y *Macadamia tetraphylla* y sus variedades (DUDEN, 2019)

Es uno de los frutos secos más calóricos del mundo, también se conoce como nuez de macadamia. Tiene una cáscara muy dura y difícil de romper, en su interior se encuentra el núcleo comestible: la macadamia.

Aluvial: Para sedimentos fluviales y aluviones , utilizado principalmente en el sentido de depósitos de agua corriente de grano fino, arcilloso-limosos, clasificados y no consolidados.(Spektrum.de, 2017)

Es una superficie plana que termina en una cresta empinada. Los niveles de terraza formados por un río suelen ser varios y se forman alternando periodos de aluvi3n o deposici3n con periodos de erosi3n.

2.4 MARCO LEGAL

El presente proyecto se regirá en base a las leyes a continuación mencionadas: En la Constitución de la república del Ecuador, Capítulo cuarto , Soberanía económica, Sección séptima, Política comercial

Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valora agregado, en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.(Consortio para el Derecho Socio- Ambiental, 2018)

PONGARBEL S.A cuenta con las debidas certificaciones ambientales como lo son Certified Rainforest Alliance por lo cual cuenta con el debido respaldo por parte del Estado, el mismo que le permitirá alcanzar la expansión a nuevos mercados y servirá como impulso para su fácil ingreso sin limitante alguno dentro del mercado objetivo.

CÓDIGO ORGÁNICO DE PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES (COPCI)

Ley vigente que cuenta con un Registro Oficial Suplemento No.351 el mismo que fue publicado el 29 de diciembre del 2010 y que actualmente cuenta con una nueva reforma que se dio el 28 de agosto del 2018, se tomarán en cuenta los siguientes artículos que nos servirán como base legal para el presente proyecto.(Lexis Finder, 2018)

LIBRO IV DEL COMERCIO EXTERIOR, SUS ÓRGANOS DE CONTROL E INSTRUMENTOS

CAPÍTULO II

TÍTULO IV DEL FOMENTO Y LA PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

Art. 93.- Fomento a la exportación indica que el Estado es el encargado de fomentar las exportaciones y de promover las mismas de manera general y mediante aplicación directa mediante el uso de los siguientes mecanismos:

a. Acceso a los programas de preferencias arancelarias, es decir por medio de acuerdos comerciales que generen a ambas partes negociantes un mutuo beneficio arancelario de liberación

b. Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados correspondientes a insumos y materias primas relacionadas al producto a exportar

c. Se podrán acoger a los regímenes especiales aduaneros, con el fin de obtener la suspensión del pago relacionado a los derechos arancelarios e impuestos a la importación y recargos aplicables de naturaleza tributaria que se generen por parte de mercancías que se encuentren destinadas a la exportación

d. Facilitación financiera según el programa nacional de desarrollo

e. Cooperación en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados o uniones de exportadores estimuladas por parte del Gobierno nacional

f. Derecho al estímulo a los incentivos a la inversión productiva.

LIBRO V DE LA COMPETITIVIDAD SISTÉMICA Y DE LA FACILITACIÓN ADUANERA

CAPÍTULO II DEL FOMENTO Y PROMOCIÓN DE LAS INDUSTRIAS BÁSICAS

TÍTULO II DE LA FACILITACIÓN ADUANERA PARA EL COMERCIO DE LO SUSTANTIVO ADUANERO

Art. 103.-Ambito de aplicación, se encarga de mantener reguladas las relaciones jurídicas que se dan entre el Estado y las personas naturales o jurídicas relacionadas con el tráfico internacional de mercancías ya sea de manera directa o indirecta.

Art. 104.-Principios Fundamentales sobre los cuales se guía el COPCI que son los siguientes:

a. Facilitación al Comercio Exterior, es decir que los procesos aduaneros serán rápidos, simplificados, expeditos y electrónicos con el fin de promover la productividad y la competitividad nacional

b. Control Aduanero dentro de las operaciones de comercio exterior aplicando los respectivos controles con el fin de cumplir al ordenamiento jurídico e interés fiscal.

c. Cooperación e intercambio de información a nivel nacional e internacional perteneciente a entes públicos como privados.

d. Buena fe aplicada en cualquier tipo de procedimiento aduanero.

e. Publicidad con fines de carácter general emitida por parte de la SENA E será de carácter público

f. Aplicación de buenas prácticas internacionales con el propósito de conseguir estándares internacionales de calidad

Según lo indicado en el artículo 109 del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, se da el nacimiento de la obligación aduanera la misma que se origina con la salida de las mercancías del territorio aduanero la cual se perfecciona al momento de darse la aceptación de la declaración aduanera, la misma que se da por parte del sujeto activo.

Es decir, PONGARBEL S.A al momento de optar por la exportación inmediatamente adquiere obligaciones con la autoridad aduanera, por lo tanto, deberá cumplir presentando una declaración aduanera de exportación

CAPÍTULO VII: REGÍMENES ADUANEROS

SECCIÓN II: REGÍMENES DE EXPORTACIÓN

Art. 154.- Exportación definitiva. - Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano (Lexis Finder, 2018) , es decir la exportación de chocolate 80% Dark más Nibs de cacao al mercado Alemán se la entiende como la salida definitiva.

En el reglamento del Código Orgánico De Producción, Comercio E Inversiones (COPCI) podemos encontrar los siguientes artículos:

CAPÍTULO IV

DESPACHO SECCIÓN I

DECLARACIÓN ADUANERA

Art.63.- Declaración Aduanera, la misma será presentada de manera electrónica y/o física, está debe contener los respectivos documentos de acompañamiento y soporte que conformen dicha exportación. (Organo del Gobierno del Ecuador). Una de las obligaciones ante la autoridad aduanera es presentar la declaración aduanera de exportación, en este caso la exportación de chocolate 80% dark más nibs de cacao al

mercado Alemán está en la obligación de presentar su respectiva declaración aduanera. (Registro Oficial Gobierno del Ecuador)

Art.64.Declarante. La Declaración Aduanera es única y personal, consecuentemente, puede ser presentada por el importador, exportador en este caso PONGARBEL S.A o un agente de aduana los mismos que serán responsable ante el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador por lo consignado en la Declaración Aduanera y la relación que está tenga con los respectivos documentos de acompañamiento y soporte. (Registro Oficial Gobierno del Ecuador)

Art. 65.- Contenido de la Declaración Aduanera, la misma debe contener detallado la identificación del Declarante, mencionar el medio de transporte, contener la descripción de las mercancías, mencionar su origen, procedencia y el valor de la misma.(Registro Oficial Gobierno del Ecuador)

Art. 66.- Plazos para la presentación de la declaración, se menciona que toda mercancía debe contar con su respectiva declaración aduanera de exportación así mismo podrá presentarse hasta 24 horas antes del ingreso de las mercancías a zona primaria, presentando consigo los debidos documentos de acompañamiento y soporte. (Registro Oficial Gobierno del Ecuador)

Los artículos antes mencionados nos dan a conocer quiénes son los obligados a presentar la declaración aduanera, nos menciona los plazos a cumplir para su presentación y dan a conocer la información que tendrá que ir detallada en dicha declaración, es decir, el exportador tiene por obligación cumplir con los parámetros descritos y/o dispuestos por la ley, con el propósito de cumplir con el correcto proceso de exportación

Los documentos que acompañan a la declaración son los siguientes:

Documentos que acompañan a la declaración aduanera

Art.72.-Documentosdeacompañamiento.

Llamados también documentos de control previo deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la Declaración Aduanera, los mismos deben ser emitidos antes del embarque de la mercancía (Registro Oficial Gobierno del Ecuador)

El art. 73.- Documentos de soporte, sirven de apoyo al momento de gestionar la Declaración Aduanera a cualquier régimen y son los siguientes (Registro Oficial Gobierno del Ecuador)

- a) Documento de transporte
- b) Factura comercial o documento que acredite la Transacción comercial
- c) Certificado de Origen
- d) Documentos que la Dirección General del SENA E o el organismo regulador del comercio exterior competente, considere necesarios.

Los documentos mencionados en los artículos previos forman parte fundamental de la presentación de la declaración aduanera, ya que los mismos son exigidos de presentar junto a la declaración como constancia de la información ingresada en la declaración de exportación, el exportador tendrá que cumplir con la obtención de dicha documentación para así cumplir con el correcto proceso de la salida del chocolate 80% Dark más Nibs de cacao.

A continuación, se detalla el marco legal referente a normativas sanitarias en Alemania

NORMATIVA TÉCNICA SANITARIA EN ALEMANIA

El Código de Alimentos y Piensos (LFGB) es una de las normas de la legislación alimentaria. La LFGB contiene prohibiciones y requisitos generales para la protección de la salud y la protección del consumidor contra el engaño. (Solingen, 2018) no está permitido:

- Producir o comercializar alimentos que puedan ser perjudiciales para la salud humana que puedan causar daños
- Comercializar productos alimenticios con una denominación, indicación o presentación engañosa
- Anunciar productos alimenticios con representaciones engañosas
- Utilizar artículos de consumo en productos alimenticios de forma que su consumo pueda causar daños a la salud (por ejemplo: palos de madera en el mazapán).

También son de gran importancia, entre otras, la Ley de Pesos y Medidas, la

Ordenanza de Etiquetado de Alimentos LMKV, la Ordenanza de Límites Máximos de Residuos RmhV, el Reglamento sobre Alimentos Congelados TLMV, los Reglamentos CE nº 178/2002 por el que se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria, se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria y N° 852/2004 sobre higiene de los alimentos y, por último, la Ley de Responsabilidad por Productos.

Es decir, mediante la Ordenanza del Cacao se consigue evaluar los requisitos chocolate, tanto en términos de composición como de etiquetado. Además, los productos de chocolate también están sujetos a la legislación alimentaria general, es decir, el Reglamento CEn . ° 178/2002, el Código de alimentos y piensos LFGB y numerosos reglamentos horizontales, incluido el Reglamento de etiquetado de alimentos y el Reglamento de aprobación de aditivos.

Adicionalmente la evaluación de los chocolates se basa en la prueba sensorial apariencia, olor, sabor, así como en la prueba del contenido prescrito o permitido de ingredientes o aditivos de acuerdo con la ordenanza del cacao. Los parámetros de ensayo químico importantes son, por tanto, el contenido total de grasa, la composición de la grasa, el contenido de cacao, el contenido de azúcares y el contenido de leche.(Bayerische Landesamt für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit , 2018)

La Oficina del Estado de Baviera para la Salud y la Seguridad Alimentaria LGL también verifica los tintes no aprobados y el contenido de cadmio, que se encuentra naturalmente en los suelos de ciertas áreas de cultivo de cacao y de allí llega a los granos. Se utiliza una reacción en cadena de la polimerasa PCR o ELISA para comprobar si los ingredientes alergénicos nueces están contenidos y se han etiquetado correctamente.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipos de investigación

La presente investigación tendrá un método adecuado para la recolección de datos la cual servirá como desarrollo para el plan de exportación propuesta, por ello, los tipos de investigación serán de carácter exploratorio y descriptivo.

La investigación exploratoria para Hernández Et al en el 2014 no indica que la investigación exploratoria es una técnica con un enfoque documental la cual se encarga de generar hipótesis que impulsa el estudio profundo del fenómeno, por lo que, se establecen estrategias de recopilación de información.(EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN, 2016)

Por ende, la investigación exploratoria proporcionará un conocimiento general del mercado alemán, cabe destacar, que permitirá impulsar la exportación del producto antes mencionado, ya que se visualizará una idea aproximada y previa sobre la viabilidad de apertura un nuevo nicho de mercado basado en estudios anteriores.

La investigación descriptiva tiene como objetivo obtener datos precisos que puedan aplicarse en promedios y cálculos estadísticos que reflejen tendencias y que orienten al investigador durante el método científico en la búsqueda de las respuestas a preguntas como: quién, qué, cuándo, dónde, sin importar el por qué.(Lerma , 2018)

Por ende, la investigación exploratoria proporcionará un conocimiento general del mercado alemán, cabe destacar, que permitirá impulsar la exportación del producto antes mencionado, ya que se visualizará una idea aproximada y previa sobre la viabilidad de apertura un nuevo nicho de mercado basado en estudios anteriores.

La investigación descriptiva tiene como objetivo obtener datos precisos que puedan aplicarse en promedios y cálculos estadísticos que reflejen tendencias y que orienten al investigador durante el método científico en la búsqueda de las respuestas a preguntas como: quién, qué, cuándo, dónde, sin importar el por qué.(Lerma , 2018)

3.2 Enfoque de investigación

El presente plan de exportación cuenta con un enfoque mixto es decir cuantitativo y cualitativo, el enfoque cuantitativo parte de una idea y formula preguntas de investigación obteniendo así hipótesis con el fin de probarlas y analizarlas llegando así a una conclusión con la información obtenida. (Roberto Hernández Sampieri, 2014)

Se emplea en la medición de los datos numéricos recolectados, las proyecciones realizadas, los resultados obtenidos de algunas de las técnicas utilizadas.

El enfoque cualitativo ayuda a delimitar interrogantes relacionadas a la investigación y una vez ubicadas se procede con su respectivo perfeccionamiento y resolución.(Roberto Hernández Sampieri, 2014)

Se centra en la descripción de un fenómeno a profundidad y de manera comprensiva, lo que generalmente sucede en las entrevistas y el enfoque cuantitativo implica el uso de datos numéricos como el análisis de las encuestas.

3.3 Método de la investigación

El presente plan de exportación cuenta con un enfoque mixto es decir cuantitativo y cualitativo, el enfoque cuantitativo parte de una idea y formula preguntas de investigación obteniendo así hipótesis con el fin de probarlas y analizarlas llegando así a una conclusión con la información obtenida. (Roberto Hernández Sampieri, 2014)

Se emplea en la medición de los datos numéricos recolectados, las proyecciones realizadas, los resultados obtenidos de algunas de las técnicas utilizadas. El enfoque cualitativo ayuda a delimitar interrogantes relacionadas a la investigación y una vez ubicadas se procede con su respectivo perfeccionamiento y resolución.(Roberto Hernández Sampieri, 2014)

Se centra en la descripción de un fenómeno a profundidad y de manera comprensiva, lo que generalmente sucede en las entrevistas y el enfoque cuantitativo implica el uso de datos numéricos como el análisis de las encuestas.

3.4 Técnicas E Instrumentos De Recolección De Datos

Entre las principales técnicas que se utilizarán en esta investigación están: la entrevista no estructurada, encuesta y la ficha de observación.

Una entrevista no estructurada tiene como objetivo profundizar en la amplitud y profundidad de una pregunta y, por lo tanto, también se denomina entrevista en profundidad o entrevista designada.(Lexikon , 2021)

La entrevista no estructurada suele tener un curso de conversación muy libre pero controlado, por lo que su forma se parece más a una conversación cotidiana. La ventaja de este tipo de entrevista es que se puede obtener mucha información y conocimiento detallado.

Las encuestas se utilizan para recopilar información de grupos específicos. Se ha convertido en un método cuantitativo importante porque permite investigar opiniones y tendencias utilizando diferentes tipos de encuestas. La encuesta también forma parte de la metodología

3.5 Instrumentos De Recolección De Datos

La presente investigación metodológica cuenta con el empleo de los siguientes instrumentos:

- Laptop sirvió como canal de comunicación para realizar la entrevista al posible importador además se usó como herramienta para ejecutar capture de pantalla en el momento preciso en el cual se realizó la entrevista; información que se adjunta en la ficha de observación.
- Correo electrónico mediante este canal se envió las correspondientes encuestas a las diferentes empresas importadoras con el objetivo de recopilar información eficaz y pertinente al tema, respaldo que se verá reflejado en las respuestas emitidas
- En las encuestas realizadas se manejó el instrumento del cuestionario con preguntas elaboradas

3.6 Población y muestra

3.6.1 Población.

Se tomará en cuenta al Ing. David Heuwinkel de la ciudad de Hamburgo-Alemania debido al contrato de exclusividad que se posee de por medio.

3.6.2 Muestra

La Muestra corresponden al importador con el cual se tendrá el contrato de exclusividad en la ciudad de Hamburgo-Alemania, la exportadora y productora empresa PONGARBEL S.A y 2 empleados del área de comercio exterior de la empresa.

Por lo que, el proceso tiene una muestra no probabilística occidental, técnica que se basa en el estudio de juicio de un grupo seleccionado. La entrevista no estructurada se ejecutará vía zoom al Representante Legal de PONGARBEL S.A.

3.7 Análisis de resultados

Análisis de la observación realizada en la empresa PONGARBEL S.A

Se efectuó la visita a las instalaciones de la empresa PONGARBEL S.A., ubicada en la ciudad de Babahoyo Hacienda San José Guayaquil-Ecuador, empresa que opera desde el año 2007, cuenta con productos 100% de calidad, asimismo, cuenta con certificaciones internacionales, que se encuentra en constante crecimiento.

Análisis de la Encuesta Realizada al Personal de Comercio Exterior de la Empresa PONGARBEL S.A.

De acuerdo al presente estudio de investigación que se realizó mediante la encuesta a los colaboradores de la empresa PONGARBEL S.A. Se determinó temas relacionados con el conocimiento que tienen de los productos, las certificaciones fitosanitarias y sanitarias, capacitaciones entre otros parámetros a investigar. Ante ello, se proporcionan las siguientes interrogantes.

A modo de conclusión, se determina que los colaboradores de la empresa PONGARBEL S.A. conocen los procesos de exportación, sin embargo, se estableció que una de las causas a tratar es la poca capacitación que existe a los empleados, esto trae como efecto, el desconocimiento y poca actualización de las normativas vigentes, acción que, sin duda, retrasan el proceso incurriendo en gastos innecesarios. Por lo que se sugiere, que la empresa realice capacitaciones periódicamente al personal de comercio exterior.

Análisis de la Entrevista no Estructurada al Ing. Jorge Marun representante legal de la empresa PONGARBEL S.A.

En la presente investigación la entrevista no estructurada se llevó a cabo con preguntas abiertas para conocer temas relacionados a los productos que comercializa la empresa, el mercado al que se dirigen, si tiene certificaciones internacionales, precio.

En la ciudad de Guayaquil el 19 de enero del 2021 se realizó la entrevista al Ing. Jorge Marun Representante Legal de la empresa PONGARBEL S.A., el medio que se utilizó fue vía zoom.

El Ing. Jorge Marun nos indicó los tipos de productos que comercializa PONGARBEL S.A. como las fundas bites, líneas profesionales de chocolate. Tienen consumidores de varios tipos: los de chocolate negro y los de chocolate con leche. Para poder ingresar a los mercados internacionales ellos cuentan con certificaciones GLOBALG.A.P., RAINFOREST ALLIANCE Y UTZ CERTIFIED.

A él, le gustaría contar con un plan de exportación de chocolate hacia Alemania y si es posible a más países. Que la empresa no solo sea reconocida por exportar materia prima, sino que también los reconozcan por producir el mejor chocolate

Análisis de la Entrevista no Estructurada al Ing. Jorge Marun representante legal de la empresa PONGARBEL S.A.

Las preguntas fueron realizadas vía Zoom el 27 de enero del presente año al Ing. David Heuwinkel, se abordaron temas relacionados al mercado de Alemania y el porqué del interés de exportar chocolate 80% Dark más Nibs de cacao.

Así mismo se habló de las posibles dificultades que se pueden presentar en el mercado europeo ya sea por sus exigencias de calidad y exigencias ambientales ya que, Alemania es un país muy apegado a normas ambientales al momento de la producción de los productos.

Se llegó a la conclusión de que el importador se siente muy seguro de empezar a trabajar con PONGARBEL S.A ya que está demostró que si cumple con los requisitos y requerimientos necesarios para empezar a exportar al mercado de Alemania además de que cuenta las respectivas certificaciones las cuales son muy importantes para denotar la calidad del producto



PLAN DE EXPORTACIÓN



Chocolate 80% Dark más
nibs de cacao



CAPITULO IV DESARROLLO DE LA PROPUESTA

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación contar con un plan de exportación el cual es un elemento indispensable que permite al empresario (importador) tener claro el estado en el que se encuentra la mercadería al momento de salir del país, Por lo que, exportar requiere de una organización, planificación y control respecto a la mercadería a exportar por ello, se debe realizar un análisis exhaustivo sobre el mercado destino.

Ahora bien, para poder exportar es indispensable realizar un estudio de mercado con el propósito de establecer hacia donde exportar la mercadería, conocer la competitividad del producto e identificar el comportamiento de la demanda del producto en cuestión. Se debe agregar, que los datos recabados permitirán reconocer los riesgos que la exportación del producto puede conllevar tal como el estado de los productos, y así, establecer medidas de contingencia ante lo mencionado.

Todas estas observaciones se relacionan también con la propuesta ya que para evitar riesgos es imprescindible contar con "Plan de Exportación" con la finalidad de ofrecer una herramienta que permita conocer la viabilidad de los objetivos de la empresa PONGARBEL S.A. misma que ha ejecutado una "Guía Práctica de Plan de Exportación" con el propósito de brindar a los directivos una herramienta optima, eficaz y viable que permita determinar la factibilidad de los objetivos establecidos para poder exportar el producto al lugar de destino.

4 Análisis del potencial exportador

4.1 Perfil de la empresa

La entidad responde al nombre PONGARBEL S.A., principal actividad son las plantaciones de plátano, su última actualización se realizó el 13 de enero del 2020.



Ilustración 14. Certificaciones que posee PONGARBEL S.A.
Fuente: PONGARBEL S.A. (2020)

La Ilustración 14 muestra las certificaciones que posee el chocolate 80 % Dark más Nibs de cacao para el ingreso al mercado Alemán, como: GLOBALG.A.P., RAINFOREST ALLIANCE y UTZ.

4.1.1 Datos del productor

PONGARBEL S.A. Compañía en Ecuador, con sede principal en Samborondón. Opera en Plantaciones de Plátano sector. La empresa fue fundada el 30 de agosto de 2007. Actualmente emplea a 8 personas. En sus últimos aspectos financieros destacados, PONGARBEL S.A. reportó un aumento de ingresos netos de 1,98% en 2019. Su Activo Total registró un crecimiento de 11,82%. El margen neto de PONGARBEL S.A. cayó 1,68% en 2019. (Emis, 2020)

4.1.2 Datos del exportador

De acuerdo a la investigación realizada se determinó que la Tasa de crecimiento anual de los últimos dos años en divisa local USD. Todos los datos financieros están incluidos en el informe comprado.

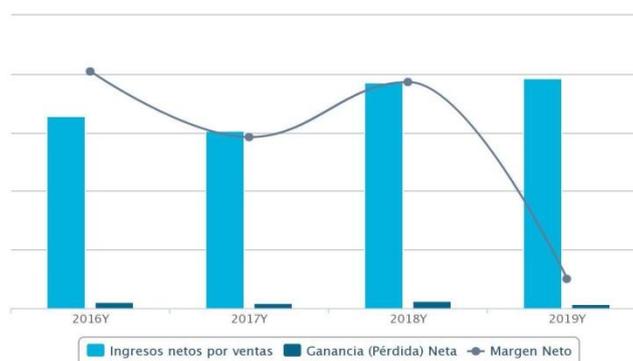


Ilustración 15. Datos Financieros de PONGARBEL S.A
Fuente: (PONGARBEL S.A., 2021)

Ingresos netos por ventas	1,98% ▲
Total Ingreso Operativo	0,82% ▲
Ganancia operativa (EBIT)	-17,55% ▼
EBITDA	-10,75% ▼
Ganancia (Pérdida) Neta	-47,98% ▼
Activos Totales	11,82% ▲
Total de patrimonio	4% ▲
Margen Operacional	-1,99% ▼
Margen Neto	-1,68% ▼
Rendimiento Sobre El Patrimonio (ROE)	-3,84% ▼
Relación Deuda/Capital	35,19% ▲
Prueba Ácida	0,23% ▲
Coficiente De Efectivo	-0,02% ▼

Ilustración 16. Información de la empresa
Fuente: PONGARBEL S.A. (2021)

4.1.3 Misión & Visión

Seleccionamos agricultores sostenibles que trabajan de manera social y ambientalmente responsable. La sustentabilidad es la razón por la que comenzamos nuestro negocio y creemos profundamente que es el camino para lograr un cambio real en el mundo.

Ofrecemos café de origen único, chocolate y frutos secos de Ecuador. Los valores más altos de nuestra empresa son: Transparencia, Sostenibilidad y Responsabilidad Social y para asegurarnos de lograr esto, solo podemos trabajar directamente con los agricultores que comparten los mismos valores que nosotros. Con nosotros tendrás comunicación directa con el agricultor y productor. Conozca más sobre sus prácticas, valores, cómo se preocupan por el medio ambiente y su gente y conviértase en parte de esta misión.

4.1.4 Objeto Social

Brindar sus productos de calidad a sus principales clientes con entregas puntuales.

4.1.5 Organigrama de la Empresa

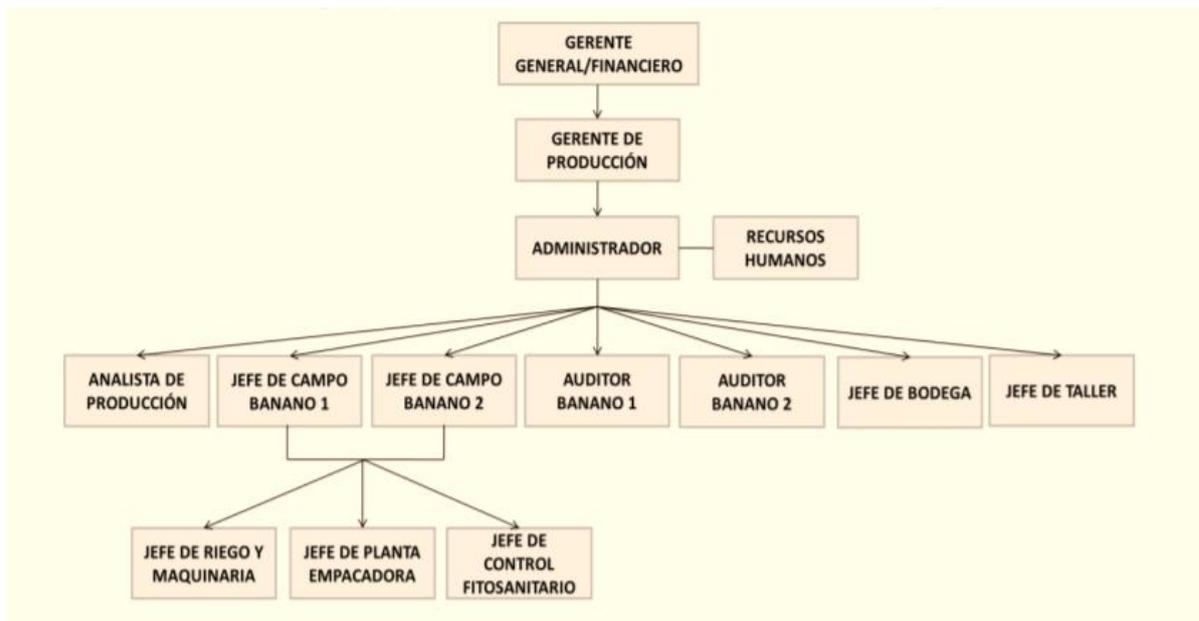


Ilustración 17. Organigrama de la empresa
Fuente: PONGARBEL S.A. (2020)

4.2 MARCA



Ilustración 18. Marca San José
Fuente: PONGARBEL S.A. (2021)

4.2.1 Características del producto

El chocolate 80% Dark más nibs de cacao tiene beneficios fuente de energía, es ideal para disminuir la presión arterial, estimula el sistema nervioso, entre otros. Cabe destacar, que es una barra de chocolate sin gluten, sin perseverantes y sin ingredientes

artificiales. Es importante, subrayar, que la empresa PONGARBEL S.A cuenta con riguroso proceso que va desde la fermentación y secado altamente técnico con el objetivo de un producto de alta calidad.

Por otro lado, la empresa PONGARBEL S.A se enfoca en brindar el mejor producto que inspire confianza, calidad y buen sabor, como plus este producto se encuentra dentro de un empaque muy llamativo que respeta la tradición que conlleva la empresa, Por lo que, este producto es el más cotizado a nivel mundial.



Ilustración 19. Chocolate 80% dark más Nibs de cacao
Fuente: PONGARBEL S.A. (2020)

4.2.2 Análisis FODA del producto

Este estudio permite conocer el enfoque del entorno, llamasen estos internos o externos, por tanto, el presente plan detalla las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas acciones que servirá para fortalecer la propuesta de la empresa PONGARBEL S.A, mismos que requiere de equipos y vehículos aptos para su respectiva distribución y posterior comercialización del chocolate hacia los diferentes mercados ya sean estos nacional e internacional.



Ilustración 20. Matriz FODA
Fuente: PONGARBEL S.A.
Elaborado por: López & Marcillo (2021)

La Ilustración 20 demuestra que el análisis FODA es crucial para el producto a comercializar con ello, se verificará la viabilidad de exportación hacia el mercado Alemán a fin de mejorar y obtener una mayor participación en el comercio internacional.

Ficha técnica Chocolate 80% dark más nibs de cacao Technisches Datenblatt für 80% dunkle Schokolade plus Kakaonibs

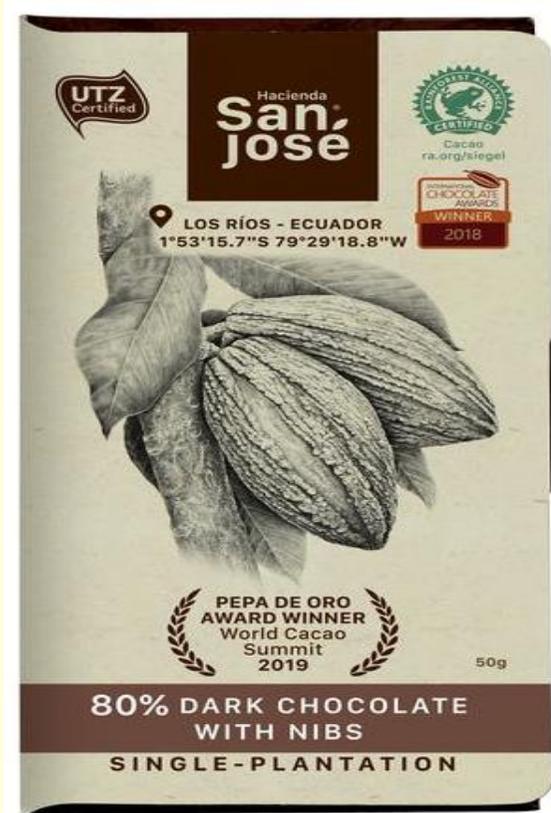


Ilustración 21. Ficha técnica del producto
Fuente: PONGARBEL S.A.
Elaborado por: López y Marcillo (2021)

Producto: Chocolate 80% dark más nibs de chocolate	Produkt: 80% dunkleSchokolade plus Kakaonibs
Sub-partida arancelaria: 1806.90	Unterposition des Zolltariffs: 1806.90
Nombre científico: Theobrama cacao	Wissenschaftlicher Name: Theobrama cacao
Ingredientes: Azúcar 0.15Kg Manteca de cacao 0.5Kg Licor de cacao 0.25Kg Cacao en grano 0.3Kg	Inhaltsstoffe: Zucker 0.15Kg Kakaobutter 0.5Kg Kakaolikör 0.25Kg Kakaobohnen 0.3Kg
Peso neto: 0.14Kg Peso bruto:0.17 Kg	Nettogewicht:0.14 Kg Bruttogewicht:0.17 Kg
Dimensiones: 8x12x50gr	Abmessungen: 8x12x15gr

4.2.3 Características y uso del producto

El chocolate se encuentra asociado con una serie de beneficios para la salud. Estudios demuestran que favorece al sistema circulatorio, y efectos:

- Anticanceroso.
- Estimulador cerebral.
- Antitusígeno.
- Antidiarreico.
- Efectos afrodisiacos.

El empaque tendrá en su parte posterior a lista de los ingredientes, fecha de elaboración, fecha de vencimiento y las respectivas marcas que garanticen la calidad de origen, registro sanitario.

Usos: Uno de los efectos más positivos es la mejor de habilidades cognitivas, como, por ejemplo, la memoria tras su consumo, explicado en parte al incremento del flujo sanguíneo cerebral y a los flavonoides del chocolate negro de alta pureza.

Además, ayuda a mantener dientes sanos si se consume el chocolate negro con alto grado de pureza, pues se ha comprobado que la teobromina presente en el chocolate contribuye a remineralizar el esmalte dental y mantener su estructura fuerte.

Licor: Es una pasta fluida que se obtiene del cacao a partir de un proceso de molienda. Se utiliza como materia prima en la producción de chocolates y de algunas bebidas alcohólicas. Al someterse al proceso de prensado.

Manteca: Es la materia grasa del cacao. Se conoce también como aceite de theobroma. Es usada también en la producción de cosméticos y farmacéuticos.

Torta: Es la fase sólida del licor de cacao. Se utiliza en la elaboración de chocolates.

Polvo: La torta puede ser pulverizada y convertirse en polvo de cacao, utilizado para la elaboración de bebidas de chocolate.

4.2.4 Propiedades Químicas del Chocolate

El chocolate no es solamente un producto, es una mezcla de sabores y aromas que pueden alegrarnos el alma. Además de sus propiedades antioxidantes, grandes cantidades de calcio y ácidos grasos necesarios para el bienestar de tu organismo, el chocolate contiene estos elementos químicos que pueden aportar muchos beneficios.

Teobromina: Es un componente que estimula diversas acciones fisiológicas incluyendo el sistema nervioso, la circulación sanguínea y tiene efectos diuréticos.

Triptófano: Este aminoácido ayuda a mejorar la producción de la serotonina, un neurotransmisor que produce felicidad.

Fibra dietética: Beneficiosa para favorecer el movimiento Anandina: Es un compuesto que produce placer y lucidez mental al activa receptores cerebrales. También ayuda a la salud cardiovascular, ya que contiene ácido esteárico, una sustancia grasa que desatura el ácido oleico, lo que es bueno ya que contrarresta el colesterol malo intestinal.

Polifenoles: Son sustancias antioxidantes relacionadas con la prevención del proceso aterosclerótico y de la aparición de algunos tipos de cáncer. También estimulan la producción de prostacilinas, las cuales contribuyen a reducir la presión arterial.

Magnesio: Mejora el estado de ánimo femenino. Además de esto, el chocolate es alto en potasio, fósforo, hierro, calcio, zinc y vitaminas E, B1 y B2.

4.2.5 Precio

El precio del producto fue determinado en base a los procesos que toman su elaboración y al precio del mercado, el mismo tendrá una variante cuando se refiera a venta local o internacional, su precio también dependerá del tamaño de la presentación.

PRESENTACION	P.V.P.
8x12x50 Gramos	Por unidad: \$ 1,15

Ilustración 22. PONGARBEL S.A.
Elaborado por: López & Marcillo (2021)

4.2.5.1 Precios de Competencia en Alemania.

Tomamos como referencia el Supermercado Kaufland el cual comercializa diferentes marcas de chocolate en tableta.

Tabla 1. Presentación del P.V.P (Competencia Internacional)

Producto	Precio
De Bron Stevia chocolate negro con fresas y arándanos.	3,17
Johnny Doodle-Chocolate con leche y brownie	5,87
Hands off my chocolate chip cookie dough	4,91
Vego chocolate -Chocolate con almendra	3,20
Toblerone White Chocolate	4,15

Fuente: Supermercado Kaufland
Elaborado por: López & Marcillo (2021)

4.2.6 PLAZA

4.2.6.1 Canal de distribución

Canal de distribución para la exportación de chocolate 80 % dark más nibs de cacao al mercado alemán.

El canal de distribución se refiere a la red utilizada para llevar un producto del fabricante o creador al usuario final. Para los fabricantes, es muy importante crear una combinación de canales de distribución que permitan una fácil disponibilidad para el consumidor, es decir, una buena combinación de marketing.(Distribution Channel, 2021)

Por lo general, se puede transferir directa e indirectamente. Se refiere al camino que sigue un producto o servicio desde el fabricante o proveedor hasta el cliente final.

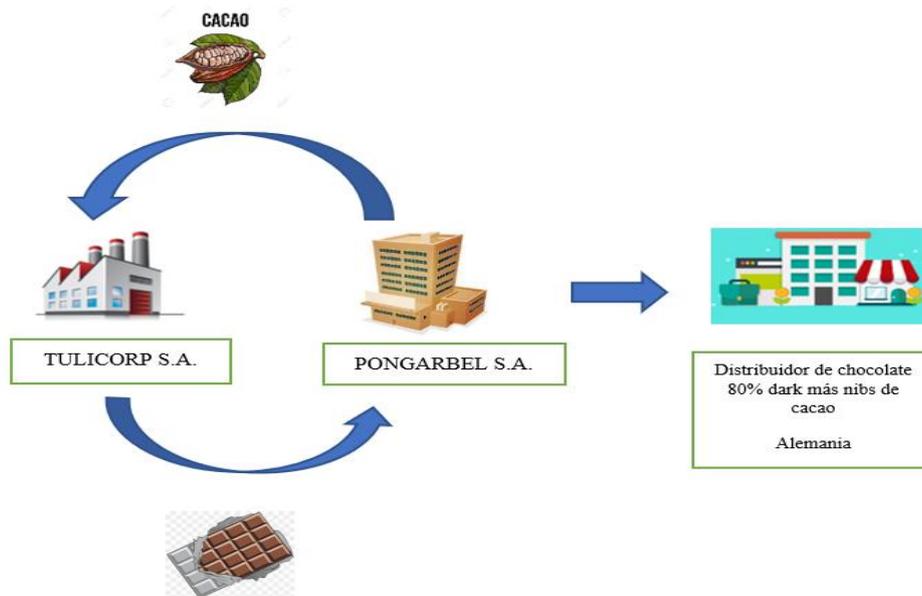


Ilustración 23. Distribución del producto
Fuente: PONGARBEL S.A.
Elaborado por: López & Marcillo (2021)

La Ilustración 23 demuestra que para la presente investigación la primera fase: PONGARBEL S.A. contrata a TULICORP S.A. para transformar la materia prima, convertirlos en producto terminado, segunda fase: la distribución, donde se traslada el producto final a la empresa PONGARBEL S.A., donde se procede a empaclar y embalar para poder para la distribución y comercialización del chocolate 80 % Dark más Nibs de cacao al mercado Alemán.

4.2.6.2 PROMOCIÓN

Se emplearán varios métodos con el fin de promover de manera más acertada y rápida nuestro chocolate, la misma se dará por el uso de redes sociales las cuales se irán actualizando día a día para mantener enganchados a nuestros futuros clientes, por medio de publicidad, promociones, participación de eventos sociales, etc.

Con el propósito de dar a conocer la calidad y el excelente sabor que posee nuestro producto.



Ilustración 24. Promoción en Instagram
Fuente: PONGARBEL S.A.
Elaborado por: López & Marcillo (2021)

La Ilustración 24 demuestra la red social en Instagram que maneja PONGARBEL S.A. en la que se puede observar las distintas publicaciones referentes a su producto.

4.2.6.3 PUBLICIDAD

Ejecución de estrategias claves y actividades con el fin de obtener clientes

- Estrategias
 - Redes sociales
 - Degustaciones

➤ Actividades:

- Participación de eventos sociales en los que se vea implicado degustaciones
- Campañas publicitarias a través de redes sociales (Instagram).



Ilustración 25. Post de Instagram

Fuente: PONGARBEL S.A.

Elaborado por: López & Marcillo (2021)

La Ilustración 25 presenta un tipo de combo promocional que se dió por motivo San Valentín , incluye : chocolates San José y una botella de vino.

5 INCOTERM

Free On Board
Libre a bordo

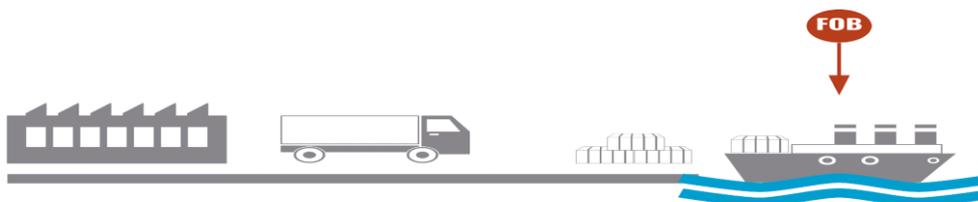


Ilustración 26. Free on board

Elaborado por: López & Marcillo (2021)

FOB es el término que se va a utilizar para la exportación de chocolate 80% Dark más Nibs de cacao al mercado Alemán.

Obligaciones del vendedor PONGARBEL S.A.

- Entrega de la mercancía
- Entrega de documentos
- Empaquetado y embalaje
- Transporte interior en el país de origen
- Despacho de aduanas en origen
- Gastos de salida o gastos en origen

Obligaciones del comprador:

- Pago de las mercancías
- Flete marítimo internacional
- Gastos de llegada o gastos en destino
- Pago del despacho de aduanas en destino
- Transporte interior en el país de destino
- Pago de impuestos y aranceles

Requisitos para ser Exportador:

- Contar con el Registro Único del Contribuyente RUC otorgado por el Servicio de Rentas Internas SRI indicando la actividad económica que va a desarrollar.
- Obtener el certificado de firma digital o TOKEN, otorgado por las siguientes entidades:

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

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

- Registrarse como Exportador en Ecuapass (<https://portal.aduana.gob.ec/>). Aquí se podrá:

Actualizar datos en la base

Crear usuario y contraseña

Aceptar las políticas de uso

Registrar firma electrónica

6. Envase, Empaque y Embalaje

6.1 Envase del producto

Trade Help desk en el 2020 menciona que los envases comercializados en la Unión Europea deben respetar los requisitos generales de protección del medio ambiente y las disposiciones específicas de protección de la salud de los consumidores, que afectan a aspectos como los siguientes:



Ilustración 27. CHOCOLATE SJ BAR 80% NIBS

Fuente: PONGARBEL S.A.

Elaborado por: López & Marcillo (2021)

6.1.2 Etiqueta del producto

80% DARK CHOCOLATE
+ NIBS

Bars 50gr



Stronger fine aroma & distinguished nutty flavor with pieces of roasted cacao that melts in your mouth giving you the real pleasure of the finest of chocolates.

Nutrition Facts		(50g)
Serving Size	25g	
Servings Per Container	2	
Amount Per Serving		* % DV
Calories	150	E
Calories from Fat	100	
		* % DV
Total Fat	11g	17%
Saturated Fat	7g	35%
Trans Fat	0g	
Monounsaturated Fatty Acids	4g	
Polysaturated Fatty Acids	0g	
Cholesterol	0mg	0%
Sodium	0mg	0%
Total Carbohydrate	10g	3%
Sugars	5g	
Protein	3g	6%

*The % Daily Value (DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2000 calories a day is used for general nutrition advice.

Ingredients: Cacao liquor, sugar, cacao butter, emulsifier (soy lecithin NO GMO), pieces of roasted cacao. **Keep it cool & dry at temperatures within 60 °F - 64 °F range.**



Ilustración 28. Etiqueta del producto

Fuente: PONGARBEL S.A. (2020)

La Ilustración 28 presenta los ingredientes como el licor de cacao con tonos a frutos rojos, nuez cruda y madera y un crocante que aportan los Nibs tostados resaltando los sabores del mismo.

6.1.3 Cajas según la Norma ISO 3394.

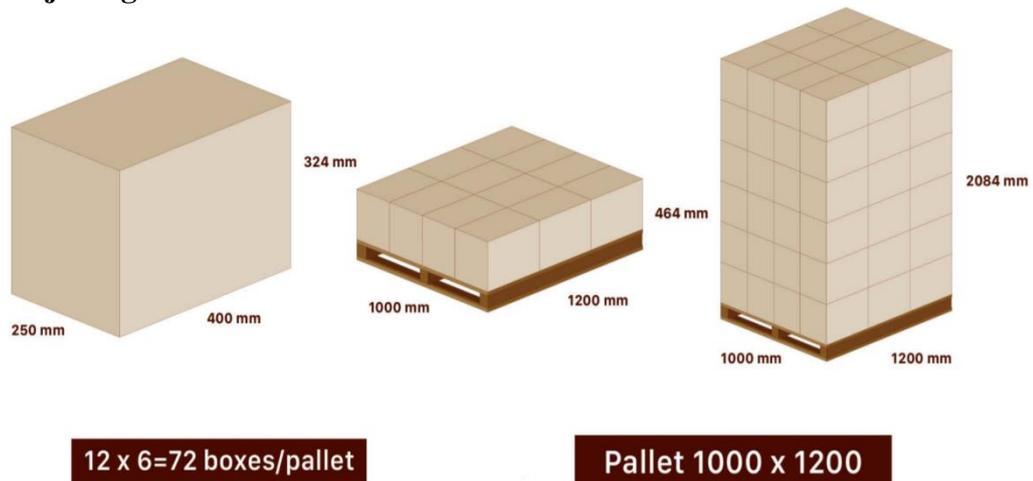


Ilustración 29. Caja general del producto
Fuente: PONGARBEL S.A.
Elaborado por: López y Marcillo (2021)

La Ilustración 26 nos muestra las dimensiones con las que cuenta las cajas según las NORMAS ISO 3394, adicional a eso podemos observar las medidas de los pallets y también el apilamiento.

6.1.4 Pallets según la Norma ISO 3394.



Ilustración 30. Pallets
Fuente: PONGARBEL S.A.
Elaborado por: López y Marcillo (2021)

La Ilustración 30 presenta varias cajas de chocolate San José con su respectivo empaque y embalaje, las mismas se encuentran sobre un pallet.

7. Detalles de la carga marítima.

Tabla 2. Cálculo cantidad de cajas

Total de barras	Cantidad de unidades por caja	Total de cajas
17952	44	408

Fuente: PONGARBEL S.A.

Elaborado por: López & Marcillo (2021)

Tabla 3. Peso neto

Cálculo de peso neto por caja		
Unidades por caja	Peso por barra kg	Valor kg
44	0,14 kg	6,16 kg

Fuente: PONGARBEL S.A.

Elaborado por: López & Marcillo (2021)

Tabla 4. Peso bruto

Cálculo de bruto por caja		
Unidades por caja	Peso por barra kg	Valor kg
44	0,17 kg	7,48 kg

Fuente: PONGARBEL S.A.

Elaborado por: López & Marcillo (2021)

Tabla 5. Peso neto total

Peso caja kg	Cantidad de cajas	Peso total kg
6,16 kg	408	2513,28 kg

Fuente: PONGARBEL S.A.

Elaborado por: López & Marcillo (2021)

Tabla 6. Peso Bruto total

Peso caja kg	Cantidad de cajas	Peso total Kg
7,48 kg	408	3051,84 kg

Fuente: PONGARBEL S.A.

Elaborado por: López & Marcillo (2021)

8. Cálculo de pesos y cantidad de cajas a utilizar con pallets



Ilustración 31. STOWAGE OF PALLETS

Fuente: PONGARBEL S.A.

Elaborado por: López & Marcillo (2021)

17952 Unidades / 408 cajas = 44 unidades por caja
2513,28 Kg neto / 17952 unidades = 0.14kg por unidad
3051,84 kg bruto / 408 = 7.48 kg por caja

Dimensiones Pallet Europeo

1200mm x 800mm x 1.5mm

Dimensiones caja

324mm x 250mm x 400mm

Dimensiones del contenedor 20

890mm x 2350mm x 2390mm

1200mm x 800mm x 401.5mm

Primer paso (1200 x 800 / 324mm x 250mm)

3 x 3 x 1 = 9 Cajas caben en la base del pallet

Segundo paso

(2390mm – 1.5mm/400mm)

5.97 se redondea a 5 cajas

Tercer paso - Total de cajas por pallet

9 cajas de base x 5 cajas apiladas = 45 cajas por pallet

Cuarto paso -Cajas por contenedor

10 pallets / contenedor x 45 cajas / pallet = 450 cajas por contenedor

9. Indicadores Básicos de Alemania

Capital	Berlín
Población	83.155.031 (2020)
Tasa de crecimiento poblacional	-0,16%
Moneda	Euro
PIB	3.861 billones USD (2019)
Crecimiento PIB	2,10%
PIB per cápita	50.200
Inflación anual	2,5% (2020)
Tasa de desempleo	3,3% (2019)

Ilustración 32. Indicadores Básicos de Alemania

Fuente: PRO ECUADOR

Elaborado por: López & Marcillo (2021)

10. Documentos Necesarios Para Comercializar a Alemania

- Factura comercial
- Packing list
- Documentos de transporte
- Certificado de origen
- Certificado de circulación EUR 1

A continuación, se detalla el marco legal referente a normativas sanitarias en Alemania.

Arcsa: Es un organismo técnico encargado de regular la vigilancia sanitaria y control técnico de los siguientes productos: productos nutracéuticos, productos biológicos, naturales procesados de uso medicinal, medicamentos homeopáticos, agua procesada, alimentos procesados, aditivos alimentarios, productos del tabaco, medicamentos en general, y productos dentales; dispositivos médicos, reactivos bioquímicos, relacionados con el uso y consumo humano (Gob, 2017)

Es la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria

Reserva Naviera: Es la asignación de espacio para uno o más contenedores a embarcar en un vessel específico, el cual es otorgado por una línea naviera o su agente a solicitud del exportador o quien lo represente. La reserva se identifica por un número que asigna el naviero, el cual no puede repetirse para una misma nave. (Puerto Cartagena, 2017)

Términos y Condiciones de la naviera: Los términos y condiciones que brinda la naviera al propietario del booking con la posibilidad de mitigar o minimizar los riesgos de índole legal, es un acuerdo vinculante entre la naviera y el exportador (Mediterranean Shipping Company S.A., 2021). Normas condiciones y cláusulas que se detallan en el contrato entre la naviera y el cliente.

Factura Comercial: La factura comercial es un documento legal entre el proveedor y el cliente que describe claramente" la mercancía vendida y el importe que debe pagar el cliente. La factura comercial es uno de los principales documentos utilizados por las aduanas para determinar los derechos de aduana. (Lyuden , 2017).

Documento de envío internacional proporcionado por parte del proveedor al cliente en el cual se detalla el tipo y el valor de las mercancías vendidas, pesos y destino.

Packing List: El packing list es un documento también conocido como lista de empaque o lista de carga en el cual va detallado de manera concreta el contenido a exportar, peso, dimensiones de la carga (iContainers, 2018)

Usado para verificar el contenido de la carga no contiene precios de la carga.

Declaración Aduanera de Exportación (DAE): Es la declaración que crea un vínculo legal en conjunto con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador, con el mismo se puede comprobar que se ha exportado mercancía (Comunidad de Comercio Exterior, 2018)

La información que contiene la DAE es:

- Información del exportador/ importador
- Detalle de la mercancía
- Puerto de destino
- País de destino
- Cantidades de cajas o bultos
- Peso neto y bruto
- Cantidad de contenedores
- Tipo de carga

Turno para retiro de unidad: Es el agendamiento que se da en los distintos patios portuarios para poder retirar unidades vacías con el fin de llevarlos a la planta a cargar con su respectivo producto de exportación. (Contecon, 2016)

Documento que sirve para poder retirar unidad que servirá para cargar la mercancía.

AISV: El AISV es un documento que registra el ingreso y salida de vehículos, en el mismo se detalla información como booking, línea naviera, lugar de finca, pesos, número de contenedor, sello de naviera, información de chofer, cantidad de bultos, ruc y nombre de la empresa de transporte. (Naportec, 2018)

Documento que permite el ingreso vehicular de las unidades de carga a la instalación portuaria.

VGM: La masa bruta verificada (VGM, por sus siglas en inglés, a veces denominada peso bruto verificado) es el peso combinado de la carga de un envío marítimo, la madera de estiba y el apuntalamiento, es el material utilizado para mantener la carga en su posición en la bodega del barco, más la tara del contenedor. (WorldwideLogistics, 2017)

Es el peso combinado de la tara del contenedor y el peso de toda la carga, incluidos todos los embalajes y la madera de estiba

Declaración Juramentada de Origen (DJO): Es un documento mediante el cual se certifica que la mercancía que se va a exportar es elaborada en Ecuador y contiene materiales del país, la misma es de vital importancia para la elaboración del Certificado de origen ya que se encuentran vinculadas entre sí (Comunidad de Comercio Exterior, 2017)

La misma detalla datos como subpartida arancelaria, nombre comercial y técnico del producto, precios, acuerdo comercial

Certificado de Origen EUR.1: Es un documento justificativo del origen preferencial otorgado por la Unión Europea con aquellos países con los cuales mantiene un Acuerdo Preferencial. El certificado constituye el título justificativo para la aplicación del régimen arancelario preferencial. (Ibercondor, 2020)

Certificado que ofrece liberación arancelaria o parcial entre los países miembros de dicho acuerdo comercial.

Bill of lading: Un conocimiento de embarque es un documento legal emitido por un transportista a un cargador que detalla el tipo, la cantidad y el destino de las mercancías que se transportan, es un documento de título, un recibo de las mercancías enviadas y un contrato entre un transportista y un cargador. (Investopedia, 2017)

Documento marítimo que funciona como un recibo de servicios de carga, es un contrato entre el transportista y el cargador además de ser un documento de titularidad.

Carta de inspección: Documento en el cual se detalla datos relacionados al embarque como Booking, Contenedor, Nave, DAE

Salida autorizada: Régimen aduanero que forma parte de la fase del Pre-Embarque en la que al haber entregado la documentación necesaria a la carga se le asigna un tipo de aforo y luego de su culminación se obtiene la Salida Autorizada de la Declaración Aduanera de Exportación, obteniendo así se proceda con el respectivo embarque de la mercancía (Gob, 2015)

Si se obtiene la salida autorizada la mercancía puede salir del país sin problema alguno y dirigirse a su destino

A continuación, se detalla el marco legal referente a normativas sanitarias en Alemania

11. Normativa Técnica Sanitaria en Alemania

El Código de Alimentos y Piensos (LFGB) es una de las normas de la legislación alimentaria.

La LFGB contiene prohibiciones y requisitos generales para la protección de la salud y la protección del consumidor contra el engaño. (Solingen, 2018)

Por ejemplo, no está permitido:

- Producir o comercializar alimentos que puedan ser perjudiciales para la salud humana que puedan causar daños
- Comercializar productos alimenticios con una denominación, indicación o presentación engañosa
- Anunciar productos alimenticios con representaciones engañosas
- Utilizar artículos de consumo en productos alimenticios de forma que su consumo pueda causar daños a la salud

En nuestro presente proyecto de exportación de chocolate 80% dark más nibs de cacao según la legislación alemana se gestiona la evaluación de los chocolates por medio de una prueba sensorial en la que se revisa apariencia, olor y sabor. (Oficina Estatal de Baviera para la Salud y la Seguridad Alimentaria, 2018)

Es decir, se realiza una prueba sensorial para validar el contenido del chocolate y así comprobar que sus ingredientes no sean perjudiciales u afecten la salud de sus consumidores.

12. Empaque, embalaje y etiquetado según dispone Alemania

Empaque: Debe contener nombre y dirección del exportador; además deberá ir acompañado de unas instrucciones de uso, que deberán ser en idioma alemán. (EuropeanCommision, 2018)

Es decir, por obligación debe detallar datos del exportador tanto en el idioma original como en una traducción en Alemán.

Embalaje. - Tiene que cumplir con los requisitos generales que tienen como objetivo la protección del medio ambiente, así como con las disposiciones específicas diseñadas para prevenir cualquier riesgo para la salud de los consumidores (EuropeanCommision, 2018)

Estás disposiciones tratan de:

- Reciclaje de materiales, prevención de residuos de envases,
- Tamaño, cantidades nominales y capacidades,
- Composición y componentes de los materiales destinados a entrar en contacto con productos alimenticios.

Etiquetado. -En vista de la protección de los consumidores, solo los productos que cumplen con los requisitos de etiquetado de la UE pueden comercializarse dentro de la UE, lo hacen con el único objetivo de garantizar un alto nivel de protección de la salud, la seguridad y los intereses de los consumidores, proporcionando información sobre el producto relacionada con su contenido, composición, uso seguro y precauciones especiales, otros detalles específicos (EUR-Lex, 2018)

Estás disposiciones se realizan con el fin de salvaguardar la salud de sus consumidores ya que para los alemanes es muy importante saber que el contenido del producto que consumen no llegue a afectarlos de alguna manera.

13 ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

Dentro de esta sección se evaluará la factibilidad económica de la exportación de Chocolate 80 % Dark más nibs de cacao hacia el mercado Alemán, presentando los siguientes puntos:

Tabla 7. Personal en rol

Personal en rol	Personas	Sueldo	Anual
Jefe de Exportación	1	\$ 1.300,00	15.600,00
Secretaria Administrativa	1	\$ 600,00	7.200,00
Asistentes de Exportación	2	\$ 750,00	18.000,00
Jefe de Marketing	1	\$ 800,00	9.600,00
Guardia	1	\$ 450,00	5.400,00
Bodeguero	1	\$ 600,00	7.200,00
TOTAL	7	\$ 4.500,00	63.000,00

Fuente: PONGARBEL S.A.

Elaborado por: López & Marcillo (2021)

Tabla 8. Personal Administrativo en Rol

CUENTAS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	DIC	ANUAL
SUELDOS	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	49500
13 sueldo	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	375	4125
14 sueldo	33,83	33,83	33,83	33,83	33,83	33,83	33,83	33,83	33,83	33,83	33,83	372,13
Vacaciones	187,5	187,5	187,5	187,5	187,5	187,5	187,5	187,5	187,5	187,5	187,5	2062,5
Fondos Reserva	374,85	374,85	374,85	374,85	374,85	374,85	374,85	374,85	374,85	374,85	374,85	4123,35
Aporte Patronal	425,25	425,25	425,25	425,25	425,25	425,25	425,25	425,25	425,25	425,25	425,25	4677,75
Total	5471,2	5471,18	5471,18	5471,18	5471,18	5471,18	5471,18	5471,18	5471,18	5471,18	5471,18	60182,98

Fuente: PONGARBEL S.A.

Elaborado por: López & Marcillo (2021)

Tabla 9. Costos Fijos

COSTOS FIJOS	
Detalle	Total
Energía Eléctrica	\$ 100,00
Depreciaciones	\$ 11.350,00
Alquiler de oficina	\$ 50,00
Útiles de oficina	\$ 100,00
Internet	\$ 80,00
Agua	\$ 20,00
TOTAL DE COSTOS FIJOS	\$ 11.700,00

Fuente: PONGARBEL S.A.

Elaborado por: López & Marcillo (2021)

Tabla 10. Total Costos Fijos

SUELDOS	63.000,00
Costos Fijos	11.700,00
TOTAL DE COSTOS FIJOS	74.700,00

Fuente: PONGARBEL S.A.

Elaborado por: López & Marcillo (2021)

Tabla 11. Costos (Chocolate)

TIPO DE CHOCOLATE	PRESENTACION	UNIDADES POR CONTENDOR	COSTO UNITARIO	FOB
80 % NIBS DE CACAO	50	17952	0,69	1,15

REPRESENTANTES	REPRESENTANTE CONTADO	WHOLESALE	RETAIL INT.	SRP
\$ 1,15	\$ 1,09	\$ 1,45	\$ 1,93	\$ 3,21
\$ 20.644,80	\$ 19.490,52	\$ 25.949,02	\$ 34.598,69	\$ 57.664,49

Fuente: PONGARBEL S.A.

Elaborado por: López & Marcillo (2021)

Tabla 12. EXPORTACION

GASTOS DE EXPORTACION	
Certificado EUR1	10,00
Otros Certificados	30,00
Embalaje	120,00
Transporte interno	300,00
Carga y Estiba de contenedor En Bodega	170,00
Inspección pre embarque	50,00
Sellos	30,00
THC (movimientos del contenedor en la terminal de carga marítima y carga al buque)	260,00
Custodia por contenedor (PONGARBEL - PUERTO)	250,00
Manipuleo Inspección Antinarcóticos (Pago a Puerto)	150,00
Total Gastos de Exportación	1.370,00
COSTO CHOCOLATES	\$ 12.386,88
GASTO DE EXPORTACION	\$ 1.370,00
COSTOS VARIABLES CONTENEDOR	\$ 13.756,88

Fuente: PONGARBEL S.A.

Elaborado por: López & Marcillo (2021)

Tabla 13. CHOCOLATE 80& NIBS DE CACAO

	UNIDADES	PV	COSTO UNITARIO	PRECIO FOB	COSTO CHOCOLATE	COSTO VARIABLE CONTENEDOR	COSTO VARIABLE	UTILIDAD
1	17952	1,15	0,69	\$ 20.644,80	\$ 12.386,88	\$ 1.370,00	\$ 13.756,88	\$ 6887,92
2	35904	1,15	0,69	\$ 41.289,60	\$ 24.773,76	\$ 1.370,00	\$ 26.143,76	\$ 15.145,84
3	53856	1,15	0,69	\$ 61.934,40	\$ 37.160,64	\$ 1.370,00	\$ 38.530,64	\$ 23.403,76
4	71808	1,15	0,69	\$ 82.579,20	\$ 49.547,52	\$ 1.370,00	\$ 50.917,52	\$ 31.661,68
5	89760	1,15	0,69	\$ 103.224,00	\$ 61.934,40	\$ 1.370,00	\$ 63.304,40	\$ 39.919,60
6	107712	1,15	0,69	\$ 123.868,80	\$ 74.321,28	\$ 1.370,00	\$ 75.691,28	\$ 48.177,52
7	125664	1,15	0,69	\$ 144.513,60	\$ 86.708,16	\$ 1.370,00	\$ 88.078,16	\$ 56.435,44
8	143616	1,15	0,69	\$ 165.158,40	\$ 99.095,04	\$ 1.370,00	\$ 100.465,04	\$ 64.693,36
9	161568	1,15	0,69	\$ 185.803,20	\$ 111.481,92	\$ 1.370,00	\$ 112.851,92	\$ 72.951,28
10	179520	1,15	0,69	\$ 206.448,00	\$ 123.868,80	\$ 1.370,00	\$ 125.238,80	\$ 81.209,20
11	197472	1,15	0,69	\$ 227.092,80	\$ 136.255,68	\$ 1.370,00	\$ 137.625,68	\$ 89.467,12
12	215424	1,15	0,69	\$ 247.737,60	\$ 148.642,56	\$ 1.370,00	\$ 150.012,56	\$ 97.725,04

Fuente: PONGARBEL S.A.

Elaborado por: López & Marcillo (2021)

Tabla 14. Proyección de Ventas

PROYECCIÓN DE VENTAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CANTIDAD PARA EXPORTAR	215.424	430.848	646.272	861.696	1.077.120
Precio FOB	\$1,15	\$1,15	\$1,15	\$1,15	\$1,15
	\$ 247.737,60	\$ 495.475,20	\$ 743.212,80	\$ 990.950,40	\$ 1.238.688,00
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas totales	\$ 247.737,60	\$ 495.475,20	\$743.212,80	\$990.950,40	\$1.238.688,00
Costo de ventas	\$ 13.756,88	\$ 27.513,76	\$ 41.270,64	\$ 55.027,52	\$ 68.784,40
Utilidad Bruta en ventas	\$ 233.980,72	\$ 467.961,44	\$701.942,16	\$935.922,88	\$1.169.903,60
Gastos Operativos	\$ 91.140,00	\$ 182.280,00	\$273.420,00	\$364.560,00	\$ 455.700,00
Costos fijos	\$ 74.700,00	\$ 149.400,00	\$224.100,00	\$298.800,00	\$ 373.500,00
Gastos de Exportación	\$ 16.440,00	\$ 32.880,00	\$ 49.320,00	\$ 65.760,00	\$ 82.200,00
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 142.840,72	\$ 285.681,44	\$428.522,16	\$571.362,88	\$ 714.203,60
Gastos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad antes de Reparto	\$ 142.840,72	\$ 285.681,44	\$428.522,16	\$571.362,88	\$ 714.203,60
Reparto a Trabajadores	\$ 21.426,11	\$ 42.852,22	\$ 64.278,32	\$ 85.704,43	\$ 107.130,54
Utilidad antes de Impto/ Renta	\$ 121.414,61	\$ 242.829,22	\$364.243,84	\$485.658,45	\$ 607.073,06
Impuesto a la Renta	\$ 42.495,11	\$ 84.990,23	\$127.485,34	\$169.980,46	\$ 212.475,57
Utilidad antes de Reservas	\$ 78.919,50	\$ 157.839,00	\$236.758,49	\$315.677,99	\$ 394.597,49
Reserva Legal	\$ 7.891,95	\$ 15.783,90	\$ 23.675,85	\$ 31.567,80	\$ 39.459,75
Utilidad del Ejercicio	\$ 71.027,55	\$ 142.055,10	\$213.082,64	\$284.110,19	\$ 355.137,74

Fuente: PONGARBEL S.A.

Elaborado por: López & Marcillo (2021)

Con las estimaciones realizadas se espera al primer año alcanzar ventas por \$ 247.737,60 que generarán una utilidad de \$ 7.1027,55. Estos valores se mantendrán al alza los siguientes años cerrando el periodo de análisis con ventas de \$ 1.238.688, mientras que la utilidad sería \$ 355.137,74

Tabla 15. Punto de Equilibrio

Datos iniciales		
Precio Venta	20.644,80	< Completar
Coste Unitario	13.756,88	< Completar
Gastos Fijos Mes	74.700,00	< Completar
Pto. Equilibrio	11	Q de Equilibrio
\$ Ventas Equilibrio	223.894	\$ de Equilibrio

Fuente: PONGARBEL S.A.

Elaborado por: López & Marcillo (2021)

Tabla 16. Datos para el Gráfico

Q Ventas	0	5	11	16
\$ Ventas	0	111.947	223.894	335.842
Costo Variable	0	74.597	149.194	223.792
Costo Fijo	74.700	74.700	74.700	74.700
Costo Total	74.700	149.297	223.894	298.492
Beneficio	-74.700	-37.350	0	37.350

Para alcanzar el punto de equilibrio debes vender 11 unidades mes

Fuente: PONGARBEL S.A.

Elaborado por: López & Marcillo (2021)

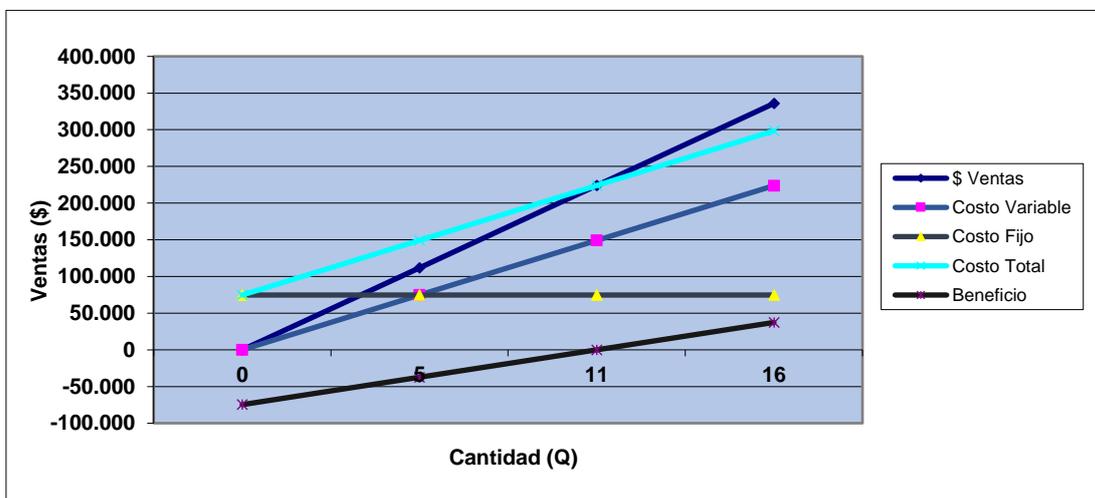


Ilustración 30. Gráfico punto de equilibrio

Fuente: PONGARBEL S.A.

Elaborado por: López & Marcillo (2021)

CONCLUSIONES

El presente plan de exportación fue creado con el objetivo de expandir mercado hacía Hamburgo- Alemania para la empresa PONGARBEL S.A de chocolate 80% Dark más Nibs de cacao, cabe recalcar que se cuenta con un contrato de exclusividad creado por el interés de adquisición del chocolate Dark.

Este plan proveerá a PONGARBEL S.A de todos los requisitos legales y documentales que se deben cumplir para que el chocolate 80% Dark más Nibs de cacao pueda ingresar a mercado destino sin ningún tipo de barrera ni inconveniente obteniendo así buenos resultados en sus futuras exportaciones.

El análisis de mercado de destino nos indica que los consumidores alemanes buscan adquirir productos que no sean perjudiciales para la salud y ofrezcan valores proteínicos, así mismo cuentan con un incremento de demanda de chocolate Dark lo cual genera una gran oportunidad de oferta a brindar ya que PONGARBEL S.A ofrece chocolate Dark.

Otro punto a favor es que el mercado alemán se encuentra muy ligado a la premiumización, es decir un producto con una buena presencia generará muy fácilmente captar la atención de su futuro consumidor, en este punto PONGARBEL S.A puede aprovechar de esta oportunidad ya que el Chocolate 80% Dark más Nibs de cacao representa una variedad que no es conocida en mercado alemán lo cual representa una buena alternativa comercial por ofrecer el plus de los Nibs de cacao entre sus ingredientes.

La propuesta de investigación del plan de exportación para la empresa PONGARBEL S.A con el chocolate 80% Dark más Nibs de cacao hacía el mercado para el primer año se plantea comercializar un contenedor que contenga 215.424 barras de chocolate.

RECOMENDACIONES.

El mercado Alemán es uno de los mercados más valiosos y codiciados del mundo, por lo que, con una gran cantidad de competidores en todo el mundo, dando aprobación y favor a las marcas, sus productos obtienen muchas certificaciones. Como resultado, tiene una alta posición como producto y ayuda a competir con competidores nuevos y existentes.

El presente trabajo de plan de exportación se considera rentable sin embargo se debe invertir en investigación y desarrollo de mercado para descubrir las demandas e intereses asociados al chocolate 80% Dark más Nibs de cacao

La empresa deberá formar una alianza estratégica con su distribuidor en destino con el fin de generar ganancias de marca rentables. Asimismo, tendrá que buscar continuamente nuevos clientes y atraer otros mercados internacionales al mercado con el objetivo de aumentar la capacidad de demanda y así reducir significativamente algún tipo de dependencia con el importador con el cual posee un contrato de exclusividad.

Para concluir se anima a la empresa PONGARBEL S.A a participar en ferias comerciales internacionales atrayendo así a nuevos contactos comerciales de diferentes partes del mundo lo que permitirá diversificar mercados y ampliar ofertas del chocolate.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asociación Federal de la Industria Alemana de Confitería. (2020). *Schokoinfo*. Recuperado el 14 de febrero de 2021, de Brevemente explicado: La Ordenanza del Cacao: <https://schokoinfo.de/kurz-erklart-die-kakaoverordnung/>
- Baena, G. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Patria.
- Camae. (2019). *Los documentos de transporte marítimo usados para exportar o importar carga*. Obtenido de Camae: <http://www.camae.org/comercio-exterior/los-documentos-de-transporte-maritimo-usados-para-exportar-o-importar-carga/>
- Camara de Comercio de Quito. (4 de Agosto de 2020). Obtenido de <https://www.efe.com/efe/america/economia/el-mercado-ecuadoriano-pierde-200-millones-de-dolares-diarios-por-la-covid-19/20000011-4213244>
- CodigoOrganico de la Produccion, Comercio e Inversiones. (2018). *CodigoOrganico de la Produccion, Comercio e Inversiones*. Obtenido de <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- Comex. (2017). *Nomenclatura de designación y codificación de mercancías del Ecuador*. Retrieved from Comex: <http://www.pudeleco.com/files/a17026a.pdf>
- Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico. (2012). Obtenido de http://www.comercioyexportacion.com/images/documentos/exportar/Guia_Practica_del_Plan_de_Exportacion-Version_Final_Oficial_LV.pdf
- CONNECT AMERICAS . (2016). Obtenido de <https://connectamericas.com/es/content/%C2%BFqu%C3%A9-debe-contener-un-plan-de-exportaci%C3%B3n>
- Constitución de la RepublicadelEcuador. (2008). Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Cruz, Olivares y González. (2014). *Introducción a la metodología de la investigación empírica en las ciencias ...* México: Patria.
- El Peruano. (22 de 03 de 2021). *Prestigiosa marca Belvas de Europa lanza barra de chocolate fabricada con cacao peruano*. Obtenido de <https://elperuano.pe/noticia/117435-prestigiosa-marca-belvas-de-europa-lanza-barra-de-chocolate-fabricada-con-cacao-peruano>
- Emis. (2020). *PONGARBEL S.A. (Ecuador)* . Obtenido de Emis: https://www.emis.com/php/company-profile/EC/PONGARBEL_SA_es_3565166.html
- ESPAE. (2016). *Estudios industriales orientación estratégicas para la toma de decisiones: Industria de cacao*. ESPAE. Obtenido de <https://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2016/12/industriacacao.pdf>

- Ferrer, Bejanmin. (23 de Octubre de 2019). *FOOD INGREDIENTS 1 ST*. Obtenido de <https://www.foodingredientsfirst.com/news/storytelling-winning-with-words-leads-innova-market-insights-top-trends-for-2020.html>
- FORUM NACHHALTIGER KAKAO. (2019). Obtenido de <https://www.kakaoforum.de/news-service/laenderprofile/import-und-konsumlaender/>
- Frias, AmbiorixRodriguez. (19 de Septiembre de 2016). *CHOCOLATE - VIDA Y SALUD*. Obtenido de CHOCOLATE - VIDA Y SALUD: <https://sites.google.com/site/chocolatevidaysalud/historia/consumo-chocolate-a-nivel-mundial#:~:text=El%20consumo%20mundial%20est%20C3%A1%20estimado,mil%20toneladas%20%2F%20por%20a%C3%B1o.&text=Suiza%20consume%20cerca%20de%2010,al%20a%C3%B1o%20y%20por>
- Hernández, Fernández y Baptista. (2014). *Metodología de investigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Icontainers. (2021). *¿Qué es la factura comercial y para qué sirve?* Obtenido de Icontainers: <https://www.icontainers.com/es/ayuda/factura-comercial-que-es/>
- Icontainners. (2021). *Packinglist: Alcanza la perfección con esta breve guía*. Obtenido de <https://www.icontainers.com/es/ayuda/packing-list-que-es-y-como-rellenarlo/>
- Lerma, H. (2016). *Metodología de la investigación: Propuesta, anteproyecto y proyecto*. Bogotá: Ecoe. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=COzDDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+investigacion&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj75_z_ouLuAhXSjVkkHWFKD_k4ChDoATAAegQIAxAC#v=onepage&q&f=false
- Muñoz, C. (2015). *Metodología de la investigación*. México: Oxford. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=DflcDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+investigacion&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwilpPmwoOLuAhWLSzABHXGLAfAQ6AEwAHoECAUQAQ#v=onepage&q&f=false>
- ProEcuador. (2020). *Ficha Técnica de Alemania – 2020*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/ficha-tecnica-de-alemania/>
- ProFound. (2020). *Ministerio de Relaciones Exteriores*. Obtenido de Ministerio de Relaciones Exteriores: <https://www.cbi.eu/market-information/cocoa/trade-statistics>
- ProFound. (2020). *Ministerio de Relaciones Exteriores*. Obtenido de Ministerio de Relaciones Exteriores: <https://www.cbi.eu/market-information/cocoa-cocoa-products/germany/market-potential>
- Rocha, C. M. (2015). *Metodología de la investigación*. México: Oxford. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=DflcDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+la+investigacion&hl=es->

419&sa=X&ved=2ahUKEwi0qsb7seXuAhUGvIkKHTStCCoQ6AEwAHoECA
UQA#v=onepage&q&f=false

Schokoinfo. (2020). *Disfrute variado: chocolates*. Recuperado el 14 de febrero de 2021, de Schokoinfo Alles Uber Schokolade:
<https://schokoinfo.de/schokotorial/pralinen/>

SENAE. (2014). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Guayaquil. Obtenido de
<https://www.aduana.gob.ec/files/main/prensa/028/2014/003/SENAE-DDG-2014-0780-RE.pdf>

Serrano, J. (2020). *Metodologia de la Investigacion edicion Gamma 2020*. Obtenido de
<https://books.google.com.ec/books?id=XnnkDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+investigacion&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiLnurPpOLuAhVQrFkKHVamBGc4FBD0ATACegQIBBAC#v=onepage&q&f=false>

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador-SENAE. (2020). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>

Sosa Arencibia, M. (2018). Mercado internacional del cacao: una referencia obligada para la inserción del cacao de Baracoa. *Revista Cubana de Economía Internacional*(1). Obtenido de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Cuba/ciei-uh/20180517102233/MercadoInternacionalCacao.pdf>

TradeMap. (2019). Obtenido de
https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c1806%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

Trademap. (2020). *Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas*. Obtenido de
<https://www.trademap.org/Bilateral.aspx?nvpm=3%7c218%7c%7c276%7c%7c18%7c%7c%7c4%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1>

Unión Europea. (2017). Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32017R1925>

Viches, A. (2017). *UF1758 - Gestión aduanera del comercio internacional*. Elearning. Obtenido de
https://books.google.com.ec/books?id=i8BWDwAAQBAJ&pg=PA109&dq=certificado+de+circulacion+EUR1&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwi6k9O3r__wAhV5MVkFHaarCwIQ6AEwAHoECAgQA#v=onepage&q=certificado%20de%20circulacion%20EUR1&f=false

ANEXOS

Entrevista (IMPORTADOR)

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.
“EXPORTACIÓN DE CHOCOLATE 80% DARK MÁS NIBS DE
CACAO AL MERCADO ALEMÁN”

Formularios de entrevista a Importadores de Hamburgo-Alemania

Nombre: David Heuwinkel
Edad: 28
Cargo: Jefe de exportaciones
Fecha: 1/7/2021



1. ¿Qué tiempo tiene ejerciendo esta actividad?

Aproximadamente vengo trabajando en el medio del comercio 4 años ya que poseo una Licenciatura en Administración de Empresas y una Maestría en Taxation por lo que siempre me he encontrado trabajando en empresas afines.

2. ¿Qué conocimientos tiene usted acerca del producto?

PONGARBEL ofrece una serie de variedades de chocolate de su marca propia San José entre los cuales se encuentra el chocolate 80% dark más nibs de cacao.

3. ¿Para usted que garantías ofrece la empresa PONGARBEL S.A. ante la posibilidad de exportar el producto?

He revisado y analizado su flujo grama de trabajo y tengo mucha confianza de las garantías comerciales que brindan y es que han demostrado mucha seriedad en sus embarques a otros destinos como Estados Unidos de los cuales he podido tener seguimiento.

4. Desde su punto de vista profesional ¿Qué ventajas observa usted en relación a la posibilidad y factibilidad de exportar el chocolate 80% dark más NIBS de cacao?

Considero que es un nicho de mercado muy bueno ya que en Alemania, existe sí la distribución de chocolate de distintas marcas importantes, sin embargo no existe ninguna que ofrezca una variedad de chocolate proveniente de cacao CCN-51 que contenga un sabor un poco amargo y que contenga pequeños trozos de cacao lo cual lo vuelve una novedosa opción.

5. Desde su punto de vista, ¿Qué factores son la mayor dificultad para exportar a la Unión Europea?

A mi consideración Ecuador no posee ningún tipo de dificultad, más bien posee facilidades y es que Ecuador cuenta un Acuerdo Comercial Multipartes vigente con la Unión Europea, por lo cual se tiene un trato preferencial que otorga reducción u total exención de impuestos arancelarios entre ambos países.

6. ¿Mencione 3 aspectos relevantes que respondan al interés por exportar el producto al mercado Alemán?

1. Posee una de las economías más grandes y estables de toda Europa
2. Oportunidad de distribuir a otros países que se encuentren dentro del continente Europeo
3. Existencia de Acuerdo Comercial Multipartes entre Alemania y Ecuador lo cual facilita las negociaciones internacionales

7. ¿Considera usted que el mercado alemán representa una buena oportunidad para la empresa PONGARBEL S.A.? Por que

Sí, representa la expansión a nuevos mercados internacionales lo cual generaría la obtención de nuevos nichos a los cuales llegar.

8. ¿Considera usted que la empresa PONGARBEL S.A. cumple los requerimientos y certificaciones que se deben cumplir para exportar chocolate 80% dark más NIBS de cacao hacia la Unión Europea?

Sí, PONGARBEL cumple con los requerimientos y posee certificaciones tales como UTZ Certified ,Rainforest Alliance Certified y Global Gap lo cual se apega al lineamiento solicitado por Alemania.

9. ¿Considera usted que un plan de exportación puede ayudar a mejorar la industria ecuatoriana?

Así es, un buen plan de exportación trae consigo tener varias opciones por si se llegase a presentar algún tipo de inconveniente y es que el mismo sirve también como una herramienta para saber cómo manejar y enfrentarse ante futuros problemas dentro del proceso de exportación.

10. ¿Para usted a que target va dirigido el producto y por qué?

Va dirigido a personas que gusten del chocolate amargo y es que la variedad de chocolate que ofrece PONGARBEL es el chocolate 80% dark se encuentra elaborado con cacao CCN-51.

ENTREVISTA (JEFE DE EXPORTACIONES)

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL.
“EXPORTACIÓN DE CHOCOLATE 80% DARK MÁS NIBS DE CACAO
AL MERCADO ALEMÁN”

FORMULARIOS DE ENCUESTAS A IMPORTADORES DE
HAMBURGO-ALEMANIA.



Nombre: JUAN COZZARELLI

Edad: 35

Cargo: JEFE DE LOGISTICA Y EXPORTACIONES

Fecha: 08/07/2021

1. **¿Qué productos comercializa la empresa PONGARBEL S.A?**
2. **¿Qué características especiales y de calidad tiene el chocolate 80% Dark más NIBS de cacao que comercializa la empresa?**
3. **¿Considera usted que el chocolate 80% Dark más NIBS de cacao es el producto idóneo de la empresa PONGARBEL S.A que cumple parámetros de calidad para ser exportado?**
4. **¿En qué mercado se vende el cacao?**
5. **¿Qué aspectos relevantes connotaron para que la empresa justifique por qué seleccionar al mercado alemán como la mejor opción para exportar el producto?**
6. **¿Tiene el conocimiento sobre las certificaciones y requisitos que se deben cumplir para exportar chocolate 80% dark más NIBS de cacao hacia la Unión Europea?**
7. **Desde su punto de vista, ¿Cuál considera que sería la mayor dificultad para exportar a la Unión Europea?**
8. **¿Le gustaría contar con un plan de exportación de chocolate 80% dark más NIBS de cacao que le facilite o le permita conocer los requisitos del proceso de exportación hacia el mercado de la Unión Europea?**
9. **Desde su punto de vista profesional ¿Qué beneficios espera alcanzar con la exportación del producto?**

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL.
“EXPORTACIÓN DE CHOCOLATE 80% DARK MÁS NIBS DE CACAO
AL MERCADO ALEMÁN”

FORMULARIOS DE ENCUESTAS PARA EL IMPORTADORE DE
HAMBURGO-ALEMANIA.



1. ¿Considera usted contar con conocimientos relacionados con el proceso de exportación del Chocolate 80% Dark + Nibs de cacao?

Si
No

2. Según su criterio profesional ¿Considera usted recibir capacitación constante para exportar Chocolate 80% Dark + Nibs de cacao?

Si
No

3. ¿Para usted la empresa PONGARBEL S.A. cuenta con maquinarias necesarias para empaquetar el producto a comercializar al mercado alemán?

Si
No

4. Según su perspectiva como colaborador de la empresa PONGARBEL S.A ¿Ud. cuenta con conocimientos de los requisitos y certificaciones solicitadas para exportar el Chocolate 80% Dark + Nibs de cacao?

Si
No

5. ¿Cree Ud. que el consumo Chocolate 80% Dark + Nibs de cacao tiene posibilidades de abarcar mercado y aumentar el consumo del mismo en el mercado de destino?

Si
No

6. **¿Piensa usted la empresa PONGARBEL S.A. cuenta con medidas de bioseguridad adecuadas para exportar el producto?**

Si

No

7. **¿Piensa Ud. que la empresa debería de mejorar los procesos de comercialización del Chocolate 80% Dark + Nibs de cacao?**

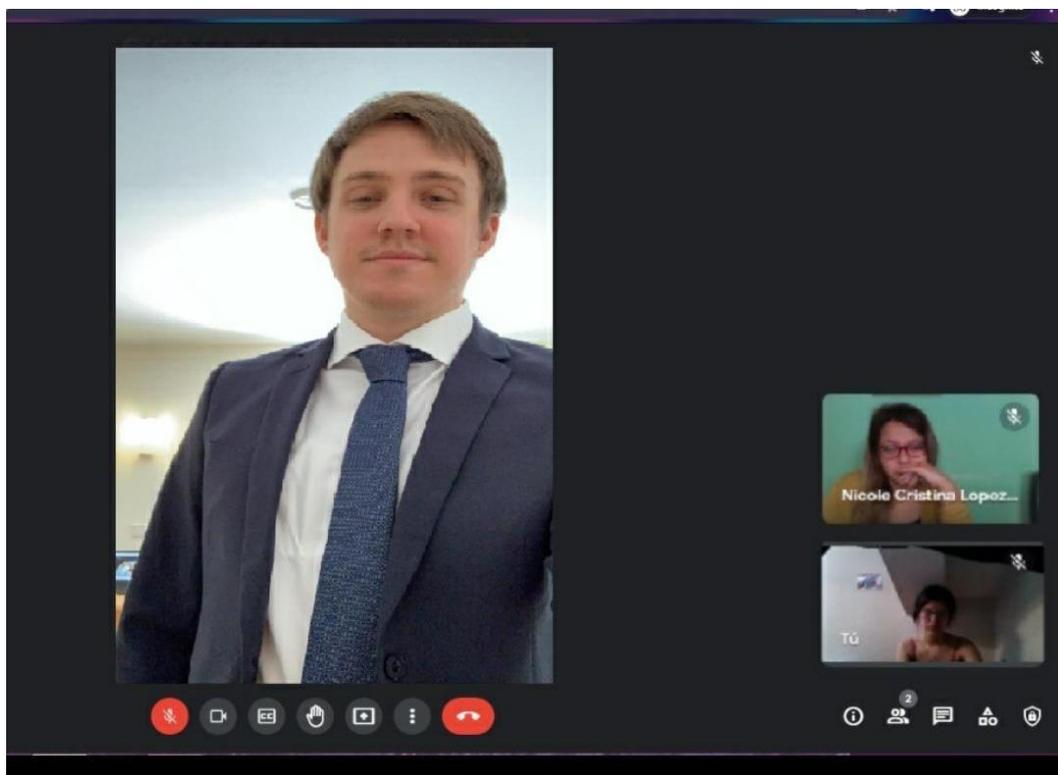
Si

No

8. **¿Considera usted que la demanda del producto aumentaría dentro de un plazo de 1-2 años?**

Si

No



PRODUCTO



ARCSA



INFORME TÉCNICO PARA LA EMISIÓN DEL INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO SANITARIO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS DE FABRICACIÓN NACIONAL

Fecha de elaboración: 31/07/2017

De conformidad con el (los) análisis técnico (s) y legal realizados para la Emisión del Inscripción En El Registro Sanitario De Productos Alimenticios De Fabricación Nacional, correspondiente a la solicitud Nro. 16782370201700000005P, ingresada el 17/07/2017, se emite el siguiente informe:

Datos del producto analizado

Nombre de producto:	CHOCOLATE NEGRO 80% CON NIBS
Clasificación:	Azúcar, productos de azúcar, chocolate, productos de confitería, repostería, bebidas en polvo
Presentación comercial:	CAJA CON BARRA DE CHOCOLATE NEGRO 80% CON NIBS
Envase primario:	POLIPROPILENO BIORIENTADO MATE (BOPP MATE)/POLIPROPILENO BIORIENTADO METALIZADO (BOPP METAL)
Envase secundario:	CAJA DE CARTON
Tiempo máximo de consumo:	730
Fabricante:	TULICORP S.A.
Solicitante:	JORGE CECILIO MARUN RAMIREZ

Resultados

Análisis Documental Técnico

Fecha de elaboración de informe: 2017-07-20 18:40:45
Técnico responsable del análisis: Wendy Margarita Gaibor Varas
Líder responsable del análisis: Daniela Daqui Loureiro

Resultados del análisis: Aceptado

Conclusión: Aceptado

RESERVA

EMPTY RELEASE ORDER

REFERENCE NBR	149IEC0059461
---------------	---------------

PICK UP EMPTY DATE	
VALIDITY EXPIRATION DATE	06-07- 4:00:00AM
PICK UP DEPOT	ZAL
PICK UP DEPOT ADDRESS	PUERTO MARITIMO GUAYAQUIL S/N AL LADO DE CONTECON
CONTAINER TYPE	1 X 40HR
BOOKING NUMBER	149IEC0059461
EQUIPMENT REF #	
BOOKING CLIENT	PONGARBEL S.A.
PORT OF LOADING	Guayaquil
CARGO DESCRIPTION	CHOCOLATE
CARGO WEIGHT	20,000.00
TRANSPORT MODE	
TRANSPORT CARRIER	
SHIPPER	PONGARBEL S.A.

VESSEL	VOYAGE	CUT-OFF	ETA	ETD
MSC ZLATA R.	NQ927R	05-07- 11:59:00PM	06-07- 4:00:00AM	07-07- 1:00:00A
TEMPERATURE	DEHUMIDIFICATION	COLD TREATMENT	ATMOSPHERE CONTROL	VENT. OPEN
(16 C)	0	False	False	30

TÉRMINOS Y CONDICIONES DE LA NAVIERA

Terms & Conditions

Terms and conditions of the Carrier's Bill of Lading or Sea Waybill (Contract of Carriage - available at <https://www.msc.com/che/contract-of-carriage>) apply as from the issuance of this Booking Confirmation as if incorporated by reference.

1) Parties and Contract Terms

This Booking Confirmation forms a contract between the Carrier and the Merchant as defined in the Contract of Carriage.

2) Description of Goods (see clauses 14 and 15 of the Contract of Carriage)

Should the description of the Goods provided at the time of booking or as amended be inaccurate, the Merchant is liable for all resulting increased charges, costs, expenses, losses and damages whatsoever.

3) Goods, Packing and Container Weights:

(a) Dangerous or hazardous Goods have been accepted by the Carrier in reliance of the Merchant's notice of their full and true nature. The Merchant's dangerous or hazardous goods declarations must be in the format required by all applicable regulations.

(b) Goods include any packaging and any packing materials used to secure the cargo in the Container. It is the Merchant's responsibility to ensure that packaging and packing materials, especially timber, comply with all applicable requirements and their import is permitted in the country of destination. The weight of packaging and packing must be included in the total weight declared for each Container.

(c) MSC does not permit its Containers to be used in any manner whatsoever to lift, load, move or carry cargoes that:

- are wrongly declared, or
- weigh in excess of the VGM or commercial / manifest weight declared, or
- weigh in excess of the payload of the equipment.

Should MSC be made aware, prior or during carriage, that its Containers have been used in breach of any of the above prohibitions, the container(s) concerned may be refused for loading, kept onboard for return to origin, discharged at the next convenient port and/or corrective measures such as, but not limited to, restuffing into other containers may be taken at MSC's sole discretion and at the Merchant's sole risks and expenses.

Merchant shall be liable towards MSC and its agents for all losses, claims, fines, demands, suits and actions of any kind whatsoever including in respect of death and personal injury, legal and court expenses, whether directly or indirectly resulting from or connected to such unauthorized use of the MSC's Containers.

Any extra work generated due to a breach of any of the above prohibitions shall give rise to an ad hoc surcharge and MSC reserves its rights to exercise its lien over the infringing cargo and/or any other cargo carried on behalf of the Merchant until the costs due to MSC, including surcharge, have been fully paid.

The above applies mutatis mutandis to Merchant's owned or operated Containers or equipment tendered to the Carrier for shipment.

4) Freight and Charges

Freight and charges are based on the instructions provided at the date of this Booking Confirmation and may change if the shipper's instructions change. Unless otherwise agreed in advance, the applicable tariff for freight and charges for the Goods is the tariff in effect as at the date the Carrier takes possession of the Goods.

The Carrier reserves the right to amend the freight and charges if the Carrier's tariff changes after the date hereof up until the Carrier takes possession of the Goods.

5) Use of Booking Agents

Where the Merchant uses a booking agent, the Merchant warrants that the booking agent has the authority to enter into this contract, receive original bills of lading and provide confirming instructions to the Carrier, until the Merchant advises the Carrier otherwise in writing.

6) Damage to Cargo Due to Atmospheric Conditions

Save where Goods are carried in an operating refrigerated Container, the Carrier has no liability whatsoever for loss or damage to the Goods caused by variations in atmospheric conditions (e.g., temperature, humidity).

7) Container Seal(s)

Notwithstanding the provision of Container seal(s) by the Carrier, it is the Merchant's responsibility to ensure the type of Seal affixed to the Container(s) is in compliance with all applicable regulations.

8) Fumigation / Phytosanitary

It is the Merchant's responsibility to provide fumigation and/or phytosanitary certificates in good time for presentation to authorities as required and the Merchant is responsible for all consequences of failing to do so.

9) Extra Charges

The Merchant is advised that extra charges may be levied by local authorities in addition to the freight and charges listed on Page 1 or described in the Carrier's tariff and payable before the Goods can be delivered. The Carrier may be required to collect the extra charges on behalf of the local authorities.

10) Sanctions and Import/Export Control Laws

It is the Merchant's responsibility to ensure that this Booking Confirmation complies with all applicable trade sanctions and import/export control laws (Sanctions). The Merchant is strictly liable to indemnify the Carrier for all costs, losses, damages and consequences whatsoever arising out of any failure by the Merchant to comply with Sanctions. Carrier reserves the right to ensure compliance with Sanctions applicable to the Carrier.

11) Sending of Bills of Lading and Sea Waybills

Bills of Lading or Sea Waybills will be available for the Merchant to collect from the MSC Agency office, but should the Merchant request them to be sent, this shall be at the Merchant's own risk and expense. Carrier and MSC Agency accept no liability whatsoever.

12) Mode of Transport, Vessel, and Voyage Number

The information provided in these fields is anticipated at the time of the booking. Carrier reserves the right to change any of them.

13) Late Customs Declaration Fines

When it is the Merchant's responsibility to file customs declarations and the Carrier is fined in consequence of the Merchant's late, incomplete or erroneous filing the Merchant shall indemnify the Carrier for the fine and for all costs, losses and expenses whatsoever incidental thereto.

14) Contract of Carriage

The information furnished on this Booking Confirmation will be used to issue the Contract of Carriage.

Factura

FACTURA	PONGARBEL S.A.
 <p style="text-align: center;">R.U.C. #0992529547001</p>	<p>RUC: 0992529547001</p> <p>NUMERO DE FACTURA : 003-003-000001708B</p>

Dir. Matriz: CDEA, ENTRE RIOS S/N, CONJUNTO BAMBORONDON PLAZA EDIF COMERCIAL LOS ARCOS PISO 2 OFIC 213-214

Dir. Sucursal: CDEA, ENTRE RIOS S/N, CONJUNTO BAMBORONDON PLAZA EDIF COMERCIAL LOS ARCOS PISO 2 OFIC 213-214

Contribuyente Especial: 577

OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD: SI

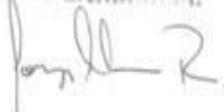
Razón Social/Nombres y Apellidos: **HARVEST OF ECUADOR AB**

Identificación: Johann-Meyer-Straße 39 21031 Hamburg

Fecha de Emisión: 8/7/2021 Guía de Remisión:

	Forma de Pago	Valor	Plazo	Tiempo		
OTROS CON UTILIZACION DEL SISTEMA FINANCIERO						
Quantity	Boxes	Kilos N.	Kilos Br.	DESCRIPTION	Precio Unit	Precio Total
17648	409	2454	3149,3	CHOCOLATE SJ BAR 80% NIBS (8X12X50GR)-PA 1806.90.00	\$ 8,00	\$141.184,00
S					TOTAL	\$141.184,00
S					SUB TOTAL	
		TOTAL KILGS NETOS	2454,00		DESCUENTO	0%
		TOTAL KILGS BRUTOS	3149,30		I.V.A. 0%	0
		VIA EMBARQUE	MARITIMO			
S					HAMBURGO/	
S					ALEMANIA	
		TOTAL CAJAS	409		I.V.A. 12%	
TOTAL						\$141.184,00

PONGARBEL S.A.



FIRMA AUTORIZADA

PACKING LIST



PONGARBEL S.A
 ECUADOR – LOS RÍOS – BABAHOYO
 Km. 9 Vía Babahoyo – Mata de Cacao
 TELEF: 59348015-891
 E MAIL: itouma@chocolatesanjose.ec

PACKING LIST				
CONSIGNMENT NOTE No.			DATE	07/11/2021
SENDER	PONGARBEL S.A.		CONSIGNEE:	HARVEST OF ECUADOR AB
ADDRESS	KM 9 VIA BABAHOYO – FEBRES-CORDERO		CONTACT	David Heuwinkel
RUC	992529547001		ADDRESS	Johann-Meyer-Straße 39 21031 Hamburg
TELEPHONE	52731111		TELEPHONE	+49 1779317939
CONTACT	JUAN TOUMA		EMAIL	heuwinkel.david@gmx.de
CITY	BABAHOYO - LOS RÍOS		CITY	Hamburg
COUNTRY	ECUADOR		COUNTRY	Germany
ZIP CODE				
Units	Quantity masters	DESCRIPTION (Complete and detailed information)	Weight x Box Kgs NETO	Weight x Total Kgs BRUTO
PALLETS				
17648	409	MASTER BAR 80% NIBS (10X12X50gr.) (PB-PA 1806.90.00)	2454	3149,3
	TOTAL BOX :	409		
			2454	3149,3

DECLARACIÓN ADUANERA DE EXPORTACIÓN (DAE)



REPUBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION



Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE	028-2021-40-00488921
---------------	----------------------

Información de general

Código del distrito	GUAYAQUIL - MARITIMO	Código de régimen	EXPORTACION DEFINITIVA
Tipo de Despacho	DESPACHO NORMAL	Código del declarante	16782370
Fecha de Aceptación	03/07/21 12:06:49		

Información de Exportador

Nombre del exportador	PONGARBEL S.A.	Teléfono del exportador	046015691
Dirección del exportador	VIA A SAMBORONDON, KM. 1.5, CDLA. ENTRERIOS S/N, EDIF. SAMBORONDON PLAZA, PISO 2, OF. 213-214		
Número de documento de	RUC-0992529547001	Ciudad del exportador	SAMBORONDON
CIU	ACTIVIDADES DE SERVICIOS AGRICOLAS Y	Número de documento de declarante	RUC-0992529547001
Nombre del declarante	PONGARBEL S.A.		
Dirección del declarante	VIA A SAMBORONDON, KM. 1.5, CDLA. ENTRERIOS S/N, EDIF. SAMBORONDON PLAZA, PISO 2, OF. 213-214		
Código de forma de pago	A PLAZO (30 DIAS)	Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE

Información de carga

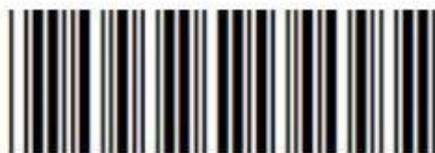
Puerto de carga	GUAYAQUIL	Puerto privado desde donde embarca	---NULL---
Puerto de llegada o de destino	HAMBURGO	Fecha de la carta de	03/07/21
Nombre del consignatario	HARVEST OF ECUADOR AB		
Dirección del	Johann-Meyer-Straße 39 21031 Hamburg		
Ciudad del contribuyente	HAMBURGO	Tipo de carga	CARGA CONTENERIZADA
Almacén de lugar de	[05909025] CONTECON GUAYAQUIL S.A.	Medio de transporte	MARITIMO
País de destino final			

Totales

Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transacción		Cantidad de ítem	1
Peso neto total	2454.00	Peso total	3149.3
Cantidad total de bultos	1409	Cantidad de contenedores	1
Cantidad total de unidades físicas	3149.3	Cantidad total de unidades comerciales	17648
Código de la mercancía de despacho urgente		Código de solicitud de aforo	
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	

TURNO ZAL PARA RETIRO DE UNIDAD

E-PASS ZAL



SN: 27019

INFORMACION DE TURNO

SU TURNO DE LLEGADA ES 04/07/20 04:40
USTED PUEDE INGRESA A LA ZAL DESDE LAS 04:00
SU HORA MAXIMA DE LLEGADA A CALLE H ES 05:00

INFORMACION DE BOOKING

BOOKING: 149IEC0059461
REFERENCIA: MSC2019059
EXPORTADOR: 0992529547001 - PONGARBEL S.A.
CLIENTE: 0992529547001 - PONGARBEL S.A.
CHOFER: 1803838547 - JOSE FABRICIO GARZON FLORES
PLACA: sad0174

INFORMACION DE SEGURIDAD

Estimado Cliente/Empresa de Transporte, a continuación, indicaciones de seguridad que deben ser cumplidas sin excepción al ingresar a nuestras instalaciones portuarias:

- El vehículo (camión) y su respectiva plataforma deben estar en buenas condiciones, caso contrario no podrá ingresar
- El conductor debe:
 - oNo estar bajo la influencia de alcohol y drogas.
 - oPortar el Equipo de Protección Personal (EPP) básico para ingresar a la IP: Botas de Seguridad, Casco y chaleco con reflectivo.
 - oNo exceder los siguientes límites de velocidad: Calles Principales 30 km/h, Patios 20 km/h y Muelles 10 km/h.
 - oRetirar los seguros de los Twist Lock (Piñas) o Pines para ser descargado por las grúas, siguiendo las normas de seguridad internas del puerto.
 - oPermanecer en la cabina del vehículo mientras las grúas están en movimiento y realizando maniobras de carga y descarga de los contenedores.
- Está prohibido:
 - oRealizar giros en "U" dentro de los patios y en calles con espacios reducidos.
 - oRealizar trabajos de mantenimiento a su vehículo y de presentarse alguna novedad debe coordinar con las áreas de: Seguridad Industrial, Seguridad Física y Mantenimiento.

Anexo 13.VGM



CERTIFICADO DE PESO VERIFIED GROSS MASS

Certificado No.: VGM-20 000618808 Fecha de Emisión: 04/07/2 05:09

INFORMACIÓN BUQUE

Nombre del Buque: MSC ZLATA R.
No. de Viaje: NQ927R

INFORMACIÓN EXPORTADOR

RUC: 0992529547001
Razón Social: PONGARBEL S.A.

INFORMACIÓN CONTENEDOR

Contenedor No.: SZLU9507663
Tara (Kg): 4600
Peso Neto (Kg): 24600
Peso VGM (Kg): 29200
Max. Payload (Kg): 34000
Equipo de Pesaje: RTG12
No. Certificado Equipo: ILM18CC15107

MARCO LEGAL

RESOLUCIÓN MTOP-SPTM-2016-0088-R

Importante:

Este certificado tiene validez si el sello de seguridad no ha perdido su integridad

Digitally signed by LÓURDES ELIZABETH REINOSO HADATTY
Date: 21 09 2016 09:49:05-05:00
Reason: vium
Location: Guayaquil

DECLARACIÓN JURAMENTADA DE ORIGEN (DJO)

		DECLARACIÓN JURAMENTADA DE ORIGEN					
		N°	Descripción (Nombre Técnico)	Subpartida	Unidad de Medida	Cantidad	Por Unidad Comercial del Producto
							Valor Planta \$
1. IDENTIFICACIÓN DE E							
* 1.1. R.U.C.	096	3	LICOR DE CACAO	1803100000	KILOGRAMO	0.25	0.3
* 1.3 Dirección planta de	KM FEI						
* 1.5 Subpartida Arancelaria	18C						
2. PRODUCTO (Diligenci							
* 2.1 Nombre Comercial:							
* 2.2 Nombre Técnico:							
* 2.3 Unidad Comercial:							
3. UTILIZACIÓN INSTRUI							
* Zona Seleccionar							
4. (*) MATERIALES NO O							
5. (*) MATERIALES NACI		6. (*) COSTOS Y VALOR EN FÁBRICA PRODUCTO TERMINADO					
N°	Descripción (Noml Técnico)						
1	AZUCAR	* 6.1 Total Costos Materias Nacionales/U. Comercial (Valor casilla No. 5.11)				0.78	
		* 6.2 Otros Costos Directos de Fábrica/U. Comercial (No incluye materias primas)				0.15	
		* 6.3 Valor en Fábrica/U. Comercial (Mayor sumatoria casillas No. 6.1+6.2+4.11)				1	
		* 6.4 Valor FOB de Exportación/U. Comercial				1.13	
7. (*) PROCESO DE PRODUCCIÓN (Completa descripción por Etapas - máximo 2.000 caracteres)		RECEPCIÓN CACAO EN GRANO, CLASIFICADO LIMPIEZA MATERIAS EXTRANAS SE PROCEDE AL TOSTADO Y DESCASCARADO A TRAVEZ DE RODILLOS , LUEGO SE LO PASA A TRAVEZ DE UN MOLINO DON DE SE ROMPE LA FIBRA Y AFLORA LA GRASA., SE OBTIENE UNA MASA SEMILÍQUIDA QUE ES LA PASTA DE CACAO., CON ESTA MASA SE PASA POR MOLINO DE BOLAS PARA REFINAR.					
2	MANTECA DE CA	8. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL PRODUCTO					
		FÍSICO-QUÍMICAS HUMEDAD 1.5% -GRASA 56.0% -FINURA 20 MICRONES MICROBIOLÓGICAS AERÓBIOS TOTALES 2000 UFC/G -MOHOS Y LEVADURAS 100 UFC/G -COLIFORMES TOTALES 0					
9. APLICACIONES DEL PRODUCTO		CONSUMO HUMANO					
10. VALOR AGREGADO							
11. SELECCIÓN DE ESQUEMA O ACUERDO PARA ORIGEN							

No.	Cód. Esquema	Desc. Esquema	Normas Asociadas	Criterio	Información	Partida Equivalente
1	13	Unión Europa	P- mercancías enteramente obtenidas	*P*	0	
12. REPRESENTANTE LEGAL						
* Nombre del Representante Legal		JORGE MARUN I	* Fecha (dd/mm/aaaa)		02/03/2021	
* Identificación Representante Legal			* Cargo		GERENTE GENERAL	
(*) INFORMACIÓN CONFIDENCIAL						
DECLARO BAJO JURAMENTO QUE LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA Y CONSIGNADA PARA EL TRÁMITE DE DECLARACIÓN JURAMENTADA ES REAL Y VERAZ E IGUALMENTE SOMOS CONOCEDORES DE LAS NORMAS, ACUERDOS Y TRATADOS QUE RIGEN LAS NORMAS DE ORIGEN QUE SE APLICAN Y REGISTRAN EN ESTE PROCEDIMIENTO						

Anexo 15. Certificado de Origen EUR.1

CERTIFICADO DE CIRCULACIÓN DE MERCANCÍAS

1. Exportador (nombre, apellidos, dirección completa y país) PONGARREL S.A. VIA A SAMBORONDON, KM. 1.5, CDLA. ENTRERIOS SIN, DDIF SAMBORONDON PLAZA, PISO 2, OF. 213-214 ECUADOR		EUR. 1 N°A 16782310201900000407 Véanse las notas del reverso antes de llenar el impreso	
3. Destinatario (nombre, apellidos, dirección completa y país) (opcional) HARVEST UP ECUADOR AB EKVÄNDA 6 254 67 HELSINGBORG, SWEDEN C/O NOVCOM FASTIGHETS AB SUECIA		2. Certificado utilizado en los intercambios preferenciales entre ECUADOR y UNION EUROPEA (Indíquense los países, grupos de países o territorios a que se refiera)	
6. Información relativa al transporte (opcional) AEREO DE GUAYAQUIL ECUADOR A Alemania		4. País, grupo de países o territorio de donde se consideran originarios los productos. ECUADOR	5. País, grupo de países o territorio de destino. SUECIA
7. Observaciones			
8. Número de orden; marcas, numeración; número y naturaleza de los bultos¹; designación de las mercancías		9. Masa bruta (kg) u otra medida (litros, m ³ , etc.)	10. Factura (opcional)
1. SAN JOSE 20 BOX / BOX-CHOCOLATE SI MASTER [BITES 70% (X) KG] 360 NET WEIGHT		174.00 KG	0003-003-00000000 05-2019-05-14
2. SAN JOSE 20 BOX / BOX-CHOCOLATE SI MASTER [BITES 80% (X) KG] 360 NET WEIGHT		174.00 KG	0003-003-00000000 05-2019-05-14
3. SAN JOSE 20 BOX / BOX-CHOCOLATE SI MASTER [BITES DARK MILK (X) KG] 360 NET WEIGHT		174.00 KG	0003-003-00000000 05-2019-05-14
4. SAN JOSE 12 BOX / BOX-CHOCOLATE SI MASTER [BITES 100% (X) KG] 216 NET WEIGHT		224.40 KG	0003-003-00000000 05-2019-05-14
(Área reservada para el comercio exterior)			
11. VISADO DE LA AUTORIDAD COMPETENTE O LA AUTORIDAD ADUANERA² Declaración certificada conforme Documento de exportación ³ Modelo: No. De: Autoridad Competente o Autoridad Aduanera País o territorio de expedición: Lugar y fecha: <u>GUAYAQUIL - 2019-05-15</u> (Firma)		12. DECLARACIÓN DEL EXPORTADOR El que suscribe declara que las mercancías arriba designadas cumplen las condiciones exigidas para la expedición del presente certificado. Lugar y fecha: <u>GUAYAQUIL - 2019-05-15</u> (Firma)	

Formato por Internet: Comercio Exterior - (001) / No. Documento: 64-079-01-00000000 - Ush - Ecuador



1. En caso de bultos sueltos o unidades sueltas, indicar el número de piezas o unidades, el grupo, según sea el caso.
 2. Las Partes signatarias del certificado EUR.1 con el fin de hacer referencia a "Autoridad Competente" en la parte 11.
 3. Verificar el cumplimiento de la normativa del país o territorio de exportación si es el caso.

I. Countries which accept Form A for the purposes of the Generalized System of Preferences (GSP):

Australia*	European Union:	France	Netherlands
Belarus	Austria	Germany	Poland
Canada	Belgium	Greece	Portugal
Iceland	Bulgaria	Hungary	Romania
Japan	Croatia	Ireland	Slovakia
New Zealand**	Cyprus	Italy	Slovenia
Norway	Czech Republic	Larvia	Spain
Russian Federation	Denmark	Lithuania	Sweden
Switzerland including Liechtenstein***	Estonia	Luxembourg	United Kingdom
Turkey	Finland	Malta	
United States of America****			

Full details of the conditions covering admission to the GSP in these countries are obtainable from the designated authorities in the exporting preference-receiving countries or from the customs authorities of the preference-giving countries listed above. An information note is also obtainable from the UNCTAD secretariat.

II. General conditions

To qualify for preference, products must:

- fall within a description of products eligible for preference in the country of destination. The description entered on the form must be sufficiently detailed to enable the products to be identified by the customs officer examining them;
- comply with the rules of origin of the country of destination. Each article in a consignment must qualify separately in its own right; and,
- comply with the consignment conditions specified by the country of destination. In general, products must be consigned direct from the country of exportation to the country of destination but most preference-giving countries accept passage through intermediate countries subject to certain conditions. (For Australia, direct consignment is not necessary).

III. Entries to be made in Box 8

Preference products must either be wholly obtained in accordance with the rules of the country of destination or sufficiently worked or processed to fulfil the requirements of that country's origin rules.

- Products wholly obtained: for export to all countries listed in Section I, enter the letter "P" in Box 8 (for Australia and New Zealand Box 8 may be left blank).
- Products sufficiently worked or processed: for export to the countries specified below, the entry in Box 8 should be as follows:
 - United States of America: for single country shipments, enter the letter "Y" in Box 8, for shipments from recognized associations of countries, enter the letter "Z", followed by the sum of the cost or value of the domestic materials and the direct cost of processing, expressed as a percentage of the ex-factory price of the exported products; (example "Y" 35% or "Z" 35%).
 - Canada: for products which meet origin criteria from working or processing in more than one eligible least developed country, enter letter "G" in Box 8; otherwise "F".
 - Iceland, the European Union, Japan, Norway, Switzerland including Liechtenstein, and Turkey: enter the letter "W" in Box 8 followed by the Harmonized Commodity Description and coding system (Harmonized System) heading at the 4-digit level of the exported product (example "W" 9618).
 - Russian Federation: for products which include value added in the exporting preference-receiving country, enter the letter "Y" in Box 8 followed by the value of imported materials and components expressed as a percentage of the fob price of the exported products (example "Y" 45%); for products obtained in a preference-receiving country and worked or processed in one or more other such countries, enter "Pk".
 - Australia and New Zealand: completion of Box 8 is not required. It is sufficient that a declaration be properly made in Box 12.

* For Australia, the main requirement is the exporter's declaration on the normal commercial invoice. Form A, accompanied by the normal commercial invoice, is an acceptable alternative, but official certification is not required.

** Official certification is not required.

*** The Principality of Liechtenstein forms, pursuant to the Treaty of 29 March 1923, a customs union with Switzerland.

**** The United States does not require GSP Form A. A declaration setting forth all pertinent detailed information concerning the production or manufacture of the merchandise is considered sufficient only if requested by the district collector of Customs.

Anexo 16. Bill of Lading

See website for cargo details of the reverse / voir page Web pour termes y condiciones / Подробные сведения для грузовладельца в обратном направлении / 請參閱背面貨物詳情及條件 / www.msc.com

 MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY S.A. 12-14, chemin Rieu - CH -1206 GENEVA, Switzerland website: www.msc.com		BILL OF LADING No. MEDUGU267415 NON-NEGOTIABLE COPY	
SHIPPER: PONGARBEL S.A. RUC: 09022967001 CDLA ENTRE RIOS SIN CONJUNTO A SAMORONDON PLAZA EDF COMERCIAL LOS ARCOB PISO 2 OFIC 213-214 ECUADOR CTC: JUAN TOUNA		NO. & SEQUENCE OF ORIGINAL B/L'S 0 Zero	
CONDITION: This B/L is not negotiable unless marked "To Order" or "To Order of ..." here: Harvest of Ecuador		CARRIER'S AGENT'S ENDORSEMENTS: (In case of Agent) at (POD): SHIPPER'S LOAD, COUNT AND SEALED RECEIPTS Registered Number: 303794	
NOTIFY PARTIES: (No responsibility shall attach to Carrier or to his Agent for failure to notify - see Clause 20) Scan Global Logistics Adress: Adressgatan 19 B SE-21376 Malmö, Sweden Tel.: +46 40 690 0367 Contact: Marcus Karlsson Mobile: +46 729 443 891 E-mail: mka@scanlog.com		PORT OF DISCHARGE AGENT: MSC SWITZERLAND Ardindavagen 1 P.O. Box 284 SE-401 24 GOTHENBURG GÖTEBORG Phone: +46 31 330 4003 Fax: +46 31 330 4010	
VESSEL AND VOYAGE NO. (see Clause 9.1.1): MSC ZLATA R. - NQ827R		PLACE OF RECEIPT: (Combined Transport ONLY - see Clause 1 & 5.2) XXXXXXXXXXXXXXXXXX	
BOOKING REF. (M): 14HEC059461		PLACE OF DELIVERY: (Combined Transport ONLY - see Clause 1 & 5.2) XXXXXXXXXXXXXXXXXX	
SHIPPER'S REF: XXXXXXXXXXXXXXXXXX		PORT OF DISCHARGE: HAMBURG	
PARTICULARS FURNISHED BY THE SHIPPER - NOT CHECKED BY CARRIER - CARRIER NOT RESPONSIBLE (see Clause 14)			
Container Numbers, Seal Numbers and Marks		Description of Packages and Goods (Continued on attached Bill of Lading (later pages), if applicable)	
SZLU9507663 40' HIGH CUBE REEFER Seal Number: MESC41396 0137762B Tare Weight: 4.660 kgs. Marks and Numbers: CHOCOLATE HACIENDA SAN JOSE		499 Boxes) of 1 CONTAINER 40 SAID TO CONTAIN 499 BOXES WITH 17648 UNITS 4670 NET. KILOS 5016 10 GROSS WEIGHT NUMBER DAE 628-2619-45-80485821 HS CODE : 180632 / 180689 FREIGHT PREPAID Temperature: 16.0 C Total Items: 409	
		Gross Cargo Weight: 5.016.100 kgs. Measurement: 48 000 cu. m.	
		Total: 5.016.100 kgs. 48.000 cu. m.	
AS PER AGREEMENT		RECEIVED by the Carrier as apparent good order and condition (unless otherwise stated) forward the total number or quantity of Containers or other packages or units entered on the face hereof (unless a Receipt for cargo subject to all the terms and conditions hereof from the Place of Receipt or Port of Loading to the Port of Discharge or Place of Delivery, whichever is applicable). IN ACCEPTING THIS BILL OF LADING, THE MERCHANT EXPRESSLY ACCEPTS AND AGREES, TO ALL THE TERMS AND CONDITIONS, WHICH THE R. PRINTING, STAMPED OR OTHERWISE INCORPORATED ON THIS BILL AND ON THE REVERSE SIDE OF THIS BILL OF LADING AND THE TERMS AND CONDITIONS OF THE CARRIER'S APPLICABLE TARIFF AS IF THEY WERE ALL SIGNED BY THE MERCHANT. If this is a negotiable (To Order) Bill of Lading, one original Bill of Lading, duly endorsed in all its endorsements by the Merchant to the Carrier (together with outstanding freight and charges) is exchanged for the Goods or a Delivery Order; if this is a non-negotiable (straight) Bill of Lading, the Carrier shall deliver the Goods or issue a Delivery Order (after payment of outstanding freight and charges) against the surrender of one original Bill of Lading or in accordance with the national law at the Port of Discharge or Place of Delivery whichever is applicable. IN WITNESS WHEREOF the Carrier or their Agent has signed the number of Bills of Lading stated at the top, all of this tenor and date, and whenever one original Bill of Lading has been surrendered all other Bills of Lading shall be void.	
DECLARED VALUE (Only applicable if Ad Valueless charges paid - see Clause 7.3) XXXXXXXXXXXXXXXXXX		CARRIER'S RECEIPT: No. of Ctns or Pkgs received by Carrier - (see Clause 14.1) 1 ctnr	
PLACE AND DATE OF ISSUE MSC ECUADOR 09-Jul-2019		SIGNED on behalf of the Carrier MSC Mediterranean Shipping Company S.A. by MSC ECUADOR An Agent	
		SHIPPED ON BOARD DATE 09-Jul-2019	

Standard Contract - 02/2015
 Pagina 1 / 1

Anexo 17. Documentación Inspección -Carta de Inspección



R.U.C. #0992529547001
PONGARBEL S.A

Anex

Guayaquil, 6 de Julio del 20

Señores
Policía Antinarcóticos del Guayas
Guayaquil.-

De mis consideraciones:

En mi calidad de Representante Legal de la compañía PONGARBEL SA con RUC 0992529547001, autorizo y designo expresamente al Sr. JUAN FRANCISCO TOUMA COZZARELLI, portador de la C.I. 1203955644 como representante de mi compañía para realizar todos los tramites y presenciar la inspección de la siguiente unidad:

CONTENEDOR	: SZLU9507663
PRODUCTO	: CHOCOLATE
NAVE	: MSC ZLATA R.NQ927R
DESTINO	: HELSINGBORG- SUECIA

Favor autorizo su ingreso a la terminal portuaria para la gestión en mención

Atentamente,

Nombre: Jorge Cecilio Marun Ramirez
CI: 1202946370
Cargo: Representante legal

Salida Autorizada

0992529547001 PONGARBEL S.A. | Buzon Electronico | SENAE | VUE | Guía del uso
JORGE CECILIO MARUN RAMIREZ [Cerrar sesión](#)
[Consultar](#)

ECUAPASS
Bandeja de entrada

Trámites Operativos | **Servicios Informativos** | **Soporte al Cliente**

Menú izquierdo: Servicios Informativos > 2.11 Servicios de Información de Despacho/Carga > Consulta de estado de declaración de exportación | Mi menú: 1 2 3 4 5 6

Consulta del estado de la declaración de exportacion

Número de declaración: Búsqueda en resultados: Número de la declarac:
Fecha de declaración: Semar | 03/06/2021 | 10/06/2021 | [Consultar](#)

Resultado : 1

Aforador asignado	Canal de Aforo	Estado de trámite	Dae regularizada	Fecha de último documento de transporte	Ultimo número de declaración
CHAN AGUILAR PAOLA CAROLIN	AFORO DOCUMENTAL	SALIDA AUTORIZADA	NO	NO EXISTE INFORMACION	NO EXISTE INFORMACION

Contrato

VERTRAG ÜBER DEN ALLEINVERTRIEB

..... bis zum.....

WIEDERVEREINT

Von einem Teil der Handelsgesellschaft **Pongarbel S.A** mit Sitz in Cdla Entre Rios S/N Conjunto Samborondon Plaza Edif Comercial los Arcos Piso 2 Office 213-214

und C.I.F. Nr..... sprechen Sie in ihrem Namen und in Vertretung **von Juan Touma**.

Und von La Mercantil Leckerschmecker **GmbH & Co.KG** mit Sitz in Johann-Meyer-Straße 39

21031 Hamburg .**David Heuwinkel** spricht in seinem Namen und vertritt ihn

MANIFESTIEREN

I. Dass die Firma. Pongarbel S.A , künftig "Versorger", mit Sitz in Cdla Entre Rios S/N Conjunto Samborondon Plaza Edif Commercial Arcos Piso 2 Büro 213-214, vertreten durch Herrn./ Mrs. Juan Touma, gewährt dem Unternehmen Leckerschmecker GmbH & Co.KG von jetzt an "Distributor", mit eingetragenem Sitz in Johann-Meyer-Straße 39

21031 Hamburg, vertreten durch Herrn. / Frau David Heuwinkel, den exklusiven Vertrieb der folgenden Schokolade San José" ab dem Gebiet von Hamburg, Deutschland.

II.In Anerkennung des kommerziellen Charakters dieses Vertriebsvertrags möchten beide Parteien ihn wie folgt formalisieren:

BEDINGUNGEN

1. Gegenstand des Vertrags.

Der Händler kauft und verkauft in eigenem Namen und auf seinem eigenen Konto und handelt sowohl gegenüber dem Lieferanten als auch gegenüber dem Kunden als unabhängiger Vermittler. Sie fördert den Verkauf der Erzeugnisse in dem Gebiet, ist nicht befugt, im Namen des Anbieters zu handeln, und wahrt die Interessen des Anbieters mit der gebührenden Sorgfalt eines verantwortlichen Unternehmers und unterrichtet den Lieferanten über ihre Haltung; sowie die Marktbedingungen in diesem Gebiet.

2. Preise und Verkaufs- und Wiederverkaufsbedingungen.

2.1 Der Händler kann die Weiterverkaufspreise frei festlegen.

2.2 Der Händler verkauft die Enderzeugnisse unter der vom Lieferanten festgelegten Marke und/oder Aufmachung.

2.3 Der Verkauf zwischen dem Lieferanten und dem Händler unterliegt den Bedingungen in Anhang 1 dieses Vertrags.

3. Verpflichtung zum Kauf einer Mindestmenge

Der Händler erwirbt innerhalb von 30 Tagen eine Mindestmenge von 3000 Stück. Bei Nichterfüllung kann der Lieferant den Vertrag mit einem Einschreiben drei Monate im Voraus kündigen.

4. Werbung

Der Händler macht in dem Gebiet Werbung für die Produkte. Die Werbekosten gehen zu Lasten des Vertriebsunternehmens.

5. Verbot des Wettbewerbs

Der Händler darf während eines Zeitraums von fünf Jahren nach Inkrafttreten dieses Vertrags keine Produkte herstellen oder vertreiben, die mit den unter diesen Vertrag fallenden Erzeugnissen im Wettbewerb stehen. Während dieses Zeitraums darf der Händler weder direkt noch indirekt mit konkurrierenden Produkten innerhalb oder außerhalb des Hoheitsgebiets arbeiten; Diese Verpflichtung gilt auch für gebrauchte Erzeugnisse.

Will der Händler jedoch Produkte eines anderen Herstellers verkaufen, der nicht im Wettbewerb mit dem Lieferanten steht, oder ist er zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses bereits dabei, den Lieferanten davon in Kenntnis zu setzen. In keinem Fall dürfen diese Verkäufe die Erfüllung seiner Verpflichtungen gegenüber dem Lieferanten behindern.

6. Geheimnisse des Handels

Der Händler darf, auch nach Beendigung des Vertrags, kein nicht öffentlich bekanntes Know-how oder Geschäftsgeheimnisse, die bei der Ausübung der Vertragstätigkeiten bekannt geworden sind, an Dritte weitergeben oder weitergeben.

7. Einstellung von Unterabteilungen und/oder Bediensteten

Der Vertreter kann mit Zustimmung des Anbieters Unterauftragnehmer oder Handelsvertreter für den Verkauf der Erzeugnisse im Gebiet beauftragen. Er setzt den Versorger davon in Kenntnis.

Der Vertreter hält den Versorger über die Tätigkeiten der Hilfskräfte und Hilfskräfte in dem Gebiet auf dem Laufenden.

8. Verbot des Verkaufs außerhalb des Hoheitsgebiets

Der Händler darf die Erzeugnisse nicht an Kunden verkaufen, die ihren Geschäftssitz oder, falls dies nicht möglich ist, ihren Wohnsitz außerhalb des Hoheitsgebiets haben. Alle Bestellungen eines Kunden mit Wohnsitz außerhalb des Hoheitsgebiets werden dem Verteiler mitgeteilt. Der Händler verkauft nicht an Kunden, die die Erzeugnisse außerhalb des Gebiets verkaufen wollen.

9. Warenzeichen des Lieferanten

Der Händler hat das Recht, die Marke, den Handelsnamen oder ein anderes Kennzeichen des Anbieters nur zu verwenden, um im Rahmen des Vertrags und im Interesse des Anbieters die Produkte zu identifizieren und bekannt zu machen.

Der Händler darf im Gebiet oder anderswo keine Marken, Handelsnamen oder sonstige Kennzeichen des Lieferanten (oder ähnliche Kennzeichen) registrieren.

Bei Beendigung des Vertrags erlischt aus welchen Gründen auch immer das Recht, die Marken, Handelsnamen oder sonstige Kennzeichen des Lieferanten zu verwenden.

10. Unterstützung bei der Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs und Verletzung gewerblicher Schutzrechte.

Der Händler unterrichtet den Versorger über alle den Versorger betreffenden unlauteren Wettbewerbshandlungen sowie über jede ihm zur Kenntnis gebrachte Verletzung seines gewerblichen Schutzrechts. Der Verteiler leistet auf eigene Kosten Unterstützung, die der Versorger nach vernünftigem Ermessen benötigt.

11. Vorräte auf ein Mindestmaß

Der Händler hält auf eigene Kosten einen Warenbestand und einen Bestand an Ersatzteilen. Das Depot enthält die im Anhang festgelegten Mindestvorräte.

12. Reparatur und Kundendienst

Der Händler muss Reparaturwerkstätten zu den im Anexoß.

13. Dokumente und Werbematerial

Der Lieferant arbeitet mit dem Händler zusammen, indem er ihm alle erforderlichen Unterlagen, Prospekte und Informationen übermittelt, die weiterhin Eigentum des Anbieters bleiben, es sei denn, der Vertrag sieht vor, dass diese Unterlagen an die Endkunden weitergeleitet werden.

14. Lieferverpflichtungen für eine Mindestmenge

Der Lieferant verpflichtet sich, die in Absatz 3 genannte Mindestmenge zu liefern. Kommt der Lieferant dieser Verpflichtung nicht nach, kann der Händler den Vertrag mit Einschreiben drei Monate im Voraus kündigen.

15. Recht des Anbieters, direkt mit Kunden Verträge zu schließen.

Der Lieferant darf den Vertrieb oder die Vertretung der Erzeugnisse im Gebiet nicht mit einer anderen Person oder einem anderen Unternehmen in Auftrag geben. Er behält sich jedoch das Recht vor, direkte Vereinbarungen mit den Kunden in diesem Gebiet zu schließen. Für jeden Vertrag, den der Lieferant direkt mit im Gebiet ansässigen Kunden schließt, erhält der Händler eine Provision gemäß dem AEU.

16. Genehmigung oder Verbot des Verkaufs an andere Lieferanten außerhalb des Vertragsgebiets.

Der Lieferant kann die Erzeugnisse an Kunden außerhalb des Hoheitsgebiets verkaufen, auch wenn diese beabsichtigen, sie in das Gebiet auszuführen.

17. Bestände im Kassenbestand

Der Lieferant liefert keine Güter auf Pfand, es sei denn, dies ist ausdrücklich im Anexo\vereinbart; in diesem Fall gelten für die Verpflichtungen beider Vertragsparteien die Bestimmungen des genannten Anhangs.

18. Rabatte

Auf alle vom Händler getätigten Käufe des Erzeugnisses hat der Händler Anspruch auf einen Nachlass von 10 % auf den Verkaufspreis des Lieferanten.

19. Kommission für direkt abgeschlossene Verträge.

Der Vertrieb hat Anspruch auf eine Provision von.... von ihm ausgehandelte oder nicht von ihm ausgehandelte Verkäufe, dass der Lieferant gemäß Absatz 15 direkt mit Kunden endet, die während der Laufzeit dieses Vertrags in dem Gebiet ansässig sind. Der Händler hat keinen Anspruch auf diese Provision, wenn der Lieferant an Kunden verkauft, für die ein ausschließliches Verkaufsrecht gemäß dem Vertrag über den öffentlichen Verkauf besteht.

20. Ersatzteile und Zubehör

Der Händler hat Anspruch auf eine Provision gemäß Nummer 19 für alle Verträge über die Lieferung von Ersatzteilen oder Zubehör für Erzeugnisse, die der Lieferant direkt mit niedergelassenen Kunden in seinem Gebiet abschließt.

21. Berechnungsmethode der Gebühr

Die Provision wird auf der Grundlage des Verkaufspreises auf der Rechnung berechnet.

Soweit die Kosten für die Montage, die Inbetriebnahme und für ähnliche Nebenleistungen, die im Wesentlichen Arbeitskosten darstellen, in den Rechnungspreis einbezogen werden, werden abgezogen.

22. Ursprung des Anspruchs auf Provision

Der Verteiler hat Anspruch auf die Provision, sobald der Lieferant die Zahlung des Kunden erhalten hat. Die Gebühr ist proportional zu der tatsächlichen Zahlung des dem Kunden geschuldeten Betrags durch den Verteiler

23. Fälligkeit und Abwicklung

Der Lieferant legt fest, welche Provision er vom Händler für jedes Quartal des Kalenderjahres erhält, und gibt dabei alle Verträge an, die den Anspruch auf die Provision begründen. Die Abwicklung erfolgt spätestens am Ende des auf das Quartal folgenden Monats.

24. Impuesto

Die Mehrwertsteuer, die im Land des Vertriebsunternehmens auf seine Provision zu entrichten ist, wird verbucht (spezifiziert)

25. Beendigung des Vertrags

Der Vertrag hat eine Laufzeit von drei Jahren und kann um zwei Jahre verlängert werden, sofern die Parteien nichts anderes vereinbaren. Der Vertrag kann mit einem Einschreiben von vier Monaten im Voraus gekündigt werden, das jedoch keinesfalls vor dem... (Datum) endet.

26. Kündigung vor Beendigung des Vertrags

Unbeschadet der Bestimmungen des Vertrags über die Beendigung des Vertrags kann der Vertrag unverzüglich durch ein Einschreiben gekündigt werden, das im Falle eines wesentlichen Verstoßes gegen eine seiner Klauseln beglaubigt wird.

Der Vertrag kann auch gekündigt werden, wenn sich die Rechtsstruktur oder das Eigentum einer Vertragspartei so ändert, dass das Ergebnis, das die andere Vertragspartei nach vernünftigem Ermessen erwarten könnte, erheblich beeinträchtigt wird.

27. Rückgabe von Unterlagen und Werbematerial

Die Vertriebsgesellschaft händigt dem Versorger alle Unterlagen und Werbeunterlagen sowie alle Unterlagen nach Absatz 13 im Falle der Beendigung oder Kündigung des Vertrags aus.

28. Bestimmung von Lagerbeständen und laufenden Bestellungen

Der Vertrag regelt die Abwicklung der dem Händler zur Verfügung stehenden Vorräte gemäß den Absätzen 11 und 12 sowie die laufenden Bestellungen auch nach Beendigung oder Kündigung des Vertrags.

29. Schadensersatz

Schadensersatz aufgrund der Beendigung des Vertrags kann nur geltend gemacht werden, wenn eine Vertragspartei gegen den Vertrag verstößt.

30. Das anwendbare Recht. Ursprünglicher Text

Der Vertrag unterliegt dem Recht des Staates, in dem der Versorger seinen Sitz hat.

Der Text in der Sprache... ist verbindlich für den Originaltext.

31. Beilegung von Streitigkeiten

Jede Streitigkeit, die sich aus diesem Vertrag ergibt, wird von einem oder mehreren Schiedsrichtern, die nach diesen Regeln ernannt werden, nach den Regeln des Schlichtungs- und Schiedsverfahrens der Internationalen Handelskammer endgültig beigelegt.

(Alternative Option) Streitigkeiten im Zusammenhang mit diesem Vertrag unterliegen der Gerichtsbarkeit der zuständigen Gerichte am Sitz des Lieferanten. Ist der Kläger der Kläger, so kann er die Klage bei den Gerichten am Sitz des Vertriebsunternehmens erheben.

32. Änderungen dieses Vertrags

Jede Änderung dieses Vertrags ist schriftlich mitzuteilen.

33. Abtretung des Vertrags

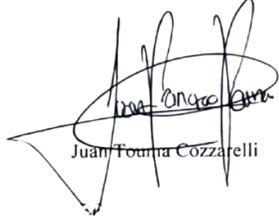
Keine Vertragspartei kann den Vertrag ohne Zustimmung der anderen Vertragspartei an einen Dritten abtreten.

34. Recht auf Gewahrsam

Der Vertreiber hat nicht das Recht, das Eigentum des Versorgers zu nehmen oder zu behalten.

Zur Prüfung der Konformität unterzeichnen beide Parteien den vorliegenden Vertrag zu dem oben genannten Datum und Ort in zweifacher Ausfertigung und zu einem einzigen Zweck.

David Hewinkel


Juan Fournia Cozzarelli

CONTRATO DISTRIBUCIÓN EN EXCLUSIVA

En, a de 2021

REUNIDOS

De una parte la mercantil **PONGARBEL S.A** con domicilio en Cdla Entre Ríos S/N Conjunto Samborondon Plaza Edif Comercial los Arcos Piso 2 oficina 213-214

, y C.I.F. nº Interviene en su nombre y representación **Juan Touma**

Y de otra La mercantil **LeckerSchmeckerGmbH& Co.KG** con domicilio en Johann-Meyer-Straße 39

21031 Hamburgo . Interviene en su nombre y representación **David Heuwinkel**

MANIFIESTAN

I. Que la empresa **.PONGARBEL S.A** , de ahora en adelante "el Proveedor", con domicilio social en Cdla Entre Ríos S/N Conjunto Samborondon Plaza Edif Comercial los Arcos Piso 2 oficina 213-214, representada por el Sr./ la Sra.JuanTouma concede a la empresa LeckerSchmeckerGmbH&Co.KGde ahora en adelante "el Distribuidor", con domicilio social en Johann-Meyer-Straße 39

21031 Hamburgo representada por el Sr. / la Sra David Heuwinkel, la distribución exclusiva en el territorio de Hamburgo Alemania denominado a partir de aquí "el territorio", de los siguientes productos Chocolate San José a partir de ahora denominados "los Productos"..

II. Que ambas partes, reconociendo la naturaleza mercantil del presente **contrato de distribución**, desean formalizarlo de acuerdo a las siguientes,

ESTIPULACIONES

1. Objeto del Contrato.

El Distribuidor comprará y venderá en su propio nombre y en su propia cuenta, actuará como agente independiente tanto respecto al proveedor como al cliente. Promoverá la venta de los Productos en el territorio, no estando autorizado a actuar en nombre del Proveedor, además, salvaguardará los intereses del Proveedor con la debida diligencia de un comerciante responsable e informará al Proveedor de su actitud, así como de las condiciones del mercado en el Territorio.

2. Precios y condiciones de venta y reventa.

2.1 El Distribuidor tiene la facultad de establecer libremente los precios de reventa.

2.2 El distribuidor venderá los Productos definitivos bajo la marca y/o con la presentación establecidas por el Proveedor.

2.3 Las ventas entre el Proveedor y el Distribuidor serán reguladas por las condiciones establecidas en el anexo 1 de este contrato.

3. Obligación de comprar una cantidad mínima

El Distribuidor, adquirirá una cantidad mínima de 3000 unidades en el plazo de 30 días. En caso de incumplimiento, el Proveedor podrá rescindir el contrato con una antelación de tres meses mediante carta certificada.

4. Publicidad

El Distribuidor hará publicidad de los Productos en el territorio. Los costes de publicidad serán cargo del Distribuidor.

5. Prohibición de no competencia

El Distribuidor no fabricará ni distribuirá productos que compitan con los Productos objeto de este contrato, durante un período de cinco años a contar de la fecha de entrada en vigor del mismo. Durante este período, el Distribuidor no podrá, directa o indirectamente, operar con productos de la competencia dentro o fuera del Territorio; esta obligación se aplica igualmente a los productos de segunda mano.

No obstante, si el Distribuidor quiere vender productos de otro fabricante que no compita con los del Proveedor, o si, en el momento de la conclusión del contrato, ya lo está haciendo, informará de ello al Proveedor. En ningún caso, estas ventas impedirán el cumplimiento de sus obligaciones hacia él, Proveedor.

6. Secretos comerciales

El Distribuidor no usará ni comunicará a terceros, incluso tras la terminación del contrato, conocimientos técnicos que no sean de dominio público, o secretos comerciales que haya llegado a conocer a través del ejercicio de las actividades contractuales.

7. Contratación de subdistribuidores y/o agentes

El Distribuidor podrá, previo consentimiento del Proveedor, contratar subdistribuidores o agentes comerciales para la venta de los Productos en el Territorio. Informará al Proveedor al respecto.

El Distribuidor mantendrá informado al Proveedor de las actividades realizadas por los subdistribuidores y agentes en el Territorio.

8. Prohibición de ventas fuera del Territorio

El Distribuidor no podrá vender los Productos a los clientes que tengan su lugar de negocio o, en su defecto, su lugar de residencia, fuera del Territorio. Cualquier pedido realizado por un cliente cuya residencia está fuera del Territorio será comunicado al Distribuidor. El Distribuidor no venderá a clientes cuya intención sea vender los Productos fuera del Territorio.

9. Marca de Proveedor

El Distribuidor tendrá derecho a usar la marca, nombre comercial o cualquier otro distintivo del Proveedor únicamente con el fin de identificar y dar publicidad de los Productos en el ámbito del contrato y en interés del Proveedor.

El Distribuidor no podrá registrar ninguna marca, nombre comercial o cualquier otro distintivo del Proveedor (o similares a éstos) ni en el Territorio ni en cualquier otra parte.

En el momento de la terminación del contrato, por cualquiera de sus causas, quedará extinguido el derecho a usar las marcas, nombres comerciales o cualquier otro distintivo del Proveedor.

10. Asistencia contra la competencia desleal y violación de los derechos de propiedad industrial.

El Distribuidor informará al Proveedor de cualquier acto de competencia desleal que afecte a éste, y de cualquier violación de su derecho de propiedad industrial que llegue a su conocimiento. El Distribuidor, a su propio cargo, prestará asistencia que el Proveedor razonablemente requiera.

11. Existencias mínimas

El Distribuidor mantendrá, a su propio cargo, un stock de Productos, así como un stock de las correspondientes piezas de recambio. El depósito contendrá el mínimo de existencias estipulado en el Anexo____.

12. Servicios de reparación y de postventa

El Distribuidor tendrá que utilizar talleres de reparación en las condiciones establecidas en el Anexo_____ así como servicios posteriores postventa.

13. Documentos y material de publicidad

El proveedor colaborará con el Distribuidor, remitiéndole todos los documentos, prospectos y cualquier información necesaria, que seguirán siendo de propiedad del proveedor, a menos que se establezca en el contrato que esta documentación sea objeto de envío a los clientes finales.

14. Obligaciones de suministro de una cantidad mínima

El Proveedor se compromete a entregar la cantidad mínima establecida en el apartado 3. Si el Proveedor no cumpliera esta obligación, el Distribuidor tendrá la facultad de rescindir el contrato con una antelación de tres meses mediante carta certificada.

15. Derecho del Proveedor a celebrar contratos directamente con los clientes.

El Proveedor no contratará con otra persona o empresa la distribución o representación de los Productos en el Territorio. Sin embargo, se reserva el derecho de celebrar acuerdos directamente con los clientes en el Territorio. Por cada contrato que el Proveedor concluya directamente con los clientes que residan en el Territorio, el Distribuidor recibirá una comisión con arreglo a lo establecido en el Anexo_____.

16. Autorización o prohibición de vender fuera del territorio contractual a otros distribuidores del Proveedor.

El Proveedor tiene la facultad de vender los Productos a Clientes fuera del Territorio, incluso si éstos tienen la intención de exportarlos al Territorio.

17. Existencias en consigna

El Proveedor no entregará productos en consigna, salvo que se haya pactado expresamente en el Anexo_____, en cuyo caso, las obligaciones que incumben a ambas Partes se regirán por las disposiciones establecidas en el citado anexo.

18. Descuentos

Sobre todas las compras del Producto realizadas por el Distribuidor, éste tendrá derecho a un descuento de un 10 % sobre el precio de venta del Proveedor.

19. Comisión por contratos concluidos directamente.

El Distribuidor tendrá derecho a recibir una comisión de un % por las ventas, sean o no negociadas por él, que el Proveedor concluya directamente, con arreglo a lo dispuesto en el apartado 15, con clientes que residan en el Territorio durante la vigencia del presente contrato. El Distribuidor no tendrá

derecho a esta comisión cuando el Proveedor venda a los clientes, para los cuales se ha reservado un derecho exclusivo de venta con arreglo al Anexo___.

20. Piezas de recambio y accesorios

El Distribuidor tendrá derecho a una comisión, con arreglo a lo establecido en el apartado 19, por todos aquellos contratos de suministro de piezas de recambio o accesorios destinados de los Productos concluidos directamente por el Proveedor con clientes asentados en el Territorio.

21. Método de cálculo de la comisión

La comisión se calculará sobre el precio de venta en factura.

Serán deducidos, en la medida que estén incluidos en el montante del precio de factura, los gastos originados por el montaje, puestas en marcha y por otras prestaciones accesorias similares que supongan esencialmente costes de mano de obra.

22. Origen del derecho a la comisión

El Distribuidor tendrá derecho a la comisión desde el momento en el que Proveedor haya recibido el pago del cliente. La comisión será proporcional al pago efectivo recibido por el Distribuidor de la suma debida por el cliente,

23. Vencimiento y liquidación

El Proveedor determinará la comisión a percibir por el Distribuidor para cada trimestre del año natural, especificando todos los contratos que originan el derecho a la mencionada comisión. La liquidación se efectuará, a más tardar, al final del mes que sigue al trimestre.

24. Impuestos

El impuesto sobre el valor añadido pagadero en el país del Distribuidor aplicable sobre su comisión será de cuenta de (*especificar*)

25. Terminación del contrato

El contrato tendrá una duración de 3 años, prorrogable por 2 años salvo que las partes establezcan lo contrario. El contrato podrá darse por terminado con una antelación de 4 meses mediante carta certificada, en ningún caso, podrá terminarse antes del (fecha).

26. Resolución antes de la terminación del contrato

Sin perjuicio de lo previsto en el contrato sobre terminación del contrato, éste podrá resolverse inmediatamente mediante carta certificada en supuesto de incumplimiento sustancial de alguna de sus cláusulas.

Podrá resolverse también el contrato cuando la estructura jurídica o la propiedad de una de las Partes cambiara de tal manera que afectará seriamente al resultado que la otra Parte podría razonablemente esperar del contrato.

27. Devolución de la documentación y material publicitario

El Distribuidor devolverá al Proveedor toda la documentación y el material de publicidad, así como toda la documentación prevista en el apartado 13 en caso de terminación o rescisión del contrato.

28. Destino de las existencias y de los pedidos en curso

El contrato regulará la liquidación de las existencias en disposición del Distribuidor con arreglo a los apartados 11 y 12, así como los pedidos en curso, aun después de la terminación o rescisión del contrato.

29. Indemnización

No se podrá reclamar ninguna indemnización por razón de la terminación del contrato, salvo que la reclamación se fundamente en un incumplimiento del contrato por una de las Partes.

30. Ley aplicable. Texto original

El contrato se regirá por la ley del país en la que el Proveedor tenga su domicilio social.

El texto redactado en el idiomahará fe del texto original.

31. Resolución de controversias

Cualquier conflicto dimanante del presente contrato será resuelto definitivamente conforme a la normativa de Conciliación y Arbitraje de la Cámara Internacional de Comercio por uno o más árbitros nombrados conforme dicha normativa.

(Otra opción) Cualquier conflicto que pueda surgir con relación al presente contrato se someterá a la jurisdicción de los tribunales competentes del domicilio social del Proveedor. Si éste fuese el demandante, podrá interponer la demanda ante los tribunales del domicilio social del Distribuidor.

32. Modificaciones del presente contrato

Cualquier modificación del presente contrato se notificará por escrito.

33. Cesión del contrato

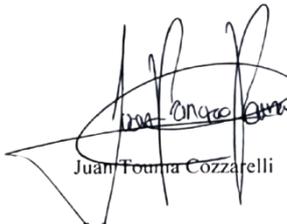
Ninguna de las Partes podrá ceder el contrato a un tercero sin el consentimiento de la otra Parte.

34. Derecho de Retención

El distribuidor no tendrá derecho a tomar ni retener los bienes del Proveedor.

En prueba de conformidad, ambas partes firman por duplicado y a un solo efecto, el presente contrato en la fecha y lugar arriba indicado.

David Heuvel


Juan Fournier Cozzarelli