



Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Sede Ibarra

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

INFORME FINAL DEL PROYECTO

TEMA:

EXPORTACIÓN DE CAFÉ DE HABA DE LA EMPRESA DE MI TIERRA HACIA
MADRID-ESPAÑA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN COMERCIO Y
NEGOCIOS INTERNACIONALES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

NEGOCIOS INTERNACIONALES E.1

AUTORA: DELIA PAOLA CASTILLLO JUMBO
ASESORA: MGS. GABRIELA HERRERA

IBARRA, MARZO – 2019

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

Ibarra, 29 de marzo de 2019

Mgs. Gabriela Alexandra Herrera Andrade

ASESOR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Negocios y Comercio Internacional (ENCI), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(f:) 

Mgs. Gabriela Alexandra Herrera Andrade

C.C.: 1002554044


APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):

(f): 

Mgs. Gabriela Alexandra Herrera Andrade

C.C.: 1002554044

(f): 

Mgs. Pablo Alejandro Dávila Oña

C.C.:10025075447

(f): 

Mgs. Herctor Esteban Garrido Salazar

C.C.:1002413852

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo Delia Paola Castillo Jumbo, declaro conocer y aceptar la disposición del Art.66 del Instructivo de Trabajo de Grado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI), que en su parte pertinente manifiesta textualmente: “Forman parte del patrimonio de la universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la universidad”

Ibarra, 29 de marzo de 2019

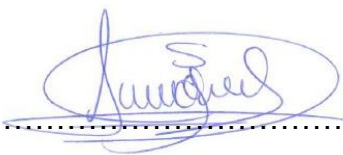
f): 

Delia Paola Castillo Jumbo

C.C.: 1724439888

AUTORÍA

Yo, Delia Paola Castillo Jumbo, portador de la cédula de ciudadanía N°1724439888, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad del autor, y que se ha respetado las diferentes fuentes de información realizando las citas correspondientes.

f): 

Delia Paola Castillo Jumbo

C.C.: 1724439888

RESUMEN

El presente proyecto describe una investigación realizada para determinar la posibilidad de ingreso al mercado español con una propuesta nueva de café, ideal para todo tipo de persona ya que contiene ingredientes naturales, además de aportar vitaminas y nutrientes al organismo. Mediante fuentes secundarias, se identificaron varios conceptos relacionados con la temática de estudio.

A través del diagnóstico se pudo determinar, en base a la entrevista realizada a la gerencia que el café de haba está preparado para su comercialización internacional, ya que está elaborado con los estándares de calidad que exigen los mercados externos.

El estudio de mercado arrojó datos importantes ya que mediante el análisis realizado de la demanda, se pudo concluir que las exportaciones de café hacia España son de 6,7% lo que refleja un valor aproximado de 774 mil dólares; lo cual da en España un equivalente a 4.000 a 5.000 kilogramos del producto, aunque puede llegar hasta 8.000 o 10.000 kilogramos.

En cuanto al plan de exportación, se ha establecido una propuesta administrativa que contempla misión, visión, valores, además de un organigrama funcional donde se agrega a un auxiliar de comercio internacional como parte del equipo de la empresa, para colaborar en los asuntos concernientes a exportaciones. Adicionalmente se ha contemplado una propuesta de exportación, donde se identifican los requerimientos para el envío del café de haba al mercado español.

Finalmente, se pudo determinar mediante un análisis financiero que la tasa interna de retorno del presente proyecto asciende 30,73%, el Valor actual neto asciende a \$ 32.754,49, como son valores mayores a cero, se concluye que el proyecto de exportación es factible de ser implementado.

Palabras clave: mercado, café, haba, exportación

ABSTRACT

This project describes an investigation carried out to determine the possibility of entering the Spanish market with a new proposal of coffee, ideal for all types of people since it contains natural ingredients, in addition to providing vitamins and nutrients to the body. Through secondary sources, several concepts related to the subject of study were identified.

Through the diagnosis it was possible to determine, based on the interview with the management that the bean coffee is prepared for international marketing, since it is prepared with the quality standards required by external markets.

The market study yielded important data since by means of the analysis of the demand, it was possible to conclude that coffee exports to Spain are of 6.7%, which reflects an approximate value of 774 thousand dollars; which gives in Spain an equivalent to 4,000 to 5,000 kilograms of the product, although it can reach up to 8,000 or 10,000 kilograms.

Regarding the export plan, an administrative proposal has been established that includes mission, vision, values, as well as a functional organizational chart where an international trade assistant is added as part of the company's team, to collaborate in matters concerning exports. Additionally, an export proposal has been considered, where the requirements for the shipment of bean coffee to the Spanish market are identified.

Finally, it was possible to determine by means of a financial analysis that the internal rate of return of this project amounts to 30.73%, the net present Value amounts to \$ 32.754,49, since they are values greater than zero, it is concluded that the export project is feasible to be implemented.

Keywords: market, coffee, bean, export.

DEDICATORIA

NUNCA DEJES A DIOS FUERA DE TUS PROYECTOS EL ES LA CLAVE DE
TU ÉXITO.

Este proyecto de grado está enfocado a la exportación de productos con valor agregado de las Pymes del Ecuador hacia mercados internacionales, ya que hoy en día el mundo ha ido avanzando y cambiando de manera dinámica, obligando a las empresas a crear nuevas alternativas que impulsen a la exportación de productos innovadores y que aporten a la matriz productiva del país.

CON AMOR, a mis queridos padres por darme su apoyo incondicional, toda su confianza y sobre a su sacrificio que fue mi principal motivación para seguir adelante y poder culminar con mi carrera universitaria.

CON GRATITUD, a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, Carrera de Ingeniería en Comercio Internacional y Negociaciones, a todos mis profesores por haberme inculcado sus enseñanzas y así poder desarrollarme profesionalmente.

AGRADECIMIENTO

Agradecerle a Dios por bendecirme e iluminarme durante todo este tiempo y ayudarme a hacer realidad este tan anhelado sueño.

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra por haberme dado la oportunidad de ser su estudiante y poder llegar hacer una profesional.

A mi asesora de tesis, Mgs. Gabriela Herrera por su paciencia, esfuerzo y disciplina, quien gracias a sus conocimientos, motivación y experiencia, fue el pilar fundamental para lograr terminar mis estudios con éxito.

Agradezco a todos mis profesores la Mgs. Irene Revelo, Ing. Esteban Garrido, Ing. Miguel Coello, Ing. Yolanda Bejarano, Ing. Edison Vinueza y a todos los docentes que me ayudaron en mi formación profesional.

A mis queridos padres que siempre han estado conmigo en los momentos más difíciles y por su apoyo incondicional durante toda mi formación profesional. A mis hermanos por ser mi guía, ejemplo y sobre todo por ser parte de mi motivación.

Existen muchas personas a las que quisiera agradecerles por haber formado parte vida, por su apoyo, motivación, consejo, compañía y regaños, por estar en los momentos más críticos de mi vida. Tal vez no todas estén en este momento conmigo, sin embargo están siempre en mi corazón y quiero darles las gracias por haberme brindado un poquito de su tiempo y por todas sus bendiciones. No me queda más que decir que lo he logrado.

ÍNDICE

PORTADA.....	1
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	2
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	3
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS.....	4
AUTORÍA.....	5
RESUMEN.....	6
ABSTRACT.....	7
DEDICATORIA.....	8
AGRADECIMIENTO.....	9
ÍNDICE.....	10
ÍNDICE DE TABLAS.....	14
ÍNDICE DE FIGURAS.....	15
INTRODUCCIÓN.....	16
CAPÍTULO I.....	17
MARCO TEÓRICO.....	17
1. Exportación.....	17
1.1 Definición.....	17
1.1.1 Logística de exportación.....	18
1.1.2 Proceso de Exportación.....	25
1.1.3 Términos de negociación.....	37
1.1.4 Formas y Medios de pago.....	38
1.2 Estrategias de mercadeo.....	40
1.2.1 Estrategia de producto.....	41
1.2.2 Estrategia de precio.....	41
1.2.3 Estrategia de plaza.....	42
1.2.4 Estrategia de promoción.....	43
1.3 Café.....	43
1.3.1 Beneficios y Propiedades.....	45
1.3.2 Historia del café el mundo y en Ecuador.....	45

1.3.3 Variedades de café en el mundo y en Ecuador	46
1.3.4 Haba.....	49
1.3.5 Café de Haba	51
1.4 Estudio financiero.....	52
1.4.1 Índices e indicadores financieros.....	52
1.4.2 Evaluación financiera	53
CAPÍTULO II	54
DIAGNÓSTICO Y ESTUDIO DE MERCADO	54
2.1 Antecedentes	54
2.2 Objetivos Diagnósticos.....	55
2.2.1 Objetivo General	55
2.2.2 Objetivo Específicos	55
2.3 Variables Diagnósticas.....	56
2.4 Indicadores.....	56
2.4.1 Indicadores de la variable Capacidad de Producción.....	56
2.4.2 Indicadores de la variable Demanda	56
2.4.3 Indicadores de la variable Estrategias de promoción	57
2.5 Matriz de relación	58
2.6 Mecánica operativa	60
2.6.1 Población	60
2.6.2 Determinación de la Muestra.....	61
2.7 Instrumentos y Procedimientos	61
2.7.1 Información Primaria	61
2.7.2 Información secundaria	62
2.8 Tabulación de la información.....	62
2.8.1 Entrevista a propietarios de la empresa “DE MI TIERRA”	62
2.8.2 Entrevista al gerente de la distribuidora “Celicatessen”	64
2.8.3 Entrevista al Ing. Andrés Luna Jefe Comercial de la empresa DE MI TIERRA S.A	66
2.9 Análisis de la investigación.....	68
2.9.1 Análisis de la entrevista aplicada.....	68
2.10 Matriz FODA	68
2.11 Estudio de Mercado	69
2.11.1 Indicadores macroeconómicos España.....	69

2.11.2 Análisis PESTEL del mercado Español.....	70
2.12 Estudio de la demanda.....	73
2.13 Identificación de la partida arancelaria	75
2.13.1 Comportamiento histórico de la demanda de café en España	75
2.13.2 Principales importadores de café en España	75
2.14 Análisis de la oferta	76
2.14.1 Producción nacional de café (España).....	77
2.14.2 Comportamiento de la oferta nacional de España.....	77
2.14.3 Comportamiento de la oferta en Ecuador	78
2.14.4 Oferta productiva de la empresa de mi tierra	78
2.15 Demanda insatisfecha.....	78
CAPÍTULO III	81
INGENIERÍA DE PROYECTO.....	81
3.1 Resumen ejecutivo.....	81
3.2 Localización de la empresa.....	81
3.2.1 Macro localización.....	81
3.2.2 Micro localización	82
3.3 Propuesta administrativa	83
3.3.1 Perfil de la empresa	83
3.3.2 Misión	84
3.3.3 Visión	84
3.3.4 Valores	84
3.3.5 Organigrama	85
3.3.6 Funciones.....	86
3.4 Propuesta de producción	91
3.4.1 Proceso productivo.....	91
3.5 Propuesta de exportación	92
3.5.1 Partida arancelaria	92
3.5.2 Producto	93
3.5.3 Empaque.....	94
3.5.4 Etiquetado	94
3.5.5 Proceso aduanero de exportación.....	95
3.6 Negociación	96

3.6.1 Contrato de compra-venta internacional de mercancías	96
3.6.2 Términos de negociación-incoterms.....	97
3.7 Logística de exportación	98
3.7.1 Embalaje y rotulado para la exportación	98
3.8 Unitarización de la carga.....	99
3.9 Transporte.....	100
3.10 Plaza	101
3.10.1 Propuesta de promoción y publicidad	101
CAPÍTULO IV	105
ANÁLISIS FINANCIERO	105
4.1 Presupuesto de activos fijos para la producción	105
4.2 Insumos para la producción de café haba.....	106
4.3 Costos indirectos de fabricación.....	107
4.4 Costo unitario de producción.....	107
4.5 Cálculo del precio.....	108
4.6 Gastos de exportación	108
4.7 Gastos.....	109
4.7.1 Gastos administrativos	109
4.8 Fuentes de financiamiento y uso de fondos	112
4.9 Presupuesto de ingresos.....	112
4.10 Flujo de caja.....	113
4.11 Indicadores Financieros	114
CONCLUSIONES.....	116
RECOMENDACIONES	117
FUENTES DE INFORMACIÓN	118
ANEXOS	126

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Nutrientes del café de haba	50
Tabla 2. Matriz de relación	58
Tabla 3. Población.....	60
Tabla 4. Personal empresa De mi Tierra.....	61
Tabla 5. Indicadores macroeconómicos España.....	70
Tabla 6. Demanda café en España	74
Tabla 7. Consumo anual de café en España.....	75
Tabla 8. Lista de mercados proveedores de café para España.....	77
Tabla 9. Comercio bilateral entre España y Ecuador.....	78
Tabla 10. Proyección Demanda Insatisfecha	80
Tabla 11. Partida arancelaria.....	92
Tabla 12. Presupuesto activos fijos para la producción.....	105
Tabla 13. Insumos para la producción de café de haba	106
Tabla 14. Costos indirectos de fabricación	107
Tabla 15. Costo unitario de producción	107
Tabla 16. Precio para presentación de 450 gramos	108
Tabla 17. Gastos de exportación.....	108
Tabla 18. Sueldos operarios.....	110
Tabla 19. Sueldo auxiliar de exportación.....	111
Tabla 20. Variables para el cálculo de ingresos	112
Tabla 21. Ingresos proyectados	112
Tabla 22. Flujo de caja	113
Tabla 23 Cronograma de Actividades	150
Tabla 24 Recursos	151

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 .Transporte y Clasificación	19
Figura 2. Selección del medio de transporte según tipo de carga	20
Figura 3. Selección del medio de transporte según tipo de carga	21
Figura 4. Clasificación General de Envases.....	23
Figura 5. Pasos para realizar el registro de exportador.....	26
Figura 6. Pasos para el trámite de declaración juramentada de origen.....	27
Figura 7. Documentos digitales que acompañan a la DAE	29
Figura 8. Certificaciones requeridas previa exportación.....	30
Figura 9. Incoterms 2010.....	38
Figura 10. Formas de pago internacional	39
Figura 11. Medios de pago internacionales.....	40
Figura 12. Beneficios y propiedades del café.....	45
Figura 13. Ficha técnica del café.....	48
Figura 14. Ficha técnica haba	51
Figura 15. Indicadores financieros	52
Figura 16 Mercado de Café en Hogar en España.....	74
Figura 17. Exportaciones a España	79
Figura 18. Mapa cantón Cayambe	82
Figura 19. Micro localización	82
Figura 20. Organigrama Empresa Mi Tierra	85
Figura 21. Proceso productivo.....	91
Figura 22. Información nutricional	93
Figura 23. Producto empacado	94
Figura 24. Marcado y rotulado cajas	99
Figura 25. Unitarización de la carga.....	100
Figura 26. Logística de exportación	100
Figura 27. Logística envío mercancía.....	101
Figura 28. Fan page Facebook	102
Figura 29. Sitio Web.....	103
Figura 30. Interiores Distribuidora Celicatessen.....	104
Figura 31. Representantes Distribuidora Celicatessen.....	104

INTRODUCCIÓN

La empresa DE MI TIERRA que se encuentra ubicada en la ciudad de Cayambe desde hace 7 años aproximadamente, dedicada a la elaboración y comercialización de café de haba orgánico el cual brinda, beneficios similares y mejores en relación al café tradicional, ya que puede ser consumido sin ninguna contra indicación por ser un producto natural, no dañino y a que no contiene cafeína según lo aseguran los propietarios y profesionales en el tema.

En el capítulo I se ha realizado una recopilación bibliográfica acerca de temáticas relativas al comercio internacional, aspectos financieros y conceptualizaciones referentes al café de haba, donde se destacan sus beneficios nutricionales.

En el capítulo II correspondiente al diagnóstico y estudio de mercado, se ha aplicado técnicas de recopilación de información primaria y secundaria, para identificar la realidad del mercado español y la oportunidad de ingreso al mismo, a través del análisis de la oferta y demanda existente.

En el capítulo III correspondiente a la ingeniería del proyecto, se ha realizado una propuesta administrativa que contiene la filosofía empresarial y un organigrama funcional para la mejor distribución de las tareas en la organización; además se expone una propuesta de exportación donde constan todos los aspectos legales que la empresa debe realizar para enviar su producto al mercado español.

Finalmente, el capítulo IV contiene el análisis financiero donde se identificaron los costos en que se incurrirá para el proceso de exportación, así como los rubros de la inversión requerida, luego de lo cual se obtuvo la tasa interna de retorno y el valor actual neto; mismos cuyo resultado fue positivo.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1. Exportación

1.1 Definición

La palabra exportación tiene varios conceptos que definen de manera generalizada a este proceso, sin embargo y haciendo referencia a los más enriquecedores para este proyecto, se ha hecho referencia a su significado como a sus autores/as donde expresan:

La exportación es un proceso que involucra compromiso y dedicación; así como conocimiento técnico e identificación de factores clave de los mercados internacionales por parte de productores e intermediarios, que desean incrementar su participación y por su puesto sus utilidades en nuevos mercados. (Sulcer, 2004, p. 29)

En las ciencias económicas Ventura (2013) afirma que “la exportación es cualquier bien o servicio el cual es enviado desde un país a otra parte del mundo. Es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios que se trasladan de un país a otro.”

La exportación es la salida de bienes y servicios del territorio nacional o de una zona franca cumpliendo todos los requisitos de la ley en uso por los países involucrados y que produce como contrapartida un ingreso de divisas.

La exportación es el proceso que involucra a el compromiso la dedicación y el conocimiento técnico en cuanto a la identificación de mercancías (bienes o servicios), desde la salida del país de origen hacia una zona franca o hacia el

país de destino, bajo el cumplimiento de los requisitos que por ley tenga en uso, los otros países involucrados en este tipo de procesos.

Este proceso puede ser realizado por productos tradicionales o no tradicionales de la oferta exportable de un país, así como también de productos innovadores que vayan a incursionar en nuevos mercados o mercados no explorados por las empresas o asociación quienes los estén patrocinando.

La exportación que realiza una empresa generalmente es por varios motivos entre los más comunes son la saturación de su mercado, el bajo consumo, o también por la sobre producción de un producto, sin embargo, esto no garantiza que la empresa abarcará el cien por ciento de dicho mercado, sino que será un proceso que poco a poco ira dando resultados.

1.1.1 Logística de exportación

Para las empresas que se encuentran en el proceso de exportación es importante la existencia de una logística que le permita realizar de manera óptima su cadena de distribución por esta razón, el concepto es de mucha relevancia, debido a que este proceso ayudara a la realización de este proyecto.

A continuación, se hará referencia a su definición:

Es el proceso de planificar, implementar y controlar un eficiente y efectivo flujo de productos y/o servicios y de la información relativa a los mismos, desde el punto de origen, hasta el punto de consumo, con el propósito de satisfacer las necesidades del cliente al menor costo posible. (Barrantes, 2010)

Para poder realizar el proceso de exportación es necesario tener una logística de exportación, debido a que esta nos ayuda a planificar, implementar y controlar de manera eficiente el flujo de productos o servicios, también es importante por la información que brinda acerca de un producto desde su punto de origen hasta su consumo satisfaciendo las necesidades del cliente a un menor costo posible para la empresa.

La logística es un proceso muy importante a la hora de exportar un producto, ya que brinda grandes beneficios a los recursos de la empresa, al tiempo de entrega, a las condiciones del producto, es decir es aquella que hace posible el éxito de una empresa.

1.1.1.1 Transporte

El transporte en la logística de una empresa juega un rol muy importante ya que depende de este el tiempo y el estado de la mercancía exportada, eso si se debe tener en claro que dependerá mucho del medio y el modo de transporte en el cual se realizara la transportación del producto.

A continuación se dará a conocer su decisión y clasificación:



Figura 1 .Transporte y Clasificación

Elaborado por: La Autora

Dentro de la logística comercial de una empresa el transporte debe ser elegido de forma adecuada, ya que de lo contrario representaría una gran pérdida financiera, la cual posiblemente podría terminar con el proceso de exportación del producto y por ende la interrupción de la internacionalización de la empresa.

La selección del medio de transporte es algo primordial para que la logística de la empresa sea la adecuada, a continuación se establece los siguientes parámetros, esto bajo el Organismo de exportación de Mi Pymes en Ecuador PROECUADOR:

- Tipo de producto a exportar (temperatura, humedad, composición atmosférica)
- Tiempo y destino de los productos a exportar
- Condiciones establecidas con el cliente en el exterior (importador)
- Costos del tipo de embalaje y transportación interna

A la vez que también existen otros para metros como:

Tipo de carga

- Aéreo



Figura 2. Selección del medio de transporte según tipo de carga

Fuente: PROECUADOR (2016)

- Marítima



Figura 3. Selección del medio de transporte según tipo de carga

Fuente: PROECUADOR (2016)

1.1.1.2 Embalaje

El embalaje en si es la parte sustancial e importante en un proceso de exportación dentro la internacionalización de las empresas, ya que garantiza la calidad del producto durante su transporte y su comercialización; y además, si el embalaje es el adecuado, influirá favorablemente en la contratación de una póliza de seguro de transporte internacional, tanto para el exportador como para el importador, obteniendo así una prima de seguro más baja, por la disminución de los riesgos. Es así que se menciona a continuación su concepto:

Es el material destinado a la protección de mercancías en su transporte y distribución, incluyendo el relleno utilizado en el interior. Estos materiales pueden estar hechos de paja, papel, madera, y comprenden también las telas impermeabilizadas o no, cuerdas, cercos, etc. que envuelven al producto exteriormente para su transporte. Se considera embalaje a: cajas, bidones, tambores, jabas, cilindros, cestos, sacos, (embalaje ulterior), etc. (PRO-ECUADOR, 2016)

“Son todos los materiales, procedimientos y métodos según Packsis (2018) que sirven para acondicionar, presentar, manipular, almacenar, conservar y transportar una mercancía. El embalaje en su expresión más

breve es la caja o envoltura con que se protegen las mercancías para su transporte y almacenamiento”.

Siendo así el elemento que contiene al producto de forma inmediata, como:

- Frascos, botellas, jarrones, fundas, entre otras, que contengan líquidos u otras mercancías,
- Cartones, simples o forrados, los saquillos, las cajas y cajetillas que contengan galletas, chocolates, té, etc.
- Soportes tales como: rodillos, tabletas, bobinas, marcos, etc. sobre las cuales están enrollados el papel, la tela, etc.
- Envolturas, tales como: forros, fundas de todo tipo, camisolas de papel, cartón, tejidos y en general todas las materias que envuelven los objetos de forma inmediata.

1.1.1.3 Envase

El envase es una especie de vender sigiloso ya que para una empresa el envase protege lo que vende y vende lo que protege, siendo un lema popular dentro del mundo empresarial ya que es aquel que contiene un producto, en una cantidad apropiada para su venta al consumir final.

A continuación se explica su definición y se hace mención a la fuente de información:

Es el recipiente de cualquier material que sea y cualquiera sea la forma que adopte, está destinado a contener mercancías, para su empleo a partir del mismo y destinado a individualizar, dosificar, conservar, presentar y describir unilateralmente las mercancías, pudiendo estar confeccionando con uno o más materiales distintos. (Mincetur, 2009)

Se entiende el material que contiene o guarda a un producto y que forma parte integral del mismo; sirve para proteger la mercancía y distinguirla

de otros artículos. En forma más estricta, el envase es cualquier recipiente, lata, caja o envoltura propia para contener alguna materia o artículo. (Packsis, 2018)

La importancia de los envases dentro del proceso de internacionalización de la empresa es que este acondiciona, protege, contiene, conserva, identifica y posiciona al producto dentro del mercado meta, ya que fideliza a los consumidores con la marca comercial, haciendo más competitivo permitiendo adaptar el producto a las necesidades de los consumidores.







Según su estructura	Rígidos (frasco de vidrio) Semi-rígidos (cartulina) Flexibles (bolsa plástica)	
Según su propiedad barrera a los gases, vapor, aromas y sabores.	Permeable (envoltura de papel) Semi permeables (bolsa plástica) Impermeables (lata de aluminio)	
Según su propiedad barrera a la luz	Opacos (tarro de hojalata) Claros (pomo de vidrio) Intermedios (botella de vino, verde)	
Según su capacidad aislante	Conductores (cilindro de latón) Aislantes (charola de poliestireno)	
Según su hermeticidad	Herméticos (sachet termosellado) Propenso a fugas (bolsa c/clip)	
Según su resistencia mecánica	Resistente (tarro de hojalata) Débil (botella de plástico)	

Figura 4. Clasificación General de Envases

Fuente: (Mincetur, 2009)

1.1.1.4 Etiquetado

De acuerdo a ARCSA (2018) las etiquetas de productos de consumo humano deben contener los siguientes aspectos:

Art. 37.- De las etiquetas: La información declarada en las etiquetas de los Suplementos Alimenticios importados y nacionales deberán estar redactadas en idioma castellano, y opcionalmente en otros idiomas, y en caracteres claramente legibles e indelebles, y deberán contener la siguiente información:

- a. Nombre comercial del producto;
- b. Lista de ingredientes o componentes;

- c. Forma de Presentación;
- d. Modalidad de uso y tiempo máximo de uso, cuando corresponda;
- e. Precauciones y advertencias, cuando corresponda;
- f. Condiciones de almacenamiento;
- g. Fechas de elaboración y vencimiento (expiración);
- h. Número de lote;
- i. Nombre del establecimiento fabricante (envasador, maquilador), ciudad y país;
- j. Nombre y dirección del Distribuidor (para productos importados);
- k. Código de notificación sanitaria o código BPM;
- l. Grupo poblacional al que va dirigido dicho suplemento alimenticio cuando sea requerido;
- m. Información nutricional: se deberá incluir los nutrientes con nombre y cantidad por unidad de medida en el Sistema Internacional y con porcentaje del valor diario recomendado, cuando sea el caso, y tamaño de la porción y porciones por envase.;
- n. Contenido neto;
- o. Lineamientos establecidos en la Normativa de rotulado y etiquetado aplicable vigente
- p. Leyendas:

1. Generales Obligatorias:

- i. Manténgase fuera del alcance de los niños.
- ii. El producto no es adecuado para ser consumido como única fuente de alimento. No superar la dosis recomendada; o, Este producto es un suplemento dietario, no es un medicamento y no suple una alimentación equilibrada.

2. Específicas cuando aplique:

i. "Si usted está tomando algún medicamento, consulte con su médico antes de ingerir este producto.

1.1.2 Proceso de Exportación

El proceso de exportación se refiere a los pasos sistematizados, para el envío de mercancías a destinos internacionales.

Procedimientos que se deben realizar para el envío legal de mercancías nacionales o nacionalizadas, para su uso o consumo en el exterior amparado por alguna destinación aduanera. Se especifican las condiciones requeridas para llevar a cabo el pre-stacking o recepción de la carga en forma óptima. (Iquique, 2019)

El proceso de exportación obedece a un conjunto de normas y reglamentos, que deben ser respetados, de tal modo que no se infrinja ningún estatuto de la ley. El proceso de exportación de acuerdo a PROECUADOR (s/f) se realiza de la siguiente forma:

En primera instancia, se encuentra la fase del registro de exportador en el Ecuapas, la cual tiene tres pasos a seguir como se muestra en la Figura 5.

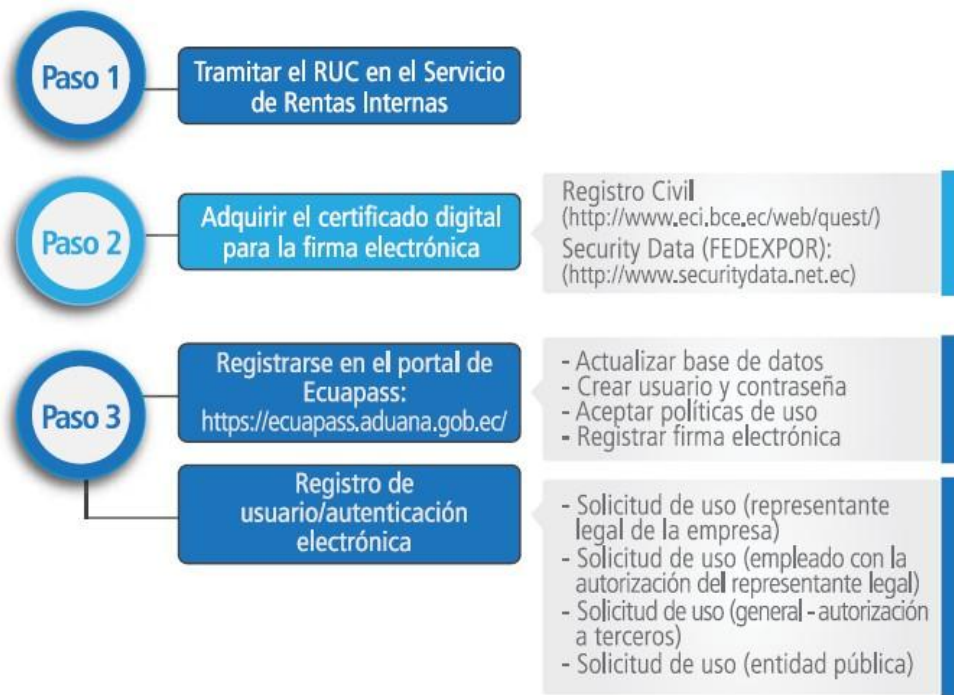


Figura 5. Pasos para realizar el registro de exportador

Fuente: (PROECUADOR, s/f)

Luego se debe realizar el trámite de declaración juramentada de origen (DJO), en la cual existen tres pasos, los cuales se muestran en la Figura 6 a continuación:

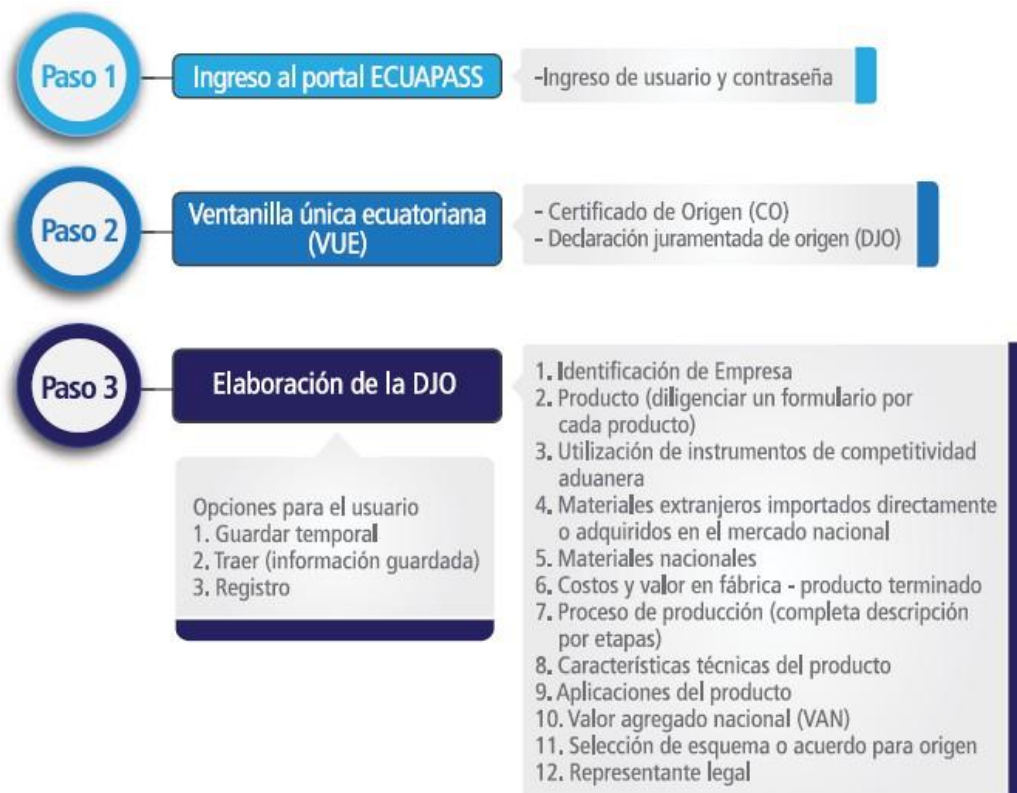


Figura 6. Pasos para el trámite de declaración juramentada de origen (DJO)

Fuente: (PROECUADOR, s/f)

Una vez realizado este proceso, viene la etapa de pre-embarque la cual inicia con una declaración aduanera de exportación (DAE) la cual debe ser registrada electrónicamente en el sistema ECUAPASS la misma que podrá ser acompañada de una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque. Dicha declaración no es una simple intención de embarque, sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante (PROECUADOR, s/f).

Los principales datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura

- Datos del consignatario
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso
- Demás datos relativos a la mercancía

1.1.2.1 Documentación para la exportación

La documentación es algo necesario para realizar el proceso de exportación, sin embargo, este tipo de documentación tiene que ir acompañado necesariamente de certificados a avalúen el producto en el mercado exterior, de tal manera que facilite los trámites aduaneros para empresa. Por ende, se hará referencia a su propósito:

“Este servicio según Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España (2013) supone un instrumento de apoyo para la empresa, especialmente pymes que inicien su actividad exportadora, para poder comprender y familiarizarse con la distinta documentación necesaria para realizar una actividad de exportación”.

Este servicio brinda apoyo especialmente a las pymes que inician su actividad exportadora, ya que fomenta la credibilidad del producto a ser exportado.

Por ende es necesario la existencia de documentos que deben acompañar a la DAE a través del ECUAPASS, los cuales son:



Figura 7. Documentos digitales que acompañan a la DAE

Fuente: (PROECUADOR, s/f)

La factura comercial contiene información de la empresa exportadora como dirección, teléfono, correo electrónico, Registro Único de Contribuyentes (RUC), nombre y datos personales del cliente o empresa que recibe la mercancía, así como información del embalaje, peso y cantidades a enviarse.

Con respecto a la lista de empaque, se colocan datos de la empresa exportadora, información del comprador y en el detalle del embalaje se coloca la descripción de la mercadería, cantidades, peso, número de factura comercial.

En relación a las autorizaciones previas que son los documentos o certificados entregados que deben ser presentados de forma “**obligatoria**”, previa la exportación se contempla el certificado de origen, el cual contiene la información del exportador, del destinatario, información relativa al transporte, naturaleza y número de los bultos, visado de la autoridad aduanera.

En la figura 8 se exponen los certificados requeridos de acuerdo a (Jaramillo, 2015):

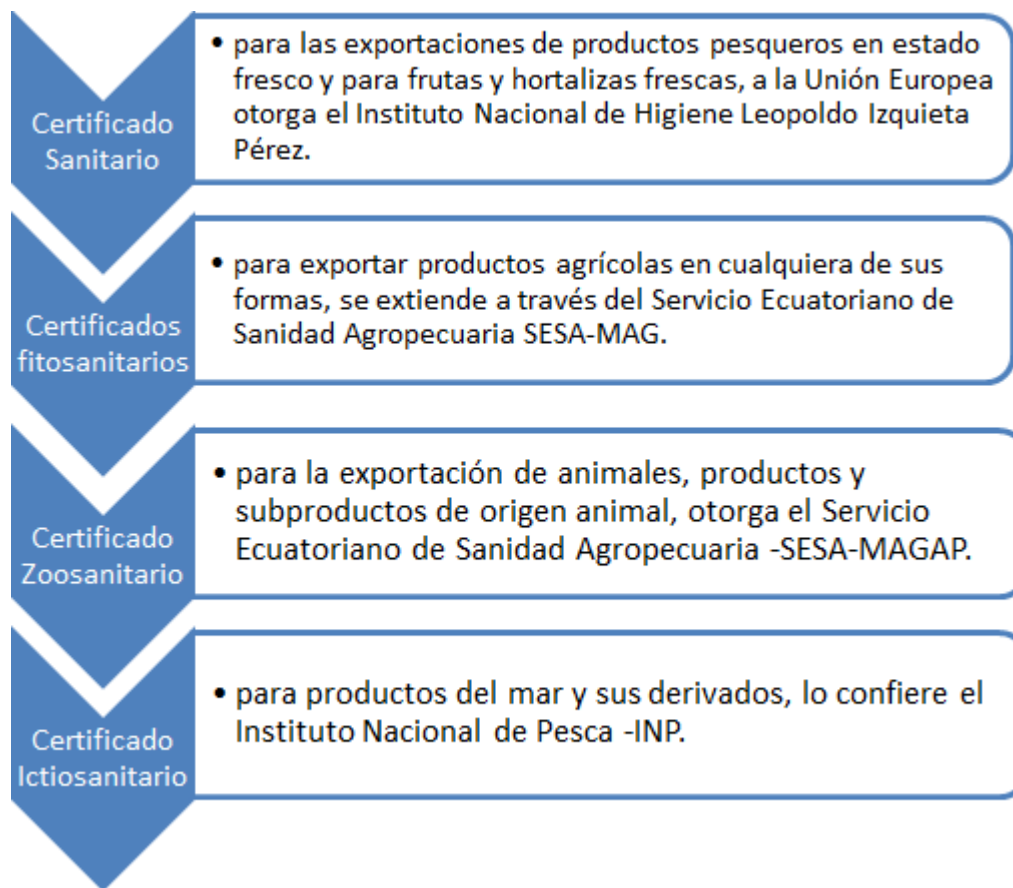


Figura 8. Certificaciones requeridas previa exportación

Fuente: (Jaramillo, 2015)

De acuerdo al Artículo 71, 72 y 73 del reglamento del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones Aduana (2017) los documentos que acompañan a la declaración aduanera son:

a) **Documentos de acompañamiento:** Constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía de importación. Esta exigencia deberá constar en las disposiciones legales que el organismo regulador del comercio exterior establezca para el efecto. Los documentos de acompañamiento deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la Declaración Aduanera, cuando estos sean exigidos.

b) **Documentos de soporte:** Los documentos de soporte constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos

documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley.

Los documentos de soporte son:

- Documento de transporte.- Constituye ante la Aduana el instrumento que acredita la propiedad de las mercancías. Éste podrá ser endosado hasta antes de la transmisión o presentación de la Declaración Aduanera a consumo según corresponda. El endoso del documento de transporte, implica el endoso de los demás documentos de acompañamiento a excepción de aquellos de carácter personalísimo, como son las autorizaciones del CONSEP, Ministerio de Defensa, entre otras.
- Factura comercial o documento que acredite la transacción comercial. La factura comercial será para la aduana el soporte que acredite el valor de transacción comercial para la importación o exportación de las mercancías. Por lo tanto, deberá ser un documento original, aun cuando este sea digital, definitivo, emitido por el vendedor de las mercancías importadas o exportadas, y contener la información prevista en la normativa pertinente y sus datos podrán ser comprobados por la administración aduanera. Su aceptación estará sujeta a las normas de valoración y demás relativas al Control Aduanero.

Para efectos de importaciones de mercancías que no cuenten con factura comercial, presentarán en su lugar, el documento que acredite el valor en aduana de los bienes importados, conforme la naturaleza de la importación.

La falta de presentación de este documento de soporte ante la administración aduanera, no impedirá el levante de las mercancías; sin embargo, se

descartará la aplicación del primer método de valoración, de acuerdo a lo establecido en la normativa internacional vigente.

- Certificado de Origen.- Es el documento que permite la liberación de tributos al comercio exterior en los casos que corresponda, al amparo de convenios o tratados internacionales y normas supranacionales. Su formato y la información

contenida en dicho documento estarán dados en función de las regulaciones de los organismos habilitados y reconocidos en los respectivos convenios.

- Documentos que la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador o el organismo regulador del comercio exterior competente, considere necesarios para el control de la operación y verificación del cumplimiento de la normativa correspondiente, y siempre que no sean documentos de acompañamiento.

Estos documentos de soporte deberán transmitirse o presentarse junto con la Declaración Aduanera de mercancías, de acuerdo a la modalidad de despacho que corresponda y a las disposiciones que la Dirección General del Servicio Nacional del Ecuador dicte para el efecto.

1.1.2.2 Documentación para la Importación

La documentación que se requieren para las importaciones en España se los citara a continuación mediante una breve mención sobre cada uno de ellos y de sus autores. Donde (Departamento de Servicios de Información de ICEX España Exportación e Inversiones, 2016) nos aporta lo siguiente:

- **Factura proforma:** La factura pro forma es un documento provisional emitido por el exportador con la finalidad de que el comprador disponga de información completa sobre los elementos que componen la operación. (Departamento de Servicios de Información de ICEX España Exportación e Inversiones, 2016)
- **Factura comercial:** Es el documento comercial más importante en el flujo de documentos de una operación de exportación. Lo emite el exportador, una vez confirmada la operación de venta, para que el comprador satisfaga el importe de los productos y servicios que se suministran. (Departamento de Servicios de Información de ICEX España Exportación e Inversiones, 2016)
- **Lista de contenido:** Es un documento de control, emitido por el exportador, para detallar todos los bultos, cajas, fondos o paquetes que componen una expedición, así como el peso y contenido de cada uno, identificándolos con un número o referencia. Uno de los objetivos de este

documento es facilitar la labor de inspección y reconocimiento de los bultos que comprende el embarque y que figuran en la factura comercial. También se conoce como lista de bultos, lista de empaque o “packing list”. (Departamento de Servicios de Información de ICEX España Exportación e Inversiones, 2016)

- **Factura aduanera:** Documento emitido por el vendedor y exigido por la Aduana de algunos países importadores con fines estadísticos o informativos, en especial, sobre la estructura del precio y que, debidamente cumplimentado, se envía junto con la mercancía exportada. Puede servir de base una factura comercial legalizada por un consulado en España del país destinatario de la exportación, si bien, en otras ocasiones, existen países que exigen un documento específico, en determinadas circunstancias. (Departamento de Servicios de Información de ICEX España Exportación e Inversiones, 2016)

Por otra parte (Aduanas, 2012) menciona que:

A. Certificado de Origen

- Algunas veces un Certificado de Origen es requerido para comprobar la procedencia de los bienes.
- Certificado de Origen para beneficios de los derechohabientes que están bajo el Tratado de Libre Comercio. (Aduanas, 2012)

B. Documentos de Revisión

Reporte de Revisión: Algunos países requerirán de un reporte de revisión llevarse a cabo antes de que sus mercancías salen de su lugar de envío, y un informe preparado por un insperctor profesional. (Aduanas, 2012)

C. Documentos: Envíos Temporales

ATA CARNET/ Certificado temporal de Envío. Un ATA Carnet "pasaporte para mercancías" es un documento que facilita la importación temporal de productos en países extranjeros mediante la eliminación de los aranceles y los impuestos al valor agregado (IVA) o el depósito de una fianza de rigor en el momento de la importación. (Aduanas, 2012)

D. Certificado de Registración

Se utiliza para los envíos que salen temporalmente de E, U. con el fin de evitar los derechos a su regreso. El valor de las mejoras o reparaciones realizadas en el extranjero están sujetos a derechos. (Aduanas, 2012)

E. Declaración de Exportación del Remitente o SED y Sistema Automatizado de Exportación (AES, siglas en inglés)

El SED es un documento de exportación USG presentado a E.U. Aduanas y Protección de Fronteras (CBP) de casi todos los envíos de exportación de mercancías de los E.U. Este documento polivalente reunió información en estadística de exportación para E.U. Inmigración y Control de Aduanas. Cada SED fue revisado por encima de las agencias de exportación aplicables de conformidad para violaciones de exportación por lo tanto es crítico rellenar la declaración de control de exportaciones correctamente. (Aduanas, 2012)

1.1.2.3 Certificación de exportación

Las certificaciones se determinan como un sistema establecido para identificar un producto con ciertas características específicas según (PRO-ECUADOR, 2013). Determinando estándares como calidad, origen, comercio justo, sustentabilidad, sea orgánico entre otros aspectos.

Mientras que la certificación hace referencia al propósito de:

“Con la finalidad de reducir riesgos en las operaciones de comercio exterior de acuerdo a Aduanas (2012) se tiene la opción de acudir a empresas internacionales encargadas de vigilar e inspeccionar la carga, el objetivo es asegurar el cumplimiento de las normas establecidas”.

Las certificaciones para el proceso de exportación son muy importantes ya que estos documentos ayudan a que la empresa en el precio y calidad del producto, así mismo ayudan a la reducción de riesgos en dichas operaciones.

a. Certificaciones Nacionales e Internacionales

En los cuales podemos encontrar diferentes certificados para cada tipo de mercancía a exportar. En los que se encuentran certificados que ayudaran a completar este proyecto, a continuación, se contextualizará los diferentes certificar y sus autores:

- **HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points):** El sistema HACCP es un método reconocido y aceptado internacionalmente que ayuda a las organizaciones a identificar, evaluar y controlar sistemáticamente todos los peligros que pueden afectar a la seguridad e higiene de los alimentos. Establece e implanta mecanismos para control que no se sobrepasen los límites críticos asociados a cada uno de los puntos de control establecidos a lo largo de todo el proceso de producción de los alimentos. (PRO-ECUADOR, 2013)
- **GLOBAL G.A.P** es una organización privada no gubernamental sin fines de lucro que fija normas voluntarias para la producción y el procesamiento de productos agrícolas, ganaderos y de la acuicultura. La norma GLOBAL G.A.P ha sido desarrollada por los principales minoristas y cadenas de supermercados en Europa con el fin de establecer normas de Buenas Prácticas Agrícolas - productos seguros y sanos- para las empresas de producción y de procesamiento de alimentos. (PRO-ECUADOR, 2013)
- **El Comercio Justo (Fairtrade)** representa una alternativa al comercio convencional y se basa en la cooperación entre productores y consumidores. Fairtrade ofrece a los productores un trato más justo y condiciones comerciales más provechosas. Esto les permite mejorar sus condiciones de vida y hacer planes a futuro. Para los consumidores, Fairtrade es una manera eficaz de reducir la pobreza a través de sus compras diarias. (PRO-ECUADOR, 2013)

- **CEE Reglamento Europeo** Dicho de manera sencilla, la agricultura ecológica es un sistema de producción agrícola que proporciona al consumidor alimentos frescos, sabrosos y auténticos al tiempo que respeta los ciclos vitales de los sistemas naturales. (PRO-ECUADOR, 2013)
- **ISO 14001** Esta certificación proporciona exigencias para un sistema de gestión ambiental. La filosofía de esta certificación es que sin importar cuál sea el sector de actividad de una organización, las exigencias son las mismas para tener un eficiente sistema de gestión ambiental. No especifica niveles de acciones medioambientales en vista de que para cada sector de actividad se necesitaría sistemas de manejos propios. (PRO-ECUADOR, 2013)
- **Utz Certified** significa “buen café” en idioma maya. La Fundación Utz Kapeh es una iniciativa alrededor del mundo, que pretende lograr una producción y origen responsable del café. Es un programa de certificación que asegura que el café es cultivado de una manera correcta, en relación con los productores y el medio ambiente. (PRO-ECUADOR, 2013)
- **C.A.F.E (Coffee and Farmer Equity) Practices – Starbucks** Starbucks Coffee Company inició C.A.F.E. (Coffee and Farmer Equity) que son prácticas para evaluar, reconocer y recompensar los productores de café de alta calidad y que esté cultivado de manera sostenible. Las Prácticas C.A.F.E. son una guía para el café verde desarrollada en colaboración con Scientific Certification Systems (SCS). (PRO-ECUADOR, 2013)
- **ISO 22000** Esta certificación asegura a la totalidad de la cadena de suministro de alimentos. Esta normativa se crea en respuesta al aumento de enfermedades por contaminación alimenticia y a la creación de numerosas certificaciones nacionales y privadas, situación que genera cierta confusión. Esta norma proporciona un marco de requisitos armonizados internacionalmente, relativos a un sistema de gestión de inocuidad alimenticia. (PRO-ECUADOR, 2013)
para considerarse aptos para el consumo. (PRO-ECUADOR, 2013)
- **La Iniciativa de Comercio Ético (ETI)** es una alianza innovadora entre las empresas, los sindicatos y las organizaciones voluntarias, que se

encargan de trabajar en conjunto con el objetivo de mejorar la calidad de vida de los trabajadores pobres y vulnerables en todo el mundo. (PRO-ECUADOR, 2013)

1.1.3 Términos de negociación

Los términos incoterms son muy conocidos y los más utilizados por las empresas que realizan los procesos de exportación, ya que de acuerdo con estos depende el costo total de la embarcación.

A continuación, se hará referencia a los conceptos más apropiados para este proyecto:

Los incoterms son términos comerciales internacionales para la realización de transacciones de exportación e importación. Mientras que un incoterm representa un término universal que define una transacción entre importador y exportador, de forma que ambas partes entiendan las tareas, costos, riesgos y responsabilidades, así como el manejo logístico y de transportación desde la salida del producto hasta la recepción por el país importador. (Aduanas, 2012)

Las reglas sobre el uso de términos nacionales e internacionales Incoterms 2010 de la Cámara de Comercio Internacional, facilitan el proceso de las negociaciones globales, los mismos definen obligaciones y derechos del comprador y vendedor, describen las tareas, costos y riesgos que implica la entrega de mercancía de la empresa vendedora a la compradora, siempre y cuando el Incoterm 2010 se encuentre establecido en el contrato de compraventa. (Cámara de Comercio Internacional, 2016)

“Establecer un conjunto de reglas internacionales que tienen de acuerdo a Román (2013) como finalidad facilitar la conducción del comercio global. Así podrán evitarse las incertidumbres derivadas de las distintas interpretaciones en diferentes países”.

Para el proceso de exportación en una empresa, los incoterms son los términos que han ayudado a facilitar el entendimiento del proceso exportable, y de todas las obligaciones que tiene el importador como el exportador al momento de la salida de las mercancías del país de origen y hasta la llegada al país de destino.

INCOTERM	MODE OF TRANSPORTATION	Goods for sale	Stuffing in seller's warehouse	Origin inland freight	Customs formalities for export	Handling expenses at port/airport	Main international transport	Merchandise insurance	Handling expenses at port/airport	Customs formalities for import	Inland freight transportation at destination	Delivery of the merchandise to the buyer
EXW Ex works	Multimodal	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
FCA Free carrier	Multimodal	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
FAS Free along ship	Maritime	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
FOB Free on board	Maritime	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CPT Carriage paid to	Multimodal	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CIP Cost insurance paid to	Multimodal	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CFR Cost and freight	Maritime	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CIF Cost insurance freight	Maritime	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
DAP Delivery at place	Multimodal	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
DAT Delivery at terminal	Multimodal	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
DDP Delivery duty paid	Multimodal	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

Figura 9. Incoterms 2010

Fuente: (SIAM-SHIPPING, 2018)

Por esta razón es que en los últimos años han sido los más utilizados para cualquier negociación internacional, ya sea en el medio empresarial como gubernamental, mediante estos se pueden determinar a qué lugar o sitio en específico tiene llegar la mercancía, los seguros, los desaduanamientos de mercancías, tipos de envases y embalajes, pictogramas entre otros.

1.1.4 Formas y Medios de pago

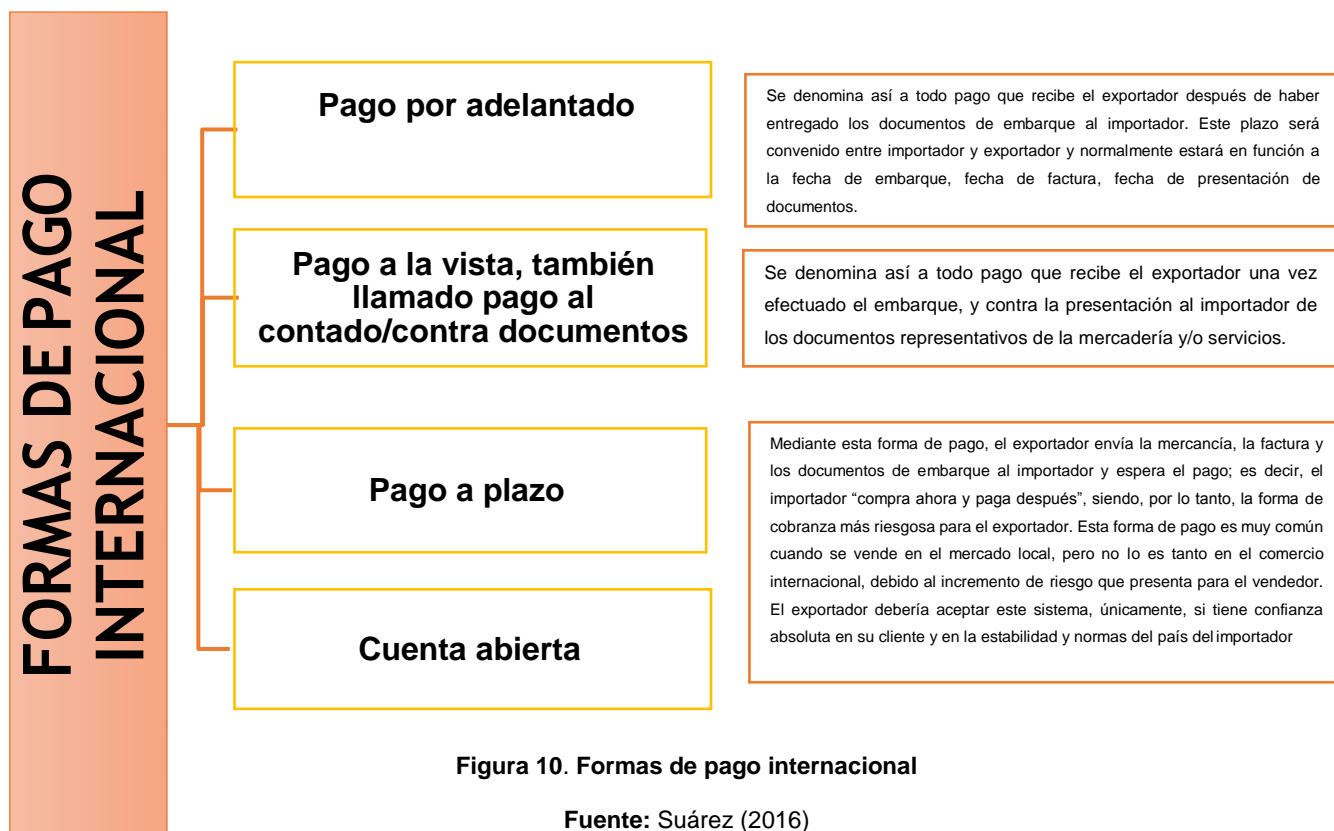
En una negociación comercial en la cual una empresa va a iniciar el proceso de exportación es necesario que tenga muy claro la forma en la cual se va a efectuar el pago y los medios o instrumentos va a requerir para cerrar la negociación.

Por esta razón es necesario establecer la definición de cada una, de manera que se tenga en claro que procesos van a realizar cada una respectivamente a continuación se hará una breve referencia a su significado:

Las formas y medios de pago no son lo mismo, por eso lo primero que debemos hacer para entender su aplicación es aprender a diferenciarlos. La forma determina el momento en que se efectúa el pago de la exportación en relación con el momento en que se efectúe el envío del bien o se preste un servicio, puede ser: anticipada, documentaria, a plazo y con cuenta abierta; los medios de pago por su parte son los instrumentos que se utilizan para formalizar la venta. (Suárez, 2016)

Las empresas por lo general siempre están en búsqueda de la cual, de estos, debido a que mediante estos acuerdos entre los negociadores se determina el momento de pago de la mercancía. Está a su vez es la más apropiada al momento de realizar el proceso de exportación de mercancías, ya que determinan la relación entre pago con envío del bien, a la vez que formalizan la venta de dicha mercancía.

En los que se encuentra diversos instrumentos para formalizar esta acción:



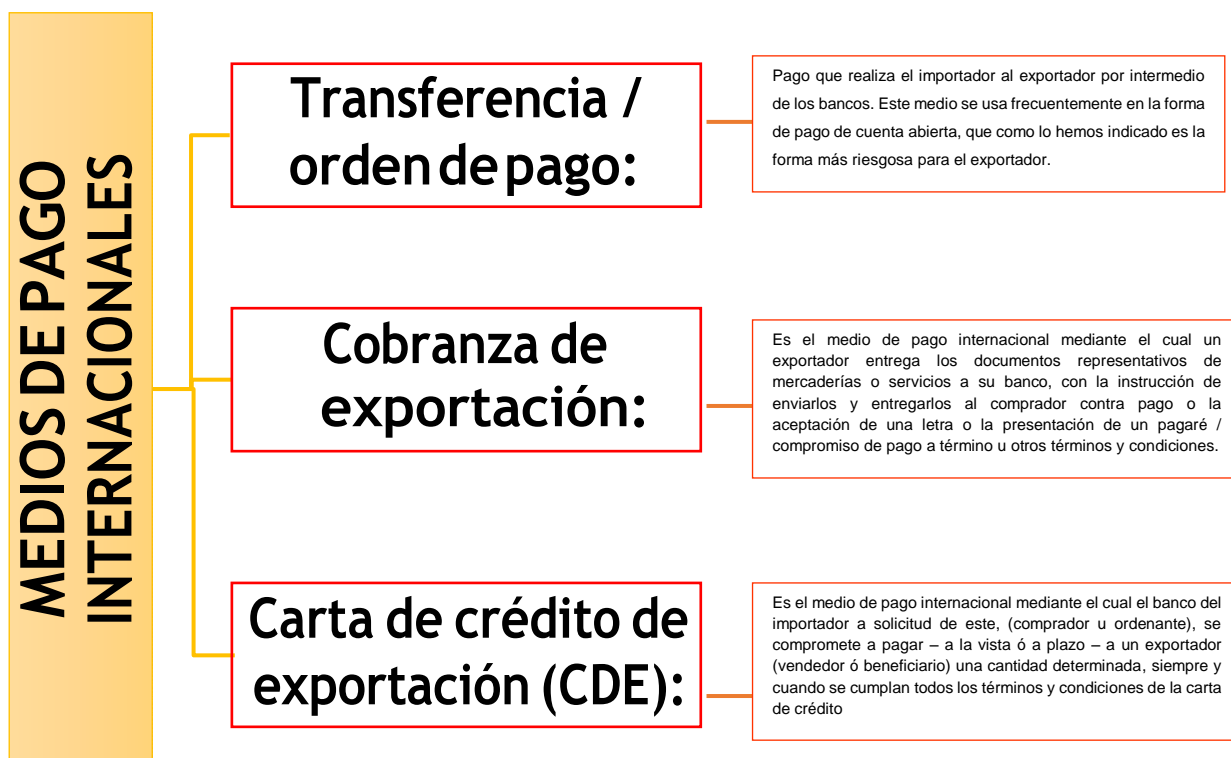


Figura 11. Medios de pago internacionales

Fuente: Suárez (2016)

Elaborado por: La Autora

1.2 Estrategias de mercadeo

Es necesario la existencia de estrategias de mercadeo en el proceso de exportación ya que nos ayudan a tomar ventaja sobre la competencia, mediante la utilización de varios recursos de manera que se aproveche al máximo el mercado meta de la empresa que va a realizar este tipo de procesos. Así es que aparecen las cuatro P del marketing las cuales a continuación serán descritas y son:

- ❖ Estrategia de producto
- ❖ Estrategia de precio
- ❖ Estrategia de Plaza
- ❖ Estrategia de Promoción

1.2.1 Estrategia de producto

La estrategia de producto es una estrategia que permite realizar diferentes acciones en las que la empresa puede conocer necesidades, preferencias y gustos de los consumidores del mercado destino. A continuación, se hará referencia a su significado y a su autor:

Según Sandoval (2013) “es el conjunto de tácticas y acciones a implementar en la elaboración de un bien o la prestación de un servicio, con el fin de que cumpla a cabalidad las expectativas y necesidades del consumidor. Para ello se deben tomar en cuenta todas sus características tanto tangibles como intangibles.”

La estrategia de producto es la acción que se realiza mediante tácticas y acciones que al momento de realizar un bien se basa principalmente en los gustos y necesidades, del consumidor y que una empresa requiere para poder desenvolverse en un medio competitivo.

1.2.2 Estrategia de precio

Para poder tener un equilibrio entre precio de venta y precio de producción es necesario la implementación de tácticas como la estrategia de precios ya que de ella dependerá el precio en el ciclo de vida del producto. Por esta razón es necesario hacer referencia a su significado, así como a su autor/a:

Una estrategia de precios es un marco de fijación de precios básico a largo plazo que establece el precio inicial para un producto y la dirección propuesta para los movimientos de precios a lo largo del ciclo de vida del producto. (Kerin Roger, 2004, p. 412 y 421.)

Por ende, la estrategia de precios es la fijación de precios como decisión estratégica de una empresa con principios y directrices para lograr el establecimiento de precios para el producto realizado de manera que al momento de la exportación y por ende realización de este proyecto, la empresa se logre posicionar en el mercado meta.

1.2.3 Estrategia de plaza

Para poder realizar el proceso de la exportación primeramente se debe hacer la cadena de distribución que se vaya a realizar con el producto a exportar, ya que mediante este se podrá poner a disposición del cliente la cantidad demandada en el momento justo, de forma que se presente al producto de manera atractiva y así estimulando la compra del mismo.

A continuación, se hará referencia de su definición y de su autor:

Se les denominan a los canales de distribución de los productos. Es la manera por la cual la compañía hace llegar un producto hasta el cliente. La distribución tiene diferentes canales por los cuales el consumidor obtiene los productos, los cuales pueden ser: el directo, comprador mayorista y tiendas de retail, entre otras maneras de distribución. (Acuña, 2013)

El estudio de la plaza no es exactamente el mercado, sino que se deduce como los canales de distribución que el producto o mercancía va a tener y en la que la empresa realice varias actividades de información, promoción e información del producto en el punto final de venta, estimulando la compra, a costos razonables donde el consumidor esté dispuesto a pagar el costo por dicho producto o mercancía.

1.2.4 Estrategia de promoción

Para una empresa el estudio de promoción de sus productos es algo fundamental, debido dependerá la demanda y oferta del producto en el mercado meta al cual va dirigida la empresa.

A continuación, se citará brevemente su definición y a su autor:

Según Acuña (2013) “son las estrategias que la empresa tiene realizar para que el público quiera consumir y comprar los productos se ofrezcan, esto es el convencimiento mediante la exaltación de las características del producto que se disponga”.

Se podría decir que el estudio de promoción incluye a la oferta, demanda y relaciones públicas de una empresa, ya que ofrece un incentivo al momento de la compra hacia el consumidor de corto plazo, a la vez que dependerá de esta estrategia para convencer al cliente del consumo del producto.

1.3 Café

El café es una semilla cuyo resultado de transformación industrial, se convierte en una bebida de sabor amargo, cuyo efecto es estimulante para el ser humano.

Etimológicamente ha tenido un extenso recorrido que comienza desde el árabe *qahwah*, continuando con el turco *kahve* y llegando hasta el italiano *caffè*. Siendo la derivación de **Qahwa**, el significado más relevante ya que representa lo excitante, energético, vigoroso que es, por lo cual a la semilla de café se le ha determinado una definición específica y concreta de lo que es, a continuación, sus definiciones:

Según Merino (2012) “Es el nombre de la semilla del cafeto, un árbol que crece naturalmente en territorio etíope y que pertenece al grupo de las Rubiáceas”.

Semilla del cafeto, de forma ovalada, redondeada por una cara y con un surco longitudinal en la otra, que mide alrededor de un centímetro de largo y es de color amarillo verdoso; tras numerosas transformaciones se comercializan tostadas o tostadas y molidas. (Oxford, 2019)

Por ende el café es la semilla que el cafeto que se da en diversos territorios ecuatorianos, ya sea en altos o bajos porcentajes.

Las estadísticas de consumo de café en el mundo muestran que los países nórdicos son los mayores consumidores de café, donde se destaca el liderazgo de Finlandia con 12 kilos de café por persona al año, Noruega ocupa la segunda posición con 9.9 kilos, seguido de Islandia con 9 kilos, Dinamarca con 8,7 kilos; Países Bajos (8,4 kilos), Suecia (8,2 kilos) y Suiza (7,9 kilos). Respecto de España está en una posición media con 4,5 kilos por persona y por año (20 minutos, 2017).

1.3.1 Beneficios y Propiedades

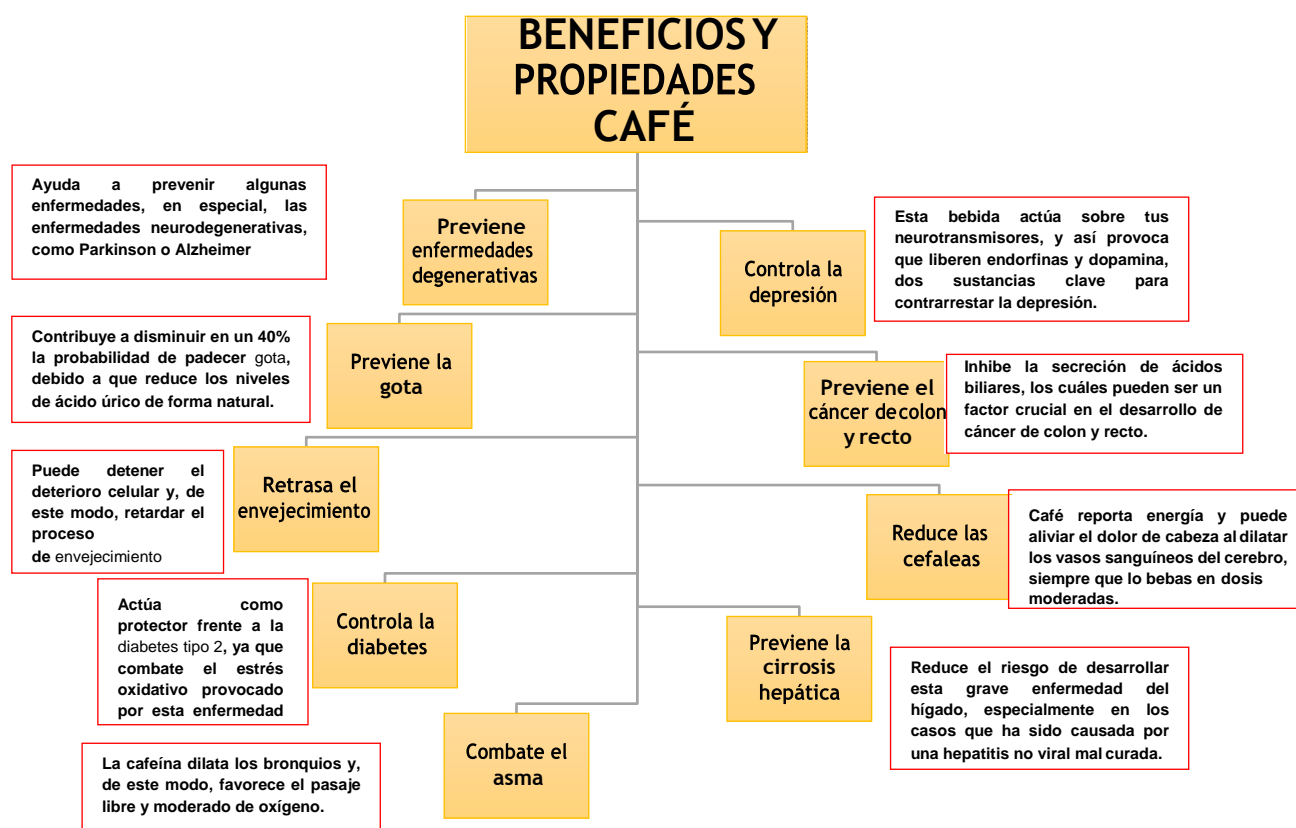


Figura 12. Beneficios y propiedades del café

Fuente: (Oxford, 2019)

Elaborado por: La Autora

1.3.2 Historia del café el mundo y en Ecuador

El café en el mundo, según Figueroa, Pérez y Godínez (2014) es una bebida que tiene su origen en las tierras de Abisinial (Actual Etiopia). Su popularidad llegaría gracias a la su introducción en Arabia, donde en Yemen se convertiría en un importante centro de cultivo y distribución a nivel mundial. En el año 1420 se bebía café en Adén, luego en Siria y Constantinopla. En 1637 los holandeses llevaron el primer cargamento de café a Países Bajos, expandiéndose hasta Italia en 1645. En Colombia se plantaron las primeras semillas de café en el año

1732 a cargo de misioneros jesuitas españoles y desde el siglo XVIII se produce café con fines comerciales en Ecuador, Venezuela, Perú y Bolivia.

Es así que en la conquista mundial de paladares del café comienza hace unos 1000 años atrás, cuando fue descubierto. En el año 1100, se cultivaba café en la península Arábiga, se lo tostaba, hervía y se elaboraba una bebida. Los árabes hicieron todos los esfuerzos necesarios para prevenir que otros países adquirieran los preciados granos. Sin embargo, para mediados del siglo XV. Algunas semillas de café fueron sacadas de Arabia y su cultivo se extendió hasta el Cairo y todo el imperio Turco.

El cultivo de café en América se inicia en 1723 en la Martinica, después los portugueses lo llevan a Brasil. Paralelamente, a mediados del siglo XVII se lo introdujo en Guatemala y después sucesivamente en Puerto Rico, Costa Rica, Venezuela, Colombia y Ecuador (NESTLÉ, s/f).

En el año 1994 durante el gobierno de Sixto Durán Ballén, el gobernante de turno de esta época crea una ley especial para el sector cafetalero y genera un organismo que se financiaba del 2% de las exportaciones. Empezamos a comparar cómo, desde el 1994, cae en picada nuestra producción, al punto que perdemos, hasta hace cuatro años, el 90% de la producción cafetera y desaparece la caficultura del Ecuador. Resulta que la mayor empresa de la cadena del café, -Elaborados del Grupo Noboa-, se da cuenta que puede aprovechar un régimen internacional de importación con cero arancel, y empieza a traer café desde Vietnam, gestiona la legislación y se construye una ley a la medida exacta de los intereses de la empresa. (Parrini, 2016)

1.3.3 Variedades de café en el mundo y en Ecuador

Existen tres variedades de café en el mundo que son: Café Arábigo, Café Robusta y Café Ibérica.

En Ecuador existen solo dos que son: Café Arábigo y Café Robusta.

a) Café Arábigo

Según La Asociación de cafeteros mundiales (2016) Es la variedad originaria de África Central que, al crecer en zonas secas, es poco digestivo, tiene un gusto final amargo, con mucho cuerpo y poco perfumado. Su cultivo representa el 43% de la producción mundial y es un café más económico que la variedad Arábica.

Acorde al estudio realizado por El Productor (2017) los resultados obtenidos en el levantamiento y análisis de información, indican que para el año 2016 la especie de café Arábigo representó el 63% de la producción nacional de café, mientras que el café Robusta constituyó el 37%. Además, se observó que el 85% de los agricultores cultivan café Arábigo y el 15% produce café Robusta.

b) Café Robusta

En cuanto a la especie de café Robusta, La Asociación de cafeteros mundiales (2016) dice que es una especie originaria de Etiopía, a pesar de que puede crecer en otros países que se encuentren entre los 500 y 2.400 metros de altura. Esta variedad representa el 56% de la producción mundial y posee una concentración de cafeína de un 1,7% como máximo.

De acuerdo a datos de El Productor (2017) su rendimiento promedio a nivel nacional en el 2016 se ubicó en 0.48 t/ha grano seco. La provincia de Guayas presentó un rendimiento superior en 1.39 t/ha con respecto al nacional, mientras que la provincia de Napo obtuvo un rendimiento inferior a la media en 0.41 t/ha.

A nivel nacional, el 85% de los productores encuestados cultivan café Arábigo; mientras que, el 15% cultivan café Robusta. Tanto en la Costa como en la Sierra, el café Arábigo es la especie más sembrada, con una superficie superior al 50%. En el Oriente, el café Robusta es la especie preferida para cultivar.

c) Café libérica

Es nativo de los alrededores de Monrovia en Liberia. El árbol posee hojas brillantes y crece aproximadamente hasta 15 metros de altura, soporta la

exposición al sol mejor que otros de su género y tiene buena retención de sus frutos maduros. El café Libérica es cultivado en Malasia y en África Occidental, pero solo pequeñas cantidades son comercializadas pues la demanda por su sabor característico es baja (Figueroa, Pérez, & Godínez, 2014).

1.3.3.1 Ficha técnica del café



Figura 13. Ficha técnica del café

Fuente: (PRO ECUADOR, 2018)

1.3.4 Haba

Esta hortaliza es para este proyecto el punto clave, ya que es mediante el haba que se realiza nuestro producto, y que la empresa tiene la competitividad suficiente para poder realizar el proceso de exportación, haciendo al proyecto viable.

A continuación, su concepto:

Según Interempresas Media (2017) “El haba es una hortaliza comestible, sus semillas y sus vainas pueden cocinarse de muy distintas formas, desde hervidas o como puré hasta como sopa de verano. Incluso sus hojas superiores pueden ser utilizadas a modo de espinacas”.

Según Eco Agricultor (2014) “Las habas o habichuelas (*Vicia faba*) son deliciosas legumbres, como las lentejas, los garbanzos o el tamarindo, que nos aportan muchos beneficios nutricionales y que podemos degustar frescas en la cocina”.

Las habas son las leguminosas más antiguas que se conocen en el país y en toda latina américa por su contenido en proteína del 20 al 25% como grano seco, por lo cual es que se hace presente en el consumo de muchos países especialmente en los de origen latino.

1.3.4.1 Beneficios y Propiedades

Esta leguminosa cuenta con innumerables beneficios, si como también con propiedades que ayudan a la nutrición, a la vez que brinda beneficios a quien consume este producto, a continuación, se explicará brevemente.

Las habas nutricionalmente hablando son muy completas y muy nutritivas debido a su contenido en vitaminas A, del grupo B (B1, B2, B3, B6, B9), C y por los minerales que posee, destacando en particular el hierro, calcio, fósforo, potasio. (Eco Agricultor, 2014)

Tabla 1. Nutrientes del café de haba

Propiedades Nutritivas de las Habas (cocidas y escurridas)

NUTRIENTE	CONTENIDO (100 gr habas cocidas y escurridas)
Proteínas (gr)	7,60
Lípidos (gr)	0,40
Carbohidratos (gr)	19,65
Cenizas (gr)	0,81
Energía (gr)	110,00
Agua (gr)	71,54
Fibra Total (gr)	5,40
Calcio, Ca (mg)	36,00
Hierro, Fe (mg)	1,50
Magnesio, Mg (mg)	43,00
Fósforo, P (mg)	125,00
Potasio, K (mg)	268,00
Sodio, Na (mg)	5,00

Fuente: (Estrada, 2012)

1.3.4.2 Ficha técnica

En la ficha técnica, se muestran algunas características, cultivo y variedades de acuerdo a (Alimentación , s/f) y (Lope de Vega, 2009):

FICHA TÉCNICA HABA	
Características	<p>El haba (Vicia faba) da nombre a la familia de las Fabáceas, de la cual es la especie tipo. Es una planta herbácea anual, trepadora, de unos 75 cm de alto.</p> <p>La vaina, de color verde en estado inmaduro, se oscurece y se vuelve pubescente al secarse. Dentro de esta vaina se ubican las semillas, de 2 a 9 por vaina y puestas en fila, que son tiernas cuando no han madurado, reniformes y de color blanco, verde, o rara vez, carmesí.</p>
Variedades	<ul style="list-style-type: none"> • Minor: las semillas son pequeñas, de entre 0,3 y 0,7 gramos cada una, y de forma elipsoidal. La vaina es cilíndrica y alcanza los 15 cm de largo.

	<ul style="list-style-type: none"> • Equina: las semillas son de tamaño mediano, chatas y pesan entre 0,7 y 1,1 gramos. Las vainas son moderadamente dehiscentes.
Cultivo	<p>Se realiza desde agosto-septiembre en cultivos precoces hasta noviembre y en las zonas de interior se ponen en primavera. La siembra se realiza a chorrillo, a golpe, a mano o con sembradora.</p> <p>Las semillas se disponen en líneas o caballones, con una distancia entre líneas de 50-60 cm y 25-30 cm entre plantas. La nascencia se produce a los 8-12 días, dependiendo de la temperatura y la recolección se realiza transcurridos aproximadamente 90 días (según variedades).</p>

Figura 14. Ficha técnica haba

Fuente: (Alimentación , s/f) y (Lope de Vega, 2009)

1.3.5 Café de Haba

Es la elaboración de un suplemento de café a base de habas tostadas y con una proporción de café en la cual se realiza un proceso semi-industrial similar al del proceso del café tradicional.

1.3.5.1 Beneficios

Las habas tienen grandes beneficios para la salud de acuerdo a Teresa´s juicery (2016) como la fibra que ayuda a mejorar la salud intestinal previniendo el estreñimiento, además pueden contribuir al mantenimiento del peso debido a sus proteínas. Son ideales para mantener equilibrados los niveles de colesterol y con su riqueza en hierro ayudan a la formación de glóbulos rojos. Las habas son una fuente importante de ácido fólico, son ricas en vitamina A y B lo cual ayuda a lucir una piel radiante.

Entre las bondades del café de haba, se encuentran estimulación del sueño y que aporta con vitaminas al cuerpo, además, lo pueden consumir los diabéticos. (Diario El Universo, 2014)

Otro de los beneficios del café de haba es que aporta fósforo, contiene vitamina B9, limpia y depura la sangre y no contiene colesterol; por tanto su consumo está indicado para cualquier persona. Además ayuda a superar el estrés y combate la depresión. No está contraindicado para las mujeres embarazadas y en período de lactancia y es recomendable para personas en procesos de convalecencia, debido a los nutrientes y vitaminas que aporta al organismo. (Villacís & Utrera, 2018)

1.4 Estudio financiero

1.4.1 Índices e indicadores financieros

A continuación se exponen los indicadores financieros, los cuales muestran la liquidez, inventarios, utilidad, ventas, endeudamiento, entre otros de acuerdo a Instituto Nacional de Contadores Públicos Colombia (2012):

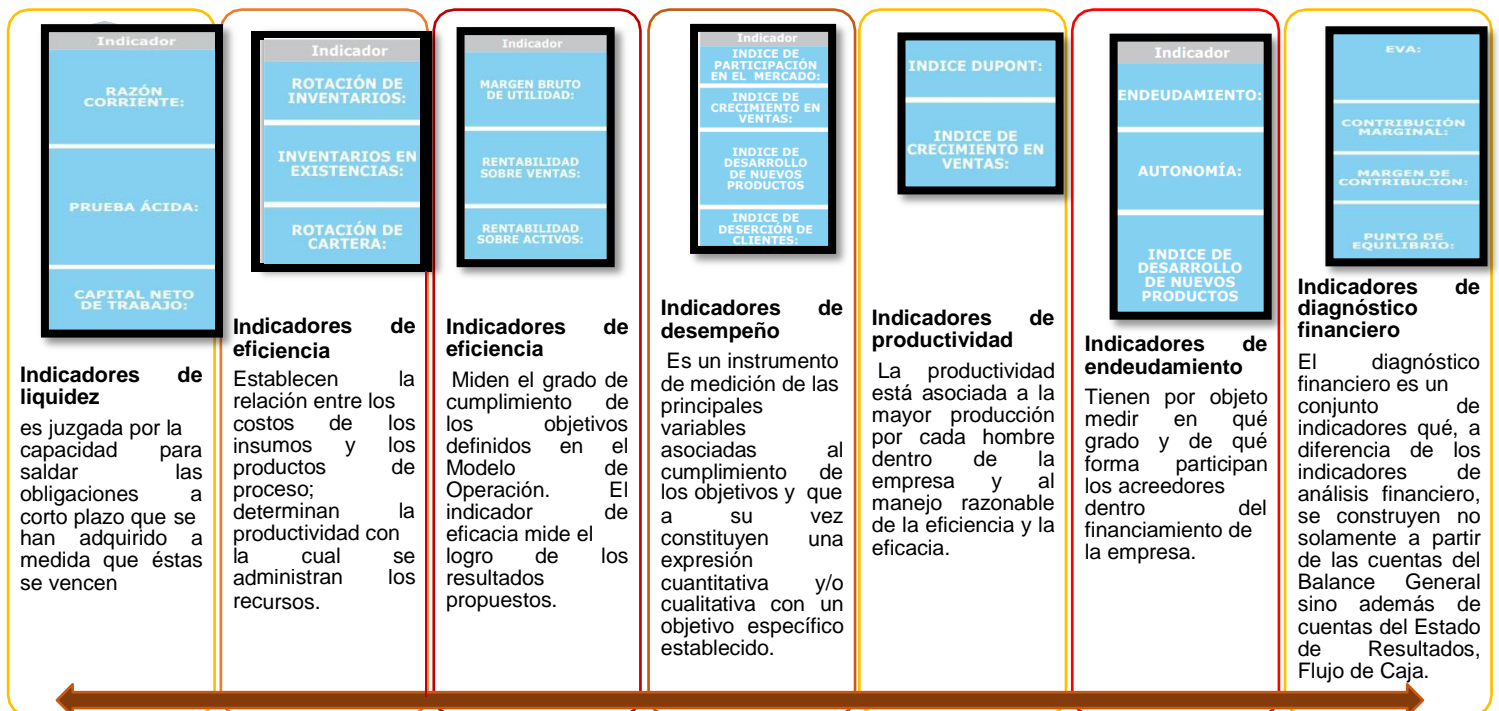


Figura 15. Indicadores financieros
 Fuente: Instituto Nacional de Contadores Públicos Colombia (2012)

Los índices e indicadores financieros de muy importantes para la empresa al momento del proceso de exportación ya que este tipo de medidas analizan y determinan en qué estado se encuentran la empresa en comparación a la competencia en el mercado meta.

1.4.2 Evaluación financiera

La evaluación financiera es de mucha relevancia dentro de este proyecto, es por eso por lo que a continuación se hará referencia a su propósito y a su autor:

Según Universidad EAFIT (2012) “la evaluación financiera contempla, en su análisis, a todos los flujos financieros del proyecto, distinguiendo entre capital "propio" y "prestado".

La evaluación financiera brinda beneficios tanto al valor del producto como a los procesos realizados por la empresa, debido a que analiza de manera detallada los flujos financieros, mediante un análisis de costo beneficio; determinando así la conveniencia y rentabilidad del proyecto.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO Y ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Antecedentes

En la actualidad el mundo ha ido avanzando y cambiando de manera dinámica, obligando a las empresas a crear nuevas alternativas que impulsen a la exportación de productos innovadores y que aporten a la matriz productiva del país. Por ende, es primordial para Ecuador incentivar al cambio de la matriz productiva, fomentando la exportación de productos que lleven un valor agregado, la razón principal es que los productos que han estado exportando como materia prima ya no tienen la misma competitividad en los respectivos mercados internacionales, este cambio debe hacerse sin descartar por completo a los productos ya conocidos en dichos mercado; de manera que se espera lograr un dinamismo y competitividad de las Pymes según las expectativas del MIPRO (Ministerio de Industrias y Productividad).

Generando recursos que permita a las empresas dedicadas a la elaboración, producción y comercialización de alimentos procesados, que brinden una oportunidad donde puedan desempeñar al máximo sus potencial. A pesar de que Ecuador cuenta con diferentes acuerdos comerciales, no ha podido establecer un potencial comprador para alimentos procesados entre ellos el café de haba, sin embargo y gracias al reciente acuerdo Multipartes con la Unión Europea firmado el 11 de noviembre de 2016, se da apertura a la oferta comercial de la Pymes para este tipo de productos, fomentando así las exportaciones, ya que estas juegan un rol muy importante en el movimiento financiero interno ecuatoriano esto según información del banco central del Ecuador

La empresa DE MI TIERRA que se encuentra ubicada en la ciudad de Cayambe desde hace 7 años aproximadamente, dedicada a la elaboración y comercialización de café de haba orgánico toma la decisión de destinar la mayor parte de su tiempo, a probar que no solo el café tradicional puede brindar el placer y gusto de sentir una comodidad extensa al consumirlo, sino que también

el café de haba orgánico brinda beneficios similares y mejores, ya que puede ser consumido sin ninguna contra indicación por ser un producto natural, no dañino y a que no contiene cafeína según lo aseguran los propietarios y profesionales en el tema.

Haciendo mención al párrafo anterior, la empresa ha logrado posicionarse a nivel local siendo reconocida por su exquisito producto, y a la vez tener grandes propuestas como la unión a la Corporación La Favorita debido a que la producción es de 20.000 paquetes semanales y con una venta correspondiente de \$ 50.000 en el mercado local.

Se debe tener presente que las relaciones comerciales que conlleva el comercio internacional, lo llevan a ser conocido como la principal fuente de desarrollo en un país, por lo cual se ha destacado innumerables veces en Ecuador, especialmente en los últimos años que a pesar de este encontrarse en constante cambio, las regulaciones de las transacciones comerciales hacen que queden las relaciones que tenemos con otros país, lo cual se ha estado convirtiendo en una herramienta estratégica en diferentes país, se lo usa para guiar la economía financiera de un país. Debido a que es fundamental tener conocimientos que regulen este tipo de situaciones para que no afecten al ingreso de diversas mercancías y sobre todo que este contribuye al desarrollo comercial, económico, financiero y social de Ecuador.

2.2 Objetivos Diagnósticos

2.2.1 Objetivo General

Realizar un estudio situacional de la Empresa DE MI TIERRA y estudio de mercado para la incursión del café de haba en Madrid-España.

2.2.2 Objetivo Específicos

- Identificar la capacidad de producción de la empresa DE MI TIERRA para la internacionalización de su producto.

- Establecer la demanda de café en Madrid-España, en cuanto a requerimientos y hábitos de consumo.
- Identificar las estrategias de comercialización que se podrían aplicar en el mercado español.

2.3 Variables Diagnósticas

- a. Capacidad de Producción
- b. Demanda
- c. Estrategia de comercialización.

2.4 Indicadores

2.4.1 Indicadores de la variable Capacidad de Producción

- a. Materia prima
- b. Variedad
- c. Cantidad
- d. Precios
- e. Personal
- f. Capacidad instalada
- g. Procesos productivos
- h. Clientes

2.4.2 Indicadores de la variable Demanda

- i. Capacidad de compra
- j. Preferencias de café

- k. Frecuencia de compra
- l. Incoterm
- m. Frecuencia de compra
- n. Presentación
- o. Medio de Transporte
- p. Certificaciones
- q. Medios de Pagos

2.4.3 Indicadores de la variable Estrategias de promoción.

- r. Producto
- s. Precio
- t. Plaza
- u. Promoción

2.5 Matriz de relación

Tabla 2. Matriz de relación

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Determinar la situación organizacional de la empresa DE MI TIERRA, donde se identifique la capacidad de producción para la internacionalización de su producto.	Capacidad Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Materia prima • Variedad • Cantidad • Precios • Personal • Capacidad instalada • Procesos productivos • Clientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Gerencia Café mi Tierra • Gerencia Café mi Tierra • Gerencia Café mi Tierra • Gerencia Café mi Tierra • Jefe Departamental Café Mi Tierra • Jefe Departamental Café Mi Tierra • Jefe Departamental Café Mi Tierra
Establecer la demanda de café en Madrid-España, en cuanto a requerimientos y hábitos de consumo.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de compra • Preferencias de café 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Representante empresa Celicatessen S.A • Representante empresa Celicatessen S.A

		<ul style="list-style-type: none"> • Frecuencia compra de • Incoterm • Frecuencia compra de • Presentación • Medio Transporte de • Certificaciones • Medios de Pagos 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Representante empresa Celicatessen S.A • Representante empresa Celicatessen S.A • Representante empresa Celicatessen S.A • Representante empresa Celicatessen S.A • Representante empresa Celicatessen S.A • Representante empresa Celicatessen S.A • Representante empresa Celicatessen S.A
Identificar las estrategias de comercialización que se podrían aplicar en el mercado español.	Estrategias de comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Producto • Precio • Plaza • Promoción 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Representante MIPRO • Representante MIPRO • Representante MIPRO • Representante MIPRO

Elaborado por: La Autora





2.6 Mecánica operativa

2.6.1 Población

2.6.1.1 Población 1: Clientes

Durante el proceso de investigación se hizo contacto con 4 empresas, no obstante solo recibimos respuestas de una, quien mostro total interés en nuestro producto.

Tabla 3. Población

CLIENTE	DIRECCIÓN	PERSONA DE CONTACTO/CARGO
DISTRIBUIDORA "CELICATESSEN"	 Madrid, Beltran 81 Godoy Cruz	Doc. Jesús Ruano Gonzales (Gerente General)
CELICIOSO GLUTLEN FREE BAKERY	 Madrid, Calle Barquillo, 19 Madrid	Sra. Anabeth Martínez Sánchez (Propietaria)
MON MADRID À MOI	 Madrid, Calle unión , 33 Iglesia San Nicolás	Sr. Hugo García Luñes (Propietario)
CAFETERÍA DE NUESTRA SEÑORA DE LA GRAN VILLA	 Calle Gran Vía, 12, 28013 Madrid, España	Sres. Manola Fernández Y José David Maldon. (Propietarios)

Elaborado por: La Autora

2.6.1.2 Población 2: Personal empresa De mi Tierra

Tabla 4. Personal empresa De mi Tierra

FUNCIONARIO	PERSONA A CARGO
Sra. Martha Sarmiento	Propietaria
Srta. Paola Sarmiento	Gerente General (Propietaria)
Ing. Andrés Luna	Jefe Comercial

Elaborado por: La Autora

2.6.2 Determinación de la Muestra

En este caso no aplica.

2.7 Instrumentos y Procedimientos

2.7.1 Información Primaria

Entrevista. Para la investigación fue necesario aplicar tres entrevistas, la primera fue para los propietarios de la empresa DE MI TIERRA (Sra. Martha Sarmiento y Srta. Paola Sarmiento), la segunda para el Gerente de la distribuidora “Celicatessen” (Doc. Jesús Ruano Gonzales) y la tercera para el Jefe Comercial de la empresa DE MI TIERRA (Ing. Andrés Luna). Las entrevistas se aplicaron a personas expertas y con amplio conocimiento sobre el tema de investigación. Mediante la utilización de diversas herramientas como ejemplo la entrevista aplicada a los funcionarios de la empresa DE MI TIERRA fue la convencional, pues para aplicar estas entrevistas fue necesario acudir a las oficinas de la empresa. Mientras que la que se realizó a la distribuidora Celicatessen fue en video llamada a través del programa Skype está representando una dificultad para la realización de la misma ya que en muchos casos se cortaba la señal, incluso la diferencia horaria dificultaba la coincidencia de ambas parte.

2.7.2 Información secundaria

Para reforzar la investigación de la información primaria, se utilizó los documentos siguientes:

Informe sobre la logística, cadena de suministros y cadena de valor, desarrolladas en la parte operativa de la empresa DE MI TIERRA, y la opinión personal, perspectivas y estrategias que tienen los propietarios de la empresa sobre el proceso de exportación al cual se regirán respectivamente.

Las cualidades y oportunidades que vio el funcionario de Celicatessen en el producto para que cumpla con las perspectivas y estrategias comerciales necesarias para la sostenibilidad del mercado meta.

2.8 Tabulación de la información.

2.8.1 Entrevista a propietarios de la empresa “DE MI TIERRA”



ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y COMERCIO

EXPORTACION DE CAFÉ DE HABA DE LA EMPRESA DE MI TIERRA HACIA MADRID ESPAÑA

ENTREVISTA HACIA LOS PROPIETARIOS DE LA EMPRESA DE MI TIERRA

Pregunta: 1 ¿Qué variedad de café utiliza para la elaboración del producto?

La verdad, es una mezcla de dos ingredientes el haba como insumo primario con un 68% y café arábico con el 32% restante, utilizamos ambos ingredientes para crear en el consumidor un sabor auténtico e irresistible.

Pregunta: 2 ¿Cuál es la presentación y precio que oferta la empresa hacia el consumidor?

Específicamente la presentación es en fundas herméticas de 2.5 lbs y actualmente tenemos la oferta de \$6,88 dólares americanos precio, ya que normalmente tendría un costo \$ 10 dólares.

Pregunta: 3 ¿Usted considera que la presentación actual del producto cuenta con las especificaciones necesarias para un mercado internacional?

Creo firmemente que nuestro producto está preparado para su comercialización internacional ya que antes de prepararnos para el proceso exportador, tomamos las medidas adecuadas.

Pregunta: 4 ¿Cree usted que su producto este apto para enfrentarse al requerimiento del mercado destino?

La calidad es inigualable del café DE MI TIERRA, su especificación al momento de la degustación es única y fácilmente reconocible con su amargura al momento de finalizar el consumo de este.

Pregunta: 5 ¿A su parecer los procesos productivos que actualmente la empresa tiene son suficientes para alcanzar la demanda requerida por el mercado internacional?

Si. Existe actualmente una sobreproducción el nuestro mercado nacional, y más que eso es probarnos a nosotros mismos la capacidad a la cual podemos llegar, si nos superamos o en el camino fracasamos sería una experiencia de la cual sacaríamos únicamente beneficios y también competir en un nuevo mercado es un sueño que todos los empresarios tenemos y que es nuestro deseo realizarlo.

Pregunta: 6 ¿Cuánto es el abastecimiento que los proveedores de materia prima brindan a la empresa?

El 68% corresponde al componente principal de nuestro producto que es el haba y el 32% restante está representado por el resto de componentes para la elaboración del producto final.

2.8.2 Entrevista al gerente de la distribuidora “Celicatessen”



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

Sede
Ibarra

ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y COMERCIO

EXPORTACION DE CAFÉ DE HABA DE LA EMPRESA DE MI TIERRA HACIA MADRID ESPAÑA

ENTREVISTA HACIA EL GERENTE DE LA DISTRIBUIDORA CELICATESEN

Pregunta: 1 ¿Qué fue lo que lo motivo a contactarse con la empresa DE MI TIERRA?

Fue gracias a que tenéis una muy buena información en el correo que me enviasteis, fue creíble, y la muestra fue una mola, vosotros lograsteis tener toda nuestra atención que nosotros como Celicatessen S.A, no somos de esos, somos muy rígidos en ese tipo de detalles.

Pregunta: 2 ¿Cree usted que el producto que ofrece la empresa DE MI TIERRA, logre un posicionamiento en el mercado español?

Pues mira como decimos por acá, el oro solo no sale por sí solo, se debe apreciar el valor correcto, lo mismo pensamos de vuestro producto es encontrar la estrategia correcta para tener un total éxito y por supuesto que sí, sino sería un desperdicio.

Pregunta: 3 ¿Usted conocía el producto de la empresa DE MI TIERRA, con el nombre de café de haba?

No. En Madrid se lo conoce como descafeinado de habichuelas, es un acrónimo nuestro que vosotros no entenderéis.

Pregunta: 4 ¿Considera usted, que a la industria procesadora de alimentos ecuatoriana le falta más oferta exportable (productos exportables)?

Pues guapa, es algo que vosotros los ecuatorianos tenéis olvidado la balanza comercial o como vosotros le llaman la oferta exportable, da el movimiento

financiero económico de un país, la falta de esto hace poco competitivos a las Pymes y por ende poco dinámicos en los diferentes mercados.

Pregunta: 5 ¿Cuál sería la capacidad de compra de su distribuidora respecto a la oferta de producto que tiene la empresa DE MI TIERRA?

Creo que para vosotros en los primeros meses de la compra sería la mitad de vuestra producción, sabrás de antemano que no es un producto conocido pero si tiene una buena acogida no tendríamos problema de adquisición total de producción de vuestra empresa.

Pregunta: 6 ¿Mediante qué incoterm se realizaría la negociación de su distribuidora con la empresa DE MI TIERRA?

Generalmente como Celicatessen S.A realizamos nuestras compras o convenios de compra mediante el incoterm CIP y DAT, esto dependiendo de vuestros conocimientos y opinión.

Pregunta: 7 ¿Cuál sería la frecuencia de compra por parte de la distribuidora Celicatessen hacia la empresa DE MI TIERRA?

Como os digo, en principio sería mensual en los tres primeros meses, luego semanal, está claro que esto depende de lo que mole el café en el mercado.

Martha os dicho muchas veces tendrá éxito no tengáis duda.

Pregunta: 8 ¿En cuanto a la presentación del producto como requiere el café Celicatessen S.A?

Nosotros necesitamos que el producto se encuentre sellado en un empaque que puede ser plástico o bolsas laminadas con zipper resellable.

Pregunta: 9 ¿Cuáles serían sus requerimientos que debe cumplir el café de haba de la empresa DE MI TIERRA para Celicatessen S.A?

Pues, para nosotros es fundamental que el etiquetado del producto cumpla con normas como el nombre del producto, peso neto, cantidad de fundas que se encuentran en la caja, registro sanitario, norma INEN, lugar y año de fabricación,

lote y en la caja de cartón debe ir el nombre de mi empresa distribuidora aquí en España.

Pregunta: 10 ¿Cuál sería el medio de transporte internación más viable para el envío del café hacia Celicatessen S.A?

Aéreo. Es seguro, rápido y realmente no os presentaría mayor complicación, este medio es recomendable para empresas que como la vuestra están empezando.

Pregunta: 11 ¿Cuáles serían los certificados que debe cumplir el café de haba de la empresa DE MI TIERRA para Celicatessen S.A?

Denominación del producto, certificado de origen, certificado de cantidad y peso, certificado fitosanitario.

Pregunta: 12 ¿Cuál sería el medio de pago con él se realizaría el acuerdo de compra entre distribuidora Celicatessen S.A y la empresa DE MI TIERRA?

Pues, podría ser con una carta de crédito.

2.8.3 Entrevista al Ing. Andrés Luna Jefe Comercial de la empresa DE MI TIERRA S.A



ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y COMERCIO

ENTREVISTA DIRIGIDA AL ING.ANDRÉS LUNA JEFE COMERCIAL DE LA EMPRESA DE MI TIERRA

Pregunta: 1 ¿Actualmente la empresa cuenta con un canal de distribución directo?

Si

Pregunta: 2 ¿La logística con la que trabaja la empresa es la adecuada?

Si. Ya que los procesos son los adecuados, de tal manera que el producto siempre llega a tiempo y con los cuidados específicos al cliente final

Pregunta: 3 ¿Con lo antes mencionado, cree que la empresa requiera de actualizaciones en temas referentes a cadena de valor y cadena de suministros?

No ya que la empresa constantemente está en cursos de capacitación acerca de este tipo de procesos, y es la razón por la cual ha tenido tanto éxito

Pregunta: 4 ¿En el caso de tener la empresa un canal de distribución indirecto, a su opinión sería beneficioso o perjudicial?

Perjudicial ya que sería la entrega por medio de un intermediario el cual podría subir exageradamente los precios y por ende caerían las ventas y el consumo de nuestro producto.

Pregunta: 5 ¿Para la internacionalización de la empresa a su parecer cree que el tener un solo canal de distribución sería la mejor opción frente a su competencia o preferiría que tuviera 2 canales de distribución?

La mejor opción en un principio sería que solo se tuviera un canal de distribución confiable ya que si la empresa tuviera 2 canales de distribución, sería más vulnerable a que comenta un tipo de estafa, sin embargo, después de algún tiempo creo que sería lo más favorable ya que así tendría una segunda fuente de demanda lo cual favorecería a la empresa.

Pregunta: 6 ¿Cuál es su volumen de producción mensual?

Actualmente nuestra producción es de 1667 paquetes mensuales.

Pregunta: 7 ¿Cuál es su capacidad instalada y utilizada?

La maquinaria que al momento tenemos nos da la capacidad para producir hasta 40.000 paquetes de café pero nosotros solo estamos produciendo la mitad ya que no contamos con más personal ni los clientes locales para colocar toda nuestra capacidad.

Pregunta: 8 ¿Cuántas personas laboran en su empresa?

Actualmente somos un equipo de 37 personas.

Pregunta: 9 ¿Ha exportado alguna vez?

No, ya que no hemos tenido la oportunidad de conseguir clientes fuera del país sin embargo y gracias a un familiar hemos podido enviar nuestro producto fuera del país.

Pregunta: 10 ¿Podría mencionar quiénes son sus clientes actualmente?

Los principales clientes son:

BIZCOCHOS “SAN PREDRO”

CAFETERÍA Y RESTAURANTE “EL CAFÉ DE LA VACA”

AROMA CAFETERÍA

CAFETERÍA “LA CASA VIEJA”

RESTAURANTE “MI REFUGIO”

2.9 Análisis de la investigación

2.9.1 Análisis de la entrevista aplicada

Se puede decir claramente que la exportación de café de haba por parte de la empresa DE MI TIERRA, hacia el mercado meta es un acierto en su totalidad, gracias a la intervención de la distribuidora española “Celicatessen”, la empresa asume su rol exportador en su totalidad, asegurando que está preparada para el proceso exportador y que espera los mejores resultados, sin embargo, es claramente un incierto si la exportación una vez realizada hacia Madrid-España tenga la demanda suficiente para cubrir la oferta exportable que ofrece la empresa DE MI TIERRA.

Mediante el gerente de la distribuidora “Celicatessen”, se puede observar el interés que el producto ofrece en el mercado, dando como resultado un es favorable hacia las Pymes ecuatorianas, especialmente a las dedicadas a la elaboración de productos con un valor agregado lo que lograra fomentar la diversificación y oferta de productos del Cantón Cayambe.

2.10 Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Valor agregado en la presentación del producto ofertado al mercado	<ul style="list-style-type: none">• La distribuidora “Celicatessen” facilita el proceso exportador de la

<p>internacional con respecto a la expectativa del cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beneficios del producto ofertado en la salud de los consumidores, debido a su composición natural, orgánica y nutritiva. 	<p>empresa, ya que realizará la negociación en términos CIP y DAT.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producto nuevo aun no incursionado en el mercado objetivo, fomentando una gran oportunidad exportadora del sector. • Acuerdo comercial Multi-partes • No cuenta con una competencia directa el producto ya que, por sus ventajas competitivas y valor agregado es único en el mercado.
<p>DEBILIDADES</p>	<p>AMENAZAS</p>
<ul style="list-style-type: none"> • La empresa De Mi Tierra no tiene conocimientos acerca de procesos de exportación • La empresa no cuenta actualmente con personal para que realice procedimientos de exportación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Grandes empresas con mayor trayectoria y experiencia en cuanto al café tradicional que podrían desplazar al café de haba. • Exigencias y restricciones sanitarias de exportación del producto en el país meta. • Saturación de mercado local, bajo consumo del producto.

2.11 Estudio de Mercado

2.11.1 Indicadores macroeconómicos España

A continuación se expone el escenario macroeconómico para España en el período 2018-2019 de acuerdo a (Ministerio de Economía y Empresa, 2018):

Tabla 5. Indicadores macroeconómicos España

ESCENARIO MACROECONÓMICO 2018-2019
 Variación en porcentaje sobre el mismo periodo del año anterior, salvo indicación en contrario
 11 enero 2019

	2017	Previsiones	
		2018	2019
PIB real por componentes de demanda			
Gasto en consumo final nacional privado (a)	2,5	2,3	1,7
Gasto en consumo final de las A.A.PP.	1,9	1,9	1,4
Formación bruta de capital fijo	4,8	5,7	4,4
Demanda Nacional (*)	2,9	2,9	2,2
Exportación de bienes y servicios	5,2	2,4	2,8
Importación de bienes y servicios	5,6	3,5	3,1
Saldo exterior (*)	0,1	-0,3	-0,1
PIB real	3,0	2,6	2,2
PIB a precios corrientes: % variación	4,3	3,6	3,8
PRECIOS			
Deflactor del PIB	1,2	1,0	1,7
MERCADO LABORAL			
Empleo total (b)	2,9	2,5	1,8
Tasa de paro (% población activa)	17,2	15,5	14,0
SECTOR EXTERIOR (% PIB)			
Saldo cuenta corriente	1,9	1,1	1,0
Cap(+) / Nec(-) financiación frente Resto del Mundo	2,2	1,3	1,2

Fuente: (Ministerio de Economía y Empresa, 2018)

2.11.2 Análisis PESTEL del mercado Español

2.11.2.1 Análisis político

España es un país con una superficie de 505.938 kilómetros, repartidos en 17 comunidades autónomas (regiones) y dos ciudades autónomas: Ceuta y Melilla. Su capital es Madrid y su gobierno de acuerdo a la Constitución de 1978 es monárquico con Felipe VI como rey. El poder legislativo está formado por 350 diputados elegidos por sufragio cada cuatro años (El Confidencial, 2015).

El Congreso es el encargado de elegir al presidente del Gobierno. El máximo órgano del poder judicial es el Tribunal Supremo. En el mandato de Mariano Rajoy en el año 2011, concentró sus fuerzas en combatir la crisis económica,

con medidas que enfatizaban en el ahorro, reducción del déficit y la reforma de los principales sectores económicos. La crisis del sistema financiero obligó al gobierno en 2012 a solicitar ayuda de 100.000 millones de euros a la Unión Europea para sanear la banca aunque finalmente se usaron 41.333 millones (El Confidencial, 2015).

2.11.2.2 Factores económicos

En el año 2011, la economía de España se desplomó, el PIB bajó un 0,3%, el gasto de los hogares disminuyó un 1% en el último trimestre de 2011, esto se debió a la recaída de las exportaciones españolas, a esto se sumó el elevado nivel de desempleo de la población activa, la sequía del crédito y el estancamiento del sector inmobiliario (Bolaños, 2012).

La pobreza severa alcanzó en 2015 a 2,6 millones de personas en España, correspondiente al 5,8% de la población según la Encuesta de Condiciones de Vida. Además de acuerdo a este reporte, 3 de cada habitantes se encuentra en riesgo de pobreza o exclusión total (Maqueda, 2017).

Para el año 2020, se prevé que algunas comunidades como Baleares, País Vasco y Navarra gozarán del pleno empleo, sin embargo por falta de reformas la calidad de empleo sería aún deficiente (Torres, 2018).

2.11.2.3 Factores sociales

Entre los años 2009 y 2012 se intensificó el nivel de desigualdad, en el año 2013 la población que vivía en hogares de baja intensidad de empleo alcanza en este período al 15,7% de la población entre 0 y 59 años, lo cual supone un número de 5.694.683 personas. En este año, se registró un 11,7% de trabajadores en situación de extrema pobreza (European Anti Poverty Network, 2015).

Con respecto a la migración, el año 2016 el saldo migratorio cambia de tendencia, pasando a ser positivo desde 2010 (más entradas que salidas). La mayor parte de estos movimientos corresponden a población extranjera (84,9%) y 15,1% de españoles (Instituto Nacional de Estadísticas , 2018).

Durante el año 2016 se registran 410.583 nacimientos, un 1,9% menos que el año anterior. La tasa de natalidad se sitúa en 8,80 nacidos por 1.000 habitantes. Respecto de la tasa de mortalidad, en 2016 fallecieron 410.611 personas residentes en España, un 2,3% menos que el año anterior. La tasa bruta de mortalidad se sitúa en 8,79 fallecidos por cada 1.000 habitantes (Instituto Nacional de Estadísticas , 2018).

En temas de educación, el alumnado extranjero no universitario asciende a 721.028 en el período 2016-2017, además el abandono escolar temprano corresponde al 18,3%, produciéndose un descenso de 13,4 puntos en los últimos 10 años (Instituto Nacional de Estadísticas , 2018).

2.11.2.4 Factores tecnológicos

En relación a la tecnología, en 2017 el 78,4% de la población española, con al menos un miembro de 16 a 74 años, disponía de un ordenador, el 83,4% tiene acceso a internet, frente al 81, 9% registrado en el año 2016 (Instituto Nacional de Estadísticas , 2018).

Con respecto al uso de internet, alrededor de 24 millones de personas, correspondiente al 69% de la población entre 16 y 74 años son usuarios diarios de internet 2016 (Instituto Nacional de Estadísticas , 2018).

2.11.2.5 Factores legales

El acuerdo comercial entre Ecuador y la Unión Europea entró en vigor provisional en Enero de 2017, la finalidad de este acuerdo fue incrementar las exportaciones de Ecuador hacia la Unión Europea (UE) tanto de productos tradicionales como no tradicionales. En dicho acuerdo se plantea tener una desgravación gradual desde 7 a 15 años; dicha disposición se aplicará a ciertos productos del sector textil, automotriz, lácteos y maquinarias, Así, los exportadores de la UE podrán ahorrar en aranceles aproximadamente 106 millones de euros mientras que para

las exportaciones ecuatorianas el ahorro será de hasta 248 millones de euros por año. (Delegación de la Unión Europea en Ecuador, 2017)

El 75% de los productos agrícolas de Ecuador como las flores frescas, café, cacao, aceite de palma, la mayoría de frutas y hortalizas, y el tabaco gozan de un libre acceso al mercado europeo a partir del 1 de enero de 2017. (Delegación de la Unión Europea en Ecuador, 2017)

Otros productos como banano fresco, de acuerdo a lo expuesto en el acuerdo, se liberarán gradualmente.

2.11.2.6 Factores ecológicos

En 2015, de acuerdo a una publicación realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas (2018) el gasto por concepto de protección al medio ambiente asciende a 2.374 euros, un 1.1% menos que en 2014. Además se registra que la economía española emitió 338,6 millones de toneladas de gases de efecto invernadero a la atmósfera en 2015, un 3,5% más que en 2014, procediendo el 78,9% de los sectores de actividad económica. El resto de emisiones procedieron de los hogares, de las cuales un 71,3% se generaron por el uso de transporte propio. Los hogares han disminuido sus emisiones un 5,8% respecto a 2008.

Con respecto al consumo de agua, en 2014 se abastecen a las redes públicas de 4.272 hm³ de agua. El costo unitario de agua está valorado en 1,83 euros/m³ aproximadamente. El volumen de agua de riego utilizado por el sector agrario asciende a 14.945 hm³ en 2015, un 1,2% menos que en 2014. (Instituto Nacional de Estadísticas , 2018)

2.12 Estudio de la demanda

En cuanto al consumo de café las estadísticas correspondientes al año 2016, señalan que en este año la demanda de este producto creció un 1% teniendo un volumen en miles de kilos de 77 937,35 como se muestra en la Tabla 5.

Tabla 6. Demanda café en España

	Cafés e Infusiones	% Variación Vs. Mismo periodo año anterior
VOLUMEN (Miles Kg)	77.937,35	1,0%
VALOR (Miles €)	1.140.756,83	5,4%
CONSUMO X CAPITA	1,78	2,6%
GASTO X CAPITA	25,99	7,1%
PARTE MERCADO VOLUMEN (Kg)	0,27	0,00
PARTE MERCADO VALOR (€)	1,70	0,09
PRECIO MEDIO €/Kg	14,64	4,4%

Fuente: (FORUM CAFÉ, 2017)

Así mismo las ventas de café en España que según su demanda no se ha logrado establecer, han convertido a las exportaciones de este en un segmento que aporta un valor en ventas de café del 64% lo que hace referencia a datos del TRADE MAP, donde se justificaría las exportaciones a este producto desde los países sudamericanos, que representan el 6.7% que son 774 mil dólares (MAP, 2016); a la vez que el consumo de este producto equivale a 4.000 a 5.000 kilogramos, aunque puede llegar hasta 8.000 o 10.000 kilogramos. (Box, 2014)

MERCADO DEL CAFÉ EN HOGAR

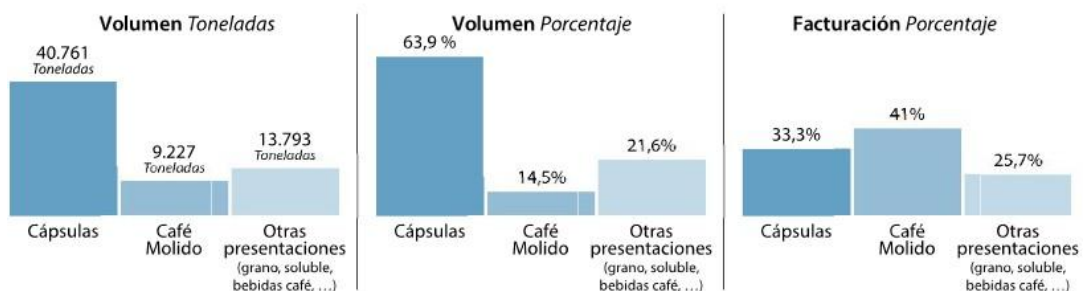


Figura 16 Mercado de Café en Hogar en España

Fuente: (Alimarket, Nielsen, Mapama, 2017)

Por otro lado el crecimiento del precio en este tipo de bebidas es notable ya que ha ido subiendo un 14.6% que representa un estimado de 1.04€/l. Esto debido a que ha sido dirigidos específicamente al consumó domestico del café,

reduciendo el café de hipermercados. De esta manera estableciendo como perfil de consumidor a los hogares medianos y mayores con hijos o sin ellos, debido a que tienen el 95.6% de consumo que adquieren este producto en distribuidoras.

2.13 Identificación de la partida arancelaria

La determinación de la partida arancelaria del café de haba fue basada en una investigación previa y a datos del SENA E que da como partida arancelaria 2101.12.00 correspondiente a extractos, esencias y concentrados de café.

2.13.1 Comportamiento histórico de la demanda de café en España

La situación del café en España se encuentra en una buena dinámica de consumo, es así que de acuerdo a las estadísticas proporcionadas por Qcom (2018) se verifica la venta anual móvil (TAM) en euros en el año 2017 y 2018 respectivamente, así como el número de tazas de café como se muestra en la tabla 5 a continuación:

Tabla 7. Consumo anual de café en España

	<u>Ventas en Euros</u>		<u>Ventas '000 Tazas</u>	
	<u>TAM</u>	<u>TAM</u>	<u>TAM Noviembre</u>	<u>TAM Noviembre</u>
	<u>Noviembre2017</u>	<u>Noviembre2018</u>	<u>2017</u>	<u>2018</u>
<u>TOTAL CAFES</u>	797.609.505	861.229.677	10.497.418	10.826.487
<u>Cafe Soluble</u>	156.454.520	159.482.047	3.461.950	3.470.728
<u>Cafe Tostado</u>	286.609.211	297.426.292	5.539.202	5.635.941

Fuente: (Qcom, 2018)

2.13.2 Principales importadores de café en España

Las empresas importadoras de café en España, de acuerdo a información proporcionada por Cámara de Comercio España (2017) son:

- CANDIDO MIRO SA
- LICORES SINC SA
- AGROSERC SA
- ALIFOODS S.A
- VEGENAT SA
- QUIMIDROGA SA
- NESTLE ESPAÑA, SA
- LABORATORIOS UNITEX-HARTMANN, SA
- RICARDO MOLINA SA
- COMERCIAL QUIMICA MASSO SA
- DALLANT SA
- T 500 PURATOS, SA
- ENVASES DEL VALLES, SA
- PROVIMAR SA
- SEMILLAS FITO SA
- BARA EZQUERRA, SA
- ZEELANDIA PRODUCTOS ALIMENTARIOS, SA
- GRUPO LECHE PASCUAL SA
- ROSER CONSTRUCCIONES METALICAS SA
- LIQUATS VEGETALS, SA
- MIQUEL ALIMENTACIO GRUP, SA
- PLANTAFARM SA
- DIPLOMATIC SUPPLY SERVICE SA
- OMNI COMERCIAL SA
- EMSUR MACDONELL SA

2.14 Análisis de la oferta

Para analizar la oferta, se procedió a investigar cuáles son los países proveedores de café a nivel mundial, que envían este producto a España, a través de información obtenida de (TRADEMAP, 2017).

2.14.1 Producción nacional de café (España)

Según los datos de la Organización Internacional del Café, en 2017 se produjeron 8.949 millones de kilos consumidos, aunque la producción se reduce, el consumo de café no deja de crecer, siendo los mayores bebedores de café son los europeos comunitarios, que consumen el 27,9% del café de todo el mundo, y en segundo lugar los estadounidenses, con el 15,9%. (CAFÉ, 2017)

2.14.2 Comportamiento de la oferta nacional de España

Tabla 8. Lista de mercados proveedores de café para España

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por España ⁱ

Producto: 210111 Extractos, esencias y concentrados de café

Unidad: miles Dólar Americano

Tabla Gráfico Mapa Empresas

Descargar: Período (número de columnas): 5 por página líneas por página: Por defecto (25 por página)

Bilateral a 4 dígitos	Exportadores	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015	Valor importada en 2016	Valor importada en 2017
	Mundo	808.623	1.051.326	1.010.513	986.779	1.080.839
<input type="checkbox"/>	Viet Nam	278.183	265.119	242.463	242.529	257.857
<input type="checkbox"/>	Francia	14.498	184.547	171.358	169.894	190.455
<input type="checkbox"/>	Brasil	115.349	141.025	146.575	121.527	130.665
<input type="checkbox"/>	Alemania	115.282	110.381	114.605	116.725	100.729
<input type="checkbox"/>	Colombia	56.346	77.224	71.372	62.564	69.672
<input type="checkbox"/>	Italia	22.893	51.735	36.635	45.085	48.315
<input type="checkbox"/>	Países Bajos	19.750	30.787	37.098	38.908	40.304
<input type="checkbox"/>	Uganda	24.718	25.416	22.067	18.661	30.801
<input type="checkbox"/>	México	4.849	14.686	33.599	31.283	26.408
<input type="checkbox"/>	Portugal	29.393	28.223	24.180	26.237	25.080
<input type="checkbox"/>	Côte d'Ivoire	20.733	16.065	10.285	10.434	23.669
<input type="checkbox"/>	India	14.514	14.291	11.955	13.045	21.554
<input type="checkbox"/>	Honduras	16.904	13.002	13.564	14.186	20.921
<input type="checkbox"/>	Reino Unido	7.641	13.240	10.879	9.722	20.047
<input type="checkbox"/>	Etiopía	8.287	6.232	6.914	5.921	13.003
<input type="checkbox"/>	Costa Rica	1.986	2.013	3.037	8.278	10.519
<input type="checkbox"/>	China	4.622	2.386	6.309	6.556	6.285
<input type="checkbox"/>	Perú	4.650	4.471	2.855	4.571	6.072
<input type="checkbox"/>	Suiza	11.981	15.056	13.486	8.904	5.483
<input type="checkbox"/>	Indonesia	5.428	8.750	2.186	1.075	5.155
<input type="checkbox"/>	Nicaragua	11.361	3.989	3.053	3.552	4.978
<input type="checkbox"/>	Bélgica	3.757	5.506	5.592	5.323	4.694
<input type="checkbox"/>	Kenya	1.282	1.963	3.467	3.500	4.161
<input type="checkbox"/>	Austria	18	911	1.129	2.450	3.387

Fuente: (TRADEMAP, 2017)

A través de la presente tabla, se puede apreciar que existen varios países que son proveedores de café a España, teniendo variaciones positivas o negativas en algunos casos, en los períodos 2015 a 2017.

En cuanto se refiere a la demanda exportaciones de café desde Ecuador hacia España, se puede apreciar en la tabla 6 que en el año 2016, se registra un dato

de 129.536 dólares, mientras que en el año 2017 se registra un valor menor de 101.901 dólares.

Tabla 9. Comercio bilateral entre España y Ecuador
Producto: 210111 Extractos, esencias y concentrados de café

Código del producto	Descripción del producto	Ecuador exporta hacia España			Ecuador exporta hacia el mundo		
		Valor en 2015	Valor en 2016	Valor en 2017	Valor en 2015	Valor en 2016	Valor en 2017
2101110000	Extractos, esencias y concentrados de café	571	774	586	126.639	129.536	101.901

Fuente: (TRADEMAP, 2017)

2.14.3 Comportamiento de la oferta en Ecuador

De acuerdo a la revista Líderes (2017) las exportaciones de café y elaborados entre enero y septiembre de 2017 fueron de 14.011 toneladas. En esta publicación se señala además que la producción en Ecuador es 30% más cara que otros países, esto lleva a que el precio sea más alto en relación a los competidores. El promedio de la producción de café en Ecuador es de 5 quintales por hectárea, mientras que otras naciones recogen 25 quintales.

2.14.4 Oferta productiva de la empresa de mi tierra

La empresa de Mi Tierra, actualmente cuenta con una oferta de 20.000 paquetes de café de haba anuales, pudiendo extender su producción a 40.000 paquetes para cubrir la demanda internacional.

2.15 Demanda insatisfecha

Para la identificar la demanda de café, el presente análisis se ha basado en los datos de TRADE MAP, en donde las exportaciones mundiales de este producto hacia España son de 6,7% lo que refleja un valor aproximado de 774 mil dólares (MAP, 2016); lo que en España equivalente a 4.000 a 5.000 kilogramos del producto, aunque puede llegar hasta 8.000 o 10.000 kilogramos (Box, 2014). Por

otro lado, se ha investigado en PROECUADOR y no se registran exportaciones desde Ecuador a España de café, pues los únicos productos exportados corresponden a camarones, langostinos y atún como se muestra en la presente figura.

PRODUCTOS EXPORTADOS ECUADOR – ESPAÑA (MILES USD)

DESCRIPCIÓN	2017	2018	ARANCEL
	Ene-Dic	Ene-May	2018
Demás camarones, langostinos y demás decápodos congelados	195,387	73,455	0%
Lomos precocidos de listados	98,110	22,011	0%
Listados en aceite	55,792	29,211	0%
Lomos precocidos de atún de aleta amarilla	42,648	15,273	0%
Lomos precocidos de atunes de ojo grande	25,531	9,120	0%

Figura 17. Exportaciones a España

Fuente: PRO ECUADOR (2018)

A pesar de ser un rango bajo es una gran oferta exportable, España importó productos ecuatorianos por 51,0 millones de euros (\$ 53,29 millones) en octubre 2016, un 12% más que el año anterior, esto según el último informe de Comercio Exterior del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. (Cevallos, 2016). Además de tener la facilidad del mismo idioma, gustos por productos orgánicos y sobre todo es también al reciente acuerdo multi-partes entre Ecuador y la Unión Europea, con amplios beneficios exportables con un arancel del 0% el cual tenía anteriormente 23% de arancel correspondiente a este tipo de elaborados, además que nos expresan su gran gusto por este elaborados y sobre todo a que es un producto orgánico garantizado y certificado, a la vez que tiene gran demanda de café en este país, por esta razón se justifica la elección de España como mercado objetivo, y también a que el café este direccionado a altos mercados, debido a la empresa DE MI TIERRA brinda un producto único ya sea

en salud , calidad e innovación , y asimismo a que es elaborado por ingredientes ancestrales andinos, haciéndolo un producto que tenga la misma capacidad de estar a un nivel igual que los productos de la oferta exportable ecuatoriana como son el camarón, banano y cacao.

Para fines de cálculos, en base a la demanda identificada, a través de la investigación de mercado y de acuerdo a la información proporcionada por el representante de la distribuidora Celicatessen, quien mencionó que en los primeros meses de la compra sería la mitad de la producción y si el producto tiene una buena acogida, podrían realizar la adquisición total de producción, es decir los 20.000 paquetes anuales que la empresa está en capacidad de producir.

En relación a la capacidad instalada de la empresa De Mi Tierra, se ha establecido que se producirán 20.000 fundas anuales, lo cual supone 1667 paquetes mensuales, para iniciar solventando la demanda de la distribuidora Celicatessen, lo cual supone:

Tabla 10. Proyección Demanda

Proyección de la Demanda				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
20000	23000	27600	34500	44850

Elaborado por: La Autora

La proyección se realizó en base a una meta de crecimiento del 15% para el año 2 y se incrementará en un 5% cada año hasta finalizar el último período de proyección.

Con respecto al mercado local, como se mencionó anteriormente, los registros de exportación de café a España, son relevantes lo que da un direccionamiento de oportunidad a nivel de Pymes elevado como señala en una publicación de (PRO ECUADOR, 2018).

CAPÍTULO III

INGENIERÍA DE PROYECTO

3.1 Resumen ejecutivo

El presente plan tiene como objetivo plantear estrategias y mecanismos para la exportación del café de haba de la empresa Mi Tierra, hacia el mercado español así como los procesos administrativos que la organización debería incorporar en su gestión.

Por otro lado, en la presente propuesta se detallan los requerimientos de insumos y mano de obra requerida para el proceso productivo, así como los costos de cada uno de los rubros que intervienen en la elaboración del bien final.

Dentro de este plan se detalla además una propuesta administrativa, que contempla la filosofía corporativa de la empresa Mi Tierra, así como la estructura organizacional y financiera que hace referencia a los requerimientos del presente proyecto.

3.2 Localización de la empresa

3.2.1 Macro localización

La empresa De Mi Tierra está localizada en la ciudad de Cayambe, provincia de Pichincha.

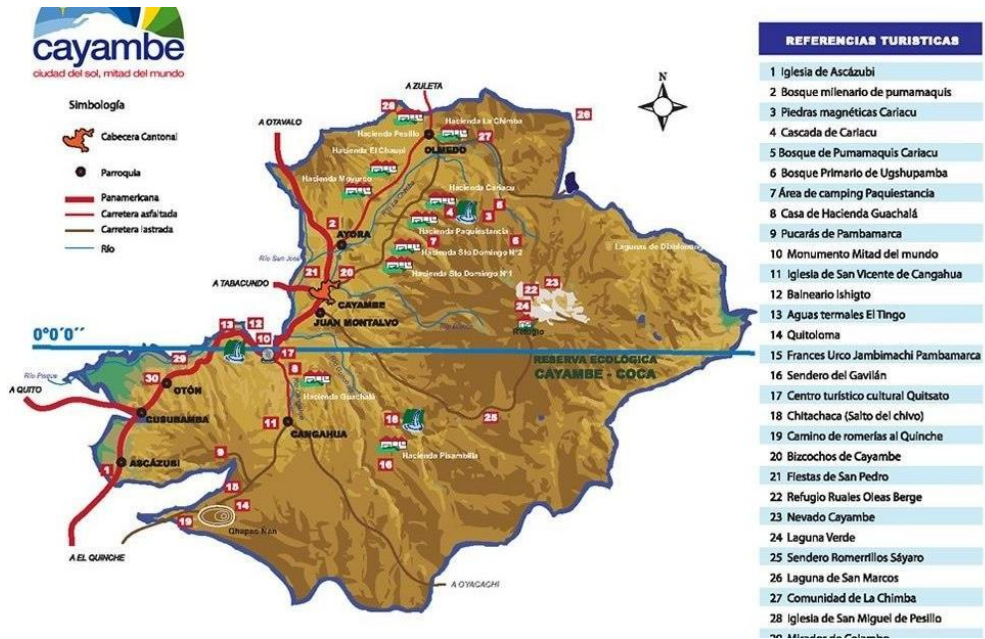


Figura 18. Mapa cantón Cayambe

Fuente: (Turismo, 2019)

3.2.2 Micro localización

La empresa De Mi Tierra está localizada en la calle Panamá y Olmedo. Conjunto Ciudad del Sol.

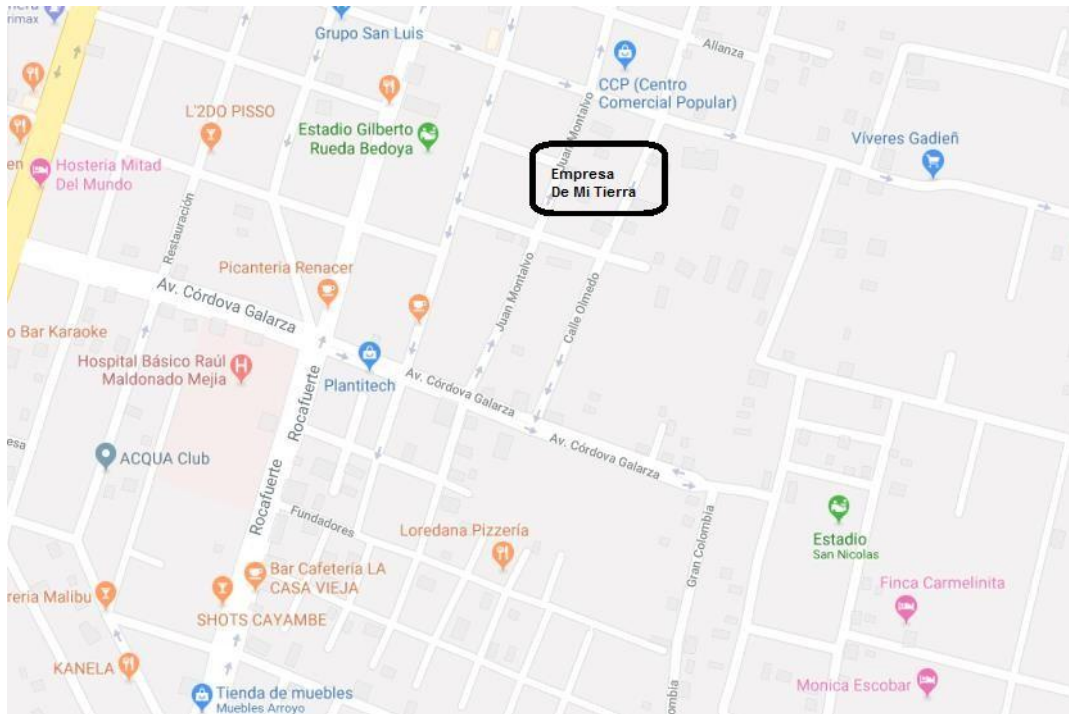


Figura 19. Micro localización

Fuente: (Google Maps, 2019)

3.3 Propuesta administrativa

3.3.1 Perfil de la empresa

La empresa DE MI TIERRA ubicada en la Provincia de Pichincha en el Cantón Cayambe produce aproximadamente 500 quintales mensuales de café de haba, que en producción en fundas es igual a 20.000 paquetes de café de 2.5 libras esto lo distribuye a, Panaderías Cayambe. En la actualidad y gracias a su gran acogida la empresa ha considerado buscar expandir su mercado mediante la asesoría electrónica de organismos nacionales como son PROECUADOR y MIPRO, así como también fomentar su participación en ferias nacionales e internacionales de manera que se logre establecer conexiones de contactos comerciales.

Buscando así obtener más conocimiento en procesos de exportación para la internacionalización del producto. De manera que dinamice la comercialización de su producto a grandes cantidades, logrando la industrialización de técnicas de elaboración artesanales, alcanzando así el nivel de estándar requerido para el proceso de producción.

La empresa DE MI TIERRA logro un posicionamiento local, y luego de años de trayectoria saturó el mercado en cuanto a elaboración de café. Esto ya que es una bebida que ha logrado brindar una alternativa de consumo de café tradicional, que se lo ha venido produciendo en el país por ello; buscando un sustituto que aporten los mismos beneficios en lo referente a café, este nuevo producto debía brindar las características y nutrientes a la dieta diaria, a la vez que ayude a la salud y que puedan ser consumidos por todas las personas sin ninguna restricción en su forma líquida. Por lo tanto este tipo de bebida es preparada a partir de sucedáneos o sustitutos de café en este caso el haba andina (VICIA FABA), proveniente de diferentes lugares del mundo como América Latina (dentro de la cual se puede mencionar al Ecuador) y también parte de Europa; este producto es utilizado principalmente como materia prima los cereales como la cebada y el trigo, leguminosas como la soya o mezclas de cereales y soya, entre otros.

3.3.2 Misión

Somos una empresa dedicada a producir café de haba, con los más altos estándares de calidad que satisfagan los paladares más exigentes, con personal capacitado y enfocado en generar proceso de mejoramiento continuo.

3.3.3 Visión

Para el año 2023 ser referentes internacionales en la producción y comercialización de café de haba, a través de innovación en nuestros procesos y la capacitación constante a nuestro personal, además de la responsabilidad social corporativa con nuestros públicos de interés.

3.3.4 Valores

- **Honestidad**

El equipo de trabajo de la empresa “Mi Tierra” deberá cumplir sus obligaciones con transparencia y lealtad.

- **Responsabilidad**

Los colaboradores de la empresa “Mi Tierra” deben cumplir sus actividades, con compromiso y convicción en cada una de sus funciones asignadas.

- **Puntualidad**

El respeto de los tiempos establecidos por la empresa “Mi Tierra”, debe ser una constante en cada uno de los trabajadores como política de vida organizacional.

- **Amabilidad**

El trato entre cada uno de los colaboradores de la empresa “Mi Tierra” debe ser cálido y humano, así como el comportamiento proyectado hacia los clientes, donde se demuestre la filosofía corporativa de la organización.

- **Respeto**

La obediencia a las normas y a las diferencias entre colaboradores y superiores propenderá a una sana convivencia donde se genere armonía entre los miembros de la organización.

3.3.5 Organigrama

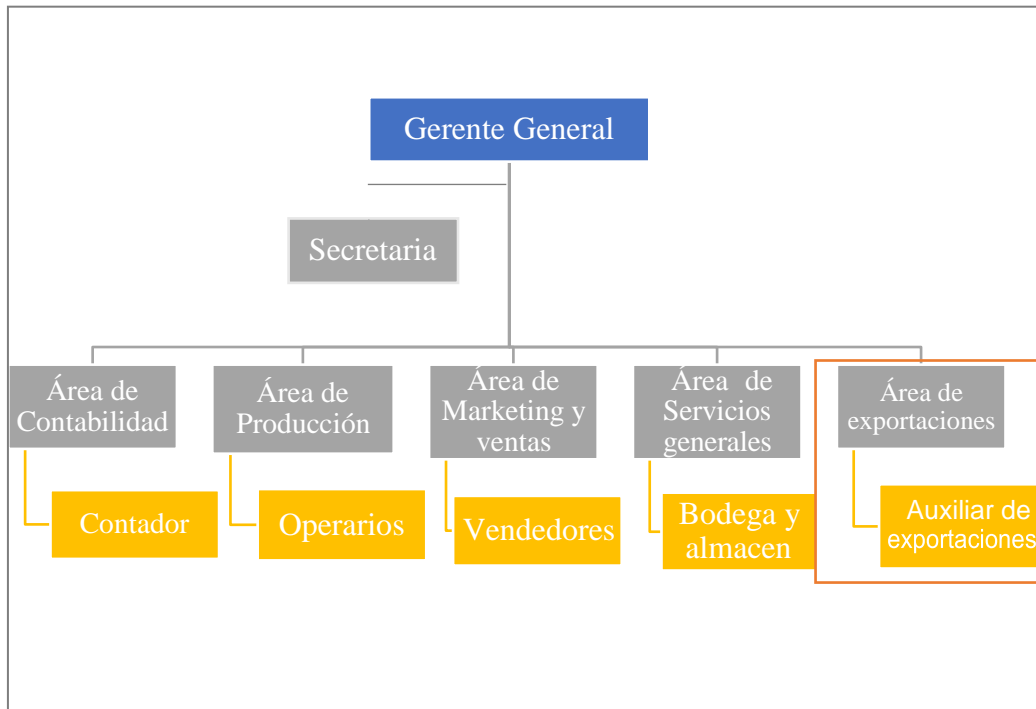



Figura 20. Organigrama Empresa Mi Tierra
Elaborado por: La Autora

3.3.5. Requerimiento de personal para el proyecto.

Cargo	# Personas
Auxiliar de exportación	1
Operarios	2

3.3.6 Funciones

a. Gerente General

 CARGO: GERENTE GENERAL	
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none">• Ejercer la representación legal de la empresa• Toma de decisiones• Contratación de personal• Ejecutar las metas y objetivos organizacionales• Aprobación de presupuestos, conjuntamente con el Área de Contabilidad
COMPETENCIAS	<ul style="list-style-type: none">• Creatividad• Trabajo en equipo• Orientación al logro• Liderazgo• Comunicación asertiva
PERFIL	<ul style="list-style-type: none">• Título de Ingeniero/a en Administración de Empresas, Economía, Marketing o afines• Edad entre 27 y 40 años• Experiencia en el cargo

b. Secretaria



CARGO: SECRETARIA

FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none">• Manejo de la agenda de Gerencia• Organización de la logística de reuniones del personal• Recepción y entrega de comunicaciones al personal y públicos de interés involucrados con la empresa• Recepción de llamadas
COMPETENCIAS	<ul style="list-style-type: none">• Trabajo en equipo• Capacidad de respuesta• Orientación al logro• Liderazgo• Comunicación asertiva
PERFIL	<ul style="list-style-type: none">• Título en Secretariado Ejecutivo, Ingeniera en Administración de Empresas, Marketing o afines• Edad entre 23 y 40 años• Experiencia en el cargo

c. Contador/a



CARGO: CONTADOR/A

FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none">• Registrar las transacciones correspondientes al giro del negocio• Realizar conciliaciones bancarias• Elaborar y suministrar a la Gerencia información financiera correspondiente a los movimientos• Verificar y aprobar presupuestos conjuntamente con la Gerencia• Realizar control interno• Manejo de caja chica y fondo rotativo
COMPETENCIAS	<ul style="list-style-type: none">• Analítico/a• Trabajo en equipo• Orientación al logro• Capacidad de toma de decisiones• Comunicación asertiva
PERFIL	<ul style="list-style-type: none">• Título en Contabilidad (CPA)• Manejo de paquetes contables• Edad entre 25 y 45 años• Experiencia en el cargo

d. Operario

 CARGO: OPERARIO/A	
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none">• Solicitar reposición de insumos para la producción• Registro de cantidades producidas diariamente• Control de producción• Control de calidad
COMPETENCIAS	<ul style="list-style-type: none">• Analítico/a• Trabajo en equipo• Orientación al logro• Capacidad de toma de decisiones
PERFIL	<ul style="list-style-type: none">• Egresado/a o Título en Ingeniería en Alimentos o Procesos Agroindustriales• Edad entre 25 y 45 años• Experiencia en el cargo

e. Bodeguero

 CARGO: BODEGUERO	
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none">• Manejo de inventario• Almacenamiento de materia prima e insumos• Verificación de fecha de caducidad de insumos para la producción

COMPETENCIAS	<ul style="list-style-type: none"> • Analítico/a • Trabajo en equipo • Orientación al logro • Capacidad de toma de decisiones
PERFIL	<ul style="list-style-type: none"> • Título de bachiller o formación universitaria en áreas relacionadas a procesos agroindustriales • Edad entre 18 y 35 años • Experiencia en el cargo

f. Auxiliar de exportación

	
CARGO: AUXILIAR DE EXPORTACIÓN	
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de normativa aduanera • Realización de trámites aduaneros para la exportación • Reportes de ventas internacionales
COMPETENCIAS	<ul style="list-style-type: none"> • Analítico/a • Trabajo en equipo • Orientación al logro • Capacidad de toma de decisiones
PERFIL	<ul style="list-style-type: none"> • Título universitarios de Comercio o Negocios Internacionales • Edad entre 25 y 35 años • Experiencia en el cargo

3.4 Propuesta de producción

3.4.1 Proceso productivo

El proceso productivo contiene algunas fases y pasos para obtener el bien final, en la presente figura se expone gráficamente dicho proceso que inicia con la recepción de materia prima en las instalaciones de la empresa, donde es verificada por el personal de producción para luego pasar al proceso de secado y tostado durante una hora aproximadamente. En el proceso de molido se debe obtener un polvillo fino y homogéneo, para proceder a su envasado en bolsas plásticas y finalmente se sella, se evalúa la calidad y se etiqueta para su posterior comercialización.

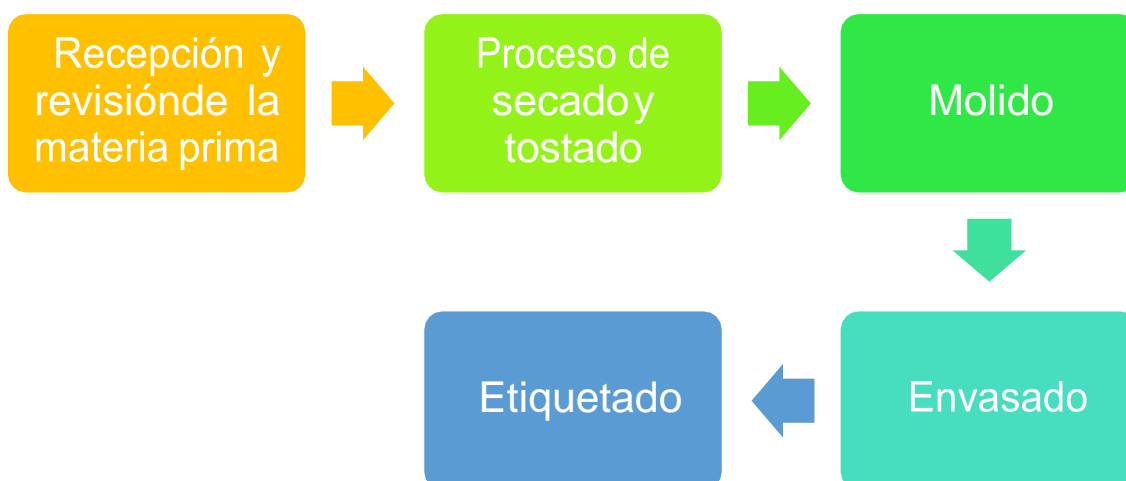


Figura 21. Proceso productivo
Elaborado por: La Autora

1. Recepción y revisión de la materia prima: en este primer proceso se clasifica los granos de haba para separar aquellos que pudieran encontrarse dañados o cualquier otro cuerpo extraño.

2. Proceso de secado y tostado: el proceso de secado y tostado se puede realizar de manera artesanal utilizando cazuelas o un tostador eléctrico a una temperatura entre 150 y 210 grados centígrados. Esta etapa puede tardarse

entre 25 a 30 minutos y una vez que se termina este proceso, los granos deben pasar a las bandejas de enfriamiento.

3. Molido: El proceso de molido consiste en la trituración de los granos, hasta obtener unas partículas minúsculas de polvo, listas para disolver y preparar bebidas.

4. Envasado: el envasado consiste en colocar el producto en un empaque de plástico, protegiendo la inocuidad del producto hasta su destino final.

5. Etiquetado: en este proceso se coloca una etiqueta adhesiva, que contenga la información del producto, sus ingredientes, semaforización, registro sanitario, fecha de elaboración y vencimiento, peso neto, entre otros.

3.5 Propuesta de exportación

3.5.1 Partida arancelaria

Tabla 11. Partida arancelaria

Sección	Sección iv (productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados)
Capítulo	21
Partida	21.01 (Extractos, esencias y concentrados de café, té o yerba mate y preparaciones a base de estos productos o a base de café, té o yerba mate; achicoria tostada y demás sucedáneos del café tostados y sus extractos, esencias y concentrados)
Sub.partida	2101.12.00.00 (Preparaciones a base de extractos, esencias o concentrados o a base de café)

Elaborado por: La Autora

3.5.2 Producto

El producto ofertado es un café de haba, elaborado con ingredientes naturales, el mismo que se expende en bolsas de plástico que contienen 450 gramos, con la respectiva semaforización y registro sanitario correspondiente.

PROTEINAS (gr)	9,7
HIDRATOS DE CARBONO (gr)	27,5
VITAMINAS	C(5mg), A,P,E,K
CALORIAS	158,5
GRASA	2,5
FIBRA	7,5
POTACIO	380
HIERRO (mg)	4,8
FOSFOR (mg)	190
MAGNESIO (mg)	80
VIT. B1 (mg)	0,2
NIACINA (mg)	2,7
FOLATOS (mg)	70
CALCIO (mg)	48,0

BENEFICIOS

El café de habas es un producto natural elaborado a base de habas secas, tostadas y molidas las mismas que le confieren propiedades medicinales y alimentarias entre las propiedades medicinales se destacan las siguientes :

- Colesterol
- Alzheimer
- Depurativas y antirreumáticas: Limpia los riñones y depura la sangre
- Afrodisiaco : Aumenta el deseo sexual

Figura 22. Información nutricional



Figura 23. Producto empacado

3.5.3 Empaque

El empaque del producto corresponde a una funda plástica, que contiene un peso de 450 gramos de café de haba, el cual se sella con una máquina manual para este fin.

3.5.4 Etiquetado

En la etiqueta debe figurar: denominación de venta del producto alimentario, situado en primer término y de forma clara y visible. Debe indicar su naturaleza exacta de forma específica y no genérica. Deben utilizarse las denominaciones previstas en el reglamento, y en caso de que no exista, se puede utilizar una prevista en las normas internacionales. La denominación debe de ser clara y no contener palabras que puedan inducir a error al consumidor. Los ingredientes deben mostrarse en orden decreciente de acuerdo a su proporción de peso en el producto en el momento de fabricación, y precedido de un título apropiado ('Ingredientes' o 'Compuesto de...'). Si un ingrediente está a su vez compuesto de otros, estos también deben figurar (ICEX, 2019).

- Cantidades y peso de la mercancía

Los documentos que deben acompañar a la DAE son:

- Factura comercial original
- Autorizaciones previas

Una vez aceptada la DAE, se procede a ingresar la mercancía en Zona Primaria, correspondiente al distrito donde se embarca la misma, luego de ello se informa al exportador el tipo de aforo asignado, el cual puede ser: aforo automático, documental o físico intrusivo.

En el aforo automático, la autorización para la salida de la mercadería será inmediata al momento de la carga.

Si el aforo es documental, al momento de ingreso de la carga se designará a un funcionario para este fin, el cual procederá a la revisión electrónica de documentos habilitantes y si no existen novedades, se realizará el respectivo cierre del proceso; con ello se autorizará la salida de la mercadería y el posterior embarque.

Cuando la DAE tenga aforo físico intrusivo, se procede de acuerdo a lo señalado en el aforo documental y adicionalmente se realiza una revisión una inspección física de la mercadería, verificándola con la información colocada en la DAE.

3.6 Negociación

3.6.1 Contrato de compra-venta internacional de mercancías

En el contrato de compra-venta internacional de mercancías debe constar la inserción de cláusulas INCOTERMS (CIP y DAT), así como las principales obligaciones a las que está sujeto el vendedor de las mercancías; por lo tanto, el vendedor quedará liberado en el momento en el que se ha puesto la mercadería a disposición del comprador, surgiendo por parte de éste, sus obligaciones de pago, de recepción de la mercancía y el traspaso del riesgo.

En cuanto a las obligaciones del comprador, el pago del precio acordado es uno de sus principales deberes, el cual deberá hacerse efectivo una vez que se ponga a su disposición la mercancía y documentos.

3.6.2 Términos de negociación-incoterms

Los términos de negociación estarán basados en las siguientes cláusulas:

Respecto del vendedor:

- En el contrato debe constar la información de la razón social del vendedor, dirección, acta constitutiva y datos empresariales requeridos por el comprador.
- En relación al pago, el vendedor condicionará la propiedad de la mercancía, toda vez que reciba la cancelación valores monetarios por la misma.
- Debe constar además los INCOTERMS (CIP y DAT) donde se especifique como se integra el precio; es decir que incluye el precio al recibir la mercadería. En este caso, incluye el valor de la mercadería, un seguro, así como el flete (contratado por el vendedor) hasta el destino acordado; en este caso el envío se realizará vía aérea.
- El pago se realizará mediante carta de crédito, señalando al vendedor como beneficiario, y especificando que el pago se hará contra la presentación de la factura comercial, certificado de origen, copia del conocimiento de embarque, póliza de seguro marítimo, y una letra de cambio.
- Las garantías del vendedor al comprador también se incluirán en los términos de la negociación, donde se especifique el plazo para la entrega de la mercadería, la cual se encuentre libre de defectos, así como las cantidades, empaque, envase y embalaje acordados.

Respecto del comprador

- En el contrato debe constar la información de la razón social del comprador, dirección, acta constitutiva y datos empresariales requeridos por el vendedor.

- El plazo en el que se compromete a pagar por la mercadería recibida.
- Los medios para resolver diferencias entre las partes.
- Otros aspectos que requiera el comprador.

Se ha desarrollado un modelo de contrato para que la empresa De Mi Tierra, pueda ajustarlo a sus necesidades y se pueda negociar la compra-venta de la mercadería de una forma legal.

El contrato entre las dos partes, se adjunta en la sección de Anexos.

3.7 Logística de exportación

3.7.1 Embalaje y rotulado para la exportación

De acuerdo a (Santandertrade, 2019), el embalaje debe respetar la legislación europea de prevención de riesgos de salud del consumidor y protección del medio ambiente, de manera especial el tratamiento de los desechos. Los paquetes de madera o material vegetal pueden ser sometidos a un control fitosanitario. Con respecto al idioma, toda la información del producto debe aparecer en una etiqueta posterior en idioma español y en otros idiomas oficiales (por razones comerciales). El marcado de origen "HECHO EN" debe aparecer obligatoriamente y está sometido al control de aduanas.



Figura 24. Marcado y rotulado cajas

En cada caja se colocarán 24 paquetes de café de 450 gramos.

3.8 Unitarización de la carga

Con respecto al empaque, embalaje y etiquetado, se debe realizar en base a las Normas ISO 3394, donde se expone las dimensiones que deben tener las cajas.

los pallets o plataformas y las cargas politizadas. El patrón que deben tener las bases son de 60 x 40 cm en medida externa, pero se debe tener en cuenta la altura dependiendo las dimensiones del producto y a la ubicación de este.



Figura 25. Unitarización de la carga

En cada pallet se colocarán 27 cajas que contienen café de haba.

3.9 Transporte

Para realizar el envío de la mercadería, se realizará a través de vía aérea desde Quito-Ecuador hasta Madrid-España como se ilustra en la figura 24.



Figura 26. Logística de exportación
Elaborado por: La Autora

A continuación se describe gráficamente cómo será la logística para el envío de mercadería vía aérea.

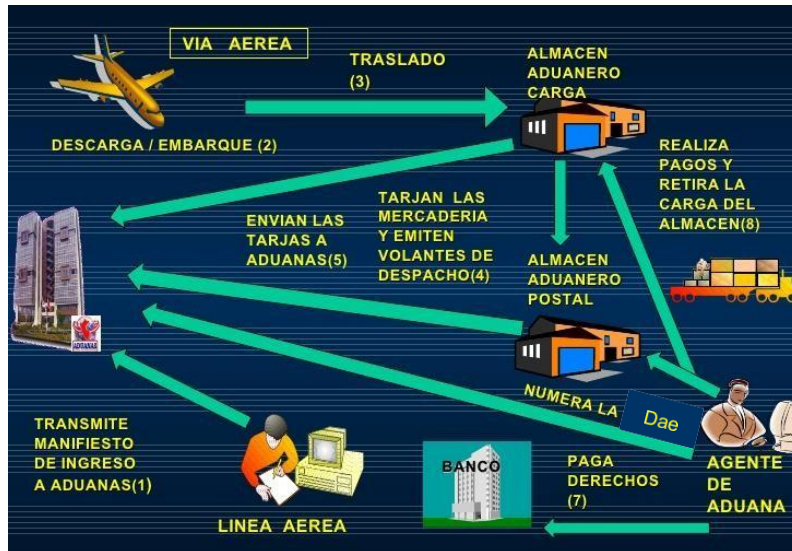


Figura 27. Logística envío mercancía

Fuente: (CEOP Montessori, 2011)

Como se puede observar el proceso inicia con el trámite de ingreso de mercadería en aduana, a través de la DAE (Declaración Aduanera de Exportación), donde deben constar los siguientes datos: información del exportador o declarante, descripción de mercancía por ítem de factura, datos del consignante, destino de la carga, cantidades, peso. Los documentos electrónicos que acompañan a la DAE son: factura comercial original, autorizaciones previas, certificado de Origen electrónico.

Una vez revisada y verificada la información del declarante, se procede al embarque vía aérea, luego de lo cual traslada y se almacena la mercadería, se realizan los trámites aduaneros respectivos en el país de destino y se realizan los pagos necesarios para poder retirar la mercancía.

3.10 Publicidad y Promoción

3.10.1 Propuesta de promoción y publicidad

Para que la empresa De Mi Tierra, se potencialice en mercados internacionales, se ha previsto que tenga visibilidad en redes sociales como Facebook e

Instagram, así como su participación en ferias internacionales como por ejemplo, INTERSICOP que es una feria donde aglutina a empresarios relacionados con panadería, pastelería y afines. Esta feria tiene lugar en Madrid y se lleva a cabo en el mes de febrero todos los años.

Para la publicidad, se ha propuesto que la empresa se apoye en las redes sociales que hoy en día son muy efectivas para comunicar los beneficios de la marca; es por ello, que se ha diseñado un fan page en Facebook y un sitio web para este fin.



Figura 28. Fan page Facebook

Elaborado por: La Autora



CAFÉ DE HABA

DISFRUTA EL CAFÉ DE UNA FORMA DIFERENTE

CAFÉ " De Mi Tierra " es un(a) Tienda online de alimentos saludables líder en la industria. Contamos con una amplísima selección de productos de alta calidad, brindamos una sencilla experiencia de compras, tiempos rápidos de entrega y el mejor servicio al cliente. Echa un vistazo a lo que tenemos disponible.



Figura 29. Sitio Web

Elaborado por: La Autora

Distribuidora Celicatessen



Figura 30. Interiores Distribuidora Celicatessen



Figura 31. Representantes Distribuidora Celicatessen

CAPÍTULO IV
ANÁLISIS FINANCIERO

4.1 Presupuesto de activos fijos para la producción

Tabla 12. Presupuesto activos fijos para la producción

Detalle	Cantidad	Valor Unitario USD	Valor Total USD
Máquina secadora	1	1500,00	1500,00
Máquina tostadora	1	1700,00	1700,00
Máquina moledora	1	1900,00	1900,00
Máquina envasadora	1	1500,00	1500,00
Cocina industrial	1	100,00	100,00
Balanza digital 30 kg	1	100,00	100,00
Balanza electrónica 1000gr	1	50,00	50,00
Balanza de humedad	1	140,00	140,00
Tamiz	1	5,00	5,00
Cucharón	2	3,00	6,00
Palas plásticas	2	1,20	2,40
Tachos plásticos 23 lt	2	3,00	6,00
Lavacaras 5 lt	2	2,50	2,50
Lavacaras 23 lt	2	4,50	9,00
Termohidrometro	1	35,00	35,00

Total	7055,90
--------------	----------------

Elaborado por: La Autora

El capital de trabajo ha sido considerado para poder cubrir la inversión inicial y los salarios de los trabajadores que requieren ser contratados en la empresa De Mi Tierra para las operaciones de producción y exportación.

CAPITAL DE TRABAJO			
<i>Cant.</i>	<i>Descripción</i>	<i>Precio Unitario</i>	<i>Monto</i>
1	Capital de trabajo (6 meses)	3.800,00	3.800,00
<i>Total</i>			3.800,00

TOTAL INVERSIONES

10.858,40

4.2 Insumos para la producción de café haba

La materia prima requerida, así como insumos para la presentación de 450 gramos de café de haba, es la siguiente:

Tabla 13. Insumos para la producción de café de haba

Insumos	Unidad de medida	Cantidad Utilizada	Costo Unitario	Total
Haba	libra	0,46	\$0,95	\$0,95
Café	¼ libra	0,10	\$0,88	\$0,88
Fundas	unidad	1	\$0,15	\$0,15
Etiqueta	unidad	2	\$0,02	\$0,04
Total			2,02	2,02

Elaborado por: La Autora

4.3 Costos indirectos de fabricación

Los costos indirectos de fabricación que intervienen en el presente proyecto, son los siguientes:

Tabla 14. Costos indirectos de fabricación

Concepto	Mes	Unidades/Mes	Costo Unitario
Arriendo	300	1667	\$0,31
Servicios Básicos	50	1667	\$0,05
Gas	16	1667	\$0,02
Total			\$0,38

Elaborado por: La Autora

4.4 Costo unitario de producción

Los elementos que son parte del costo unitario de producción, se detallan a continuación:

Tabla 15. Costo unitario de producción

Concepto	Costo Unitario
Mano de obra directa	0,49
Materia prima directa	2,02
Costos indirectos de fabricación	0,38
Total	2,89

Elaborado por: La Autora

4.5 Cálculo del precio

Para calcular el precio, se ha tomado en consideración los costos unitarios de producción sumada la utilidad que para el caso de este producto es del 45%.

Tabla 16. Precio para presentación de 450 gramos

Concepto	Costo Unitario
Costos unitarios (incluye costos de producción, gastos administrativos y de exportación)	2,89
Utilidad (45%)	1,30
Precio de venta	\$4,19

Elaborado por: La Autora

4.6 Gastos de exportación

Para calcular los gastos de exportación, se han tomado en cuenta algunos rubros, correspondientes a los gastos logísticos para el envío del café de haba de la empresa De Mi Tierra a España, como se muestra en la tabla 17.

Tabla 17. Gastos de exportación

Gastos logísticos	Costo Unitario	Costo mensual	Costo anual
Cajas máster (Cartón) (150 cajas/12 fundas por caja)	\$1,15	\$172,50	\$2070,00

Transporte interno Cayambe-Quito	\$190,00	\$190,00	\$2280,00
Preparación de la carga (paletización)	\$15,00	\$150,00	\$1800,00
Emisión del certificado de origen (EUR1)	\$10,00	\$10,00	\$120,00
Inspección pre-embarque	\$150,00	150,00	\$1800,00
Gastos varios de inspección	\$20,00	\$20,00	\$240,00
Contratación de seguro (LATAM Cargo)	\$90,00	\$90,00	\$1080,00
Gastos bodegaje LATAM Airlines(Flete)	\$733,40	\$733,40	\$8800,80
TOTAL GASTOS LOGÍSTICOS		\$997,50	\$18190,80

Elaborado por: La Autora

4.7 Gastos

4.7.1 Gastos administrativos

Dentro de los gastos administrativos, se han tomado en cuenta los sueldos de los operarios que se requiere contratar, para cubrir la producción que se exportará a España, así como el auxiliar de exportaciones, como se muestra en la tabla 16.

Con respecto a la asignación de sueldos, cabe destacar que las personas que se encuentran en el área de producción ganarán \$400 que es un valor superior al salario básico y la persona que ocupe el cargo de auxiliar de producción, será una persona que apoyada por los procesos gratuitos de capacitación que oferta el MIPRO en el campo de las exportaciones, pueda apoyar a la empresa en su objetivo; por tanto no se requiere que la persona tenga un amplio currículum que amerite pagarle un salario alto, pues se debe tomar en consideración que la empresa De Mi Tierra apenas quiere iniciarse en estos procesos.

Tabla 18. Sueldos operarios

SUELDOS Y SALARIOS(PERSONAL OPERATIVO)				ANOS					
CANT.	CARGO	Valor Unit.	Valor Mes	1	2	3	4	5	TOTAL
2	Subtotal personal operativo	400,00	800,00	9.600,00	9.651,84	9.703,96	9.756,36	9.809,05	48.521,21
	Fondos de Reserva		8,33%	-	804,00	808,34	812,70	817,09	3.242,14
2	(+) Decimo Cuarto	400,00	800,00	800,00	800,00	840,00	840,00	882,00	4.162,00
	(+) Decimo Tercero	-	800,00	800,00	804,32	808,66	813,03	817,42	4.043,43
	TOTAL	2.400,08	11.200,00	11.200,00	12.060,16	12.160,96	12.222,10	12.325,56	59.968,78
	(+) Aporte patronal IESS		11,15%	1.248,80	1.344,71	1.355,95	1.362,76	1.374,30	6.686,52
	(-) Descuento empleados IESS		9,45%	1.058,40	1.139,68	1.149,21	1.154,99	1.164,77	5.667,05
	TOTAL SUELDO A PAGAR			10.141,60	10.920,47	11.011,75	11.067,11	11.160,79	54.301,73
	TOTAL IESS A PAGAR			2.307,20	2.484,39	2.505,16	2.517,75	2.539,07	12.353,57
	TOTAL COSTO DE PERSONAL OPERATIVO			12.448,80	13.404,87	13.516,91	13.584,86	13.699,86	66.655,30

Elaborado por: La Autora

Tabla 19. Sueldo auxiliar de exportación

PERSONAL ADMINISTRATIVO		MESES												
CARGO	Valor Mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
Auxiliar de exportación	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	6.000,00
(+) Decimo Cuarto	732,00	61,00	61,00	61,00	61,00	61,00	61,00	61,00	61,00	61,00	61,00	61,00	61,00	732,00
(+) Decimo Tercero	500,00	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	500,00
TOTAL	1.732,00	602,67	602,67	602,67	602,67	602,67	602,67	602,67	602,67	602,67	602,67	602,67	602,67	7.232,00
(+) Aporte patronal IESS	11,15%	67,20	67,20	67,20	67,20	67,20	67,20	67,20	67,20	67,20	67,20	67,20	67,20	806,37
(-) Descuento empleado IESS	9,45%	56,95	56,95	56,95	56,95	56,95	56,95	56,95	56,95	56,95	56,95	56,95	56,95	683,42
TOTAL SUELDO A PAGAR		545,71	545,71	545,71	545,71	545,71	545,71	545,71	545,71	545,71	545,71	545,71	545,71	6.548,58
TOTAL IESS A PAGAR		124,15	124,15	124,15	124,15	124,15	124,15	124,15	124,15	124,15	124,15	124,15	124,15	1.489,79

Elaborado por: La Autora

4.8 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Para cubrir la inversión de \$ 10.858,40, la empresa De Mi Tierra, solventará este rubro a través de la venta de un terreno valorado en \$28.000; por lo tanto no se incurrirá en deuda con terceros.

4.9 Presupuesto de ingresos

Para realizar el cálculo del presupuesto de ingresos, se ha tomado como referencia la cantidad de 20.000 unidades anuales de producto que se enviará a España, multiplicado por el precio de venta de \$4,19 y el crecimiento en ventas que se proyecta en un 10%, incrementando 5% cada año como meta de ventas.

Tabla 20. Variables para el cálculo de ingresos

Variables	
Producción para exportación	20.000
Precio	4,19
Crecimiento Ventas	10%

Elaborado por: La Autora

Tabla 21. Ingresos proyectados

Ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos esperados	83.810	96382	115657,8	144572	187944
Costo de producción	70248,80	74326,07	77727,86	81263,20	85032,83

Elaborado por: La Autora

4.10 Flujo de caja

Para calcular los rubros que contienen el flujo de caja, se tomaron en cuenta los ingresos, egresos; así como el pago de impuestos y de trabajadores para la obtención de la utilidad neta, como se muestra en la presente tabla.

Tabla 22. Flujo de caja

DESCRIPCION	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversiones	(10.858,40)		-	-	-	-
INGRESOS						
Ingreso por margen en ventas anuales	-	83.810,00	96.381,50	115.657,80	144.572,25	187.943,93
TOTAL INGRESOS	-	83.810,00	96.381,50	115.657,80	144.572,25	187.943,93
EGRESOS						
Costos de producción		70248,80	74326,07	77727,86	81263,20	85032,83
Gastos Administrativos	-	8.593,90	8.905,11	9.269,45	9.606,05	9.998,84
Depreciaciones		1.215,84	1.215,84	1.215,84	1.215,84	1.215,84
Gastos exportación		18.190,80	19.173,10	20.208,45	21.299,71	22.449,89
TOTAL EGRESOS	-	98.249,34	103.620,12	108.421,59	113.384,80	118.697,40
Utilidad Operativa		(14.439,34)	(7.238,62)	7.236,21	31.187,45	69.246,53
(-) Impuesto a la renta		-	-	361,81	4.678,12	13.849,31
(-) 15% Utilidades a trabajadores		-	-	1.085,43	4.678,12	10.386,98
Utilidad Neta		(14.439,34)	(7.238,62)	5.788,97	21.831,22	45.010,24
(+) Valor de Salvamento						1.411,68
(+) Depreciaciones		1.215,84	1.215,84	1.215,84	1.215,84	1.215,84
(+) Recuperacion de capital						3.800,00
Flujo Neto de Efectivo	(10.858,40)	(13.223,50)	(6.022,78)	7.004,81	23.047,06	51.437,76

Elaborado por: La Autora

4.11 Indicadores Financieros

4.11. 1 Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno asciende **30,73%**, como es un valor mayor a cero, se concluye que el proyecto de exportación es factible de ser implementado.

4.11.2 Valor actual neto

El Valor actual neto asciende a **\$ 32.754,49**; el cual siendo positivo es un rubro significativo para que al cabo de 5 años se pueda reinvertir en nuevos proyectos para la empresa.

4.11.3 Punto de equilibrio

Respecto del punto de equilibrio, aplicando la fórmula:

$$(P \times U) - (Cvu \times U) - CF = 0$$

Se tiene:

Precio: \$4,19

Unidades anuales: 20.000

Costo variable unitario: 2,89

Costos fijos: 8.593,90

Entonces, aplicando la fórmula anteriormente mencionada, se tiene como resultado que para obtener el punto de equilibrio, se requieren producir **17.416** unidades anuales para no ganar ni perder; sabiendo que la producción meta es 20.000 unidades anuales; producción con la cual la empresa generaría utilidades.

4.11. 4 Costo beneficio

El costo- beneficio resulta de la división entre los valores netos de ingresos y egresos netos, tomando en cuenta la inversión:

INGRESOS	521.762,4
EGRESOS	\$ 458.305,89
EGRESOS +INVERSION	\$ 469.164,29
COSTO-BENEFICIO (INGRESOS/EGRESOS+INVERSIÓN)	
COSTO BENEFICIO =	1,11

Costo beneficio = **0,11**. Por cada dólar de inversión, la empresa gana 0,11 centavos.

CONCLUSIONES

A través de la entrevista realizada a la gerencia de la empresa De mi Tierra, se identificó que el producto está preparado para su comercialización internacional, ya que está elaborado con los estándares de calidad que exigen los mercados externos.

Mediante el análisis de mercado, se pudo concluir que actualmente Ecuador, no exporta café a España; sin embargo existe posibilidad de ingreso del producto de la empresa De Mi Tierra al mercado español, con una capacidad de producción de 1667 paquetes mensuales de 450 gramos.

En cuanto a la propuesta administrativa, se puede concluir que la incorporación de un auxiliar de comercio exterior, ayudará a que la empresa extienda sus operaciones a otros mercados y por ende incremente sus ventas y sus utilidades.

Finalmente respecto del análisis financiero, se pudo determinar que la tasa interna de retorno asciende 30,73%, como es un valor mayor a cero, se concluye que el proyecto de exportación es factible de ser implementado. El Valor actual neto asciende a \$ 32.754,49; el cual siendo positivo es un rubro significativo para que al cabo de 5 años se pueda reinvertir en nuevos proyectos para la empresa.

RECOMENDACIONES

Se recomienda que el la empresa De mi Tierra, se capacite oportuna y periódicamente en temas de comercio internacional, de tal modo que el equipo de trabajo se encuentre actualizado respecto de la normativa legal y de las necesidades de los mercados externos.

Es importante que la empresa monitoree periódicamente las necesidades del mercado y las tendencias globales, donde se diseñen productos con altos estándares de calidad para satisfacer las necesidades de un target cada vez más exigente.

Se sugiere que la empresa genere procesos de innovación en su producto estrella, para satisfacer la demanda insatisfecha de café, de tal modo que pueda diversificar su producción e incrementar su cuota de mercado.

Se recomienda realizar proyecciones financieras como análisis de rentabilidad y punto de equilibrio, que aporten a la empresa información relevante, para la toma de decisiones; todo ello con el fin de que los recursos de la organización puedan invertirse de una manera adecuada para el crecimiento y desarrollo de la misma.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Departamento de Servicios de Información de ICEX España Exportación e Inversiones. (2016). *ICEX*. Obtenido de ICEX: https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEWjgm9nttIDXAhVIOCYKHeKVB-kQFgg7MAM&url=https%3A%2F%2Fwww.icex.es%2Fficex%2Fwcm%2Fidc%2Fgroups%2Fpublic%2Fdocuments%2Fdocumento_anexo%2Fmdez%2Fmju1%2F~edisp%2Fdax201
- 20 minutos. (16 de abril de 2017). *20 minutos*. Obtenido de <https://www.20minutos.es/noticia/3012629/0/mapa-consumo-cafe-mundo/>
- Acuña, J. (17 de 03 de 2013). *Acualonit*. Obtenido de <http://acualonit.overblog.com/las-4-p-precio-producto-plaza-y-promocion>
- acuña, J. a. (17 de 03 de 2013). *acualonit*. Obtenido de acualonit: <http://acualonit.overblog.com/las-4-p-precio-producto-plaza-y-promocion>
- Aduana. (mayo de 2017). *Aduana del Ecuador*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/REGLAMENTO-LIBRO-V-COPCI-REFORMA-27-03-2017.pdf>
- Aduanas, C. y. (15 de 09 de 2012). *INCEA*. Obtenido de INCEA: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterms2010/121-que-son-incoterms-2010>
- Alimarket, Nielsen, Mapama. (2017). *Forum del café*. Obtenido de https://www.forumdelcafe.com/sites/default/files/biblioteca/consumo_de_cafe_en_espana.pdf
- Alimentación . (s/f). *Alimentación*. Obtenido de http://www.alimentacion.es/imagenes/es/haba_tcm5-39183.pdf
- ARCSA. (2018). Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/06/suplementos-reformada.pdf>
- Barrantes, L. (08 de 2010). *Accesoría Internacional de Comercio*. Obtenido de Accesoría Internacional de Comercio: <http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=A2EAD105-7AEB-41E0-9907-9BF7A110A556.PDF>

- Bolaños, A. (16 de febrero de 2012). Obtenido de https://elpais.com/economia/2012/02/16/actualidad/1329380471_198873.html
- Botanical. (2015). *Botanical*. Obtenido de Botanical: <http://www.botanical-online.com/propiedadescafe.htm>
- Box, J. M. (10 de 03 de 2014). *El cultivo de las habas*. Obtenido de El cultivo de las habas: <http://www.tecnicoagricola.es/el-cultivo-de-las-habas/>
- CAFÉ, F. D. (2017). *federación española de café*. Obtenido de federación española de café: http://www.federacioncafe.com/images/documentos/datos_sector/cafe_cifras/11_Estadistica_2017.pdf
- Cámara de Comercio España. (2017). Obtenido de <http://directorio.camaras.org/index.php?pagina=1®istros=0&offset=0&cocin=&impexp=l&anno=17&tramo=00&empresa=&producto=TA&codprod=09&areanacional=PR&codareanac=&areainternac=PS&codareainter=>
- Cámara de Comercio Internacional, O. C. (2016). *PRO ECUADOR*. Obtenido de PRO ECUADOR: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>
- Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España. (2013). *plancameral*. Obtenido de [plancameral](http://www.plancameral.org/web/portal-internacional/documentos-importacion-exportacion): <http://www.plancameral.org/web/portal-internacional/documentos-importacion-exportacion>
- CEOP Montessori. (19 de enero de 2011). *Slideshare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/CESARCH/taller-de-manifiesto-de-carga>
- Cevallos, J. (26 de Diciembre de 2016). Exportaciones de productos ecuatorianos a España subieron en octubre un 12%. *EL UNIVERSO*, pág. 1.
- Comex. (2017). *Pudeleco*. Obtenido de <http://www.pudeleco.com/files/a17026a.pdf>
- Delegación de la Unión Europea en Ecuador. (marzo de 2017). *EEAS*. Obtenido de https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/cartilla_acuerdo_comercial_ue-ecuador_0.pdf

- Descartes, R. (2009). *Discurso del Método*. Buenos Aires: Colihue S.R.L.
- Diario El Universo. (17 de noviembre de 2014). *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2014/11/17/nota/4226656/cafe-habas-tradicion-familiar-que-se-hizo-negocio>
- Eco Agricultor. (2014). *ecoagricultor.com*. Obtenido de [ecoagricultor.com](https://www.ecoagricultor.com/propiedades-de-las-habas/): <https://www.ecoagricultor.com/propiedades-de-las-habas/>
- Egas, K. (2019). *Todo comercio exterior*. Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/documentos-de-exportacion-factura-comercial>
- El Confidencial. (16 de diciembre de 2015). *El Confidencial*. Obtenido de https://www.elconfidencial.com/ultima-hora-en-vivo/2015-12-16/datos-basicos-y-evolucion-politica-de-espana_773580/
- El Productor. (30 de enero de 2017). *El Productor*. Obtenido de <http://elproductor.com/estadisticas-agropecuarias/rendimiento-de-cafe-en-el-ecuador/>
- El Productor. (2017 de noviembre de 2017). *El Productor*. Obtenido de <http://elproductor.com/estadisticas-agropecuarias/rendimientos-de-cafe-grano-seco-en-el-ecuador-2017/>
- Enciclopedia de Clasificaciones. (18 de 10 de 2017). *tiposde.com*. Obtenido de <http://www.tiposde.org/economia-y-finanzas/686-financiamiento/>
- Estrada, P. (abril de 2012). *Dspace*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3821/1/UPS-QT03302.pdf>
- European Anti Poverty Network. (enero de 2015). *EAPN*. Obtenido de https://www.eapn.es/ARCHIVO/documentos/noticias/1423562383_20150121_el_estado_de_la_pobreza._seguimiento_del_arope_2013_resumen_ejecutivo.pdf
- Fernández, L. (I de 2005). *Butlletí LaRecerca*. Obtenido de Butlletí LaRecerca.
- Fernández, L. (3 de Octubre de 2005). *Butlletí LaRecerca*. Obtenido de Butlletí LaRecerca: <http://www.ub.edu/ice/recerca/pdf/ficha3-cast.pdf>
- Fidiás, Gerardo. (2012). *Investigación*. Cali.

- Figueroa, E., Pérez, F., & Godínez, L. (2014). *Ecorfan*. Obtenido de https://www.ecorfan.org/spain/libros/LIBRO_CAFE.pdf
- FORUM CAFÉ. (2017). *Forum del café*. Obtenido de https://www.forumdelcafe.com/sites/default/files/biblioteca/consumo_de_cafe_en_espana.pdf
- Google Maps. (16 de marzo de 2019). *Google*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/@0.0336892,-78.1443324,17z>
- Grande, W. (2003). *Fundamentos de investigación de mercados*. España: Thomson-Paraninfo.
- Hill Charles, Jones Gareth (2009): . (2008). *Administración estratégica*. México: 8Ed. Mexico. MacGraw Hill.
- Hinojosa, Bryan; Guacollante, José. (2016). *Academia*. Obtenido de http://www.academia.edu/24336851/Presentaci%C3%B3n_de_Proyecto_Caf%C3%A9_de_Haba
- ICESI. (25 de 01 de 2008). *CONSULTORIO DE COMERCIO EXTERIOR*. Obtenido de CONSULTORIO DE COMERCIO EXTERIOR: <http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/01/25/36/>
- ICEX. (2019). *ICEX*. Obtenido de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/exportar-a/acceso-al-mercado/regimen-arancelario-y-reglamentacion/index.html?idPais=DZ>
- Instituto Nacional de Contadores Públicos colombia. (2012). *incp.org*. Obtenido de incp.org: <http://incp.org.co/Site/2012/agenda/7-if.pdf>
- Instituto Nacional de Contadores Públicos Colombia. (2012). *incp.org*. Obtenido de incp.org: <http://incp.org.co/Site/2012/agenda/7-if.pdf>
- Instituto Nacional de Contadores Públicos Colombia. (2012). *incp.org*. Obtenido de incp.org: <http://incp.org.co/Site/2012/agenda/7-if.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas . (2018). *INE*. Obtenido de https://www.ine.es/prodyser/espa_cifras/2018/files/assets/common/downloads/publication.pdf?uni=4f7e7b429c56ccbc4bf56b3e93ebc47b
- Interempresas Media. (2017). *frutas-hortalizas*. Obtenido de [frutas-hortalizas: http://www.frutas-hortalizas.com/Hortalizas/Presentacion-Haba.html](http://www.frutas-hortalizas.com/Hortalizas/Presentacion-Haba.html)

- Iquique. (2019). *Iquique*. Obtenido de <https://www.iti.cl/procesos-de-exportacion.aspx>
- Jaramillo, S. (18 de enero de 2015). *Todo comercio exterior*. Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/autorizacion-es-previas-para-exportar>
- Jimenez, A. (21 de Octubre de 2017). *Facultad de ciencias de la educación/ la academia*. Obtenido de Facultad de ciencias de la educación: http://www.academia.edu/8835941/Fichas_textuales
- Kerin Roger, B. E.-H. (2004). *Marketing*. Editors 91.
- Líderes. (12 de diciembre de 2017). *Líderes*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/produccion-cafe-mundo-cayo.html>
- Lope de Vega. (2009). Ficha técnica haba. España.
- LOPEZ-FE FIGUEROA, C. (2002). *PROCEDIMIENTO Y TECNICAS DE SELECCION Y ORIENTACION*. MADRID: TEA EDICIONES.
- LORTI. (29 de abril de 2016). Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno. Ecuador.
- MAP, T. (2016). *Comercio actual y potencial entre Ecuador y España en 2016*. Obtenido de Comercio actual y potencial entre Ecuador y España en 2016: <http://www.trademap.org/Bilateral.aspx?nvpm=3|218||724||210111||6|1|1|2|1||1>
- Maqueda, A. (25 de abril de 2017). *El País*. Obtenido de https://elpais.com/economia/2017/04/25/actualidad/1493110323_613931.html
- Merino, J. P. (2012). *Definicion.de*. Obtenido de Definicion.de: <https://definicion.de/cafe/>
- Merino, J. P. (2012). *Definicion.de*. Obtenido de Definicion.de: <https://definicion.de/cafe/>
- MINCETUR. (2008). *siicex-pe*. Obtenido de siicex-pe: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/960767905rad810CE.pdf>
- mincetur. (06 de 2009). *mincetur*. Obtenido de mincetur: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/consultora/

docs_taller/Parte_1_Presentacion_Taller_Uso_de_Envases_yEmbalajes_a.pdf

- Mincetur. (06 de 2009). *mincetur*. Obtenido de mincetur: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs_taller/Parte_1_Presentacion_Taller_Uso_de_Envases_yEmbalajes_a.pdf
- Ministerio de Economía y Empresa. (2018). *MINECO*. Obtenido de <http://serviciosedemineco.gob.es/indeco/>
- Miró, L. (08 de 2014). *cafesaula*. Obtenido de cafesaula: <http://www.cafesaula.com/blog/es/diferencias-entre-el-cafe-robusta-i-larabica/>
- NESTLÉ. (s/f). *NESTLÉ*. Obtenido de <https://ww1.nestle.com.ec/marcas/cafe/lahistoriadelfe>
- Oxford. (2019). *Oxford dictionaries*. Obtenido de <https://es.oxforddictionaries.com/definicion/cafe>
- Packsis. (2018). Recuperado el 8 de enero de 2018, de <http://www.packsys.com/blog/envase-empaque-embalaje/>
- Pardinás, F. (2005). *METODOLÓGIA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES*. México: siglo xxi editores s.a de c.v.
- Parrini, L. (17 de noviembre de 2016). *La palabra abierta*. Obtenido de <http://www.lapalabrabierta.com/2016/11/17/cafe-ecuatoriano-una-historia-aroma-esperanza/>
- PRO ECUADOR. (29 de Junio de 2018). Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/ficha-de-cafe-soluble/>
- PROECUADOR. (26 de 04 de 2013). *Ministerio de Comercio Exterior*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-de-certificaciones-internacionales/>
- PRO-ECUADOR. (26 de 04 de 2013). *Ministerio de Comercio Exterior*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-de-certificaciones-internacionales/>
- PRO-ECUADOR. (2016). *PROECUADOR*. Obtenido de PROECUADOR: <https://www.proecuador.gob.ec/faqs/cuales-son-los-tipos-de-embalaje-de-las-mercancias-exportadas/>

- PROECUADOR. (s/f). Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/guia-del-exportador/>
- PROMPEX PERÚ. (s.f). *SIICEX*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/7daa4e64-858b-46f8-8d0e-df3af81fd3aa.pdf>
- Qcom. (27 de noviembre de 2018). *Qcom*. Obtenido de <http://www.qcom.es/El-consumo-de-cafe-en-Espana-coge-buen-color>
- Román, L. H. (2013). *PROCOMER*. Obtenido de PROCOMER: <http://www.procomer.com/downloads/quiero/INCOTERM-2010-IC.pdf>
- Sanchez, J. C. (2004). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA*. Barcelona: Díaz de Santos S.A.
- Sánchez, J., & Andrade, P. (31 de octubre de 2015). *Academia*. Obtenido de http://www.academia.edu/29240947/Aspectos_generales_laborales_y_le_gales_del_cultivo_de_caf%C3%A9
- Sandoval, F. J. (18 de 06 de 2013). *Mercantilízate*. Obtenido de Mercantilízate: <http://mercantilizate.blogspot.com/2013/06/estrategias-de-producto-en-la-mezcla-de.html>
- Santandertrade. (2019). *Santandertrade*. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/espana/empaques-y-nomas>
- SARZOSA, S. C. (01 de ENERO de 2015). GERENTE PROPIETARIO COMERCIALIZADORA FASAPIC CIA. LTDA. (A. M. SÁNCHEZ, Entrevistador)
- SENA. (abril de 2017). *Aduana*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- SIAM-SHIPPING. (2018). *SIAM-SHIPPING*. Obtenido de <https://siam-shipping.com/incoterms/>
- Suárez, N. X. (18 de 02 de 2016). *Sincroexpor*. Obtenido de Sincroexpor: <http://sincroexport.com/formas-y-medios-de-pago-internacionales/>
- Sulcer, L. A. (2004). *EXPORTACIÓN EFECTIVA*. MÉXICO: ISEF.
- Teresa´s juicery. (10 de mayo de 2016). *Teresa´s juicery*. Obtenido de <https://teresasjuicery.com/blog/2016/05/10/propiedades-y-beneficios-de-las-habas/>

- Thompson Arthur, Stricland A.J. Gamble John (2008); . (2008). *Administración estratégica, Teoría y Casos*. . Mexico: 15 Ed. Mexico. MacGraw Hil.
- tiposde. (18 de 10 de 2017). *tiposde.com*. Obtenido de tiposde.com: <http://www.tiposde.org/economia-y-finanzas/686-financiamiento/>
- tiposde. (17 de 08 de 2017). *tiposde.org*. Obtenido de tiposde.org: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ULyGvJfmXW4J:www.tiposde.org/empresas-y-negocios/617-tipos-de-inversiones/+&cd=5&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec>
- Torres, R. (6 de abril de 2018). *El País*. Obtenido de https://elpais.com/economia/2018/04/06/actualidad/1523024393_069088.html
- TRADEMAP. (2016). *Comercio actual y potencial entre Ecuador y España en 2016*. Obtenido de Comercio actual y potencial entre Ecuador y España en 2016: <http://www.trademap.org/Bilateral.aspx?nvpm=3|218||724||210111|||6|1|1|2|1||1>
- TRADEMAP. (2017). Obtenido de https://www.trademap.org/Bilateral_10D_TS.aspx?nvpm=3%7c218%7c%7c724%7c%7c210111%7c%7c%7c8%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1
- Turismo. (2019). *Turismo*. Obtenido de <http://turismo.mas.ec/sin-categoria/mapa-del-canton-cayambe/>
- Universidad EAFIT. (2012). *eafit.edu.co*. Obtenido de eafit.edu.co: <http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/departamentos/departamento-contaduria-publica/planta-docente/Documents/Nota%20de%20clase%2066%20evaluacion%20financiera%20de%20proyectos.pdf>
- VANGUARDIA. (2014). *Innatia*. Obtenido de Innatia: <http://www.innatia.com/s/c-cafe-salud/a-propiedades-cafe-10016.html>
- Ventura, S. (15 de 09 de 2013). *GESTION.ORG*. Obtenido de GESTION.ORG: <https://www.gestion.org/estrategia-empresarial/comercio-internacional/5666/que-es-la-exportacion/>
- Villacís, C., & Utrera, A. (junio de 2018). *Uniandes*. Obtenido de <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/8811/1/PIUAESC017-2018.pdf>

ANEXOS



CONTRATO DE EXPORTACIÓN

Fecha:

DE UNA PARTE,

Empresa De mi Tierra, domiciliada en la ciudad de Cayambe, provincia de Pichincha, ubicada en Panamá y Olmedo. Conjunto Ciudad del Sol, con Registro Único de Contribuyente N° 1001412438001), representada por la Sra. Martha Sarmiento (en adelante, el VENDEDOR)

Y DE OTRA, la empresa Celicatessen domiciliada en Madrid-España, ubicada en Beltran 81 Godoy Cruz , representada por el señor Jesús Ruano Gonzales, Gerente General de la empresa con número de identificación fiscal N° A08001851 (en adelante, el COMPRADOR)

1. PRODUCTOS VENDIDOS

El producto que se venderá a la empresa Celicatessen es un café de haba, con un peso neto de 450 gramos, envasado en una bolsa de plástico, debidamente sellada y etiquetada.

2. PRECIO DE LOS PRODUCTOS

El precio del producto es de \$4,19 (dólares americanos) o 3,74 € (Euros). Este precio corresponde al paquete unitario de café de 450 gramos.

3. CONDICIONES DE ENTREGA

Para la entrega de la mercadería se ha pactado de acuerdo a los siguientes incoterms:

CIP – Carriage and Insurance Paid to (Transporte y seguro pagados hasta el destino final)

DAT – Delivered at Terminal (Entregado en terminal)

4. MEDIO DE PAGO

El medio de pago será a través de una carta de crédito. El pago se hará contra la presentación de la factura comercial, certificado de origen, y una letra de cambio. Si por cualquier razón la carta de crédito fuera incobrable por causa imputable al Comprador, se le aplicará un interés moratorio del 1.5% mensual sobre saldos insolutos por el tiempo que dura el retraso en el pago. El mismo interés aplicará para aquellos casos en que cualquier de las partes tenga la obligación de hacer un pago en dinero por concepto de indemnización por cualquier otra razón a la otra parte.

5. PLAZO

El plazo será de 30 días después de la compra-venta.

6. GARANTÍAS

El vendedor se compromete a enviar mercadería libre de defectos, así como las cantidades, empaque, envase y embalaje acordados. Si existiera algún problema de inocuidad, se procederá a reemplazar con mercadería nueva.

7. TERMINACIÓN DEL CONTRATO

Si alguna de las dos partes tuviera alguna diferencia o desacuerdo con la otra, se puede dar por terminado el contrato.

Para constancia firman las partes,

Vendedor

.....

Sra. Martha Sarmiento

RUC: 1001412438001

Comprador

.....

Sr. Jesús Ruano

NIF: A08001851

ANTEPROYECTO

**Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Sede Ibarra**



**ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL
"ENCI"**

PLAN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**EXPORTACIÓN DE CAFÉ DE HABA POR PARTE DE LA EMPRESA DE MI
TIERRA HACIA EL MERCADO ESPAÑOL**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN COMERCIO
INTERNACIONAL Y NEGOCIACIONES**

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:

NEGOCIOS INTERNACIONALES E.1

AUTOR/A: DELIA PAOLA CASTILLLO JUMBO

IBARRA, MAYO– 2017

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido

1. NOMBRE DEL PROYECTO	4
2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES)	4
3. JUSTIFICACIÓN	7
4.1 OBJETIVO GENERAL	10
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	10
5.1. ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	11
6. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA	13
6.1. METODOS GENERALES.....	13
6.2 TÉCNICAS	14
6.3 INSTRUMENTOS.....	16
6.4 MATRIZ DE RELACIÓN	17
7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	18
8. RECURSOS.....	22
8.1. FINANCIAMIENTO.....	23
9. FUENTES DE INFORMACIÓ.....	23
10. ANEXOS	25

ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

1. ARBOL DE PROBLEMA	
1.1 FIGURA	
1.....	5
2. MATRIZ DE RELACION	
2.1 TABLA 1	
.....	15
2.2 TABLA 2	
.....	17
2.3 TABLA 3	
.....	18

1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES)

Producción de “café de habla” sin conocimientos en normas de exportación que impide a la empresa DE MI TIERRA ampliar sus nichos de mercado. La empresa DE MI TIERRA ubicada en la Provincia de Pichincha en el Cantón Cayambe produce aproximadamente 500 quintales mensuales de café de haba, que en producción en fundas es igual a 20.000 paquetes de café de 2.5 libras esto lo distribuye a, Panaderías Cayambe lo que hace que la empresa no haya buscado o investigado un punto que expanda la potencialidad exportadora que tiene el producto.

En la actualidad la empresa no ha considerado buscar el apoyo de organismos nacionales como son PRO-ECUADOR y MIPRO, así como también la participación en ferias nacionales e internacionales, de manera que se logre establecer conexiones de contactos comerciales donde llegue el producto pueda acceder a tiendas que concentren a una gran cantidad de turistas, de forma que no pueda expandirse este producto, y olvidando la distribución en supermercados, la colocación de publicidad y propaganda.

Sin embargo, la empresa ha querido expandir su mercado a pesar de no contar con el suficiente conocimiento en procesos de exportación para la internacionalización del producto. De manera que una vez comenzada la comercialización de su producto a grandes cantidades, logre principalmente industrializar sus técnicas de elaboración artesanales y que el producto, alcance el nivel de estándar requerido en calidad, a la vez que se efectuó los procesos exportación.

Sin importar la falta de conocimiento en procesos de exportación la empresa DE MI TIERRA logro un posicionamiento local lo cual logro la saturación de mercado en cuanto a elaboración de café. Esta es una bebida que ha logrado brindar una alternativa de consumo de café tradicional, que se lo ha venido produciendo en el país por ello; la empresa DE MI TIERRA buscó un sustituto que aporten los mismos beneficios en lo referente a café, este nuevo producto debía brindar las características y nutrientes a la dieta diaria,

a la vez que ayude a la salud y que puedan ser consumidos por todas las personas sin ninguna restricción en su forma líquida. Por lo tanto este tipo de bebida es preparada a partir de sucedáneos o sustitutos de café en este caso el haba andina (VICIA FABA), proveniente de diferentes lugares del mundo como América Latina (dentro de la cual podemos mencionar al Ecuador) y también parte de Europa; este producto es utilizado principalmente como materia prima los cereales como la cebada y el trigo, leguminosas como la soya o mezclas de cereales y soya, entre otros.

ÁRBOL DE PROBLEMA

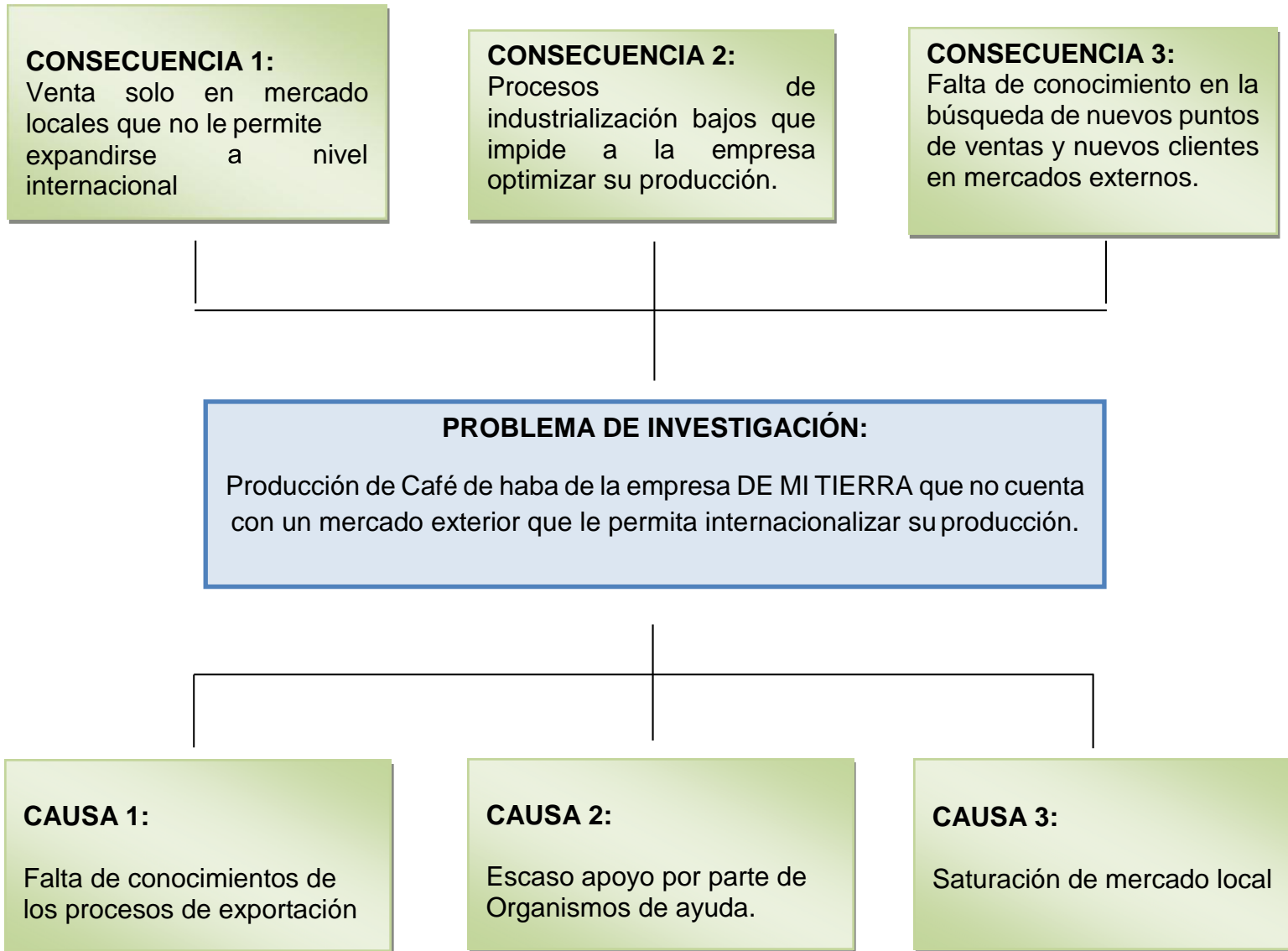


Figura 1 Árbol de Problema
Elaborado por: Autora

2. JUSTIFICACIÓN

En la actualidad el mundo ha ido avanzando y cambiando de manera dinámica, obligando a las empresas a crear nuevas alternativas que impulsen a la exportación de productos innovadores y que aporten a la matriz productiva de Ecuador. Por ende, es primordial para Ecuador incentivar al cambio de la matriz productiva, fomentando la exportación de productos que lleven un valor agregado, para los productos que se ha estado exportando como materia prima, eso sí sin descartarlos; de esta manera esperando lograr un dinamismo en la empresas y competitividad de las mismas.

De esta forma, generando recursos que permita a las empresas dedicadas a la elaboración, producción y comercialización de alimentos procesados, tener una oportunidad donde puedan desempeñar al máximo sus habilidades. Ya que a pesar que Ecuador cuenta con diferentes acuerdos comerciales no contaba con un potencial comprador para el café de haba, sin embargo y gracias al reciente acuerdo Multipartes con la Unión Europea se abrió en gran proporción la oferta comercial para este tipo de productos, debido a que las exportaciones juegan un rol muy importante en el movimiento financiero interno ecuatoriano esto según información del banco central del Ecuador

Por esta razón la empresa DE MI TIERRA que se encuentra ubicada en la ciudad de Cayambe desde hace 7 años aproximadamente, dedicada a la elaboración y comercialización de Café de haba orgánico toma la decisión de destinar la mayor parte de su tiempo, a probar que no solo el café tradicional puede brindar el placer y gusto de sentir una comodidad extensa al consumirlo, sino que también el café de haba orgánico brinda beneficios similares y mejores, ya que puede ser consumido a cualquier edad por ser un producto natural, que no es dañino debido a que no contiene cafeína. Con el paso del tiempo la empresa ha logrado posicionarse a nivel local siendo reconocida por su exquisito producto, y a la vez tener grandes propuestas como la unión a la Corporación la favorita debido a que la producción de 20.000 paquetes semanales y la venta correspondiente de \$ 50.000 en el mercado local , no obstante, la competencia se ha vuelto cada

vez más amenazante, saturando el mercado local, por esta razón es de mucha importancia lograr internacionalizar el producto que brinda la empresa DE MI TIERRA ya que sus niveles de ventas han bajado en comparación a años anteriores dejando una sobreabundante producción, lo cual brinda la posibilidad de cubrir la demanda de un mercado internacional, de esta manera recuperando sus ventas. Y adquiriendo a la vez los conocimientos necesarios para los procesos de exportación.

La determinación de la partida arancelaria del café de haba fue basada en una investigación previa y a datos del SENA que da como partida arancelaria 2101.12.00 correspondiente a extractos, esencias y concentrados de café, por lo tanto basamos en el TRADE MAP las exportaciones a este producto hacia España son 6,7% que son 774 mil dólares (MAP, 2016); a la vez que existe el consumo de este producto en España equivalente a 4.000 a 5.000 kilogramos, aunque puede llegar hasta 8.000 o 10.000 kilogramos (Box, 2014). A pesar de ser un rango bajo es una gran oferta exportable ya que no existe competencia en este tipo de producto, además que España importó productos ecuatorianos por 51,0 millones de euros (\$ 53,29 millones) en octubre 2016, un 12% más que en idéntico mes del año anterior, esto según el último informe de Comercio Exterior del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. (Cevallos, 2016). Además de tener la facilidad del mismo idioma, gustos por productos orgánicos y sobre todo es también al reciente acuerdo multi-partes entre Ecuador y la Unión Europea, con amplios beneficios exportables con un arancel del 0% el cual tenía anteriormente 23% de arancel correspondiente a este tipo de elaborados, además que nos expresan su gran gusto por este elaborados y sobre todo a que es un producto orgánico garantizado y certificado, a la vez que tiene gran demanda de café en este país, por esta razón se justifica la elección de España como mercado objetivo, y también a que el café este direccionado a altos mercados, debido a la empresa DE MI TIERRA brinda un producto único ya sea en salud , calidad e innovación , y asimismo a que es elaborado por ingredientes ancestrales andinos, haciéndolo un producto que tenga la misma capacidad de estar a un nivel igual que los productos de la oferta exportable ecuatoriana como son el camarón, banano y cacao. Al exportar este tipo de producto demostramos

la capacidad exportable de la que somos capaces, creando ya no solo derivados de un producto sino a su vez creando nuevos productos capaces de competir con grandes industrias. Ayudando a la balanza comercial de Ecuador debido a ingresos que este tipo de exportación brindara a la economía financiera ecuatoriana. El café de haba es producido en la ciudad de Cayambe donde los beneficiarios indirectos de esta exportación serán tanto trabajadores de la empresa como a los agricultores que proveen a la empresa de la materia prima ya que mejorara su calidad de vida y de ingresos en cuanto a salud, vivienda, educación y como beneficiarios directos tenemos a las personas que consumirán este tipo de producto ya que contienen altas proporciones nutricionales, aparte de no contener aditivos como la cafeína, es accesible y tiene un sabor único, así como también los diferentes emprendedores que crean este tipo de alternativas ya que atraen a la inversión extranjera debido a frecuente demanda del producto. Además de fomentar la diversificación y oferta de productos del Cantón Cayambe donde existe una gran afluencia de productos innovadores que han sido de renombre en todo el Ecuador.

Se debe tener presente que las relaciones comerciales que conlleva el comercio internacional, lo llevan a ser conocido como la principal fuente de desarrollo en un país, por lo cual se ha destacado innumerables veces en Ecuador, especialmente en los últimos años que a pesar de este encontrarse en constante cambio, las regulaciones de las transacciones comerciales hacen que queden las relaciones que tenemos con otros país, lo cual se ha estado convirtiendo en una herramienta estratégica en diferentes país, se lo usa para guiar la economía financiera de un país. Debido a que es fundamental tener conocimientos que regulen este tipo de situaciones para que no afecten al ingreso de diversas mercancías y sobre todo que este contribuye al desarrollo comercial, económico, financiero y social de Ecuador.

Por lo cual el presente trabajo de exportación e investigación intentara dar una visión distinta a las exportaciones de sustitutos o derivados de los alimentos procesados y sobre todo al utiliza-miento de recursos comerciales como son los acuerdos entre otros, como medios de oportunidad para los alimentos

procesados especialmente para el café de haba, así también como la oferta exportable hacia el país destino y la demanda que este requiere para la exportación de Café de haba por parte de la empresa DE MI TIERRA.

Por ende, la exportación de café de haba hacia España brinda una gran oportunidad, debido a que desde el año 2013 se ha notado en el país un alto consumo de productos sustitutos como es el café de habichuelas o haba, así dando un impulso y acertando la exportación del café de haba hacia el mercado Español.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Efectuar la exportación de Café de Haba de la empresa DE MI TIERRA ubicada en el Cantón Cayambe con la finalidad de incursionar en el mercado español.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el mercado español de Café de Haba, con la finalidad de determinar la oferta y demanda de este producto.
- Determinar la potencial oferta de Café de Haba de la empresa DE MI TIERRA con el propósito de satisfacer los requerimientos del mercado español.
- Aplicar los procesos de exportación al mercado español para la correcta internacionalización.
- Establecer la rentabilidad financiera que generara la exportación de Café de Haba a España de la empresa DE MI TIERRA.

5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Para el diseño del presente proyecto de exportación de café de haba al mercado español, se permitirá identificar el potencial exportable que tiene el café de haba, proveniente de la empresa DE MI TIERRA, por lo cual se apertura una incursión de mercado basados en el cumplimiento de 4 objetivos específicos que buscará el logro del objetivo general, y por ende la presentación final de la oferta exportable hacia mercado español para este producto. A continuación, se describen estos objetivos:

El primer objetivo analizará la potencialidad de Café de Haba hacia el mercado español, y así poder determinar la demanda y oferta de exportación de este bien. Para desarrollar este objetivo se contará con el apoyo de fuentes tanto primarias como secundarias, así como también la utilización de instrumentos de investigación como entrevistas ya que facilitaran la recolección de datos necesarios para la exportación del producto e interacción con el comprador.

Mediante el segundo objetivo específico se determinará el potencial de oferta exportable existe dentro del mercado español para el Café de Haba, de manera que se demuestre, que se haya cumplido y satisfecho con los requerimientos exportables hacia España. Con el objetivo además de identificar si existen posibles cambios que se deberían efectuar en el diseño del empaque y etiqueta del producto, para la exportación a grandes escalas a modo que se cumplan con todos los requerimientos hacia dicho mercado. La recopilación de información para el cumplimiento del objetivo será a través de información primaria de entrevista y observación de los dueños de la empresa DE MI TIERRA, a los proveedores de las materias primas y a los clientes actuales del Café de Haba.

Con el tercer objetivo se enfoca a la aplicación de los procesos de exportación del café de haba respecto a partida arancelaria, certificados (fitosanitarios, INEN, de origen) y la utilización de la plataforma exporta fácil como ente mediador de la exportación del producto. La información será recopilada por información tanto primaria como secundaria para tener un correcto proceso de internacionalización de la empresa DE MI TIERRA mediante la exportación de Café de Haba.

El cuarto objetivo específico se establecerá la rentabilidad de la empresa DE MI TIERRA, frente a la internacionalización generada por la exportación del Café de Haba hacia España, con la ayuda del parte financiero del proyecto. La información será recogida por información primaria y secundaria la cual no se certificación de que la información dará como resultado el porcentaje rentable de la empresa DE MI TIERRA.

5.1. ÍNDICE DE CONTENIDOS

2. CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO

2.1 Exportación

1.1.1 Definición

1.1.2Tipos de exportación

1.1.3 Logística de exportación

1.1.4 Documentación de exportación

1.1.5 Certificación de exportación

1.1.6 Incoterms

1.1.7 medios de pago

2.2 Estrategias de mercadeo

2.2.1 Estrategia de producto

2.2.2 Estrategia de precio

2.2.3 Estudio de plaza

2.2.4 Estudio de promoción

2.3 Estudio financiero

2.3.1 Tipos de inversión y financiamiento

2.3.2 Índices e indicadores financieros

2.3.3 Evaluación financiera

3. CAPÍTULO II DIAGNÓSTICO Y/O ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Antecedentes

3.2 Objetivos

3.3 Variable diagnostico

3.4 Indicadores

3.5 Matriz de relación

3.6 Información primaria

3.7 Información secundaria

3.8 Matriz FODA

3.9 Cruce matriz FODA

4. CAPÍTULO III PROCESO DE EXPORTACIÓN

4.1 Resumen ejecutivo

4.2 Perfil de la empresa

4.3 Aplicación de la exportación

5. CAPÍTULO VI ANÁLISIS FINANCIERO

5.1 Inversión

5.2 Estructura de financiamiento del proyecto

5.3 Estados financieros

5.4 Evaluación financiera

CONCLUSIONES (al menos una por cada objetivo específico)

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

6. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA

6.1. MÉTODOS GENERALES

6.1.1. Método Inductivo

Según (Sanchez, 2004) Consistente en basarse en enunciados singulares, tales como descripciones de los resultados de observaciones o experiencia para plantear enunciados universales, tales como hipótesis o teorías. Ello es como decir que la naturaleza se comporta siempre igual cuando se dan las mismas circunstancias, lo cual es como admitir que las mismas condiciones experimentales se obtienen los mismos resultados, base de la repetitividad de las experiencias, lógicamente aceptado.

Se puede describir los resultados obtenidos del razonamiento previo para la exportación de Café de Haba hacia el mercado español, ya que describe la naturaleza de cómo nace la idea para realizar la exportación de este producto, que a las vez esos elementos dan y conforman un conjunto de condiciones determinadas por citas que ayudan a la caracterización del porque es lógicamente aceptado el proyecto para luego afirmar en totalidad lo que se plantea en cada objetivo es decir porque se decidió exportar el Café de Haba.

6.1.2. Método Deductivo

Según (Sanchez, 2004) El método hipotético-deductivo lo empleamos corrientemente tanto en la vida ordinaria como en la investigación científica. El camino logístico para buscar la solución a los problemas que nos planteamos. Consiste en emitir hipótesis acerca de las posibles soluciones al problema planteado y en comprobar con los datos disponibles si estos están de acuerdo con

aquéllas. Cuando el problema está a nivel observacional, el caso más simple, las hipótesis podemos clasificarlas como empíricas, mientras que, en los casos más complejos, sistemas teóricos, las hipótesis son de tipo abstracto.

Se determina aquí los hechos más importantes del proceso de exportación, mediante la observación de hipótesis de cómo nace el planteamiento de la exportación del Café de Haba al mercado español mediante la utilización de organismos que ayuden a determinar la oferta exportable en estudio, demostración y la justificación de la demanda del producto lo cual permite tener un marco general de referencia hacia la internacionalización de la empresa DE MI TIERRA.

6.1.3. Método analítico – sintético

Según (Descartes, 2009) El método analítico toma por punto de partida el conocimiento buscado, y retrocede, suponiendo ordenes de dependencia en los que ese conocimiento está incluido, hasta lograr la conexión con las cadenas deductivas que ya son conocidas y evidentes. Con este el conocimiento buscado encuentra su lugar en aquel orden de dependencia que tomaba su punto de partida en los principios mismos.

Reside en como poder lograr la exportación de Café de Haba mediante conocimientos por los cuales se realizar los objetos del proceso de exportación, aquí también se atribuye las cadenas deductivas que puedan llegar a analizar, adquirir y obtener la conclusión del nicho de mercado y por ende a su validez. El análisis va buscando dependencias tomadas de la exportación al mercado español como parte de la oferta y demanda exportable del producto e la empresa DE MI TIERRA.

6.2 TÉCNICAS

6.2.1 OBSERVACIÓN

Según (Pardinas, 2005) Observación es la acción de observar, de mirar detenidamente. Pero este primer significado de la palabra se presta, en el trabajo científico, a una ambigüedad que es necesario disipar desde el principio. La

observación puede ser estudiada desde el investigador que observa, que mira detenidamente y desde lo observado, lo mira detenidamente. Por lo tanto, observación tiene dos sentidos: la acción del investigador, que puede llamarse también la experiencia del investigador, el procedimiento de mirar detenidamente, o sea, en sentido amplio, el experimento, el proceso de someter conductas de algunas cosas a condiciones manipuladas de acuerdo a ciertos principios para llevar a cabo la observación; pero observación significa también el conjunto de cosas observadas, el conjunto de datos y el conjunto de fenómenos.

Mediante esta técnica se ira observado la aceptación del Café de Haba al mercado español, determinándola aceptabilidad de la oferta y demanda exportable, determinando así el trabajo investigativo con un conjunto de condiciones que de acuerdo a los datos observados estas comenzaran a dar resultados para la aplicación de entrevistas y encuestas que también son instrumentos que ayudan a complementar este estudio.

6.2.2. Encuesta

Para (Grande, 2003) Se puede definir como una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantizan que la información proporcionada por una muestra puede ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extra portables con determinados errores y confianzas a una población.

Mediante la utilización de este instrumento se tendrá datos en cuanto a la oferta exportable tiene el cantón Cayambe hacia el mercado español para esta investigación se realiza a continuación la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas, a través de las cuales se conocerá datos importantes para la realización de la exportación de Café de Haba por parte de la empresa DE MI TIERRA y así poder conocer los datos estadísticos, en cuanto exportaciones de dicho cantón.

6.2.3 Entrevista

“La entrevista es una conversación (entre dos personas) que se sostiene con un propósito definido y no por la mera satisfacción de conversar (LOPEZ-FE FIGUEROA, 2002)

Con la entrevista se logrará establecer conexiones bilaterales entre la empresa DE MI TIERRA con el cliente mediante la embajada la cual nos brindará la ayuda necesaria para lograr realizar la exportación de Café de Haba y a su vez darle el impulso para internacionalizarse.

6.3 INSTRUMENTOS

6.3.1 Ficha de Observación

Una ficha textual, es una ficha en la que se copia textualmente un fragmento de un libro, revista, o folleto (Jimenez, 2017)

Con este instrumento se busca satisfacer la falta de conocimientos previos al proyecto de exportación de Café de Haba por parte de la empresa DE MI TIERRA hacia el mercado español, en cuanto a temas o palabras poco convencionales.

6.3.2 Cuestionario

Los cuestionarios son una de las técnicas de recolección de datos más utilizada. Consiste en formular por escrito preguntas puntuales a las personas cuyas opiniones, experiencias o habilidades, nos interesan Los cuestionarios ahorran tiempo porque permiten a los individuos llenarlos sin la ayuda o intervención directa del investigador, ya que muchos son auto-administrados. (Fernández, Butlletí LaRecerca, 2005)

Con el cuestionario hace posible la respuesta a muchas de las incógnitas que se presentan durante el proceso de exportación de Café de Haba hacia el mercado de España.

6.4 MATRIZ DE RELACIÓN

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
<p>Determinar la situación organizacional de la empresa DE MI TIERRA, donde se identifique la capacidad de producción para la internacionalización de su producto.</p>	<p>Capacidad Producción</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Materia prima • Variedad • Cantidad • Precios • Personal • Capacidad instalada • Procesos productivos • Clientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Gerencia Café mi Tierra • Gerencia Café mi Tierra • Gerencia Café mi Tierra • Gerencia Café mi Tierra • Jefe Departamental Café Mi Tierra • Jefe Departamental Café Mi Tierra • Jefe Departamental Café Mi Tierra
<p>Establecer la demanda de café en Madrid-España, en cuanto a requerimientos y hábitos de consumo.</p>	<p>Demanda</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de compra • Preferencias de café • Frecuencia de compra 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Entrevista • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Representante empresa Celicatessen S.A • Representante empresa Celicatessen S.A

		<ul style="list-style-type: none"> • Incoterm • Frecuencia de compra • Presentación • Medio de Transporte • Certificaciones • Medios de Pagos 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Representante empresa Celicatessen S.A • Representante empresa Celicatessen S.A • Representante empresa Celicatessen S.A • Representante empresa Celicatessen S.A • Representante empresa Celicatessen S.A • Representante empresa Celicatessen S.A • Representante empresa Celicatessen S.A
Identificar las estrategias de comercialización que se podrían aplicar en el mercado español.	Estrategias de comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Producto • Precio • Plaza • Promoción 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Representante MIPRO • Representante MIPRO • Representante MIPRO • Representante MIPRO

Elaborado por: La Autora

7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES SEMANAS /MESES	MES I				MES II				MES III				MES IV				MES V				RESPONSABLE
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
CAPÍTULO: MARCO TEÓRICO																					DELIA PAOLA CASTILLO JUMBO
Exportaciones																					DELIA PAOLA CASTILLO JUMBO
Definición																					DELIA PAOLA CASTILLO JUMBO
Logística de exportación																					DELIA PAOLA CASTILLO JUMBO
Documentación y Certificaciones de exportación																					DELIA PAOLA CASTILLO JUMBO
Incoterms																					DELIA PAOLA CASTILLO JUMBO
Formas y Medios de pagos																					DELIA PAOLA CASTILLO JUMBO
Estrategias de mercado																					DELIA PAOLA CASTILLO JUMBO
Estrategias de producto																					DELIA PAOLA CASTILLO JUMBO
Estrategias de precio																					DELIA PAOLA CASTILLO JUMBO
Estudio de plaza																					DELIA PAOLA CASTILLO JUMBO
Estudio de promoción																					DELIA PAOLA CASTILLO JUMBO

8. RECURSOS

Clasifique a los recursos en humanos, materiales y otros; frente a cada uno de estos determine el costo o monto económico requerido.

a) Humanos

-Investigadores	0
Subtotal	0

b) Materiales

-Internet	150
-Copias	30
-Impresiones	80
-Empastado	30
-Tintas	80
-Anillado	10
-CD's	0
-Bolígrafos	4
-Memoria USB	20
-Laptop	330
Subtotal	734

c) Otros

-Alimentación	80
-Gastos varios	90
Subtotal	170

Subtotal	904
Imprevistos (%)	904 (10%)
TOTAL	994,4

Tabla 24 Recursos
Elaborado por: Autora

8.1. FINANCIAMIENTO

El total de los recursos invertidos para la elaboración de presente proyecto serán la suma de \$ 994.40 (novecientos noventa y cuatro con cuarenta centavos), que serán financiados en un 100% por la autora.

9. FUENTES DE INFORMACIÓN

Bibliografía

Departamento de Servicios de Información de ICEX España Exportación e Inversiones. (2016). *ICEX*. Obtenido de ICEX: https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEWjgm9nttIDXAhVIOCYKHeKVB-kQFgg7MAM&url=https%3A%2F%2Fwww.icex.es%2Ficex%2Fwcm%2Fidc%2Fgroups%2Fpublic%2Fdocuments%2Fdocumento_anexo%2Fmdez%2Fmju1%2F~edisp%2Fdax201

acuña, J. a. (17 de 03 de 2013). *acualonit*. Obtenido de acualonit: <http://acualonit.overblog.com/las-4-p-precio-producto-plaza-y-promocion>

Aduanas, C. y. (15 de 09 de 2012). *INCEA*. Obtenido de INCEA: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterms2010/121-que-son-incoterms-2010>

BARRANTES, L. M. (08 de 2010). *Accesoría Internacional de Comercio*. Obtenido de Accesoría Internacional de Comercio: <http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=A2EAD105-7AEB-41E0-9907-9BF7A110A556.PDF>

Botanical. (2015). *Botanical*. Obtenido de Botanical: <http://www.botanical-online.com/propiedadescafe.htm>

Box, J. M. (10 de 03 de 2014). *El cultivo de las habas*. Obtenido de El cultivo de las habas: <http://www.tecnicoagricola.es/el-cultivo-de-las-habas/>

Cámara de Comercio Internacional, O. C. (2016). *PRO ECUADOR*. Obtenido de PRO ECUADOR: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>

Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España. (2013). *plancameral*. Obtenido de plancameral: <http://www.plancameral.org/web/portal-internacional/documentos-importacion-exportacion>

- Cevallos, J. (26 de Diciembre de 2016). Exportaciones de productos ecuatorianos a España subieron en octubre un 12%. *EL UNIVERSO*, pág. 1.
- Descartes, R. (2009). *Discurso del Método*. Buenos Aires: Colihue S.R.L.
- Eco Agricultor. (2014). *ecoagricultor.com*. Obtenido de *ecoagricultor.com*: <https://www.ecoagricultor.com/propiedades-de-las-habas/>
- Fernández, L. (1 de 2005). *Butlletí LaRecerca*. Obtenido de Butlletí LaRecerca.
- Fernández, L. (3 de Octubre de 2005). *Butlletí LaRecerca*. Obtenido de Butlletí LaRecerca: <http://www.ub.edu/ice/recerca/pdf/ficha3-cast.pdf>
- Grande, W. (2003). *Fundamentos de investigación de mercados*. España: Thomson-Paraninfo.
- Hill Charles, Jones Gareth (2009): . (2008). *Administración estratégica*. México: 8Ed. Mexico. MacGraw Hill.
- ICESI. (25 de 01 de 2008). *CONSULTORIO DE COMERCIO EXTERIOR*. Obtenido de *CONSULTORIO DE COMERCIO EXTERIOR*: <http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/01/25/36/>
- Instituto Nacional de Contadores Públicos colombia. (2012). *incp.org*. Obtenido de *incp.org*: <http://incp.org.co/Site/2012/agenda/7-if.pdf>
- Interempresas Media, S.L. (2017). *frutas-hortalizas*. Obtenido de *frutas-hortalizas*: <http://www.frutas-hortalizas.com/Hortalizas/Presentacion-Haba.html>
- Jimenez, A. (21 de Octubre de 2017). *Facultad de ciencias de la educación/ la academia*. Obtenido de *Facultad de ciencias de la educación*: http://www.academia.edu/8835941/Fichas_textuales
- Kerin Roger, B. E.-H. (2004). *Marketing*. Editors 91.
- LOPEZ-FE FIGUEROA, C. (2002). *PROCEDIMIENTO Y TECNICAS DE SELECCION Y ORIENTACION*. MADRID: TEA EDICIONES.
- MAP, T. (2016). *Comercio actual y potencial entre Ecuador y España en 2016*. Obtenido de *Comercio actual y potencial entre Ecuador y España en 2016*: <http://www.trademap.org/Bilateral.aspx?nvpm=3|218||724||210111|||6|1|1|2|1||1|>
- Merino, J. P. (2012). *Definicion.de*. Obtenido de *Definicion.de*: <https://definicion.de/cafe/>

Merino, J. P. (2012). *Definicion.de*. Obtenido de Definicion.de:
<https://definicion.de/cafe/>

MINCETUR. (2008). *siicex-pe*. Obtenido de siicex-pe:
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/960767905rad810CE.pdf>

mincetur. (06 de 2009). *mincetur*. Obtenido de mincetur:
https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs_taller/Parte_1_Presentacion_Taller_Uso_de_Envases_yEmbalajes_a.pdf

Miró, L. (08 de 2014). *cafesaula*. Obtenido de cafesaula:
<http://www.cafesaula.com/blog/es/diferencias-entre-el-cafe-robusta-i-larabica/>

Pardinas, F. (2005). *METODOLÓGIA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES*. México: siglo xxi editores s.a de c.v.

PRO-ECUADOR. (26 de 04 de 2013). *Ministerio de Comercio Exterior*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior:
<http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-de-certificaciones-internacionales/>

PRO-ECUADOR. (2016). *PROECUADOR*. Obtenido de PROECUADOR:
<https://www.proecuador.gob.ec/faqs/cuales-son-los-tipos-de-embalaje-de-las-mercancias-exportadas/>

Román, L. H. (2013). *PROCOMER*. Obtenido de PROCOMER:
<http://www.procomer.com/downloads/quiero/INCOTERM-2010-IC.pdf>

Sanchez, J. C. (2004). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA*. Barcelona: Díaz de Santos S.A.

Sandoval, F. J. (18 de 06 de 2013). *Mercantilízate*. Obtenido de Mercantilízate:
<http://mercantilizate.blogspot.com/2013/06/estrategias-de-producto-en-la-mezcla-de.html>

SARZOSA, S. C. (01 de ENERO de 2015). GERENTE PROPIETARIO COMERCIALIZADORA FASAPIC CIA. LTDA. (A. M. SÁNCHEZ, Entrevistador)

Suárez, N. X. (18 de 02 de 2016). *Sincroexpor*. Obtenido de Sincroexpor:
<http://sincroexport.com/formas-y-medios-de-pago-internacionales/>

Sulcer, L. A. (2004). *EXPORTACIÓN EFECTIVA*. MÉXICO: ISEF.

Thompson Arthur, Stricland A.J. Gamble John (2008); . (2008). *Administración estratégica, Teoría y Casos*. . Mexico: 15 Ed. Mexico. MacGraw Hil.

tiposde. (18 de 10 de 2017). *tiposde.com*. Obtenido de tiposde.com: <http://www.tiposde.org/economia-y-finanzas/686-financiamiento/>

tiposde. (17 de 08 de 2017). *tiposde.org*. Obtenido de tiposde.org: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ULyGvJfmXW4J:www.tiposde.org/empresas-y-negocios/617-tipos-de-inversiones/+&cd=5&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec>

Universidad EAFIT. (2012). *eafit.edu.co*. Obtenido de eafit.edu.co: <http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/departamentos/departamento-contaduria-publica/planta-docente/Documents/Nota%20de%20clase%2066%20evaluacion%20financiera%20de%20proyectos.pdf>

VANGUARDIA. (2014). *Innatia*. Obtenido de Innatia: <http://www.innatia.com/s/c-cafe-salud/a-propiedades-cafe-10016.html>

Ventura, S. (15 de 09 de 2013). *GESTION.ORG*. Obtenido de GESTION.ORG: <https://www.gestion.org/estrategia-empresarial/comercio-internacional/5666/que-es-la-exportacion/>

10. ANEXOS

10.1 ANEXOS FOTOS Conferencia de emprendimiento GAP Cayambe



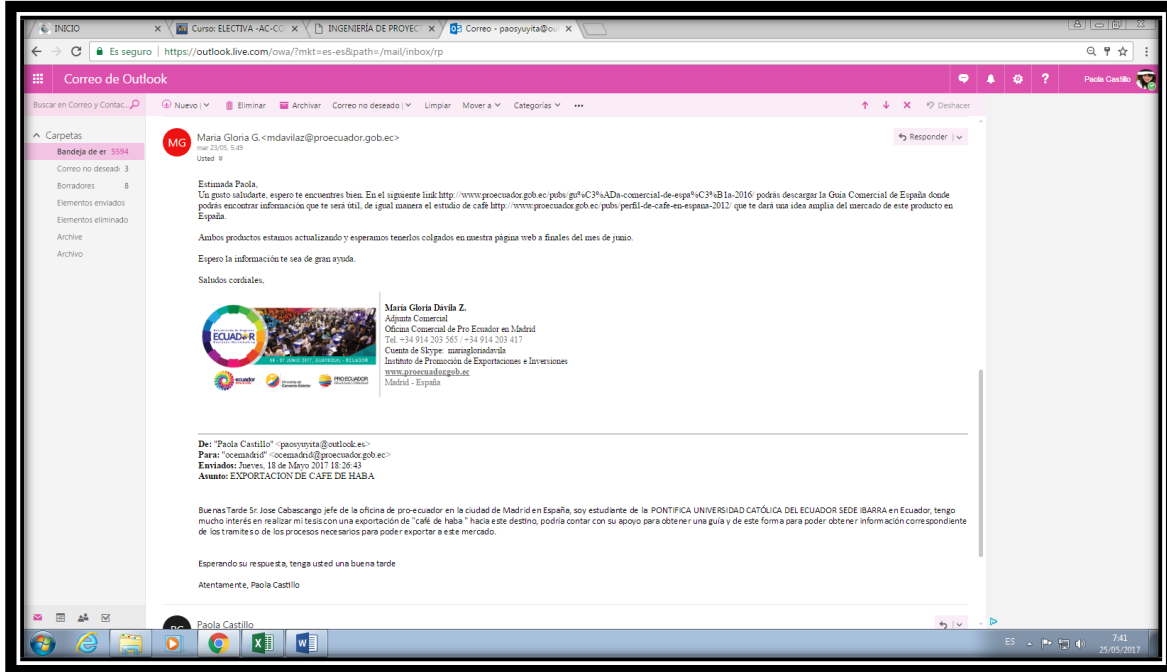
FOTO 2. Conferencia de emprendimiento GAP Cayambe



FOTO 3. Confirmando la aceptación de la empresa DE MI TIERRA



10.2 ANEXO Correo Electrónico con el PRO-ECUADOR ESPAÑA correspondiente a la aceptación de la participación de la empresa DE MI TIERRA en la ciudad de Quito



10.3 ANEXO Análisis Mercado TRADE MAP

The screenshot shows the Trade Map website interface. The search criteria are set to Product: 210111 - Extractos, esencias y concentrados de café; País: Ecuador; Socio: España. The table displays trade data for four coffee products.

SAB	Código del producto	Descripción del producto	Indicadores comerciales											
			Ecuador exporta hacia España				España importa desde el mundo			Ecuador exporta hacia el mundo			Comercio potencial	
			Valor 2016, en miles US\$	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2012-2016, % p.a.	Participación en las exportaciones de Ecuador, %	Arancel equivalente ad valores enfrentado por Ecuador	Valor 2016, en miles US\$	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2012-2016, % p.a.	Participación en las importaciones mundiales, %	Valor 2016, en miles US\$	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2012-2016, % p.a.	Participación en las exportaciones mundiales, %	en miles de USD	
☐	210111	Extractos, esencias y concentrados de café	174		25	1	0	45.447	-41	1	129.536	-11	3	44.673
☐	210112	Preparaciones a base de extractos, esencias o concentrados de café o a base de café	0		0	0	0	22.173	-11	1	21		0	21
☐	210120	Extractos, esencias y concentrados de té o de yerba mate y preparaciones a base de estos extractos, ...	0		0	0	0	29.620	8	3	1	-23	0	1
☐	210130	Achicoria tostada y demás sucedáneos del café tostados y sus extractos, esencias y concentrados	0		0	0	1	9.026	-12	7	0		0	0

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).
 Las exportaciones de Ecuador han sido reportadas por Ecuador.
 Las importaciones de España han sido reportadas por España.

10.4 ANEXO Carta autorización de la empresa DE MI TIERRA

05 de agosto del 2017



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA

Presente. –

De mis consideraciones

Por medio del presente AUTORIZO a la Srta. Castillo Jumbo Delia Paola con la cedula de identidad Nro. 172443988-8, alumna cursante de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, para que realice su trabajo final de proyecto en mi empresa “DE MI TIERRA” de la ciudad de Cayambe.

La Srta. Castillo contara y se le brindara, el apoyo y disponibilidad de información de la empresa para su correcto desenvolvimiento de manera que realizare un excelente proyecto.

Atentamente

Marta Sarmiento Murillo

PROPIETARIA

Telf.: 0983016525

Cayambe- Ecuador