



**Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional,
Administrativa y Comercial**

Carrera:

Tecnología en Comercio Exterior

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tema:

“Diseño de un plan de Internacionalización de los productos para repostería
de la empresa Gustaff a China”

Requisito previo para la obtención del título de Tecnólogo (a) en Comercio
Exterior

Autor (a)

Carlos Eduardo Llerena Barzola

Tutor

Msc. Célida Gómez

Guayaquil – Ecuador

2019 – 2020

Reconocimiento de Responsabilidad

Yo, Carlos Eduardo Llerena Barzola, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de Titulación, válido para optar por el título de Tecnólogo (a) en Comercio Exterior, titulado: **“Diseño de un plan de Internacionalización de los productos para repostería de la empresa Gustaff a China”**, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

.....

Carlos Eduardo Llerena Barzola



C.C.:091873310-6

Copia a color de: Cédula de Ciudadanía y Certificado de Votación

REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL,
IDENTIFICACIÓN Y EDUCACIÓN

CÉDULA DE CIUDADANÍA
N° 091873310-6

LLERENA BARZOLA CARLOS EDUARDO
LUGAR DE NACIMIENTO: GUAYAS
GUAYAQUIL
GARCIA MORENO
FECHA DE NACIMIENTO: 1994-12-05
NACIONALIDAD: ECUATORIANA
SEXO: HOMBRE
ESTADO CIVIL: SOLTERO



INSTRUCCIÓN: BACHILLERATO
PROFESIÓN / OCUPACIÓN: EMPLEADO

EM4432642

APellidos y Nombres del Padre: **LLERENA BATALLAS EDGAR RENE**
APellidos y Nombres de la Madre: **BARZOLA BARZOLA PATRICIA NARCISA**

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN: **GUAYAQUIL 2018-10-26**
FECHA DE EXPIRACIÓN: **2028-10-26**

EMITIDA POR: [Firma] [Firma]



CERTIFICADO DE VOTACIÓN
24 - MARZO - 2019

0044 M JUNTA SA. 0044 - 178 CERTIFICADO N°. 0918733106 CÉDULA N°

LLERENA BARZOLA CARLOS EDUARDO
APELLIDOS Y NOMBRES

PROVINCIA: GUAYAS
CANTÓN: GUAYAQUIL
CIRCUNSCRIPCIÓN: 3
PARRROQUIA: GARCIA MORENO
ZONA: 1



Certificación del Tutor del Trabajo de Titulación

Msc. Célida Gómez, en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnólogo (a) en Comercio Exterior, cuyo tema es: **“Diseño de un plan de Internacionalización de los productos para repostería de la empresa Gustaff a China”**, fue elaborado por el señor Carlos Eduardo Llerena Barzola, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

.....

Msc. Célida Gómez

Msc. Negocios Internacionales

y Gestión de Comercio Exterior

Tutor de Trabajo de Titulación

Agradecimientos

Agradezco a Dios quien con su infinito amor ha hecho de mí un gran ser humano llenándome de bendiciones, sabiduría, paciencia e inteligencia para salir hacia adelante en los momentos difíciles y poder cumplir con el objetivo de terminar mi carrera y obtener mi título en comercio exterior.

Gracias a mi madre por toda la ayuda permanente que siempre me ha dado, por todo el esfuerzo y dedicación que ha tenido conmigo y con mi hija y por hacer de mí una persona capaz de afrontar cada reto que nos pone la vida.

Gracias a mis hermanas por todo el amor del mundo que me han demostrado, que a pesar de no estar juntos en ocasiones especiales siempre las llevo dentro de mi corazón.

Gracias a los docentes, compañeros de curso, amigos quienes me han ayudado a crecer como persona y como profesional siempre motivándome a dar lo mejor de mí.

Índice

Contenido

Reconocimiento de Responsabilidad.....	II
Certificación del Tutor del Trabajo de Titulación.....	IV
Agradecimientos.....	V
Índice.....	VI
Índice de imágenes.....	IX
Índice de gráficos.....	X
Índice de tablas.....	X
Resumen.....	XI
Abstract.....	XII
Introducción.....	13
Formulación del problema general.....	17
Objetivo General.....	17
Descripción de los capítulos.....	17
Capítulo I.....	19
Fundamentación.....	19
1.1 Marco Histórico.....	19
1.2. Marco Teórico.....	24
1.2.1 Teoría de la Ventaja Competitiva.....	24
1.2.2 Segmentación de Mercado.....	24
1.2.3 Nueva teoría del Comercio Internacional.....	24
1.2.4 Plan de Exportación.....	25
1.2.5 Estudio de factibilidad.....	25

1.2.6 Estadísticas del Chocolate año 2018	25
1.3. Marco Conceptual.....	28
1.4 Marco Jurídico	31
1.4.1 Constitución de la República del Ecuador	31
1.4.2 Plan Nacional toda una vida.....	31
1.4.3 Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones	32
1.4.5 Sección II.....	32
1.4.6 Ley de Propiedad Intelectual.....	33
1.4.7 Normas de Calidad.....	33
Capitulo II.....	34
Metodología Empleada.....	34
2.1 Tipos de Investigación	34
2.1.1 Descriptiva. –	34
2.1.2 Explicativa. –.....	34
2.1.3 Investigación de Campo. –.....	35
2.2 Método de Investigación.....	35
2.2.1 Analítico – Sintético. –.....	35
2.2.2 Histórico – Lógico. –.....	35
2.2.3 Inductivo – Deductivo. –.....	35
2.3 Método Empíricos.....	35
2.3.1 Entrevista. –.....	35
2.3.2 Observación directa. –.....	36
2.4 Herramientas de Análisis	38
2.4.1 Análisis PEST	38
2.4.2 Análisis FODA.....	39
2.4.3 Análisis CAPA	39
Capitulo III	41

Desarrollo de la propuesta	41
3.1. Título de la propuesta	41
3.2. Objetivo de la propuesta	41
3.3. Descripción de la propuesta.....	41
3.4. Factibilidad de aplicación	41
3.5. Descripción de la empresa	42
3.6. Características de la empresa.....	43
Conclusión.....	76
Recomendaciones	77
ANEXOS	78
Anexo 1.....	79
Anexo 2.....	80
Bibliografía.....	84

Índice de imágenes

Imagen 1 Elaboración del chocolate en la época prehispánica	20
Imagen 2 Proceso de Alcalinizado.....	22
Imagen 3 Principales destinos de productos semielaborados de cacao ecuatoriano 2018	26
Imagen 4 Productos Gustaff	43
Imagen 5 Logo o slogan.....	44
Imagen 6	44
Imagen 7 Organigrama	45
Imagen 8 Producto – Minigotas	50
Imagen 9 Producto – Polvo Alcalino.....	50
Imagen 10 Minigotas Chocolate x caja 5kg.....	52
Imagen 11 Polvo Alcalino x saco de 25kg.....	53
Imagen 12 Puerto Shanghái.....	56
Imagen 13	57
Imagen 14 Incoterms FOB.....	59
Imagen 15 Productos de República de Cacao	61
Imagen 16 Reconocimientos Internacionales de Pacari.....	62
Imagen 17 Producto de Pacari	62
Imagen 18 Tránsito de Ecuador hacia China	63
Imagen 19 Medidas de un Contenedor de 20 pies	67
Imagen 20 Pallets Americana x Contenedor de 20	68
Imagen 21 Dimensiones de un pallet americano.....	68

Índice de gráficos

Gráfico 1	25
Gráfico 2	26

Índice de tablas

Tabla 1 Exportadores ecuatorianos de elaborados de cacao a China	60
--	----

Resumen

El proyecto se enfoca en brindarle una oportunidad a la empresa Gustaff quien cuenta con excelentes productos de calidad abriendo una ventana de negocios hacia el exterior, siendo un aporte fundamental para las exportaciones ecuatorianas.

En el desarrollo de esta tesina se procedió a diseñar un plan de internacionalización de los productos semielaborados de chocolates de la empresa Gustaff lo cual permitirá expandirse un poco más a mercados internacionales en este caso al país de China, se tomó en cuenta para este proyecto todos los parámetros, estudiando al mercado chino, la competencia interna y externa, la demanda de consumo, la logística desde que sale del puerto principal hacia el país de destino, las formas de pago y la documentación que se deberá presentar para la exportación.

Ecuador es muy conocido por exportar productos: como cacao como materia prima hacia diferentes partes del mundo, el objetivo de este proyecto es poder exportar un producto semielaborado de chocolate ya que en los últimos años la economía de China ha ido aumentando considerablemente y se ha visto una creciente con respecto a los productos de pastelerías y repostería, diferentes países latinoamericanos ya están exportando productos como tabletas de chocolates y cocoa en polvo lo que permite ingresar a este mercado y poder competir no solo con países latinos sino con el resto del mundo.

La segmentación de mercado facilitó para saber sobre los consumidores potenciales y el canal de distribución que se usará permitiendo que el intermediario sea el que proporcione los datos de futuros y posibles compradores.

Palabras claves: internacionalización, exportación, semielaborado, repostería y pastelería

Abstract

The project focuses on providing an opportunity for the Gustaff company, which has excellent quality products, opening a business window abroad, being a fundamental contribution to Ecuadorian exports.

In the development of this thesis, an internationalization plan for the semi-finished chocolate products of the Gustaff company was designed, which will allow it to expand a little more to international markets, in this case, to the country of China. the parameters, studying the Chinese market, internal and external competition, consumer demand, logistics since it leaves the main port for the destination country, payment methods, and the documentation that must be presented for export.

Ecuador is well known for exporting products: as cocoa as a raw material to different parts of the world, the objective of this project is to be able to export a semi-finished product of chocolate since in recent years the Chinese economy has been increasing considerably and has seen A growing number of pastry and confectionery products, different Latin American countries are already exporting products such as chocolate bars and cocoa powder, which allows entering this market and being able to compete not only with Latin countries but with the rest of the world.

Market segmentation will facilitate knowing about potential consumers and the distribution channel that will be used, allowing the intermediary to provide the data on future and potential buyers.

Keywords: internationalization, export, semi-finished, confectionery and pastry

Introducción

La presente Investigación se refiere a la gran acogida que en la actualidad tienen los productos terminados con chocolate y como ha venido incrementando su consumo en los mercados internacionales.

Es importante reconocer que en Ecuador aparte de tener riquezas en sus materias primas también se ve en la obligación de comenzar a producir y comercializar productos terminados ya que le darían un valor agregado que contribuirían a una mayor generación de ingreso de divisas trayendo como consecuencia mejoría en la balanza comercial, en nuestra economía y en los términos de intercambio del país.

De acuerdo a las estadísticas de los últimos 3 años en el país se han venido desarrollando productos terminados debido a la gran acogida en los mercados internacionales, esto abre una gran oportunidad a que empresas nacionales no solo exporten materias primas sino empiecen por fabricar productos industrializados con valor agregado dándole mayor reconocimiento a la empresa y al producto como tal.

El Cacao ecuatoriano, es un árbol con flores pequeñas que se observan en las ramas y producen una mazorca que contiene granos cubiertos de una pulpa rica en azúcar, en el país se cultivan dos tipos de cacao: el Cacao CCN-51 conocido también como Colección Castro Naranjal, cuyo color característico es el rojo, el cual es reconocido por sus características de alto rendimiento para la extracción de semielaborados, ingredientes esenciales para la producción masiva de chocolate. Y el denominado Cacao Fino de Aroma “Arriba”, conocido también como Criollo o Nacional cuyo color característico es el amarillo, posee un aroma y sabor único, siendo esencial para la producción del exquisito chocolate gourmet apetecido a nivel mundial.

El cacao fino de aroma tiene características distintas de aroma y sabor muy apreciadas por los fabricantes de chocolate. Esta representa únicamente el 5% de la producción mundial del Cacao.

Nuestro cacao lo podemos encontrar ubicado geográficamente en las provincias de Esmeraldas, Amazonía, Los Ríos, Guayas y Manabí, representa la mayor exportación agrícola del país y constituye una fuente de ingreso para pequeños, medianos y grandes productores nacionales.

Ecuador, por sus condiciones geográficas y su riqueza en recursos biológicos, es el productor por excelencia de Cacao Arriba fino y de aroma (63% de la producción mundial) proveniente de la variedad nacional cuyo sabor ha sido reconocido durante siglos en el mercado internacional. Este tipo de grano es utilizado en todos los chocolates refinados.

Ecuador por tradición, es un importante productor de cacao y en la actualidad es reconocido a nivel internacional por ser el país proveedor de más del 60% de la producción mundial de cacao “fino de aroma”, materia prima que es requerida y codiciada en la industria europea y norteamericana para la fabricación de chocolates finos.

Las empresas de Ecuador carecen de la tecnología e innovación necesaria para la elaboración o procesamiento de la materia prima y esto nos lleva a la exportación de la misma que se vende a otros países donde si tienen los recursos y las máquinas necesarias para poder fabricar un producto elaborado con Chocolate, esto ha dejado de generar y ganar un valor agregado al no fabricar nosotros como país exportador productos elaborados a base de cacao para exportarlos.

La buena calidad del Cacao Ecuatoriano y la gran demanda es atribuida a las características únicas que posee, pues con él se fabrican varios productos con chocolate desde el más fino hasta el más oscuro o amargo con mayor demanda en el mundo debido a su alto porcentaje de cacao.

El Cacao Ecuatoriano ocupa el tercer lugar a nivel mundial, las exportaciones de materias primas, productos semielaborados con chocolate y productos con mayor porcentaje de cacao, representan en gran medida un gran aporte para el país dentro de la balanza comercial, los principales destinos donde se comercializan estos productos son Unión Europea, Estados Unidos entre otros.

Desde fines del siglo XVIII, el cacao se convirtió en un producto estratégico en la vida del Ecuador. En 1779 asistimos al primer gran auge cacaotero que duraría hasta 1842, época que ha sido calificada como el primer “boom” del cacao. Algunos autores sugieren incluso que el cacao fue el motor económico que permitió financiar dos grandes momentos de la historia nacional: Las Independencia y revolución liberal.

Un siglo más tarde, en la segunda mitad del siglo XIX, particularmente a partir de 1870, se produjo un segundo auge de la producción de la fruta en el mercado internacional. Diez años después, el “boom” del cacao se intensificó llegando a su clímax hacia 1906 en que el Ecuador ocupó el primer lugar en producción en el mundo.

Los productos terminados en la actualidad tienen mayor cotización en el mercado internacional es por eso que se ha llevado a cabo este plan de internacionalización para la exportación de los productos de la empresa Gustaff, viendo así una posibilidad de crecimiento tanto en la empresa como en la economía del país.

Hemos escogido este tema con el objetivo de desarrollar un diseño de internacionalización que pueda ser acogido por la empresa Gustaff debido a la gran demanda local que tiene lo que avizora una gran posibilidad de incursionar en mercados externos, con la línea de productos para repostería. La demanda actual que tiene China de estos productos ha sido determinante para escogerlo como mercado meta.

Gracias al consumo que hoy en día tiene el Chocolate a nivel mundial y a las exigencias que el consumidor tiene por probar siempre algo diferente, esto nos motiva a ingresar a nuevos mercados más competitivos y poder desarrollar productos para cada necesidad demostrando que somos capaces de elaborar diferentes presentaciones de Chocolate y dándole un mayor prestigio a la empresa Gustaff.

Los beneficios que podríamos alcanzar social e institucionalmente serían el acceso a nuevos mercados internacionales, potenciar la imagen de la empresa y del Ecuador como país en progreso, generar mayor rentabilidad, ganar prestigio tanto en el mercado local como internacional, generar plazas de trabajo y ser un aporte para el país en la balanza comercial.

El desarrollo de esta investigación nos va ayudar a planificar de mejor manera y a largo plazo todos los parámetros necesarios para la exportación al mercado de China, conociendo de buena manera su cultura, tradiciones, costumbres, climatización, segmentando mercados, encontrando compradores o comercializando la gran mayoría de nuestros productos terminados con chocolate.

La investigación deberá tener una planificación estratégica en donde podamos desarrollar todos los mecanismos necesarios como por ejemplo tener una buena logística internacional, mayor abastecimiento de productos en las bodegas, control de inventarios y producción, mayores ventas tanto localmente como en el exterior de los productos terminados con chocolates para no quedarse desabastecidos internamente, conocer también los requisitos que se deben cumplir para la exportación, así como los requerimientos para el ingreso de nuestros productos a China, tener al día toda la documentación necesaria y demás que nos ayuden a llevar siempre un buen control para el ingreso de mercadería al mercado de China.

Formulación del problema general

¿Cómo internacionalizar los productos de la línea de repostería de la empresa Gustaff al mercado Chino durante el año 2020?

Actualmente la empresa Gustaff ha alcanzado un posicionamiento en el mercado local, situación que llevado consigo la adquisición de maquinarias para incrementar la producción, siendo este uno de los puntos principales que les ha motivado a pensar en el aprovechamiento de esa capacidad instalada para buscar mercados externos.

Al no tener un departamento que se encargue exclusivamente del manejo de comercio exterior, esta investigación aportará para que la planta de ejecutivos tenga una visión clara de las estrategias a seguir para el ingreso al mercado chino.

Objetivo General

Diseñar un plan de Internacionalización para la exportación de los productos de la línea de repostería de la empresa Gustaff.

Descripción de los capítulos

Para cumplir con el objetivo de la investigación se ha propuesto una estructura de tres capítulos donde se expone la problemática para la exportación de los productos Gustaff, en el primer capítulo fundamentamos nuestro estudio en la historia del chocolate en nuestro país, abordaremos las teorías más recientes de la internacionalización que están ligadas al tema, detallaremos los conceptos más relevantes que van a permitir comprender mejor lo que vamos a tratar y terminaremos mencionando la normativa legal que existe para esta actividad.

En el segundo capítulo explicaremos la metodología investigativa, que vamos a aplicar, así como los tipos y métodos de investigación, que nos van a permitir el análisis de los resultados.

En el tercer capítulo se desarrollará la propuesta en la cual detallaremos el esquema de internacionalización escogido, los productos que se exportarán y el proceso

logístico que emplearemos. No sin dejar de mencionar las probabilidades potenciales de comprar por parte de los chinos.

Capítulo I

Fundamentación

1.1 Marco Histórico

(EAE Business School, 2020) define al Plan de Internacionalización como las acciones que se toman dentro de una organización con la finalidad de efectuar una expansión del negocio, estableciendo la planificación estratégica como es definir las metas y objetivos a mediano o largo plazo, hasta establecer las acciones a seguir y la forma en que serán asignados los recursos para la consecución del fin.

No se tiene una fecha exacta desde que se comenzaron a implementar los Planes de internacionalización, lo que sí es evidente que están estrechamente vinculados con las teorías sobre este proceso y su aplicación es tan necesaria desde que se inició la globalización de mercados lo que obligaba a las empresas a ser más competitivas, a una utilización eficiente de los recursos y por tanto efectuar el análisis de todas las variables que de una u otra manera van a incidir en la competitividad de las organizaciones y en su permanencia en los mercados internacionales.

El chocolate tiene su origen hace unos tres mil años A.C en la época prehispánica donde los antiguos habitantes de toda Mesoamérica disfrutaban de este fruto conocido como alimento de los Dioses, era usado como símbolo de riqueza y en algunos casos se lo tomaban en celebraciones o ritos.

El cacao se lo consumía mezclado con semillas de zapote y maíz, que se dosificaba en pequeñas bolitas o pastillas después se entregaba a los guerreros mezclados con agua caliente.

Imagen 1

Elaboración del chocolate en la época prehispánica



Fuente y elaboración: (Ochoa, 2019)

(Curiosfera, 2019) Los amerindios gustaban de brebajes y pociones que pueden parecer chocantes e incluso repulsivos, podía ser preparado con flores de cacao secas molidas que se llamaban Xochayo-cacaua-atl, y bebidas con Ají llamada en tiempos coloniales como Chil-Cacau-Atl. A mediados del siglo XVI, los exploradores españoles llevaron la bebida de chocolate a Europa y su forma de prepararla era mucho mejor, surgiendo nuevos procedimientos que hacían de esta bebida muy atractiva y valorada por todos los Europeos.

(Curiosfera, 2019) A finales del siglo XVIII el chocolate se consumía en toda Europa y América y era hecho a mano, con el pasar del tiempo la máquina creada por el francés A. Doret, quien tiene tuvo la posibilidad de revolucionar su industria hacia 1819. Aquel artilugio aceleraba hasta siete veces su producción, no se contaba con mucha mano de obra por lo que bajaron considerablemente los precios y se generalizó el consumo.

(Chocolate, 2019) El suizo Luis Cailler en 1820 fabricó la primera tableta de chocolate, y esta a su vez se fue dando a conocer dentro del mercado Europeo. En 1828 Conrad VanHouten, inventa en Holanda una prensa hidráulica para prensar los granos molidos del cacao y separar mejor la manteca, dando lugar a un producto nuevo: el polvo del cacao (cacao holandés procesado), además, al añadir cloruro potásico se produce una alcalinización que facilita que el cacao se disuelva más fácilmente en leche o en agua.

(Chocolate, 2019) Daniel Peter aprovechando la leche en polvo crea una tableta con leche en 1875, implementando un nuevo sabor en el chocolate, además es responsable de la técnica del 'conchado', que sirve para refinar aún más el chocolate, dicho proceso consiste en pasar la pasta entre unos discos de porcelana durante varias horas, lo que produce un chocolate suave que se derrite en la boca. En 1880 empresas medianas de chocolate en Europa y Estados Unidos comienzan a reconquistar implementando la calidad del producto y los antecedentes del chocolate negro, a su vez aparecieron etiquetas con porcentajes, y se dio a conocer un precio por el sabor auténtico y refinado que poseían.

(Vida, 2019) El Cacao Ecuatoriano desde finales del siglo XVIII se ha convertido en un producto estratégico, desde 1779 a 1842 obtuvo un gran auge cacaotero, a partir de 1870 se comienza por producir y exportar a mercados internacionales. El cacao ecuatoriano ya con mayor reconocimiento a nivel mundial ocupó el primer lugar en 1906 y esto debido a que se exportaba del 15 al 25% de la producción siendo uno de los primeros países de América Latina en mantenerse durante unos 20 años.

Gracias a las condiciones de suelos fértiles y la temperatura, así como la pluviosidad adecuada de la costa ecuatoriana, lo convirtieron el escenario ideal para producir el cacao más fino del mundo con excelentes niveles de productividad.

Ecuador ha ido creciendo gracias a las exportaciones de estos productos, empresas ecuatorianas como Gustaff quien fue creada por el Ing. Gustavo Arguello en 1998, este pequeño negocio comenzó en el garaje de la vivienda de su padre, poco después en 2002 operaría en el Km 7.5 Vía a Daule (Guayaquil).

El negocio comenzó sus operaciones principalmente con productos para la línea de pastelería y heladería, sus primeros clientes fueron Helados Pingüino, Dolce Incontro, Dolupa, Helados Jr., Helados Gino's, entre otros.

(REVISTA LIDERES , 2015) La empresa incursiona desde el 2005 en la línea de consumo que se comercializa en las cadenas de Supermercados Coral y Almacenes Tía, el desarrollo de productos de consumo les ha permitido también abrirse espacio en el exterior, el 10% de su producción llega a países como Colombia, Chile y Perú.

Imagen 2

Proceso de Alcalinizado



Fuente y elaboración: (REVISTA LIDERES , 2015)

Teoría de la internacionalización

Según Coase 1937 la Internacionalización se basa en la teoría de los costos de transacción, tiene razón de ser si los beneficios derivados de abrir nuevos mercados, son superiores a los costos de aprendizaje y establecimiento que conlleva la expansión al exterior. (Exportador, 2019)

Esta teoría nos lleva analizar los costos, riesgos y competitividad para poder ingresar a nuevos mercados internacionales.

Teoría de la Ventaja Absoluta – Ventaja Comparativa

(Economipedia, 2019) Según Adam Smith los países tienden a especializarse en los bienes en los que tienen ventaja absoluta, exportan esos bienes y con las ganancias de esta venta compran otros bienes producidos por otros países.

Según David Ricardo los países se especializan en la producción y exportación de aquellos bienes que pueden fabricar con costos relativamente más bajos.

Si bien es cierto ambas teorías tienden a especializarse en la ventaja absoluta vemos que no se produce lo que al país le cuesta menos, sino que analizamos los costos comparativos y en la ventaja comparativa vemos el costo de oportunidad al que se puede enfrentar nuestra producción en cada producto.

1.2. Marco Teórico

1.2.1 Teoría de la Ventaja Competitiva

(Emprendices, 2019) Michael Porter denomina la ventaja competitiva como el valor diferencial que una empresa crea para sus clientes, bien sea en forma de precios menores al de la competencia o por la diferenciación de productos, es decir, cualquier característica creada por una empresa para distinguirse del resto y la sitúa en una posición superior para competir.

La ventaja competitiva nos lleva a darle un mejor enfoque a nuestro producto diferenciándose de la competencia dando siempre mejores beneficios a nuestros clientes y buen servicio de calidad.

1.2.2 Segmentación de Mercado

Según Rafael Becerra “La segmentación de mercado, también conocida como segmentación de clientes, segmentación de audiencias, es un método por el cual se pueden dividir a los clientes potenciales en distintos grupos, los cuales permiten que las empresas puedan enviar mensajes personalizados a las audiencias correctas”. (Becerra, 2018)

Segmentar los mercados nos ayudara de gran manera a conocer quiénes serán nuestros clientes fijos y la demanda de producción que tendremos.

1.2.3 Nueva teoría del Comercio Internacional

Según (Rivas, 2019) los países pueden exportar ciertos productos simplemente porque cuentan con una firma que entro por primera vez en una industria que solo puede sostener a unas cuantas empresas, gracias a que pueden obtener economías de escala, los primeros en entrar en una industria pueden colocar un candado en el mercado mundial que desaliente los intentos de una penetración subsecuente.

China posee mano de obra barata y es potencial en cuanto a producir diferentes artículos a nivel mundial, su economía es muy buena y pueden competir en cualquier parte del mundo gracias a su economía de escala.

1.2.4 Plan de Exportación

(MEXICO, 2018) Según detalla la publicación titulada Plan de Negocios Internacional de exportación de Pro México: Lo que se busca con la planificación de un negocio de exportación es penetrar sistemáticamente un producto o servicio en los mercados internacionales maximizando la eficiencia y la rentabilidad.

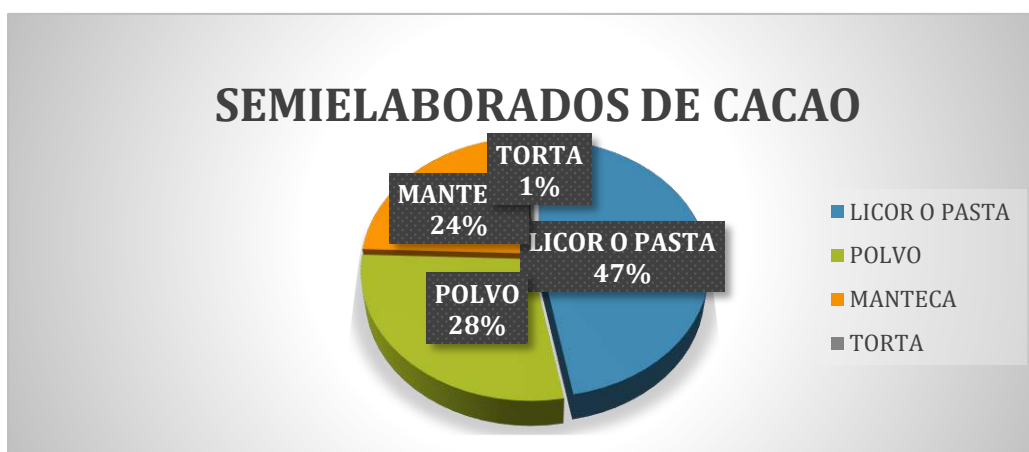
Para un plan de exportación se debe conocer que productos se van a exportar, el país de destino, como se va realizar este proceso y con qué recursos se cuenta.

1.2.5 Estudio de factibilidad

(Dino, 2019) La teoría de la factibilidad se refiere a que un proyecto que se tenga en mente, pueda llevarse a cabo teniendo los recursos necesarios y pueda materializarse. En el estudio de factibilidad se llega a conocer todos los recursos necesarios para poder ejecutar el proyecto.

1.2.6 Estadísticas del Chocolate año 2018

Gráfico 1



Fuente: (ANECACAO, 2019)

Elaboración: El autor

Durante 2018, las exportaciones de semielaborados representaron el 6.33% del suministro exportable total de cacao y sus productos procesados con un valor FOB de USD de 47 millones. Los principales destinos de estos productos fueron la Unión Europea y Estados Unidos.

Imagen 3

Principales destinos de productos semielaborados de cacao ecuatoriano 2018

- Indonesia TM 59.678
- E.E.U.U TM 53.909
- Malasia TM 48.460
- Holanda TM 36.850
- México TM 23.892
- Alemania TM 15.923
- China TM 15.058
- Bélgica TM 10.340
- Canadá TM 8.453
- Japón TM 8265



Fuente: (ANECACAO, 2019)

Elaboración: El autor

Gráfico 2



Fuente: (ANECACAO, 2019)

Elaboración: El autor

1.2.7 Beneficios del Chocolate

De acuerdo a la Fundación Vivo Sano el Cacao Puro posee muchos beneficios para nuestro organismo, el chocolate debe ser consumido en medidas normales no en exceso y uno de los beneficios que posee es que alivia el estrés, muy bueno para la salud cardiaca y para la piel. (SANO, 2018)

El chocolate puro es beneficioso siempre y cuando no tenga aditivos y azúcares y se pueda comer moderadamente, por su sabor exquisito hace que consumo sea muy apetecido por el público en general.

1.3. Marco Conceptual

Definición de términos:

Mercados Internacionales

Conjunto de actividades comerciales realizadas entre compañías de diferentes países, pueden incluir desde mercancías.

Negocios Internacionales

Son las transacciones privadas y gubernamentales que involucran a dos o más países.

Comercio Exterior

Son las condiciones, leyes, formas y contenido que presenta el intercambio de bienes y servicios.

Comercio internacional

Son todas las operaciones comerciales, importaciones y exportaciones, inversión directa, financiación internacional, mercadeo, etc.

Comercialización

Es el conjunto de actividades desarrolladas para facilitar la venta y/o conseguir que el producto llegue finalmente al consumidor.

Balanza Comercial

Es el registro económico de un país donde se recogen las importaciones y exportaciones de mercancías.

Materia prima

Son todos aquellos elementos extraídos directamente de la naturaleza, en su estado puro o relativamente puro.

Fertilización

Proceso para la tierra añadiéndole diversas sustancias con el objetivo de hacerla más fértil y útil a la hora de la siembra y la plantación de semillas.

Productividad

Es una medida económica que calcula cuántos bienes y servicios se han producido por durante un periodo determinado.

Exportador

Es toda persona nacional o jurídica que vende o comercializa un producto al exterior.

Valor agregado

Es la característica extra que un producto o servicio ofrece con el propósito de generar mayor valor dentro de la percepción del consumidor.

Internacionalización

Es la capacidad que alcanza una empresa de poder comercializar sus productos o localizarse en otro país del mundo, que no sea su país de origen.

Repostería

Se basa en la preparación, cocción y decoración de platos y piezas dulces tales como tortas, pasteles, galletas, budines, etc.

Parámetros

Es el dato que se considera como imprescindible y orientativo para lograr evaluar o valorar una determinada situación.

Segmentación del mercado

Es un proceso de marketing mediante el cual una empresa divide un amplio mercado en grupos más pequeños para integrantes con semejanzas o ciertas características en común.

Logística Internacional

Abarca el movimiento físico de los productos, pudiendo ser como materias primas desde su punto de origen, hasta la recepción por parte de los consumidores finales como producto terminado.

1.4 Marco Jurídico

1.4.1 Constitución de la República del Ecuador

Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.

1.4.2 Plan Nacional toda una vida

Objetivo 5

Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.

5.1. Generar trabajo y empleo dignos fomentando el aprovechamiento de las infraestructuras construidas y las capacidades instaladas.

5.2 Promover la productividad, competitividad y calidad de los productos nacionales, como también la disponibilidad de servicios conexos y otros insumos, para generar valor agregado y procesos de industrialización en los sectores productivos con enfoque a satisfacer la demanda nacional y de exportación.

5.3 Fomentar el desarrollo industrial nacional mejorando los encadenamientos productivos con participación de todos los actores de la economía.

5.4 Incrementar la productividad y generación de valor agregado creando incentivos diferenciados al sector productivo, para satisfacer la demanda interna, y diversificar la oferta exportable de manera estratégica.

5.5 Diversificar la producción nacional con pertinencia territorial, aprovechando las ventajas competitivas, comparativas y las oportunidades identificadas en el mercado interno y externo, para lograr un crecimiento económico sostenible y sustentable.

1.4.3 Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones

Título IV

Del fomento y la Promoción de las Exportaciones

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

1.4.4 Sección II

Regímenes de Exportación

Art. 154.- Exportación definitiva. Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás normas aplicables.

1.4.5 Sección II

Regímenes de Exportación

Subsección I exportación definitiva

Art. 158.- Exportación Definitiva. - Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente (...)

1.4.6 Ley de Propiedad Intelectual

Título Preliminar

Art.1. El Estado reconoce, regula y garantiza la propiedad intelectual adquirida de conformidad con la ley, las Decisiones de la Comisión de la Comunidad Andina y los convenios internacionales vigentes en el Ecuador.

La propiedad intelectual comprende: (...)

e) Las marcas de fábrica, de comercio, de servicios y los lemas comerciales;

1.4.7 Normas de Calidad

Resolución ARCSA-DE-067-2015-GGG

(...) mediante Decreto Ejecutivo No.285 expedido el 18de marzo de 2010, publicado en el Registro Oficial No.162 de 31 de marzo de 2010, se declaró como parte de la política de comercio exterior y de la estrategia nacional de simplificación de trámites, la implementación de la ventanilla única ecuatoriana para el comercio exterior, disponiéndose la implementación del modelo de emisión para alimentos procesados, mediante la calificación de Buenas Prácticas de Manufactura de los establecimientos procesadores de alimentos (...)

Capítulo II

Metodología Empleada

La metodología empleada en la presente Investigación es mixta: Cualitativa ya que los productos semielaborados con chocolate son de buena calidad y mayor consumo a nivel local.

Cuantitativa porque se tomará como base las ventas locales y las exportaciones que se han realizado en los últimos años, recopilando información año tras año del crecimiento de la empresa teniendo en cuenta la oferta y la demanda tanto nacional como internacional.

2.1 Tipos de Investigación

2.1.1 Descriptiva. –

Se deberá segmentar y analizar el mercado de China, para conocer su situación geográfica, comunidades, políticas, intereses económicos y sociales llegando a tener una recolección de datos de forma eficiente donde se analizarán los costos y riesgos que llevaría a cabo su exportación.

2.1.2 Explicativa. –

Mediante la información obtenida se podrá analizar si es factible o no poder realizar un plan de internacionalización de los productos semielaborados con chocolates de la empresa Gustaff ya que se deberá tomar en cuenta el nivel de producción local y la posible demanda que se podría obtener del mercado asiático. Analizando las medidas necesarias para saber si la empresa esta apta de contar con todo el equipo necesario en cuanto a tecnología, maquinaria, infraestructura, mayor personal de producción, logístico y administrativo.

2.1.3 Investigación de Campo. –

Mediante esta investigación se podrá conocer el proceso de producción, el desarrollo de productos semielaborados con chocolate, la logística y la capacidad en las bodegas para almacenar la producción.

2.2 Método de Investigación

2.2.1 Analítico – Sintético. –

A través de este método se obtendrá información de mayor importancia la cual se analizará interpretando las causas y efectos que implica en el desarrollo del tema.

2.2.2 Histórico – Lógico. –

Con la información obtenida en el ámbito comercial entre Ecuador y China permitirá desarrollar la presente investigación tomando en cuenta que estos dos países no poseen un acuerdo comercial establecido.

2.2.3 Inductivo – Deductivo. –

Se analizarán las respuestas que se obtuvieron por parte de los entrevistados de la Empresa Gustaff para poder establecer conclusiones y deducir si nuestra investigación es factible para la exportación.

2.3 Método Empíricos

2.3.1 Entrevista. –

Se realizarán entrevistas a los diferentes departamentos de la empresa Gustaff para conocer la capacidad económica, infraestructura, el número de empleados que laboran, los niveles de producción, el proceso logístico dentro del mercado local, y los encargados en el área de las importaciones y exportaciones.

Entrevista 1:

Gerente General

Se realizó la entrevista al Representante legal de la empresa el cual supo indicar que cuenta con la infraestructura y el personal capacitado para poder desarrollar con éxito los diferentes productos con chocolates.

Entrevista 2

Jefe de Producción

Se llegó a la conclusión que las materias primas son de alta calidad lo cual permitirá crear un plan estratégico para la producción en masa de productos con chocolates, y así llegar hacer competitivos el mercado interno y externo teniendo stock suficiente para abastecer a los futuros consumidores.

Entrevista 3

Jefe Financiero

El jefe del departamento financiero indico que cuenta con los recursos necesarios y el poder económico adquisitivo para el desarrollo y ejecución del proyecto analizando la oportunidad de poder expandirse hacia otros mercados.

2.3.2 Observación directa. –

Dentro de la empresa Gustaff se observó cual fue el procedimiento de producción de Polvo de Cacao y Minigotas de Chocolate, dos procesos totalmente diferentes, en el que también se visualizó el empaque que se utiliza para estos productos, la logística que se emplea en el mercado local con las demandas de los clientes mayoristas, distribuidores, pastelerías y consumidores finales.

Anexo 1

El día 05 de marzo del presente año se llevó acabo la visita a la planta de la empresa Gustaff en donde no fue permitido tomar fotos por políticas de la misma se visualizó de manera directa los diferentes procesos para la elaboración y empaque de minigotas con chocolates, de acuerdo a la ficha de observación se logró analizar que este producto es muy aceptado dentro del mercado interno y que a su vez es una gran oportunidad para el mercado del exterior porque tiene diferentes usos y es que se lo puede utilizar para hornear una galleta, decorar una torta o un helado etc.

Anexo 2

El día 06 de marzo del presente año se llevó a cabo la visita a la planta de la empresa Gustaff en donde no fue permitido tomar fotos por políticas de la misma se visualizó de manera directa los diferentes procesos que se utilizan para la elaboración del polvo alcalino el cual tiene una alcalinidad del 7% , de acuerdo a la ficha de observación se logró analizar que este producto cuenta con su ficha técnica en donde tienes sus especificaciones en cuanto formulas y certificaciones, en la actualidad este producto lo consumen mucho los pasteleros pues en el obtienen productos para elaborar como torta de chocolate, pan de chocolate entre otros productos por lo que se abre una puerta de negocio dentro del mercado interno y externo.

Conclusiones de las observaciones

Los productos a exportar en la actualidad son de muy buen uso por las panaderías y pastelerías de nuestro país, en el exterior productos similares ya se están vendiendo y esto abre una puerta de negocio para poder llegar a esos mercados y poder competir.

2.4 Herramientas de Análisis

2.4.1 Análisis PEST

Como herramienta de análisis tenemos que emplear el PEST ya que es importante identificar los factores externos que podrían afectar la exportación de los productos con chocolate como son:

- **Políticos:** La población de China carece de libertad absoluta, este país ha implementado un sistema de economía social de mercado, bajo el predominio del partido comunista chino este factor es una amenaza debido a que las industrias se encuentran manejada por el gobierno.
- **Económicos:** China posee una tasa de desempleo del 4.6% del total de la población, dentro de sus exportaciones su tercer producto exportable son los teléfonos existe una balanza positiva y especialización en la fabricación de celulares, el salario depende de la ciudad debido a que cada gobernador determina el salario mínimo.
- **Sociales:** El crecimiento porcentual de la población es mucho mayor que en otras partes del mundo esto es una oportunidad debido a que existe más mano de obra para generar mayor producción.
- **Tecnológicos:** China en los últimos años ha invertido en investigaciones y desarrollo de tecnología esta circunstancia es una oportunidad debido a que existe constante innovación y el gobierno fomenta la evolución del mejoramiento continuo.

2.4.2 Análisis FODA

Fortalezas

- Planta, maquinarias y diseño de producción propia.
- Creatividad en la elaboración de producto semielaborados con chocolate.
- Personal con experiencia en el área de chocolatería.
- Comunicación en las diferentes áreas de la empresa.
- Certificaciones BMP, HACCP.
- Mayor rotación en los productos dentro del mercado interno.

Oportunidades

- Innovación de productos de semielaborados con chocolate.
- Materia prima de bajo costo para la empresa.
- Cambio de la matriz productiva.
- Aumento en las ventas del mercado local e internacional.
- Conocer nuevos mercados internacionales.

Debilidades:

- Falta de capacitación al personal en las áreas asignadas.
- Poco conocimiento de los productos y marca de la empresa en el mercado interno.
- Altos costos por devoluciones de productos.
- Falta mayor apogeo en redes sociales, pagina web.

Amenazas:

- Competencias cuentan con productos similares y mejor infraestructura para mayor producción
- Ingreso al territorio nacional de competencia extranjera
- Productos similares a bajo costo
- Políticas comerciales pueden afectar el ingreso del producto en otros países
- Situación económica del país en el sector industrial

2.4.3 Análisis CAPA

Corregir las debilidades

- Capacitar continuamente al personal y que cumplan con mayor entusiasmo sus labores.
- Dar mayor prestigio a la marca y productos mediante degustaciones en supermercados, banners publicitarios, entre otros.
- Capacitar continuamente al personal y que cumplan con mayor entusiasmo sus labores.
- Dar mayor prestigio a la marca y productos mediante degustaciones en supermercados, banners publicitarios, entre otros.

- Mayor control en los stocks de bodega para no entregar productos con corta fecha a los clientes y evitar devoluciones.
- Emitir comunicados de promociones en redes sociales (Instagram, Facebook), actualizar catálogo de productos constantemente en la página web.

Afrontar las amenazas

- Planificar estrategias de marketing para entregar promociones a los clientes
- Dar mayores beneficios a los locales mayoristas
- Reactivar la economía con el mensaje: “Consume lo nuestro”

Potenciar las fortalezas

- Tecnología para elaborar productos con chocolate con mayor rapidez
- Elaborar productos nuevos muy llamativos
- Aumentar personal con experiencia en el área de chocolatería
- Alcanzar las mejores certificaciones de calidad en el Ecuador

Aprovechar todas aquellas oportunidades que ofrece el entorno/sector

- Crear estrategias para poderse expandir hacia otros mercados internacionales
- Planificar acciones para convertir las oportunidades en fortalezas.

Capítulo III

Desarrollo de la propuesta

3.1. Título de la propuesta

Diseño de un plan de Internacionalización de los productos para repostería de la empresa Gustaff a China

3.2. Objetivo de la propuesta

Diseñar un plan de Internacionalización para la exportación de los productos de la línea de repostería de la empresa Gustaff.

3.3. Descripción de la propuesta

A través de la aplicación de la metodología diseñada para este trabajo de investigación, recolección de datos observación nos permitió conocer más de cerca el proceso productivo, esquemas logísticos empleados que nos llevó a desarrollar esta propuesta abarcando no solo un análisis interno de la organización, sino verificar las condiciones para el ingreso al mercado chino, perspectivas de consumo, la competencia externa e interna y demás aspectos relevantes a considerar para estructurar de la mejor manera el Plan de Internacionalización objeto de esta propuesta.

3.4. Factibilidad de aplicación

Las factibilidades a darse en esta aplicación son:

- **Operativa:** Se cuenta con la logística necesaria para poder movilizar la materia prima para la elaboración de los productos con chocolates y a su vez poder hacer las entregas dentro del mercado interno.

- **Técnico – Tecnológico:** La empresa ha implementado maquinas técnicas que ayudan al proceso de producción de forma más ágil y eficaz lo que permitirá tener mayor producción en el menor tiempo posible.
- **Comercial:** se podrá competir con los productos a exportar ya que China está comprando últimamente productos para repostería lo que permite incursionar en ese mercado.
- **Económica:** Gustaff cuenta con los recursos financieros para poder implementar este proyecto, y poder incursionar un poco más en la repostería dándole a Ecuador un plus en productos como semielaborados con chocolates.
- **Legal:** Consta con un marco jurídico que lo respalda en cuanto a la exportación en donde se promueve la salida de mercancías como los son el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, el Plan de Desarrollo toda una Vida.
- **Social:** Al fomentar la exportación y poder incursionar en nuevos mercados se abrirán plazas de trabajo lo que ayuda a la economía del país.

3.5. Descripción de la empresa

La empresa Gustaff cuenta con más de 20 años en el mercado local, elaborando productos semielaborados con chocolate para industrias nacionales, pastelerías y panaderías, heladerías, mayoristas, distribuidores entre otros.

Dentro de su catálogo de productos podremos encontrar bloques de chocolate sucedáneos, minigotas de chocolate, minigotas blancas, minigotas de colores, coberturas líquidas, grageas, cocoa en polvo, sirope de chocolate, menta, fresa, chicle, chocolates sucedáneos con manjar, chocolate y chocolate blanco entre otros.

Cuentan con certificaciones BMP (Buenas Prácticas de Manufactura Y HACCP estas certificaciones respaldan a la empresa y le dan el prestigio dentro del mercado local.

Imagen 4
Productos Gustaff



Fuente y elaboración: (Gustaff, 2020)

3.6. Características de la empresa

Giro de Negocio: Elaboración fabricación y comercialización de productos a base de chocolates.

Misión: Desarrollar, Elaborar y comercializar nuestros productos (coberturas y chocolates) para cada necesidad con altos estándares de calidad que satisfagan a nuestros clientes, logrando un crecimiento sostenido que nos permita aportar al desarrollo del país.

Visión: Contribuir al crecimiento de la industria nacional, buscando que nuestros productos y marcos sean reconocidos por su calidad, precio y servicio, fortaleciendo nuestra presencia en el mercado local e internacional.

Marcas: Rapichoc, Pastry, Balin, Gustaff, D'Leite.

Logo o slogan

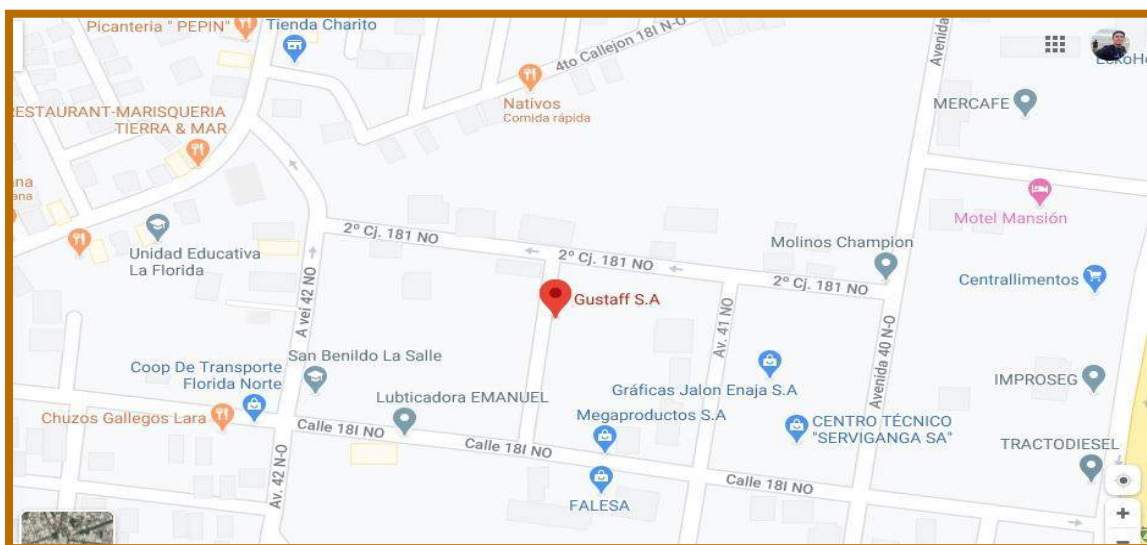
Imagen 5



Fuente y elaboración: (Gustaff, 2020)

Ubicación: Km 7.5 vía a Daule – Prosperina (Atrás de San Benildo la Salle)

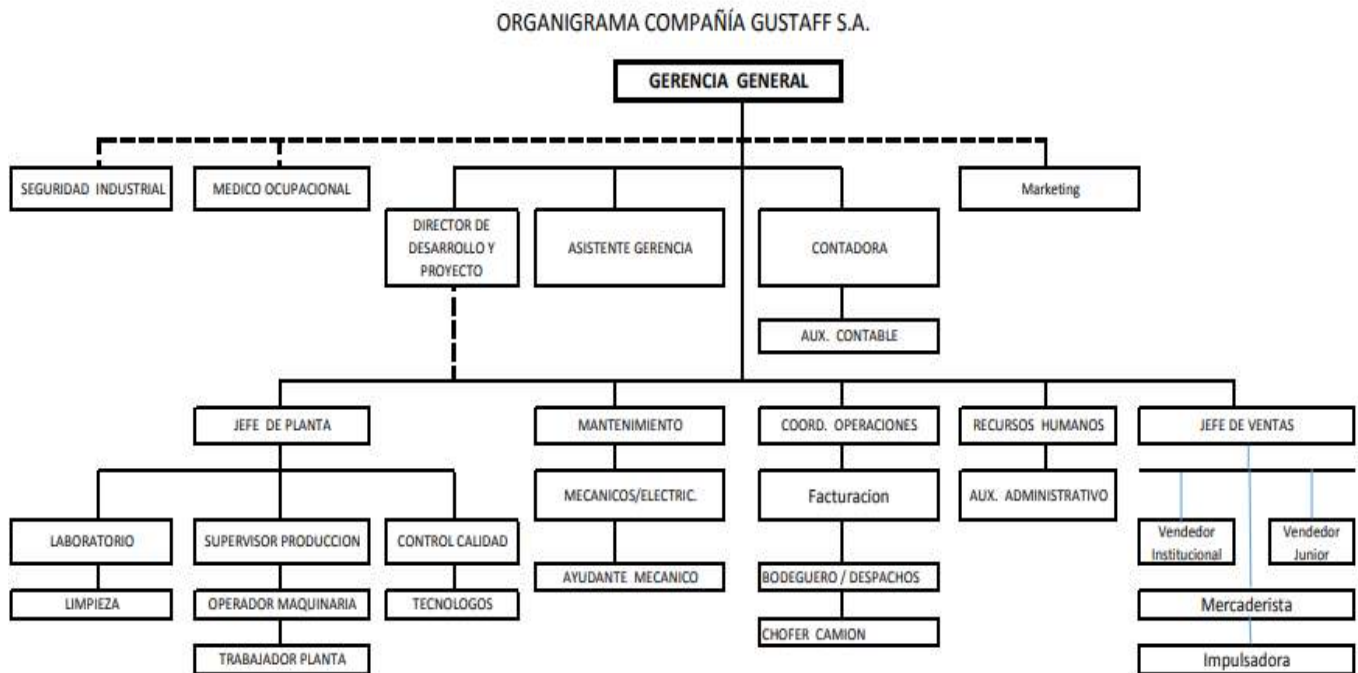
Imagen 6



Fuente y elaboración: (Maps, 2020)

Organigrama

Imagen 7



Fuente y elaboración: (Gustaff, 2020)

Descripción de las funciones del personal:

- **Gerencia General:** Dueño de la empresa
- **Seguridad Industrial:** Persona capaz de velar por la seguridad de los trabajadores
- **Medico Ocupacional:** Encargada de hacer los chequeos necesarios para el personal de los diferentes departamentos.
- **Asistente de Gerencia:** Persona que lleva el control de caja chica, entregar cheques a proveedores y detallar las reuniones del Dueño.
- **Contadora:** Encargada de llevar los sistemas financieros de la empresa.
- **Aux. Contable:** Persona encargada de registrar las compras de proveedores, registrar retenciones y pagos.
- **Jefe de Planta:** Encargado de delegar las funciones a su personal para el proceso de producción.

- **Laboratorio:** Encargado de desarrollar y analizar las formulaciones de los productos.
- **Supervisión de producción:** Encargado de observar que todo el proceso de producción se trabaje de muy buena manera.
- **Control de Calidad:** Encargados de verificar los estándares de calidad de cada producto que se elabora mediante su ficha técnica, además de tener las certificaciones vigentes.
- **Trabajadores en Planta:** Encargados de desarrollar la producción en base a la formulación que se les da para llevar a cabo el producto de semielaborado con chocolates.
- **Facturación:** Encargada de elaborar las facturas electrónicamente, notas de crédito y cambios de facturas.
- **Bodega:** Encargado de despachar la mercadería de todo cliente que retira producto
- **Chofer:** Encargado de ir a los diferentes puntos donde se le asigno para entregar la mercadería.
- **Recursos Humanos:** Encargada de velar por el bien del personal de la empresa, además de ver nuevas vacantes para el ingreso a la empresa.
- **Jefe de Ventas:** Encargado de desarrollar un plan de ventas mensual, para poder ampliar nuevas zonas y poder introducir los productos.
- **Vendedor Institucional:** Encargado de hacer las visitas, cobranzas y toma de pedidos además de facilitarte muestreo de los productos para sus pruebas en el caso de que lo amerite.
- **Vendedor Foráneo:** Encargado de recorrer otras provincias en busca de nuevos clientes, además de cobranzas, toma de pedidos.
- **Mercaderista:** Encargado de revisar perchas de productos, ver la caducidad del mismo, coordinar degustaciones en los locales.
- **Impulsadoras:** Encargada de dar a conocer el producto mediante degustaciones, entregando promociones, entre otras actividades.

Ficha técnica del producto

Minigotas Chocolates sucedáneas

	GUSTAFF S.A.	ECC-004
	CONTROL DE CALIDAD	REV-001
	ESPECIFICACION TECNICA DE PRODUCTO TERMINADO	PAG: 1 de 1

CODIGO BPM: 0012-BPM-AN-0216 FECHA DE ACTUALIZACION: Enero 2019 CODIGO GUSTAFF: PT.GTS001 (250 g) PT.GTS003 (5 Kg) PT.GTS004 (20 Kg)			
NOMBRE DEL PRODUCTO: MINI GOTAS DE CHOCOLATE SUCEDÁNEO			
DESCRIPCION GENERAL: Minigotas sabor a chocolate elaboradas a base de: azúcar, grasa vegetal, polvo de cacao, emulsificante (lecitina de soya) y vainilla. Contenido de alérgenos: Contiene soya. NO contiene Transgénicos.			
CARACTERISTICAS DE CALIDAD E INOCUIDAD			
ESPECIFICACIONES FISICO-QUIMICAS			
VARIABLE	RANGO	METODO/INSTRUMENTO	UNIDAD
Humedad	1 Max	Estufa	%
Contenido Graso	29 31	Soxhlet	%
Unidades por Kg	10000 12000	Balanza	UND
Altura	4.35 4.95	Caliper	mm
Ancho	5.25 5.85	Caliper	mm
Deformes	5 Max	Visual	%
ESPECIFICACIONES ORGANOLEPTICAS			
ATRIBUTO	ESPECIFICACION		
Color	Café oscuro		
Olor	Característico a chocolate negro		
Sabor	Característico a chocolate negro		
ESPECIFICACIONES MICROBIOLÓGICAS			
DETERMINACION	MAXIMO	METODO DE REFERENCIA	NORMA DE REFERENCIA
Aerobios mesofilos UFC/g	1,0x 10 ⁴	AOAC 990.12	NTC 792
Coliformes Totales UFC/g	< 10	AOAC 991.14	NTC 792
E. Coli UFC/g	< 10	AOAC 991.14	NTC 792
Mohos y Levadura UFC/g	1,0x10 ²	AOAC 2014.05	NTC 792
Salmonella	Ausencia	AOAC 2014.01	NTC 792
PRESENTACION: Fundas de 250g neto en cajas de 24 und x 250g, cajas de cartón corrugado de 5Kg neto con fundas de polietileno de baja densidad grado alimenticio y cajas de cartón corrugado de 20 Kg neto con fundas de polietileno de alta densidad grado alimenticio.			
CONDICIONES DE ALMACENAMIENTO: Ambiente limpio, fresco y seco. No apilar más de 5 cajas.			
TIEMPO DE VIDA ÚTIL: 12 meses.			
USOS: En repostería, heladerías, pastelerías, galletería.			


 Lcda. Andrea Meza
 Jefe de Control de Calidad

Km 7 th Vía a Dale Prosperina Av. 12 Calle 3 ^{era}. S#2 Telefax: 2255773-2264756 E-mail: gerencia@gustaff.com.ec
 Guayaquil-Ecuador

Fuente y elaboración: (Gustaff, 2020)

Ficha Técnica Polvo Alcalino

AGENCIA NACIONAL DE
REGULACIÓN, CONTROL
Y VIGILANCIA SANITARIA

DR. LEOPOLDO IZQUIETA PÉREZ



REPÚBLICA DEL ECUADOR
MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA

MINISTERIO DE
SALUD PÚBLICA

0012-BPM-AN-0216

CERTIFICADO DE INSCRIPCIÓN DE ALIMENTOS

AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA CERTIFICA QUE EL:

PRODUCTO DENOMINADO:	Cocoa repostera alcalino
MARCA:	GUSTAFF
TITULAR:	GUSTAFF S.A.
CONTENIDO:	1 Kg, 25Kg
TRANSGÉNICO:	No
ADITIVO:	No
ENVASE EXTERNO:	Sacos tejidos de polipropileno para presentaciones de 25Kg.
ENVASE INTERNO:	Fundas HDPE NAT
ELABORADO POR:	GUSTAFF S.A.
FORMA DE CONSERVACIÓN:	Ambiente fresco y seco

FÓRMULA DE COMPOSICIÓN / LISTA DE INGREDIENTES (EN ORDEN DECRECIENTE):

TIPO DE ALIMENTO:	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE CACAO Y SUS DERIVADOS
FÓRMULA:	cacao en polvo natural 98% carbonato de potasio 2% 100%

PERÍODO DE VIDA ÚTIL (DÍAS):	730	VENTA:	LIBRE
		CIUDAD DE EMISIÓN:	Guayaquil

Fecha de emisión del documento: 2018-10-03

Fecha de vigencia : 2023-06-05

Fecha de impresión del documento: 2020-02-12



Ing. Leonardo Da Silva Saralegui

**COORDINADOR GENERAL TÉCNICO DE CERTIFICACIONES
AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA
DR. LEOPOLDO IZQUIETA PÉREZ**



Número de Solicitud: 0012-0216-210843

Número de documento BPM: 0012-BPM-AN-0216

Partida arancelaria

Producto – Minigotas

Imagen 8

País: Ecuador

Palabras claves: chocolate

Búsqueda: chocolate

líneas por página: 50 por página

Código▲	País	Descripción
1704901000	Ecuador	Artículos de confitería sin cacao, incl. el chocolate blanco (exc. chicle): bombones, caramelos, confites y pastillas
1704909000	Ecuador	Artículos de confitería sin cacao, incl. el chocolate blanco (exc. chicle): los demás
1806200000	Ecuador	Chocolate y otras preparaciones alimenticias que contengan cacao, en bloques, losas o barras que pesen > 2 kg o en forma líquida, en pasta, en polvo, granular u otra forma a granel, en recipientes o empaques inmediatos de un contenido > 2 kg (sin incluir el cacao en polvo) (detallada etiqueta no disponible)

18.06: Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao

Subpartida: 180620

Chocolate y otras preparaciones alimenticias que contengan cacao, en bloques, losas o barras que pesen >2kg o en forma líquida, en pasta, en polvo, granular u otra forma a granel, en recipientes o empaques inmediatos de un contenido >2kg (sin incluir el cacao en polvo) (detallada etiqueta no disponible)

Producto – Polvo Alcalino

Imagen 9

1806 - Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao

180610 - Cacao en polvo con adición de azúcar ni otro edulcorante
180620 - Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, bien en bloques o barras con peso > 2 kg, bien en forma líquida o pastosa, o en polvo, gránulos o formas simil., en recipientes o envases inmediatos con un contenido > 2 kg (exc. cacao en polvo)
180631 - Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, en bloques, tabletas o barras, con peso <= 2 kg, rellenas
180632 - Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, en bloques, tabletas o barras, con peso <= 2 kg, sin rellenas
180690 - Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, en recipientes o envases inmediatos con un contenido <= 2 kg (exc. en bloques, en tabletas o en barras, así como el cacao en polvo)

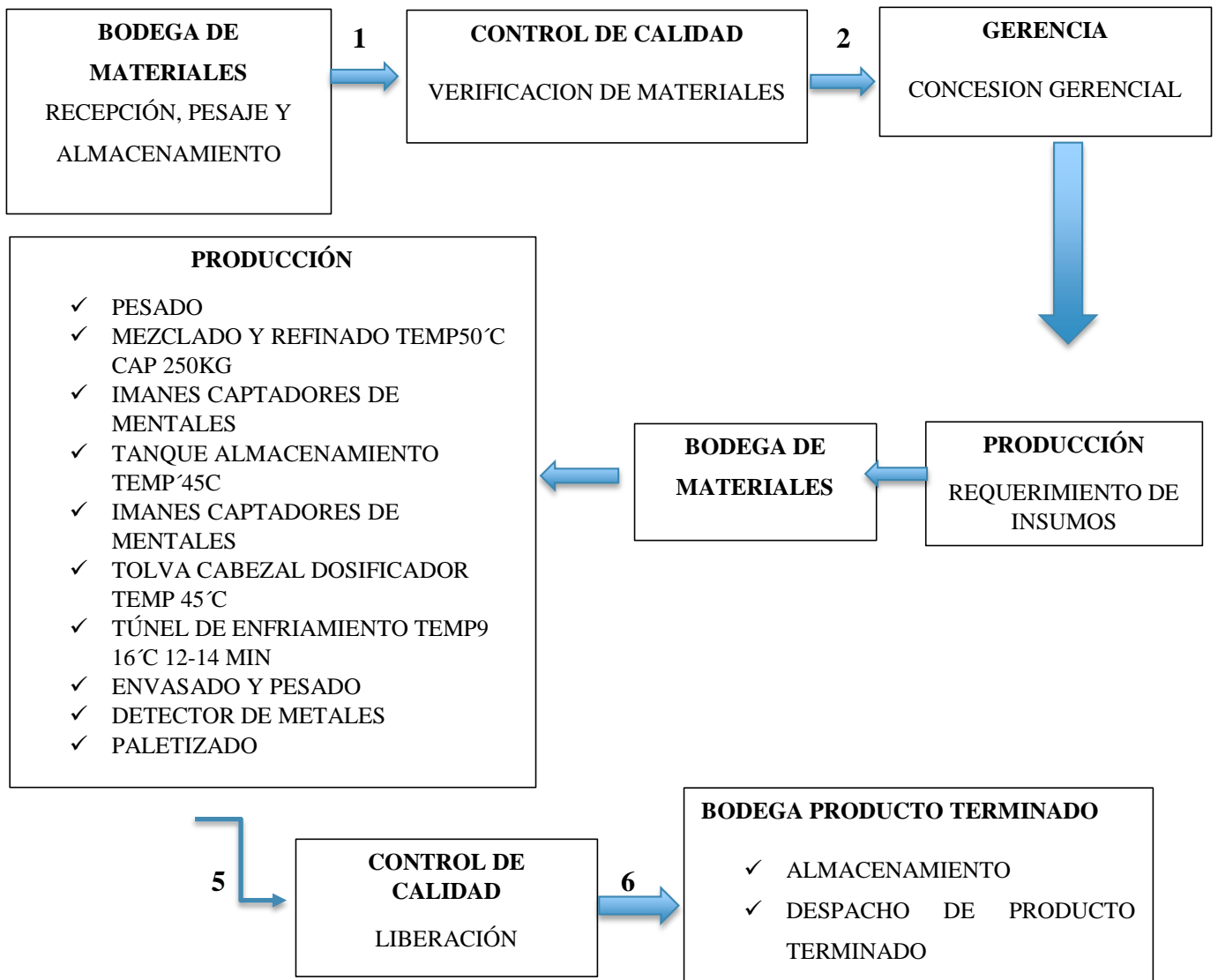
18.06: Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao

Subpartida: 180690

Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao en recipientes o envases inmediatos con un contenido $\leq 2\text{kg}$ (exc. En bloques, en tabletas o en barras, así como el cacao en polvo)

Flujo de obtención del producto

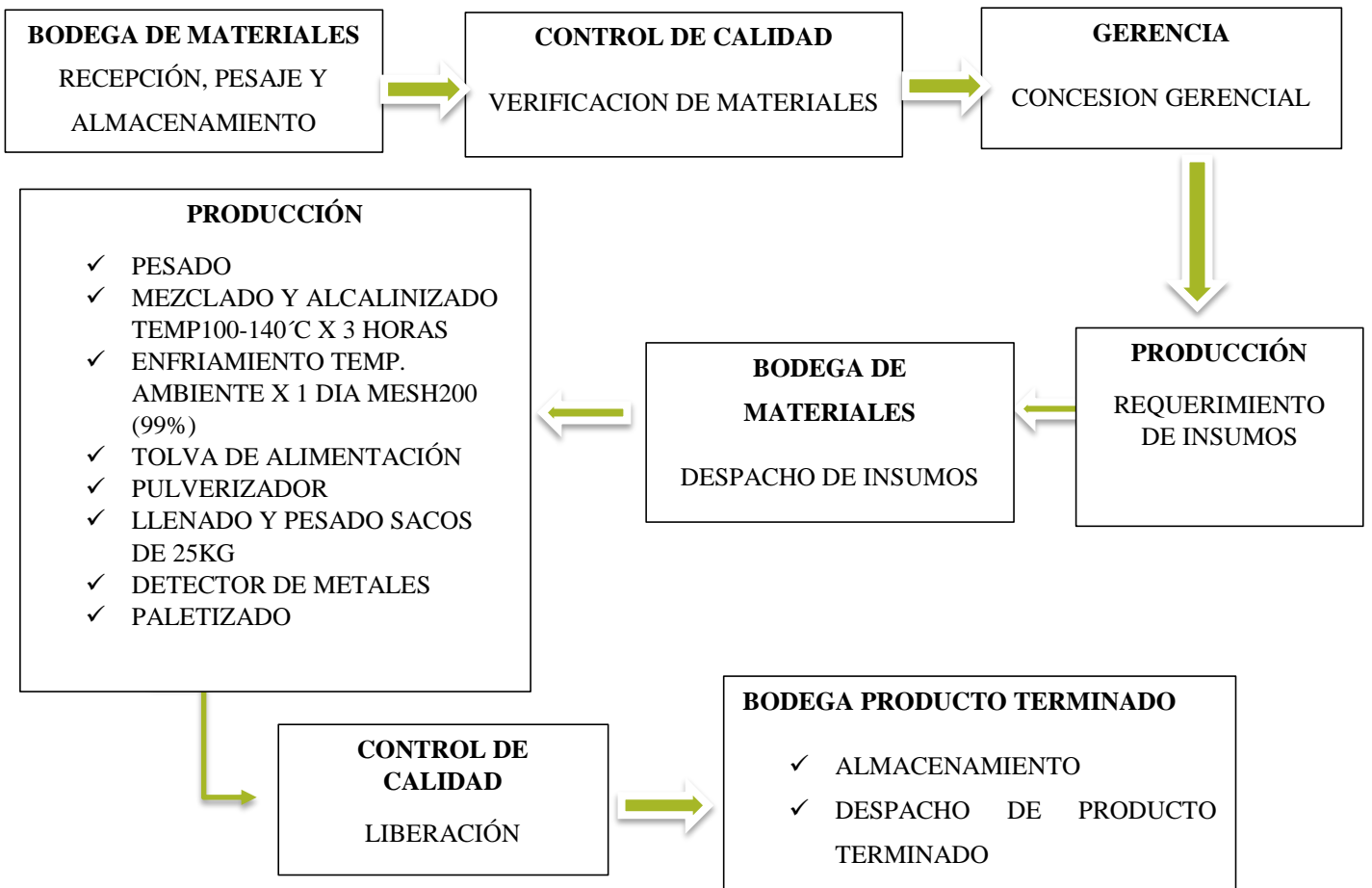
Minigotas Chocolate sucedáneas



Fuente: Gustaff S.A

Elaboración: El autor

Flujograma Polvo Alcalino



Fuente: Gustaff S.A

Elaboración: El autor

Empaque

Imagen 10

Minigotas Chocolate x caja 5kg



Fuente y elaboración: (Gustaff, 2020)

Imagen 11

Polvo Alcalino x saco de 25kg



Fuente y elaboración: (Gustaff, 2020)

Estudio de mercado

Características del mercado de China

China es el país más poblado del mundo y la segunda potencia económica mundial. La república Popular China es un estado unipartidista, gobernado por el partido comunista y tiene la sede de su gobierno en la capital de Beijing.

Información de la República Popular de China

Nombre del Estado	República Popular de China
Capital	Pekín
Otras Ciudades Importantes	Shanghai, Guangzhou, Shenzhen, Hong Kong, Foshan, Tianjin, Wuhan, Harbin, Shenyang, Chengdu, Zhengzhou
Moneda	Yuanes Chinos
Población	1.395.380.000 (año 2020)
Superficie	9.562.910 km ²

Religión	Mayoritariamente Sincretismo
Idioma	Putonghua (conocido como chino mandarín)
Tasa de Cambio (Aprox...)	1 EUR=7.6549 CNY 1 USD= 7.11 CNY
PIB anual 2018	11.530.456M €
PIB per Capital 2018	8.263 €
Exportaciones PIB % 2018	18.26%
Importaciones PIB % 2018	15.68%
Balanza Comercial PIB % 2018	2.58%

Fuente y elaboración: (Expansion, 2020)

Geografía

China, se extiende por el este del continente asiático y la orilla occidental del Océano Pacífico. Ocupa 9,600,000 km², lo que convierte a este país en el mayor de Asia y el tercero del mundo después de Rusia y Canadá.

China cuenta con 22,800 kilómetros de frontera terrestre. Por el este limita con la República Popular Democrática de Corea; por el norte, con Mongolia; por el nordeste, con Rusia; por el noroeste, con Kazajistán, Kirguizistán y Tayikistán; por el oeste y el suroeste, con Afganistán, Pakistán, la India, Nepal y Bután; por el sur, con Myanmar, Laos y Vietnam; por el este y el sureste, mira a través del mar a la República de Corea, Japón, Filipinas, Brunei, Malasia e Indonesia.

Clima

El clima predominante en China es el subtropical húmedo, que se caracteriza por veranos cálidos y húmedos e inviernos frescos. Sin embargo, debido al inmenso tamaño del país, hay variaciones y se pueden distinguir tres grandes regiones térmicas:

- **Zona monzónica del este.** Abarca casi la mitad del territorio nacional y se caracteriza por un clima húmedo y semihúmedo. En esta zona se encuentran la mayor parte de las tierras cultivables del país.

- **Zona seca del noroeste.** Se caracteriza por un clima seco que lleva asociado un paisaje seco también. Abarca alrededor del 30% del territorio nacional.
- **Zona helada de la meseta Qinghai-Tibet.** En esta zona se combinan climas fríos y de zonas montañosas. Corresponde a un cuarto de territorio nacional. (Universia, 2020)

Puertos Marítimos de China

1. Puerto de Shanghái
2. Puerto de Shenzhen
3. Puerto de Ningbo-Zhoushan
4. Puerto de Hong Kong
5. Puerto de Guangzhou
6. Puerto de Qingdao
7. Puerto de Tianjin
8. Puerto de Dalian
9. Puerto de Xiamen
10. Puerto de Yingkou

Comercio Exterior en China

China ha mostrado una tendencia de desarrollo generalmente estable y cualitativa, la cual demuestra una resistencia económica para poder adquirir nuevos productos.

Según el Informe de Comercio y Desarrollo del 2019 publicado por las Naciones Unidas en septiembre del presente año, la tasa de crecimiento del comercio mundial se reducirá en 0,8 por ciento llegando así a 2% en el 2019.

La Organización Mundial del Comercio ha continuado reduciendo la tasa de crecimiento del comercio mundial de bienes y se estipula que tan solo aumente en 1,2% durante el 2019, lo que es significativamente más bajo que la tasa de crecimiento del 3% en el 2018. (CRI, 2020)

Relación Comercial entre Ecuador y China

Ecuador mantiene una estrecha relación comercial con China, ya que es el segundo mayor destino de nuestras exportaciones y el primero de las importaciones.

Los productos que más exportamos allá son: petróleo, banano, camarón, atún, madera y otros; y, los que más importamos son vehículos, artefactos domésticos y muchos más, como materia prima. (Torres, 2020)

Información de Shanghái

Shanghái es la ciudad más grande de China, por delante de Pekín y Hong Kong en tamaño, es la ciudad más grande de la República Popular China, contando con 20 millones de habitantes. Está situada al sur del Yangzi.

El nombre de la famosa ciudad de Shanghái en caracteres chinos significa sobre mar. Shanghái, la ciudad sobre el mar.

Imagen 12



Puerto Shanghái

Este puerto fue inaugurado en el año 1842 es el más activo en cuanto a volumen de contenedores se refiere, cuenta con un puerto de aguas profundas de 20km de longitud y 20metros de calado y otro fluvial.

Además de las terminales destinadas a la manipulación de contenedores también trabaja con otras destinadas a otros tipos de carga como: a granel y roll-on roll-off, y terminales para cruceros.

Canales de Distribución

Son el medio a través del cual una empresa fabricante elige hacer llegar sus productos al consumidor final, procurando que sea lo más rentable y eficiente posible.

Los canales de distribución los conforman empresas prestadoras de servicios que investigan el mercado, promocionan los productos y negocian con clientes potenciales sobre precios, modalidades de entrega e inventarios sobre la cantidad de producto que necesitan.

Imagen 13



Fuente y elaboración: (Content, 2019)

El presente proyecto se llevará a cabo con el canal de distribución detallista ya que nos permitirá conseguir un intermediario del país asiático para la comercialización y distribución de nuestros productos con chocolates.

Segmentación del mercado

El proyecto se segmentará en la ciudad de Shanghái ya que es una de las ciudades más poblada de China además de contar con un puerto marítimo, el intermediario ayudara a canalizar de mejor manera los mercados ofreciendo los productos con chocolate en panaderías y pastelerías de la ciudad.

Términos de la Negociación

Los Incoterms son un conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional entre un comprador y un vendedor además de definir las formas de pago.

Incoterms

El Incoterms que se utilizara en el proyecto será en término FOB (Franco a Bordo), esto implica a que el vendedor asuma las obligaciones aduaneras, la carga de la mercadería a borde del buque.

Se utilizará este término de negociación ya que es el más idóneo y el más utilizado a nivel mundial, se ajusta a las necesidades de las dos partes dividiendo las responsabilidades.

Obligaciones del Vendedor

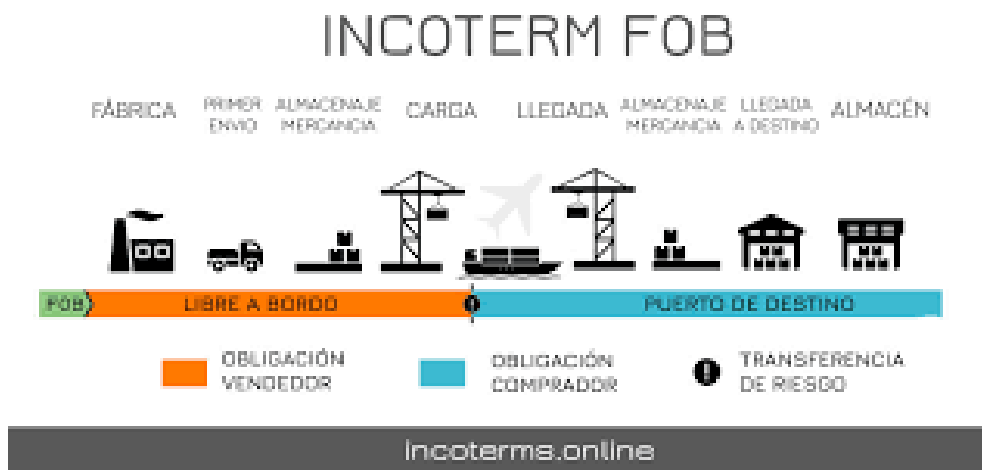
- Entregar la mercadería y documentos necesarios
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)

Obligaciones del Comprador

- Pago de la mercadería
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete (lugar de importación a planta)
- Demoras

Imagen 14

Incoterms FOB



Fuente y elaboración: (BusinessCol, 2020)

Formas de pago

Para la internacionalización de los productos con chocolate se ha considerado la forma de pago de la siguiente manera:

- 50% anticipada, es decir una vez que se encuentre la mercadería al borde del buque, y el otro 50% una vez que haya llegado al país de destino.

Análisis de la competencia y participación en el mercado

Ecuador en exportaciones de semielaborados de productos con chocolates es nulo en cuanto a este mercado Chino ya que no hay mayor participación. Este mercado se ve totalmente abastecido por países como Estados Unidos, Bélgica, Alemania Suiza e Italia

La participación de marcas latinoamericanas todavía es baja, sin embargo, muchas de las marcas europeas e incluso japonesas, resaltan orígenes sudamericanos en sus barras de chocolate.

Marcas Competidores Externos



Las empresas ecuatorianas que exportan productos derivados del cacao se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 1 Exportadores ecuatorianos de elaborados de cacao a China

EXPORTADOR	PAIS DE DESTIN	PARTIDA ARAN	Suma de PESO NETO	Suma de US\$ FOB
BLK CORPORATION S.A.	CHINA	1806900000	24	50
ECUATORIANA DE CHOCOLATES ECUACHOC	CHINA	1806320000	60.1	43
FRESHCOSTA CIA. LTDA.	CHINA	1806320000	20	50
GALDOS VILLAMARIN MARIA ELENA	CHINA	1806201000	6.89	3.1
		1806310000	3.98	1.99
		1806900000	10.88	22.79
MARCIAL VERDESOTO CAROL ANDREA	CHINA	1806320000	293	8190.01
PRODUCTOS SKSFARMS CIA. LTDA.	CHINA	1806201000	3.37	74.79
		1806310000	78.09	1938.5
		1806900000	408.85	14488.18
REPUBLICA DEL CACAO CACAOREPUBLIC CIA	CHINA	1806209000	97933.5	803515.8
ROYALCARGO S.A.	CHINA	1806320000	0	136
TOAK ECUADOR CIA. LTDA.	CHINA	1806320000	18.37	10811.82
YU ZHAO JIAKANG	CHINA	1806209000	0	10
Total general			98861.03	839335.98

Mencionaremos algunas características de las dos empresas ecuatorianas que exportan productos similares al nuestro a China y que debemos considerar como competidores internos o locales:

REPÚBLICA DEL CACAO

Según (REPÚBLICA DEL CACAO, 2020) comenzaron sus actividades desde el año 2005 cuando los hermanos Chiriboga en un viaje a París degustaron el chocolate más fino de una tienda. Fue mayor aun su sorpresa cuando se enteraron que estaba elaborado con cacao ecuatoriano, despertando en ellos el deseo de dar a conocer uno de los mejores cacaos del mundo. Y así nació República del Cacao con el objetivo de producir de manera sostenible el más auténtico chocolate latinoamericano.

Imagen 15

Productos de República de Cacao



Fuente y elaboración: (REPÚBLICA DEL CACAO, 2020)

PRODUCTOS SKSFARMS CIA. LTDA. (PACARI)

En (PACARI, 2020) se puede leer “No queremos ser el mejor chocolate del mundo. Queremos ser el mejor chocolate para el mundo” es así como quiere ser identificada esta empresa que inicio en el 2002 y ya a los 6 años de constituida estaba ingresando en los mercados internacionales con gran aceptación.

Se caracterizan por la innovación en sus productos que es el resultado del esfuerzo de su gente. Cuentan con 35 sabores únicos y siguen en el proceso de creación para ofrecer al mundo lo mejor del chocolate ecuatoriano.

Esta empresa ha obtenido reconocimientos de carácter internacional, he aquí algunos:

Imagen 16

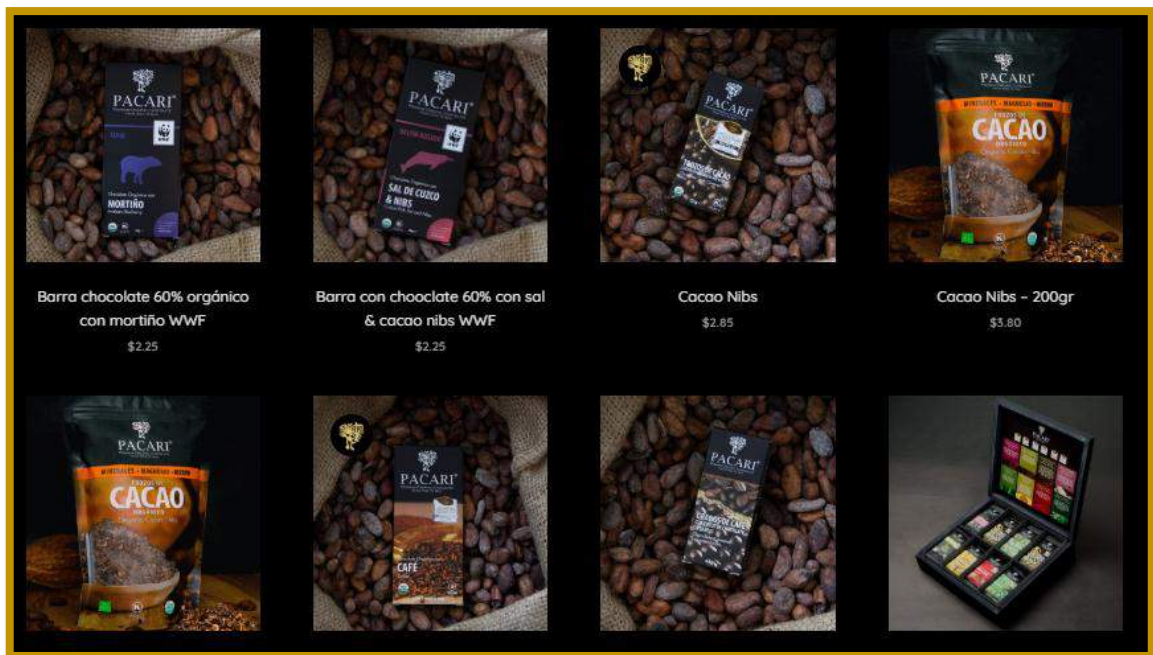
Reconocimientos Internacionales de Pacari



Fuente y elaboración: (PACARI, 2020)

Imagen 17

Producto de Pacari



Fuente y elaboración: (PACARI, 2020)

Análisis de la logística

Consideraciones logísticas:

- Los mayores consumidores son las grandes procesadoras que se ubican al centro y norte de China continental
- El método más adecuado de transportación desde Ecuador es el marítimo en contenedores de 20' o 40' cuyas rutas hacia China pueden demorar entre 35 a 60 días

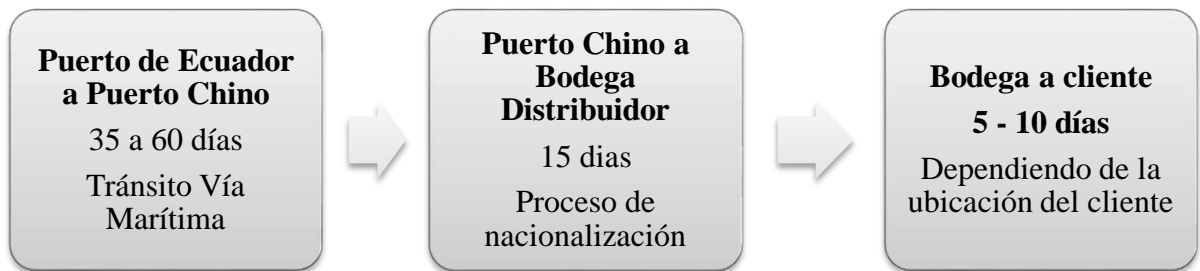
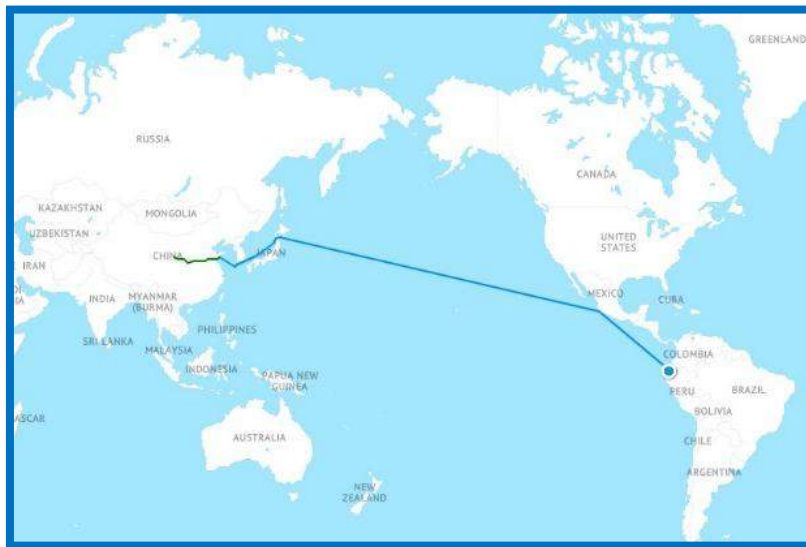


Imagen 18

Tránsito de Ecuador hacia China



Fuente y elaboración: (SEARATES, 2020)

Requisitos en destino para la importación

Todos los productos que se exporten a China deben estar acompañados por una serie de documentos en específicos:

- 1. Documentos comerciales:** Factura, Pro forma, factura comercial, lista de contenido, factura aduanera, factura consular, certificados de origen, cuadernos ATA y CPD
2. Documentos de transporte
3. Documentos de seguro
4. Documentos legales
- 5. Documentación aduanera:** Código arancelario. Registro de devolución mensual del IVA sistema REX, declaración del proveedor a largo plazo, certificado de información INF 4, Documento Único Administrativo (DUA), número de registro e identificación de operadores económicos (número EORI)
- 6. Agroalimentarios:** Certificado de exportación o de fijación anticipada (AGREX), certificados de control de calidad comercial (SOLVRE), certificado veterinario de exportación cuaderno a bordo (CAB), certificado fitosanitario, certificación OCDE, certificado ISTA, certificado CITES, certificado sanitario para la exportación de productos alimentarios, certificados de libre venta. (Testa, 2019)

Descripción de todo el proceso de exportación

Para el proceso de exportación que se llevara a cabo en el país de China se debe conocer todos los mecanismos que se usaran para la entrada de nuestros productos a dicho mercado, el tiempo del traslado de la mercadería desde que salga del país de origen hasta que llega al país de destino.

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante 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.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

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

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Requisitos para obtener el registro Exportador

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

Paso 1

- ❖ Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:
- ❖ Banco Central del Ecuador
- ❖ Security Data

Paso 2

Registrarse en el portal de ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

Aquí se podrá:

1. Actualizar base de datos
2. Crear usuario y contraseña
3. Aceptar las políticas de uso
4. Registrar firma electrónica (SENAE, 2020)

Pre embarque

Se ingresan al sistema ECUAPASS la transmisión electrónica de la DAE acompañada de una factura comercial y la documentación previo al proceso de embarque.

Los principales datos a considerar 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 de la mercancía

Documentos que acompañan a la DAE son:



Post Embarque

Regularizar las declaraciones aduaneras de exportación y obtener el definitivo DAE mediante un registro electrónico que permite por finalizado el proceso de exportación para consumo (régimen 40).

Una vez que obtiene la marca regularizada para poder completar este proceso cuenta con un plazo de 30 días luego de realizado el embarque. Este trámite requiere de los siguientes documentos:



Llenado del contenedor

Imagen 19

Medidas de un Contenedor de 20 pies

20 pies estándar (dry cargo) 20'x8'x6'



MEDIDAS	EXTERNA		INTERNA		PUERTA ABIERTA	
	Metros	Pies	Metros	Pies	Metros	Pies
LARGO	6.05	20'	5.90	19'4"		
ANCHO	2.43	8'	2.34	7'8"	2.33	7'8"
ALTO	2.59	8'6"	2.40	8'6"	2.29	7'6"

Fuente y elaboración: (Transeop, 2020)

- **Medidas exteriores en sistema anglosajón**
- 20 pies de largo x 8 pies de ancho x 8 pies y 6 pulgadas de alto
- **Medidas exteriores en sistema internacional**
- 6,10 metros de largo x 2,44 metros de ancho x 2,59 metros de alto
- **Medidas interiores en sistema anglosajón**
- 19 pies y 4 pulgadas de largo x 7 pies y 9 pulgadas de ancho x 7 pies y 10 pulgadas de alto
- **Medidas interiores en sistema internacional**
- 5,898 metro de largo x 2,352 metros de ancho x 2,393 metros de alto
- **Capacidad útil**
- 32.6 m³

Pallets en el Contenedor

Según las dimensiones del contenedor se utilizarán 10 pallets americanos los cuales serán ubicados los dos productos a exportar de la siguiente forma:

❖ Minigotas Chocolates

Se ubicarán en los pallets en cajas de 5kg, 200 cajas x 10 pallets

Peso total: 10000 kg

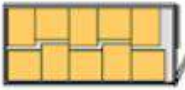
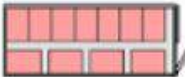
❖ Polvo Alcalino

Se ubicarán en los pallets en sacos de 25kg, 40 sacos x 10 pallets

Peso total: 10000 kg

Imagen 20

Pallets Americana x Contenedor de 20

CONTENEDOR	Nº DE PALLETS	GRÁFICO
20' STANDARD	10 standard pallets 1,2 x 1,0m	
	11 europallets 1,2 x 0,8m	

Fuente y elaboración: (Wide, 2018)

Imagen 21

Dimensiones de un pallet americano



Medidas: 1200 x 1000mm

Peso: 25kg

Carga estática: 2000KG

Carga dinámica: 1200kg

Materia Prima: madero de pino

Fuente y elaboración: (TRANSEOP, 2020)

Matriz de los costos logísticos

Minigotas de Chocolate

FINAL DESTINATION: SHANGHAY - CHINA			
Termino: FOB (Franco a Bordo)			
Contenedor: 20 Pies			
Termino de envío Prepaid.			
Producto: MINIGOTAS CHOCOLATE			
DESCRIPCIÓN DE SERVICIOS			
DESCRIPCIÓN DE FLETE	20 PIES	X CONTENEDOR / EMBARQUE	TOTAL APROX
TARIFA DE FLETE MARITIMO	\$1.600,00	POR CONTENEDOR	\$1.600,00
THC DESTINO	\$250,00	POR CONTENEDOR	\$250,00
ISP	\$25,00	POR EMBARQUE	\$25,00
SELLO	\$25,00	POR SELLO	\$25,00
TOTAL APROX FLETE			\$1.900,00
GASTOS LOCALES ECUADOR	VALOR	IVA	TOTAL APROX
B/L	\$105,00	\$12,60	\$117,60
DEPOT GATE (EXPORTACIÓN) Cntr	\$55,00	\$6,60	\$61,60
SERVICIO DE PROCESAMIENTO (Cntr)	\$70,00	\$8,40	\$78,40
SERVICIO DE CONTROL DE SELLOS (Cntr)	\$25,00	\$3,00	\$28,00
COSTO FINANCIERO ADMINISTRATIVO 1 (CFA1) Flete Prepaid	\$150,00	\$18,00	\$168,00
COORDINACIÓN LOGÍSTICA	\$130,00	\$15,60	\$145,60
NUEVO SELLO INSPECCIÓN NARCÓTICOS	\$25,00	\$3,00	\$28,00
TOTAL APROX GTOS. LOCALES ECUADOR			\$627,20
FRQUENCY	SEMANAL (CONTECON)		
PUERTO DE ORIGEN	GUAYAQUIL		
TRANSIT	30 DÍAS APROX		
DÍAS LIBRES	18 DÍAS		
VALID	MARZO 15 / 2020		
TOTAL APROX FLETE Y GASTOS LOCALES EN ECUADOR			\$2.527,20

COSTO DE FLETE DE EXPORTACIÓN X CONTENEDOR

\$0,25

COSTO LOGÍSTICO DE EXPORTACIÓN POR CONTENEDOR TÉRMINO FOB				
TIPO DE COSTOS	RUBRO	VALOR SIN IVA	IVA	VALOR CON IVA
COSTOS BÁSICOS	RECEPCIÓN PORTEO / CONTENEDOR	\$120,00	\$14,40	\$134,40
	TRANSPORTE INTERNO	\$150,00	\$14,40	\$164,40
	COURIER	\$80,00	\$18,00	\$98,00
TOTAL BÁSICO				\$396,80
COSTOS VARIABLES	MANEJO BL (CORRECIÓN MULTA, TRANSMISIÓN B/L)	\$114,00	\$13,68	\$127,68
	INSPECCIÓN POLICIA ANTINARCÓTICOS	\$150,00	\$18,00	\$168,00
	CONSOLIDACIÓN DE CONTENEDOR	\$126,69	\$15,20	\$141,89
	ALMACENAJES (10 DÍAS)	\$55,20	\$6,62	\$61,82
TOTAL DE COSTOS VARIABLES				\$499,40
SUMA OTROAS COSTOS POR CONTENEDOR				\$896,20
COSTO LOGÍSTICOS DE EXPORTACIÓN POR CONTENEDOR (POR KG)				\$0,09

SERVICIO DE DESPACHO DE ADUANA EXPORTACIÓN MARÍTIMA				
RUBRO	TARIFA SIN IVA	IVA	TOTAL TARIFA VON IVA	COMENTARIOS
ENVIÓ ELECTRÓNICO DAE EXPORTACIÓN MARÍTIMA	\$90,0000	\$11	\$100,8000	POR CADA TRAMITE
TOTAL DESPACHO DAE			\$101	
OTROS TRÁMITES DE EXPORTACIÓN (VARIABLES EN CASO DE APLICAR)				
ANULACIÓN DE DAE	\$60,000	\$7	\$67,2000	POR CADA DAE
ELABORACIÓN DE CERTIFICADO DE ORIGEN	\$50,000	\$6	\$56,0000	POR CADA CERTIFICADO
ELABORACIÓN DE AISV	\$30,000	\$4	\$33,6000	POR CADA AISV
COORDINACIÓN DE TRANSPORTE LOCAL	\$30,000	\$4	\$33,6000	POR CADA TRAMITE
GESTIÓN DE COORDINACIÓN POR INSPECCIÓN ANTINARCÓTICOS HASTA EL ALMACEN TEMPORAL	\$100	\$12	\$112,0000	POR CADA TRAMITE
REGULARIZACIÓN DE DAE	\$50	\$6	\$56,0000	POR CADA DAE REGULARIZADA
ENVIÓ ELECTRÓNICO DAE EXPORTACIÓN MARÍTIMA	\$80	\$10	\$89,6000	
SOLICITUD DE ELABORACIÓN DE POLIZA DE SEGUROS	\$30	\$4	\$33,6000	POR CADA POLIZA
DJO (DECLARACIÓN JURAMENTADA DE ORIGEN)	\$70	\$8	\$78,4000	POR CADA DECLARACIÓN JURAMENTADA
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$590	\$71	\$660,800	

COSTO DE AGENTE DE ADUANA X KILO	\$0,0645
---	-----------------

PRODUCTO	PESO X SACO (KG)	CAJAS X PALLETS	TOTAL KILOS PRODUCTO X PALLETS	PESO DEL PALLETS (KG)	PALLES X PRODUCTO	PESO X PALLETS (PROD +	TOTAL DE CAJAS X PEDIDO	PESO NETO X PRODUCTO	PESO BRUTO X PRODUCTO
MINIGOTA CHOCOLATE	5	200	1000	25	10	1025	2000	2.000.000	10250

Cálculo de kilos

Resumen costo de utilidades

MINIGOTAS CHOCOLATE	
COSTOS DE FLETE POR KILO	\$ 0,25
COSTOS LOGISTICOS POR KILO	\$ 0,09
COSTOS DE DESPACHO DE ADUANA POR KILO	\$ 0,06
COSTOS LOGISTICOS TOTALES POR KILO	\$ 0,40
COSTO DEL PRODUCTO POR KILO	\$ 2,10
COSTOS LOGISTICOS TOTALES X KILO	\$ 0,40
UTILIDAD 60% X KILO	\$ 1,26
PRECIO DE VENTA X KILO	\$ 3,76
PRECIO DE VENTA X CAJA 5KILO	\$ 18,80
PVP X UNIDAD (CFR)	\$ 18,80
PVP X UNIDAD (FOB)	\$ 18,55
TOTAL FOB GYE	\$ 37.100,00
UTILIDAD BRUTA X KILO	\$ 1,26
UTILIDD BRUTA TOTAL	\$ 2.520,00

Polvo Alcalino

FINAL DESTINATION: SHANGHAY - CHINA			
Termino: FOB (Franco a Bordo)			
Contenedor: 20 Pies			
Termino de envio Prepaid.			
Producto: POLVO ALCALINO			
DESCRIPCIÓN DE SERVICIOS			
DESCRIPCIÓN DE FLETE	20 PIES	X CONTENEDOR / EMBARQUE	TOTAL APROX
TARIFA DE FLETE MARITIMO	\$1.600,00	POR CONTENEDOR	\$1.600,00
THC DESTINO	\$250,00	POR CONTENEDOR	\$250,00
ISP	\$25,00	POR EMBARQUE	\$25,00
SELLO	\$25,00	POR SELLO	\$25,00
TOTAL APROX FLETE			\$1.900,00
GASTOS LOCALES ECUADOR	VALOR	IVA	TOTAL APROX
B/L	\$110,00	\$13,20	\$123,20
DEPOT GATE (EXPORTACIÓN) Cntr	\$55,00	\$6,60	\$61,60
SERVICIO DE PROCESAMIENTO (Cntr)	\$75,00	\$9,00	\$84,00
SERVICIO DE CONTROL DE SELLOS (Cntr)	\$25,00	\$3,00	\$28,00
COSTO FINANCIERO ADMINISTRATIVO 1 (CFA1) Flete Prepaid	\$160,00	\$19,20	\$179,20
COORDINACIÓN LOGÍSTICA	\$130,00	\$15,60	\$145,60
NUEVO SELLO INSPECCIÓN NARCÓTICOS	\$25,00	\$3,00	\$28,00
TOTAL APROX GTOS. LOCALES ECUADOR			\$649,60
FRQUENCY	SEMANAL (CONTECON)		
PUERTO DE ORIGEN	GUAYAQUIL		
TRANSIT	30 DÍAS APROX		
DÍAS LIBRES	12 DÍAS		
VALID	MARZO 15 / 2020		
TOTAL APROX FLETE Y GASTOS LOCALES EN ECUADOR			\$2.549,60

COSTO DE FLETE DE EXPORTACIÓN X CONTENEDOR

\$0,25

COSTO LOGÍSTICO DE EXPORTACIÓN POR CONTENEDOR TÉRMINO FOB				
TIPO DE COSTOS	RUBRO	VALOR SIN IVA	IVA	VALOR CON IVA
COSTOS BÁSICOS	RECEPCIÓN PORTEO / CONTENEDOR	\$120,00	\$14,40	\$134,40
	TRANSPORTE INTERNO	\$150,00	\$14,40	\$164,40
	COURIER	\$80,00	\$18,00	\$98,00
TOTAL BÁSICO				\$396,80
COSTOS VARIABLES	MANEJO BL (CORRECIÓN MULTA, TRANSMISIÓN B/L)	\$114,00	\$13,68	\$127,68
	INSPECCIÓN POLICIA ANTINARCÓTICOS	\$170,00	\$20,40	\$190,40
	CONSOLIDACIÓN DE CONTENEDOR	\$130,00	\$15,60	\$145,60
	ALMACENAJES (10 DÍAS)	\$65,20	\$7,82	\$73,02
TOTAL DE COSTOS VARIABLES				\$536,70
SUMA OTROAS COSTOS POR CONTENEDOR				\$933,50
COSTO LOGÍSTICOS DE EXPORTACIÓN POR CONTENEDOR (POR KG)				\$0,09

SERVICIO DE DESPACHO DE ADUANA EXPORTACIÓN MARÍTIMA				
RUBRO	TARIFA SIN IVA	IVA	TOTAL TARIFA VON IVA	COMENTARIOS
ENVIÓ ELECTRÓNICO DAE EXPORTACIÓN MARÍTIMA	\$90,0000	\$11	\$100,8000	POR CADA TRAMITE
TOTAL DESPACHO DAE			\$101	
OTROS TRÁMITES DE EXPORTACIÓN (VARIABLES EN CASO DE APLICAR)				
ANULACIÓN DE DAE	\$60,000	\$7	\$67,2000	POR CADA DAE
ELABORACIÓN DE CERTIFICADO DE ORIGEN	\$50,000	\$6	\$56,0000	POR CADA CERTIFICADO
ELABORACIÓN DE AISV	\$30,000	\$4	\$33,6000	POR CADA AISV
COORDINACIÓN DE TRANSPORTE LOCAL	\$30,000	\$4	\$33,6000	POR CADA TRAMITE
GESTIÓN DE COORDINACIÓN POR INSPECCIÓN ANTINARCÓTICOS HASTA EL ALMACEN TEMPORAL	\$100	\$12	\$112,0000	POR CADA TRAMITE
REGULARIZACIÓN DE DAE	\$50	\$6	\$56,0000	POR CADA DAE REGULARIZADA
ENVIÓ ELECTRÓNICO DAE EXPORTACIÓN MARÍTIMA	\$80	\$10	\$89,6000	
SOLICITUD DE ELABORACIÓN DE POLIZA DE SEGUROS	\$30	\$4	\$33,6000	POR CADA POLIZA
DJO (DECLARACIÓN JURAMENTADA DE ORIGEN)	\$70	\$8	\$78,4000	POR CADA DECLARACIÓN JURAMENTADA
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$590	\$71	\$660,800	

COSTO DE AGENTE DE ADUANA X KILO	\$0,0645
---	-----------------

Calculo x kilos

PRODUCTO	PESO X SACO (KG)	SACOS X PALLETS	TOTAL KILOS PRODUCTO X PALLETS	PESO DEL PALLETS (KG)	PALLES X PRODUCTO	PESO X PALLETS (PROD + PALLET)	TOTAL DE SACOS X PEDIDO	PESO NETO X PRODUCTO	PESO BRUTO X PRODUCTO
POLVO ALCALINO	25	40	1000	25	10	1025	400	400.000	10250

Resumen costo de utilidad

POLVO ALCALINO	
COSTOS DE FLETE POR KILO	\$ 0,25
COSTOS LOGISTICOS POR KILO	\$ 0,09
COSTOS DE DESPACHO DE ADUANA POR KILO	\$ 0,06
COSTOS LOGISTICOS TOTALES POR KILO	\$ 0,40
COSTO DEL PRODUCTO POR KILO	\$ 2,56
COSTOS LOGISTICOS TOTALES X KILO	\$ 0,40
UTILIDAD 60% X KILO	\$ 1,54
PRECIO DE VENTA X KILO	\$ 4,50
PRECIO DE VENTA X SACO 25KILO	\$ 112,40
PVP X UNIDAD (CFR)	\$ 112,40
PVP X UNIDAD (FOB)	\$ 112,15
TOTAL FOB GYE	\$ 44.860,00
UTILIDAD BRUTA X KILO	\$ 1,54
UTILIDD BRUTA TOTAL	\$ 3.072,00

Resultados esperados en la aplicación de la propuesta

Este trabajo fue desarrollado con la finalidad de que la empresa Gustaff pueda ampliar su mercado internacional e ingresar con productos de la línea de repostería al mercado china que no solo es atractivo por la cantidad de potenciales consumidores sino por la oportunidad que ofrece el hacer negocios con una de las más grandes potencias a nivel global.

Que la alta dirección pueda utilizar la información desarrollada en este trabajo de investigación y le permitan implementar una debida planificación, considerando todas las variables que intervienen en el proceso de internacionalización y tomar las mejores decisiones para incursionar en este mercado.

Con el ingreso a este nuevo mercado poder mejorar los ingresos de la empresa y que efectúen reinversión para poder desarrollar nuevos productos diversificar a la oferta exportable.

Con el incremento de las ventas producto de su ingreso al mercado chino, no solo se traduzca en beneficio para la organización, sino que este se refleje en mejoras para sus empleados.

Conclusión

Podemos concluir que la empresa Gustaff cuenta con la capacidad instalada, la infraestructura, los procesos y certificaciones que le van a permitir el ingreso al mercado chino con buenas posibilidades de éxito.

Que las tendencias de consumo global y de China son una buena referencia para poder exportar nuestro producto y garantizar un flujo de ingresos atractivo para la empresa.

Que existe un serio compromiso de la alta dirección en poder ejecutar el Plan de Internacionalización y tener una alternativa de un nuevo mercado.

Recomendaciones

- Corregir la falta de conocimiento del personal a través de un plan de capacitación por áreas para que cuenten con los fundamentos adecuados que les permita ejecutar el plan de internacionalización de manera eficiente.

- Realizar mejoras en el plan de marketing que permitan una difusión de los productos en el mercado local y afianzar el apalancamiento que se requiere para el proceso de internacionalización.

- Utilizar herramientas tecnológicas que no generan mayor egreso a la empresa como son redes sociales para dar a conocer nuestros productos en el mercado interno y externo.

- Renovar la página web de la empresa dando énfasis a los productos que se fabrican y las certificaciones de carácter internacional que posee la empresa.

- Optimizar nuestros procesos para poder obtener precios competitivos en el mercado.

ANEXOS



INFORMACIÓN GENERAL DE LA COMPAÑÍA

Información General					
Expediente	81740	Nombre Comercial		Ruc	0991450262001
Fecha de Constitución	1998-06-18	Nacionalidad	ECUADOR	Plazo Social	2048-06-18
Tipo Compañía	ANÓNIMA	Oficina de Control	QUAYAQUIL	Situación Legal	ACTIVA
Ubicación					
Provincia	GUAYAS	Cantón	QUAYAQUIL	Ciudad	QUAYAQUIL
Parroquia		Calle	KM. 7.5 VIA DAULE SOLAR 2	Numero	2
Intersección	CALLE 3RA.	Ciudadela	PROSPERINA	Conjunto	
Edificio/Centro Comercial		Barrio		Km	7.5
Camino		Piso		Bloque	
Referencia Ubicación	VIA DAULE				
Contactos					
Casillero Postal		Celular	0995000955	Fax	042264756
Teléfono 1	042265773	Teléfono 2	042264756	Sitio Web	www.gustaff.com.ec
Correo 1	contabilidad@gustaff.com.ec	Correo 2	maxi1825@hotmail.com		
Información Adicional					
Actividad Económica					
Objeto Social	la compañía se dedicara a la comercialización interna o externa importación exportación compra venta elaboración transformación preparación representación distribución de productos de confitería pastelería				
Ciú. Actividad Nivel 2	C10	Descripción	ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS		
Ciú. Operación Principal	C1073.12	Descripción	ELABORACIÓN DE CHOCOLATE Y PRODUCTOS DE CHOCOLATE		
Capital a la Fecha					



Árbol Accionario de Personas



ÁRBOL ACCIONARIO DE PERSONAS

Puede usar click derecho sobre un registro del árbol accionario para ver mas opciones.

Nº	Identificación	Nombre	Nacionalidad	Tipo Inversión	Capital	Restricción
1	0906311766	ARGUELLO ABARCA NERY GUSTAVO	ECUADOR	NACIONAL	70,000.0000	N
2	0920005683	ARGUELLO JURADO CHRISTIAN JAIR	ECUADOR	NACIONAL	15,000.0000	N
3	0920005975	ARGUELLO JURADO EVELYN RASANGELA	ECUADOR	NACIONAL	15,000.0000	N

Anexo 1

Fecha de Evaluación del Reporte		05 de Marzo del 2020			
Tema :		Elaboración de Minigotas Chocolates			
Tema de Bitácora:		Ficha de Observación			
#	Hora	Descripción de la Observación	Datos Recabados	Observación	Conclusión
1	09:00 a 11:00	Visita a la planta para observar la elaboración del producto y todos sus procesos.	Proceso de elaboración de Minigotas con chocolates	Por políticas de la empresa no se pudo tomar una foto, pero se evidencio físicamente la manera en cómo se trabaja y el tiempo que se tarda elaborando este producto que es aproximadamente de 2 toneladas x día. Se observó también como se empaca y en las presentaciones que se venden como son: fundas de 250gr, cajas x 5kg y 20kg	Concluimos que se cuenta con la capacidad instalada las maquinas en buen estado y el personal adecuado en cada una de sus funciones en la elaboración de este producto que nos lleva no solo a querer vender en nuestro mercado interno sino también al exterior. En la actualidad es un producto que se utiliza en las áreas de pastelerías, además de emprendedores que buscan la manera de innovar productos con chocolate, estas gotitas pueden ser horneables como también se pueden usar como aderezos en tortas helados y demás postres.

Anexo 2

Fecha de Evaluación del Reporte		06 de Marzo del 2020			
Tema :		Polvo Alcalino			
Tema de Bitácora:		Ficha de Observación			
#	Hora	Descripción de la Observación	Datos Recabados	Observación	Conclusión
1	10:00 a 12:00	Visita a la planta para observar la elaboración del producto y todos sus procesos.	Proceso de elaboración de Polvo Alcalino	Por políticas de la empresa no se pudo tomar una foto pero se evidencio físicamente como elaboran el polvo alcalino desde la materia prima como torta de cacao en donde pasa por diferentes maquinas hasta poder pasar por el pulverizador y posterior alcalinidad obteniendo productos en presentaciones como fundas x 1kg y sacos x 25kg para su venta.	El área en donde se elabora este producto se encuentra en perfecta condiciones con máquinas modernas y capaces de elaborar el producto en el menor tiempo posible. El polvo alcalino en la actualidad se lo utiliza mucho en la repostería esto ayuda a muchos pasteleros poder elaborar productos como una torta de chocolate, un pan de chocolate, entre otros. Este producto con su ficha técnica en donde especifica su porcentaje de alcalinidad y sus fórmulas.

Entrevista

Preguntas

Gerente General

1. ¿Cómo es la estructura de la organización de la empresa?

La estructura se basa en varios departamentos como son el área de producción, ventas, control de calidad, bodega, logística.

2. ¿Ha crecido la empresa en los últimos cinco años?

Claro la empresa ha ido creciendo con el pasar de los años creando nuevos productos para todos nuestros clientes.

3. ¿Qué áreas de la empresa ofrecen mayor potencial para mejorar?

Bueno, el área de producción es una de los potenciales dentro de la empresa ya que se encarga de mantener al día los stocks de productos, también el departamento de ventas quienes están encargados de ofrecer y de dar promociones a los clientes y futuros consumidores.

4. ¿En que desea invertir la empresa durante el periodo 2020 -2030?

La empresa invierte año a año en maquinarias para producción, en materia prima importando abrillantadores y demás materiales.

5. ¿Qué empresa considera como su mayor competencia?

Bueno tenemos varias competencias entre ellas esta fabril, bakels quienes tienen productos similares y a buen precio lo que hace una competencia sana además de que nosotros poseemos un poco más de productos para reposterías.

6. ¿La empresa cuenta con un plan de exportación?

La empresa no cuenta con un plan de exportación, todo lo manejamos mediante un afianzador de aduana quienes el encargado de llevar todo el proceso de exportación nuestras exportaciones se centran en Colombia con la importadora Ilios quienes nos compran aproximadamente 12000 kg al mes

Jefe de Producción

1. ¿Cuenta la empresa con el control de calidad permanente para la elaboración de productos?

Claro siempre se está monitoreando todo el proceso de elaboración de cada producto.

2. ¿Cómo se realiza el control de calidad?

Se verifica los empaques, las materias primas y el proceso para verificar que el producto terminado no tenga ningún inconveniente para la venta.

3. ¿Existe planes de producción diaria para elaboración de productos?

Si, se coordina todos los días los procesos de producción que se van a realizar y se delegan las funciones a los empleados.

4. ¿Cumple con el plan de producción?

Claro mediante un flujo grama x cada producto que se elabora pasando varios procesos hasta su realización.

5. ¿Cuenta con el personal adecuado para poder aumentar los stocks considerablemente y no quedarse desabastecido?

El personal se encuentra capacitado en cada una de las áreas de producción y se cumplen con los procesos de producción diarios dependiendo del producto que se vaya a elaborar.

6. ¿Cuentan con la materia prima suficiente para elaborar productos con chocolate en el menor tiempo posible?

Si se cuenta con un stock suficiente para poder producir ya que las compras de materia prima se realizan con tiempo.

7. ¿Cumplen con las certificaciones necesarias para los productos?

Si actualmente tenemos certificaciones vigentes como HACCP, BPM.

Jefe de financiero

1. ¿Cómo ve los niveles de rentabilidad de la empresa?

Los niveles de rentabilidad de la empresa se encuentran muy bien teniendo un balance al día y con buen promedio en ventas.

2. ¿La empresa cuenta con el poder económico para poner en práctica un proyecto de internacionalización?

La empresa cuenta con el poder económico, pero debe analizar el proyecto para tomar la decisión de incursionar en nuevos mercados.

3. ¿Dentro de la empresa los empleados obtienen utilidades?

Los empleados en los últimos años han tenido sus utilidades manteniéndonos, así como una empresa que cumple con ellos y el país.

4. ¿La empresa cada que tiempo es auditada?

La empresa tiene dentro del año es auditada varias veces por diferentes empresas a la que proveemos nuestros productos.

Bibliografía

- ANECACAO. (23 de 12 de 2019). *ANECACAO*. Obtenido de ANECACAO:
<http://www.anecacao.com/es/estadisticas/estadisticas-actuales.html>
- Becerra, R. (10 de 04 de 2018). *AB Tasty* . Obtenido de AB Tasty :
<https://www.abtasty.com/es/blog/segmentacion-de-mercado-definicion-tipos-y-estrategia/>
- BusinessCol. (15 de 02 de 2020). *BusinessCol*. Obtenido de BusinessCol:
<http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm>
- Chocolate, C. d. (19 de 12 de 2019). *Club del Chocolate* . Obtenido de Club del Chocolate:
<https://www.clubdelchocolate.com/83-pequena-historia-industrial-origen-del-chocolate.html>
- Content, R. R. (25 de 07 de 2019). *Blog Rockcontent*. Obtenido de Blog Rockcontent:
<https://rockcontent.com/es/blog/canales-de-distribucion/>
- CRI, C. R. (12 de 02 de 2020). *China Radio Internacional CRI*. Obtenido de China Radio Internacional CRI: <http://espanol.cri.cn/news/report/1017/20191015/366939.html>
- Curiosfera. (18 de 12 de 2019). *Curiosfera*. Obtenido de Curiosfera: <https://curiosfera-historia.com/historia-del-chocolate/>
- Dino, P. N. (10 de 12 de 2019). *Odont Info*. Obtenido de Odont Info: <https://odont.info/teoria-de-la-factibilidad.html>
- EAE Business School. (2020). *EAE Business School*. Obtenido de EAE Business School:
<https://retos-directivos.eae.es/plan-de-internacionalizacion-definicion-y-riesgos-que-ayuda-a-evitar/>
- Economipedia. (26 de 12 de 2019). *Javier Sanchez* . Obtenido de Javier Sanchez :
<https://economipedia.com/definiciones/ventaja-absoluta.html>
- Ecuador ama la vida*. (10 de 12 de 2019). Obtenido de
<https://visit.ecuador.travel/chocolate/ecuador-y-chocolate/>
- Emprendices. (27 de 12 de 2019). *Emprendices*. Obtenido de Emprendices:
<https://www.emprendices.co/teoria-la-ventaja-competitiva/>
- Expansion. (04 de 01 de 2020). *Datos Macro*. Obtenido de Datos Macro:
<https://datosmacro.expansion.com/paises/china>
- Exportador, D. d. (26 de 12 de 2019). *Diario del Exportador*. Obtenido de Diario del Exportador:
<https://www.diariodelexportador.com/2016/10/teorias-sobre-la-internacionalizacion.html>

Exportador, G. d. (02 de 01 de 2017). *Guia de Exportador*. Obtenido de Guia de Exportador: <http://www.aei.ec/wp-content/uploads/2017/10/GuiaExportador-2017.pdf>

Gustaff. (17 de 01 de 2020). *Gustaff*. Obtenido de Gustaff: <https://www.gustaff.com.ec/>

Hill, C. W. (2011). *Negocios Internacionales Competencia en el mercado Global*. Mexico: The McGraw-Hill Companies.

Maps, G. (17 de 01 de 2020). *Google Maps*. Obtenido de Google Maps: <https://www.google.com/maps/place/Gustaff+S.A/@-2.1314406,-79.9382181,17z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x902d72f2087cf98d:0xb8811201acda8970!8m2!3d-2.1314406!4d-79.9360294>

MEXICO, P. (14 de 08 de 2018). *CONNECT AMERICAS*. Obtenido de CONNECT AMERICAS: <https://connectamericas.com/es/content/%C2%BFqu%C3%A9-debe-contener-un-plan-de-exportaci%C3%B3n>

Ochoa, J. (25 de 02 de 2019). *Mexico Desconocido*. Obtenido de Mexico Desconocido: <https://www.mexicodesconocido.com.mx/chocolate-historia-y-leyenda.html>

PACARI. (3 de 6 de 2020). *PACARI*. Obtenido de PACARI: <https://www.pacari.com/nuestra-historia/>

REPÚBLICA DEL CACAO. (2 de JUNIO de 2020). *REPÚBLICA DEL CACAO*. Obtenido de REPÚBLICA DEL CACAO: <https://es.republicadelcacao.com/pages/about>

REVISTA LIDERES . (12 de 04 de 2015). Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/chocolate-recetas-industria-nacional-ecuador.html>

Rivas, M. P. (12 de 10 de 2019). *Biblioteca Virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales*. Obtenido de Biblioteca Virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales: <https://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/900/Teorias%20del%20comercio%20Internacional.htm>

SANO, F. V. (13 de 09 de 2018). Obtenido de <https://www.vivosano.org/como-beneficia-el-chocolate-a-nuestra-salud/>

SEARATES. (10 de 06 de 2020). *SEARATES*. Obtenido de SEARATES: <https://www.searates.com/freight/?from=ChIJdSEHo5vLZAROMXiJEKx6hs&to=ChIjwULG5WSOUDERbzafNHyqHZU&date=17%20Jun%20C%202020&type=fcl&cont%5B20st%5D=1>

SENAE. (18 de 02 de 2020). *SENAE*. Obtenido de SENAE: <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>

Testa. (16 de 04 de 2019). *Testa*. Obtenido de Testa: <https://www.testa.tv/easyblog/entry/requisitos-para-la-exportar-alimentos-a-china.html>

Torres, N. (07 de 02 de 2020). *El mercurio*. Obtenido de El mercurio: <https://ww2.elmercurio.com.ec/2020/02/07/analisis-relacion-comercial-ecuador-china/>

- TRANSEOP. (05 de 06 de 2020). *TRANSEOP*. Obtenido de TRANSEOP:
<https://www.transeop.com/blog/Palet-Americano-universal-caracteristicas-medidas/401/>
- Transeop. (05 de 06 de 2020). *Transeop* . Obtenido de Transeop :
<https://www.transeop.com/blog/contenedor-20-pies-caracteristicas/414/>
- Universia. (20 de 01 de 2020). *Universia*. Obtenido de Universia:
<https://www.universia.net.mx/estudiar-extranjero/china/salir/clima/4187>
- Vida, E. A. (20 de 12 de 2019). *Ecuador Ama la Vida*. Obtenido de Ecuador Ama la Vida:
<https://visit.ecuador.travel/chocolate/ecuador-y-chocolate/>
- Wide, W. (15 de 10 de 2018). *World Wide*. Obtenido de World Wide:
<http://lstbworldwide.com/logistica/cuantos-pallets-caben-en-nuestro-contenedor/>