



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

PLAN DE EXPORTACIÓN PARA IMPULSAR LA COMERCIALIZACIÓN
DE CÁPSULAS DE CAFÉ DE LA EMPRESA CAFÉ MONTAÑÉS AL
MERCADO DE FRANCIA.

LEON MAZA LEONELA FERNANDA
INGENIERA EN COMERCIO INTERNACIONAL

MACHALA
2022



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

PLAN DE EXPORTACIÓN PARA IMPULSAR LA
COMERCIALIZACIÓN DE CÁPSULAS DE CAFÉ DE LA EMPRESA
CAFÉ MONTAÑÉS AL MERCADO DE FRANCIA.

LEON MAZA LEONELA FERNANDA
INGENIERA EN COMERCIO INTERNACIONAL

MACHALA
2022



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

EXAMEN COMPLEXIVO

PLAN DE EXPORTACIÓN PARA IMPULSAR LA COMERCIALIZACIÓN DE
CÁPSULAS DE CAFÉ DE LA EMPRESA CAFÉ MONTAÑÉS AL MERCADO DE
FRANCIA.

LEON MAZA LEONELA FERNANDA
INGENIERA EN COMERCIO INTERNACIONAL

ZAMORA CAMPOVERDE MICHAEL ANDRES

MACHALA, 25 DE AGOSTO DE 2022

MACHALA
25 de agosto de 2022

Plan de exportación

por Leonela León

Fecha de entrega: 17-ago-2022 07:37p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1883733443

Nombre del archivo: Leonela_Le_n_Complexivo.pdf (6.31M)

Total de palabras: 11243

Total de caracteres: 58039

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, LEON MAZA LEONELA FERNANDA, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado Plan de exportación para impulsar la comercialización de cápsulas de café de la empresa Café Montañés al mercado de Francia., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.


La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 25 de agosto de 2022



LEON MAZA LEONELA FERNANDA
0706696663

Plan de exportación

INFORME DE ORIGINALIDAD

8%

INDICE DE SIMILITUD

7%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	www.astoncargo.com Fuente de Internet	1%
2	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
3	Submitted to Instituto Superior de Artes, Ciencias y Comunicación IACC Trabajo del estudiante	1%
4	issuu.com Fuente de Internet	<1%
5	repositorio.espe.edu.ec Fuente de Internet	<1%
6	Repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	www.cadexco.biz Fuente de Internet	<1%
8	WWW.mayoclinic.org Fuente de Internet	<1%
9	www.slideshare.net Fuente de Internet	

Nota de aceptación:

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado Plan de exportación para impulsar la comercialización de cápsulas de café de la empresa Café Montañés al mercado de Francia., hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



Firmado electrónicamente por:
**MICHAEL ANDRES
ZAMORA CAMPOVERDE**

ZAMORA CAMPOVERDE MICHAEL ANDRES
0702415456
TUTOR - ESPECIALISTA 1



Firmado electrónicamente por:
**MARCELA
EETELVINA CAPA
TEJEDOR**

CAPA TEJEDOR MARCELA ETELVINA
0703104786
ESPECIALISTA 2



Firmado electrónicamente por:
**LUIS RAMIRO
AGUILAR
ORDONEZ**

AGUILAR ORDOÑEZ LUIS RAMIRO
0700862733
ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: Thursday 25 de August de 2022 - 10:32

DEDICATORIA

Este proyecto lo dedico en primer lugar a Dios. Por consiguiente, a mis padres, el señor Juan León y la señora Adela Maza, del mismo modo, a mis hermanos, Jaime Maza y Abigail León. También, de forma especial le dedico a mi pareja, John Jaramillo y a mi hijo Bruno Jaramillo. Finalmente, a cada uno de mis compañeros de aula y docentes que formaron parte de mi formación académica.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por la vida, por darme fuerzas y valentía durante mi formación académica y haberme permitido cumplir esta meta. Agradezco a mis padres, Juan León y Adela Maza por el esfuerzo, por ser mi luz en mi camino y por el apoyo económico y espiritual. De igual forma, a mis hermanos, Jaime Maza y Abigail León por su comprensión, consejos y darme fortalezas en cada momento. También, agradezco a mi pareja, John Jaramillo por estar presente en cada uno de mis obstáculos y logros y por el apoyo fundamental que me brinda cada día, y a mi hijo Bruno Jaramillo por ser mi motor y mi pilar para seguir adelante. Y finalmente, agradezco a mi tutor Michael Zamora y a los especialistas Marcela Capa y Ramiro Aguilar por el tiempo, ayuda y por brindarme sus conocimientos como docentes durante mi etapa universitaria.

RESUMEN

El Ecuador es considerado como un país con gran capacidad de producción de café, además, de ser uno de los países que posee y exporta las variedades existentes de café, sobresaliendo la especie robusta y arábica, cuya producción se concentra mayormente en las provincias de Manabí y Loja. A nivel mundial, este producto ocupa el segundo lugar de las bebidas más consumidas, siendo los países desarrollados sus mayores consumidores. Al ser una bebida de mayor aceptación, las empresas de la industria cafetera ya no se dedican únicamente al cultivo y exportación de la materia prima, sino que buscan elaborar nuevos productos o darle un valor agregado a este cultivo y comercializarlos en los mercados internacionales. Bajo esta premisa, la investigación se realizó con el objetivo de elaborar un plan de exportación para impulsar la comercialización de cápsulas de café de la empresa Café Montañés al mercado de Francia. Se aplicó un enfoque cualitativo y se utilizó los métodos teóricos, para la interpretación teórica. A partir de la información encontrada en las diferentes fuentes secundarias, se concluyó que, Francia es un excelente mercado para el nuevo producto de Café Montañés. Pues dicho país, es un gran importador de café tostado y es el primer consumidor de cápsulas de café entre los estados de la UE, siendo la especie arábica la más popular. Por lo que, se exportó en un contenedor de 20' 80,000 empaques bajo el incoterm FOB hacia el puerto de Le Havre, cuyo costo de exportación fue de \$427,628.80.

Palabras claves: exportación, cápsula, comercialización, arábica, mercado

ASBTRAC

Ecuador is considered as a country with a great coffee production capacity, besides being one of the countries that possesses and exports the existing varieties of coffee, with the Robusta and Arabica species standing out, whose production is mainly concentrated in the provinces of Manabí and Loja. At world level, this product occupies the second place among the most consumed beverages, being the developed countries the largest consumers. As it is a more widely accepted beverage, coffee industry companies are no longer dedicated solely to the cultivation and export of raw material, but are seeking to elaborate new products or to give added value to this crop and commercialize them in international markets. Under this premise, the research was carried out with the objective of designing an export plan to promote the commercialization of coffee capsules of the company Café Montañés to the French market. A qualitative approach was applied and theoretical methods were used for the theoretical interpretation. From the information found in the different secondary sources, it was concluded that France is an excellent market for the new Café Montañés product. This country is a great importer of roasted coffee and is the first consumer of coffee capsules among the EU states, being the Arabica species the most popular. Therefore, it was exported in a container of 20' 80,000 packagings under the FOB incoterm to the port of Le Havre, whose export cost was \$427,628.80.

Keywords: export, capsule, commercialization, arabica, market

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
2. DESARROLLO	5
2.1. Caso Práctico	5
2.2. Premisas teóricas	5
2.2.1 <i>Comercio Internacional</i>	5
2.2.2 <i>Plan de Exportación</i>	6
2.2.3 <i>Café arábigo</i>	6
2.3. Descripción de la empresa	7
2.3.1 <i>Empresa</i>	7
2.3.2 <i>Misión</i>	8
2.3.3 <i>Visión</i>	8
2.3.4 <i>Análisis FODA</i>	8
2.3.5 <i>Producto</i>	9
2.3.5.1 <i>Café en cápsulas</i>	10
2.4. Preselección de mercado	11
2.4.1 <i>Mercados Importadores de Café Tostado- molido de Ecuador</i>	12
2.4.2 <i>Balanza Comercial Ecuador-Francia</i>	12
2.4.3 <i>Importaciones de café de Francia</i>	13
2.4.4 <i>Exportaciones de café de Francia</i>	14
2.4.5 <i>Exportaciones ecuatorianas de café a Francia</i>	15
2.5. Selección de mercado	15
2.5.1 <i>Justificación de la selección de mercado de exportación, Francia</i>	16
2.5.2 <i>Convenios, acuerdos tratamiento arancelario</i>	17
2.6. Estudio de Mercado	17
2.6.1 <i>Información general del país destino</i>	18

2.6.2 Principales sectores económicos	19
2.6.3 Tendencias del consumidor	20
2.6.4 Consumo per cápita del café.....	20
2.6.5 Segmentación del mercado	23
2.7. Acceso al mercado.....	26
2.7.1 Documentación requerida	26
2.7.1.1 Certificaciones de calidad.....	28
2.7.2 Términos de negociación.....	29
2.7.3 Formas de pago	29
2.7.4 Flujo del proceso de exportación	30
2.8. Especificaciones técnicas	31
2.8.1 Envase	31
2.8.2 Empaque	32
2.8.3 Embalaje.....	32
2.8.4 Etiquetado.....	33
2.9. Estrategias de comercialización	34
2.9.1 Envío de muestras	34
2.9.1.1 Documentación requerida.....	35
2.9.1.2 Empresas de servicios de mensajería acelerada o Courier.....	36
2.9.2 Canales de distribución.....	37
2.9.2.1 Canal directo.	38
2.9.2.2 Canal indirecto.....	38
2.10. Aspectos logísticos	42
2.10.1 Transporte marítimo	42
2.10.1.1 Operadores Logísticos marítimos.....	42
2.10.1.2 Tipo de contenedor.....	46
2.10.2 Lote mínimo exportable	46
2.10.3 Costos de exportación	47

CONCLUSIONES	49
BIBLIOGRAFÍA	51
ANEXOS	54

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1. Ficha Técnica de Café Montañés	8
Tabla 2. Análisis FODA de Café Montañés	9
Tabla 3. Productos de Café Montañés	10
Tabla 4. Partida arancelaria de la cápsula de café	11
Tabla 5. Mercados importadores del producto 0901.21.20 (café tostado - molido)	12
Tabla 6. Importaciones francesas de café (2019-2021)	13
Tabla 7. Exportaciones francesas de café (2019-2021)	14
Tabla 8. Exportaciones de café de Ecuador hacia Francia (2019-2021)	15
Tabla 9. Acuerdos Comerciales entre Ecuador y Europa	17
Tabla 10. Ficha país Francia	18
Tabla 11. Distribución porcentual de la población francesa 2021	23
Tabla 12. Estructura de gastos por edad - Francia 2021	25
Tabla 13. Certificaciones de calidad exigidas por el mercado francés	28
Tabla 14. Medios de cobro y pago más utilizados en Francia	30
Tabla 15. Descripción del contenido de la muestra	35
Tabla 16. Cotizaciones de envío de diferentes empresas Courier	36
Tabla 17. Canal de distribución directa en Francia.	38
Tabla 18. Principales empresas mayoristas de café de Francia.	40
Tabla 19. Tiempos de tránsito por vía marítima	42
Tabla 20. Costo de flete marítimo internacional Maersk Line	43
Tabla 21. Costo de flete marítimo internacional CMA CGM	44
Tabla 22. Costo de flete marítimo internacional Mediterranean Shipping	44
Tabla 23. Costo de flete marítimo internacional Hamburg Sud	45
Tabla 24. Costo de flete marítimo internacional Hapag Lloyd	45
Tabla 25. Descripción de contenido por pallet y contenedor	46
Tabla 26. Lote mínimo de exportación de Café Montañés	47
Tabla 27. Costos de exportación	48

ÍNDICE DE FIGURA

figura 1. Información nutricional de la cápsula de café.	11
figura 2. Balanza Comercial no petrolera Ecuador-Francia (2019-2021)	13
figura 3. Principales sectores económicos de Francia 2021.	19
figura 4. Consumo del café en Europa	21
figura 5. Consumo per cápita del café Francia 2021	21
figura 6. Consumo de cápsulas de café en Francia (2018-2020)	22
figura 7. Consumo del café por edad- Francia 2021	24
figura 8. Horario del consumo de café en Francia (2021)	25
figura 9. Flujograma de exportación	30
figura 10. Envase de las cápsulas de café	31
figura 11. Empaque de las cápsulas de café	32
figura 12. Embalaje de las cápsulas de café	32
figura 13. Canales de distribución de Francia	37
figura 14. Canal de distribución indirecto en Francia	39
figura 15. Principales marcas de supermercado e hipermercados de Francia	39
figura 16. Principales cafeterías minoristas de Francia	41
figura 17. Costo de cada contenedor	46

LISTA DE ABREVIATURAS Y SÍMBOLOS

AECAFE: Asociación Española del café

AGROCALIDAD: Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario

ARCOSA: Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria

ATA: Admisión temporal de mercancías

CFE: Certificado Fitosanitario de Exportación

CIF: Cost Insurance and Freight (Costo, Seguro y Flete)

DUA: Documento Único Administrativo

EFTA: European Free Trade Agreement (Acuerdo Europeo de Libre Comercio)

FEC: Federación Europea del Café

FOB: Free On Board (A bordo)

HORECA: Hoteles, restaurantes y cafeterías

ICC: Instituto de Cláusula de Carga

ICEX: Instituto de Comercio Exterior

ICO: Organización Internacional del Café

INSEE: Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos

OMC: Organización Mundial del Comercio

ONU: Organización de las Naciones Unidas

OTAN: Organización del Tratado del Atlántico Norte

SENAE: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador

SIICEX: Sistema Integrado de Comercio Exterior

UE: Unión Europea

USD: dólar estadounidense

GLOSARIO

Plan de exportación: es un documento de comercialización que sirve como guía de orientación para las empresas o empresarios; permite definir los objetivos, identificar riesgos, oportunidades y planificar previamente las actividades, con el fin de ingresar un producto o servicio a un nuevo mercado.

Café arábigo: es un cultivo ecológico de mayor presencia en varios países. En el Ecuador, su producción se encuentra presente prácticamente en todas las provincias del país, especialmente en la provincia de Manabí y Loja.

Cápsula de café: es un recipiente que contiene cierta cantidad de café en su interior y que permite la entrada de agua a una elevada temperatura. Dicho recipiente funciona como contenedor, filtro y mezclador.

Mercado: es un sistema social donde se producen las transacciones comerciales entre las empresas y los consumidores. Es el entorno en el que las entidades comerciales desenvuelven sus actividades industriales.

Exportación: acción de enviar o vender un conjunto de productos y servicios fabricados o pertenecientes de un país hacia otro país de destino, que tiene como finalidad poder obtener ganancias económicas de dicha transacción; para lo cual, se deduce que esta actividad comercial brinda beneficios no solo a la persona o empresa exportadora, sino también ayuda al crecimiento económico del país.

INTRODUCCIÓN

El café es uno de los productos que dinamiza la economía nacional. Pues, integra en la lista de productos de exportación, destacando las dos variedades como la robusta y el arábigo, cuya producción se concentra mayormente en las provincias de Manabí y Loja. Además de beneficiar aproximadamente a 46 mil productores ecuatorianos, permite la creación de fuentes de empleo y es el sustento económico de muchas familias rurales. De acuerdo a los datos de Trade Map los principales consumidores de café ecuatoriano son la Unión Europea, Brasil, Argentina y Estados Unidos.

Actualmente, las empresas dedicadas a la industria del café intentan darle un valor agregado a este cultivo, para diferenciarse de la competencia, tal como es el caso de Café Montañés. Esta empresa familiar se dedica a la producción y comercialización de productos de café arábigo, ideales para hacer bebidas como capuchinos, espressos y americanos. Entre sus principales objetivos está la comodidad y satisfacción de sus consumidores, por ello, busca innovar sus productos, dando como iniciativa la fabricación de cápsulas de café, las cuales son demandadas por los mercados internacionales, especialmente en Francia.

De este planteamiento surge la siguiente pregunta: ¿Cómo impulsar la comercialización de cápsulas de café de la empresa Café Montañés al mercado de Francia? La solución exige que esta empresa cuente con un plan de exportación que permita detallar de forma ordenada y sistemática aquellas actividades que debe realizar previamente para la exportación de su producto hacia el mercado seleccionado. En base a la formulación del problema se delimitó el objeto de estudio, siendo este el proceso de comercialización, cuyo campo de acción es la gestión de exportación, los cuales, permitieron la construcción del marco teórico.

En base al reactivo práctico “exportar una nueva presentación de su producto al mercado europeo, mediante el envío de una muestra” el objetivo de la investigación es diseñar un plan de exportación para impulsar la comercialización de cápsulas de café de la empresa Café Montañés al mercado de Francia. En virtud de ello, se contextualiza la situación de la empresa, se establece el estudio de mercado, se identifica el medio de transporte más adecuado para el envío, se especifica los documentos necesarios para la exportación, y se determinan los costos asociados al proceso de exportación hacia el mercado francés.

El desarrollo de la investigación se basa en un paradigma cualitativo, de alcance explicativa transformatoria. Los métodos utilizados son el analítico-sintético, para afianzar el marco teórico, para lo cual se recurre a la revisión teórica de artículos de revistas científicas, libros, páginas web y documentos oficiales de instituciones relacionadas al comercio internacional; y, el método sistémico para la elaboración del plan de exportación.

El trabajo de investigación se encuentra estructurado de la siguiente manera: sección introductoria; sección teórica; sección de propuesta donde se plantea el plan de exportación para la solución al problema; sección de conclusiones, donde se presentan los resultados obtenidos; la sección de referencias y anexos.

2. DESARROLLO

2.1. Caso Práctico

La empresa Café Montañés desea exportar su nueva presentación de su producto hacia el mercado europeo, para ello debe enviar una muestra a la empresa interesada.

Preguntas a resolver:

- ¿Cuál sería el medio más adecuado para realizar el envío?
- ¿Qué documentos se necesita para enviar esta muestra al país de destino?
- ¿Cuál es el costo de envío?

2.2. Premisas teóricas

2.2.1 Comercio Internacional

El comercio internacional es “el intercambio que se realiza entre dos o más países, integrado por las actividades de importación y de exportación que al aplicarse una diferencia se obtiene la Balanza Comercial” (Landín et al, 2018, p. 101). La Balanza Comercial ayuda a determinar si un país posee un superávit o déficit, con el fin de definir políticas comerciales que beneficien su economía.

Por otro lado, Quevedo et al. (2020) afirman que el comercio internacional se considera por un lado un elemento importante para el desarrollo de las relaciones internacionales, y por el otro, mejora la calidad de vida a los pueblos, ya que otorga oportunidades de crecimiento. Mientras que Sidorova y Sidorov (2021), mencionan que, éste abarca tanto procedimientos aduaneros como comerciales, entre ellos, la importación, exportación y la logística

Tomando como base las diferentes conceptualizaciones sobre comercio internacional de los tres autores anteriores, en definitiva, el comercio internacional es aquella actividad económica basada en la importación y exportación de bienes, servicios y de capital entre países, cuyo propósito es generar beneficios económicos para el Estado, empresas y el pueblo, a través de estrategias innovadoras y tratados de libre comercio.

2.2.2 Plan de Exportación

El plan de exportación es un documento de comercialización que sirve como guía de orientación para las empresas o empresarios. Para Villacís et al. (2019) este plan permite definir los objetivos, identificar riesgos, oportunidades y planificar previamente las actividades, con el fin de ingresar un producto o servicio a un nuevo mercado. Es decir, a través de las directrices que contiene un plan de exportación, las organizaciones conocen sus fortalezas y debilidades, y diseñan estrategias para corregir errores.

Villareal (2017) por su parte, define que un plan de exportación también conocido como plan de negocios internacionales “es una herramienta poderosa para una empresa que busca la expansión internacional, puesto que es un documento donde se detalla de forma ordenada y sistemática aquellos aspectos operacionales y financieros” (p.19). En cada uno de los procesos definidos, la empresa compromete en cada uno de ellos recursos económicos y humanos.

Y, para Rubio y Guzmán (2019) dicho plan permite la creación de ventajas competitivas, ya que esta herramienta brinda un análisis financiero, económico, búsqueda de mercado y estrategias de comercialización, generando grandes oportunidades de negocios en los mercados internacionales a las entidades comerciales.

Las tres definiciones sobre el plan de exportación dadas por los tres autores refieren a un documento de comercialización que realizan las empresas para ingresar a nuevos mercados. Villacís y otros autores especifican que el plan permite a las empresas conocer sus fortalezas, debilidades y diseñar estrategias correctivas, sin embargo, no señalan que deben exponerse de forma ordenada y sistemática como lo menciona Villareal. Romero y Guzmán indican que dicho plan crea ventajas competitivas a las empresas, ya que les otorga un análisis de mercado y financiero.

2.2.3 Café arábigo.

El café incide en el crecimiento económico del país. Pues, integra en la lista de productos de exportación, destacando las dos variedades de café, robusta (*C. canephora* Pierre) y arábigo

(*Coffea arábica* L.); además de beneficiar aproximadamente a 46 mil productores ecuatorianos, permite la creación de fuentes de empleo y es el sustento económico de muchas familias rurales. De acuerdo a los datos de ANECAFE, en el país se registran alrededor de 22 empresas exportadoras de café y elaborados.

Según Vera et al. (2022) el café arábigo “es un cultivo ecológico de mayor presencia en varios países. En el Ecuador, su producción se encuentra presente prácticamente en todas las provincias del país” (p. 89). Este tipo de café generalmente se cultiva en zonas montañosas y tiene un sabor suave, a diferencia de la robusta.

El café se destaca por ser uno de los principales cultivos en el país, pues posee alrededor de 199.215 ha, las cuales el 68% corresponden a las plantaciones de café arábigo. El café arábigo “es el de mejor calidad, se cultiva en alturas de 1000 y 1800 m sobre nivel del mar, principalmente en las provincias de Loja y Manabí (Jipijapa) y en ciertas zonas de la Cordillera Occidental de los Andes” (Venegas et al, 2018, p. 75).

2.3. Descripción de la empresa

La descripción de la empresa se refiere a una breve descripción, la cual detalla y explica las características de una organización comercial. Por ello, se describe la actividad comercial, la historia, la misión, visión, el FODA, y los productos que ofrece la empresa Café Montañés.




2.3.1 Empresa

Café Montañés se inició en el año de 1952, con las primeras siembras de planta de café en el cantón Puyango por parte de la bisabuela Rosario. En el 2007, en la ciudad de Loja se instaló la primera planta procesadora, y desde ese entonces se realizaron las primeras ventas de fundas de Café Montañés. Tres años después, trasladaron la planta de producción a la provincia de Pichincha con el objetivo de incrementar su producción.

En la actualidad, la empresa Café Montañés se dedica a la siembra, cultivo, cosecha, elaboración y comercialización de productos de café arábigo, como tostado y verde. Cada uno de sus procesos los realiza con estándares de calidad, por eso cuenta con productos de excelente sabor, aroma, cuerpo y acidez. Posee certificaciones internacionales como NON

GMO y GLOBAL GAP, y etiquetas como: Ecuador ARTISAN COFFE, Single Origin Coffe, y 100% Arabica Speciality Coffe, permitiéndoles tener un café con calidad de exportación.

Tabla 1. Ficha Técnica de Café Montañés

FICHA TÉCNICA CAFÉ MONTAÑÉS	
Razón Social	Eguiguren Samaniego Pablo Ramiro
RUC	1101842241001
Actividad económica	Elaboración de productos de café: tostado y verde
Nombre comercial	Café Montañés
Fecha de inicio de actividades	01/11/1993
Tipo de contribuyente	Persona Natural
Sector	Privado
Correo electrónico	info@cafemontanes.com
Teléfono	098 090 5092 - 098 437 6888
Provincia	Loja
Cantón	Loja
Parroquia	El sagrario
Página web	https://www.cafemontanes.com
Certificaciones y etiquetas	    

Elaboración: Autora

2.3.2 Misión

Producir y ofrecer un café arábigo de altura con altos estándares de calidad y responsable con el medio ambiente, contribuyendo al desarrollo sostenible, asegurando los derechos de los socios y trabajadores.

2.3.3 Visión

Ser líderes en la siembra y cultivo de los más finos granos de café, y desarrollar una cultura y pasión por el buen café.

2.3.4 Análisis FODA

A continuación, se presenta el análisis FODA de la empresa Café Montañés.

Tabla 2. Análisis FODA de Café Montañés





FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Producto de buena calidad	Acuerdos comerciales vigentes Ecuador-UE.
Adecuada infraestructura	Promoción y publicidad de la marca a través de ferias y redes sociales.
Contribuye al comercio justo y la inclusión.	Apoyo gubernamental.
Certificación y etiquetas internacionales.	Nuevas tecnologías en la industria alimentaria para mejorar la calidad de los productos.
Personal calificado en cada proceso.	
Capacidad de producción y distribución.	
DEBILIDADES	AMENAZAS
Falta de innovación publicitaria.	Nuevos competidores en el mercado.
Producto con nueva presentación sin presencia en el mercado local y objetivo.	Desastres naturales.
Falta de presencia en los mercados internacionales.	Productos similares a menor costo.
	Nuevas exigencias de requisitos técnicos en el mercado internacional.
Elaboración: Autora	

2.3.5 Producto

Café Montañés ofrece tres presentaciones de café tostado y molido de 340 g. Cada uno representa el lugar donde fue cultivado el grano de café y su función, como, por ejemplo: Vilcabamba, Zaruma, y Puyango. Sus productos son de diferentes sabores: chocolate, miel silvestre, cítricos y frutal; además, sirven para la preparación de capuchinos, espressos y americanos.

A continuación, se presentan las características de las fundas de café tostado y el café verde.

Tabla 3. Productos de Café Montañés

		
<p align="center">Vilcabamba</p> <p>Sabor: Cítrico y frutal Ideal: americano y capuchino Variedad: Arábica Tueste: medio</p>	<p align="center">Zaruma</p> <p>Sabor: miel silvestre y frutal Ideal: americano y espresso Variedad: Arábica Tueste: medio</p>	<p align="center">Puyango</p> <p>Sabor: chocolate y frutos secos Ideal: americano y capuchino Variedad: Arábica Tueste: medio</p>
	<p align="center">Café Verde Origen: Loja – Ecuador Sin descafeinar Variedad: Arábigo</p>	
<p>Fuente: Página web Café Montañés Elaborado por: Autora</p>		

2. 3.5.1 *Café en cápsulas*

El consumo de cápsulas de café ha ido creciendo en los últimos años, especialmente en el continente europeo. Los primeros fabricantes fueron España e Italia. Las cápsulas de café son el nuevo diseño de la empresa Café Montañés. Una cápsula de café “es un recipiente que contiene cierta cantidad de café en su interior y que permite la entrada de agua a una elevada temperatura. Dicho recipiente funciona como contenedor, filtro y mezclador” (Andrade, 2021, p. 64). Su envase es fácil de utilizar y principalmente no genera daños al medio ambiente.

En la siguiente tabla se muestra la subpartida arancelaria de las cápsulas de café, en base a la Nomenclatura Arancelaria 2017.

Tabla 4. Partida arancelaria de la cápsula de café

Clasificación arancelaria	
Sección:	II- Productos del reino vegetal
Capítulo:	09 café, té, yerba mate y especias
Partida:	09.01 Café, incluso tostado sin descafeinar
Subpartida:	0901.21.20.00 Molido

Fuente: Nomenclatura arancelaria (2017)

Elaborado por: Autora

La principal especie que utiliza la empresa para este nuevo formato es la arábica, cuyo tueste es de forma natural, el cual es el más preferible en términos saludables. Café Montañés dispone de esta nueva presentación 100% café ecuatoriano arábigo, tostado molido, 100% natural, y 100% socialmente responsable.

figura 1. Información nutricional de la cápsula de café.

Info. Nutricional		
Tamaño de la Porción		
	1 cápsula (5 g)	
	Por porción	% IR*
Energía	21 kJ 5 kcal	0%
Grasa	0,14g	0%
Grasa Saturada	-	
Carbohidratos	0,18g	0%
Azúcar	-	
Proteína	0,14g	0%
Sal	-	

* Ingesta de referencia de un adulto medio (8400 kJ / 2000 kcal)

Fuente: Nespresso (2022)

2.4. Preselección de mercado

En esta parte se expondrá datos estadísticos sobre las exportaciones ecuatorianas de café, con el fin de conocer el principal mercado importador. Y, una vez determinado el país objetivo, se analizará el sector comercial internacional, como la balanza comercial no petrolera, donde se registran las importaciones y exportaciones de café.

2.4.1 Mercados Importadores de Café Tostado- molido de Ecuador

En la siguiente tabla se detalla los valores importados de los principales mercados de consumo de la Unión Europea del producto ecuatoriano 0901.21.20 (café tostado - molido) durante el período 2019-2021.

Tabla 5. Mercados importadores del producto 0901.21.20 (café tostado - molido)

IMPORTADORES	Valor exportado miles USD		
	2019	2020	2021
Francia	1276,00	1035,00	1500,00
Alemania	1438,00	1413,00	1444,00
Países Bajos	6000,00	11000,00	29000,00
Dinamarca	4000,00	6000,00	14000,00

Fuente: Trade Map
Elaborado por: Autora

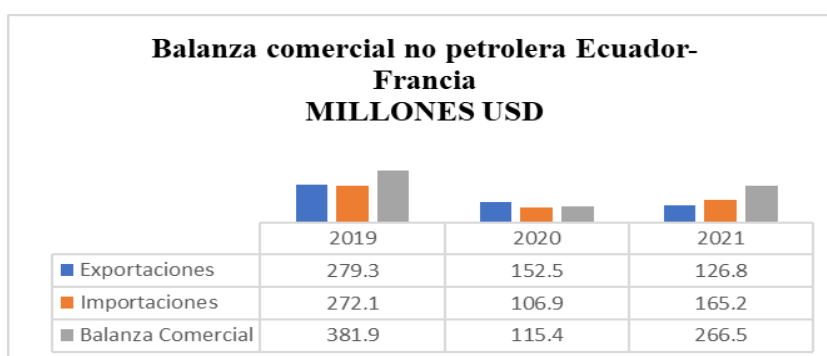
De acuerdo a los datos estadísticos de Trade Map, Francia es el mayor importador del producto de la subpartida señalada, cuyas importaciones en los distintos años han tenido un comportamiento dinámico. En el 2020, el valor importado disminuyó un 19% en relación al 2019. Este decrecimiento se debe por las medidas de restricción generadas por el COVID19. Pero, en el 2021, las exportaciones crecieron un 45% en valor monetario.

Como segundo país importador está Alemania, que tuvo el mismo ritmo comercial que Francia, cuyas importaciones en el 2021 aumentaron un 2%. Sin embargo, las exportaciones de café tostado ecuatoriano en los Países Bajos y en Dinamarca crecieron paulatinamente en los tres años de análisis, importando en el último año \$29000,00 y \$14000,00 miles USD respectivamente.

2.4.2 Balanza Comercial Ecuador-Francia

En el siguiente gráfico se muestra la balanza comercial no petrolera entre Ecuador y Francia desde el 2019 al 2021, representada en cantidades monetarias (FOB).

figura 2. Balanza Comercial no petrolera Ecuador-Francia (2019-2021)



Fuente: Banco Central del Ecuador (2021)

Elaborado por: Autora

El gráfico anterior indica que en el año 2019 y 2020, Ecuador tuvo una balanza comercial no petrolera superavitaria, debido a que las exportaciones fueron mayores que las importaciones. En cambio, en el 2021, las importaciones incrementaron (\$165,2 millones USD) en relación a las exportaciones (\$126.8 millones USD), lo cual provocó un déficit comercial.

2.4.3 Importaciones de café de Francia

En la siguiente tabla se detalla las importaciones de café de Francia, expresado en miles de euros durante el período 2019-2021.

Tabla 6. Importaciones francesas de café (2019-2021)

Exportadores	Valor importado miles €		
	2019	2020	2021
MUNDO	2.738.495	2.885.133	3.086.643
Suiza	1.373.857	1.433.243	1.444.867
Alemania	251.993	292.666	293.968
Países Bajos	236.388	243.431	262.489

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Autora

Según los datos estadísticos de Trade Map, las importaciones han tenido un comportamiento dinámico durante el período de análisis (2019-2021), importando una mayor cantidad en el 2021 (3.086.64 miles €). Su principal proveedor es Suiza, donde las importaciones de café aumentaron un 7% en el 2021 con respecto al 2020. En el caso de Alemania, incrementó un 1.6%, y para los Países Bajos un 0.8%.

2.4.4 Exportaciones de café de Francia

En la siguiente tabla se detalla las exportaciones de café de Francia, expresado en miles de euros durante el período 2019-2021.

Tabla 7. Exportaciones francesas de café (2019-2021)

Importadores	Valor exportado miles €		
	2019	2020	2021
MUNDO	1,242,036	1,418,031	1,409,146
España	230.450	248,523	255,860
Países Bajos	184,384	210,901	229,314
Alemania	165,355	191,830	213,495

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Autora

Cabe decir que, Francia no exporta café como materia prima, sino como producto terminado, debido a que este país no posee productores, sino procesadoras en las diferentes regiones. De acuerdo a los datos estadísticos de Trade Map, las exportaciones han tenido un comportamiento dinámico durante el período de análisis (2019-2021). En el 2020, las exportaciones de café tuvieron un crecimiento del 14% con respecto al 2019, sin embargo, en el 2021 el valor exportado disminuyó el -1%. Sus principales mercados son España, Países Bajos y Alemania, donde en el 2021, dichas exportaciones incrementaron un 3%, 9% y 11% respectivamente.

2.4.5 Exportaciones ecuatorianas de café a Francia

A continuación, se muestran las exportaciones de café ecuatoriano a Francia, expresado en miles de dólares, durante el período 2019-2021.

Tabla 8. Exportaciones de café de Ecuador hacia Francia (2019-2021)

Código producto	Producto	Ecuador exporta hacia Francia		
		Valor exportado	Valor exportado	Valor exportado
		2019	2020	2021
0901.11	Café sin tostar, sin descafeinar	2.248	2.034	2.800
0901.21	Café tostado sin descafeinar	2.800	1.000	3.500
0901.22	Café tostado descafeinado	0	0	0
0901.90	Demás cafés y sucedáneos	0	0	0

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Autora

Ecuador mayormente exporta café sin tostar sin descafeinar a Francia. En el 2020, el valor de las exportaciones de este café disminuyó un -17%, mientras que, en el 2021, dicho valor incrementó un 45%. En segundo lugar, están las exportaciones de café tostado sin descafeinar que puede ser en grano o molido, exportando una mayor cantidad en el 2021 (3.500 miles \$). Francia no importa café tostado descafeinado ni sucedáneas de café.

2.5. Selección de mercado

La selección de mercado se le denomina al proceso de elección que realizan las empresas para determinar a qué país se puede exportar su producto o desarrollar sus actividades comerciales. Para elegir al mercado, las empresas deben realizar un análisis comparativo, y

para ello, hay que tomar en cuenta algunos aspectos, como, por ejemplo, las estadísticas de exportación de su producto, la cultura de negocio y preferencias arancelarias a través de acuerdos o convenios comerciales.

2.5.1 Justificación de la selección de mercado de exportación, Francia

De acuerdo a un estudio realizado en el 2021 por la Organización Internacional del Café (ICO) los mayores importadores de café son los países de la UE, donde Francia ocupa el tercer lugar a nivel regional, y es el cuarto importador mundial. Francia es considerado como un gran importador de café tostado, puesto que no posee productores, ya que Italia y Alemania son los principales productores europeos de esta materia prima. Pero, existen alrededor de 800 procesadoras de café que se encuentran ubicadas mayormente en París.

El café, el agua y la cerveza son las bebidas más consumidas en Francia, y su consumo representa el 20% del consumo total de bebidas, siendo la especie arábica la más popular (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, [Pro Ecuador], 2019). El café 100% arábigo tiene grandes oportunidades en el mercado francés, pues es considerado como un café de calidad. La relación que tienen los franceses con el café es especialmente importante, por esta razón, esta bebida forma parte de su estilo de vida.

Actualmente, el café en grano, los sostenibles y las cápsulas son los de mayor relevancia en el mercado francés. Las cápsulas de café se han popularizado en los últimos años; la presentación y tamaño, ofrece a los consumidores la comodidad de beber café desde su hogar u oficina, por esta razón son de mayor acogida y presentan un crecimiento del 15% y 20% en los supermercados.

A partir de la información y datos estadísticos expuestos anteriormente, se escoge al mercado de Francia con el destino para la exportación de la nueva presentación de café de la empresa Café Montañés.

2.5.2 Convenios, acuerdos tratamiento arancelario

La Unión Europea es uno de los mercados más importantes para el Ecuador, pues a lo largo de los años, la balanza comercial no petrolera entre estos dos bloques ha sido superavitaria. Su relación, se ha visto fortalecida por los acuerdos comerciales, ya que ha dado grandes resultados no solamente económicos, sino que ha permitido que ambos tengan un marco legal más estable y nuevas oportunidades de negocios. Además, fue base para la creación de nuevos acuerdos con otros países, como Estados Unidos, Reino Unido, Chile y los países del EFTA.

Tabla 9. Acuerdos Comerciales entre Ecuador y Europa

Acuerdo de Libre Comercio	Vigencia	Tratamiento arancelario
Unión Europea	01 enero 2017	Los productos ecuatorianos ingresan a la UE con 0% de arancel, tales como las rosas, manufacturas, textiles, maderas, cacao, café, camarón.
Acuerdo de Asociación Económico Inclusivo Ecuador – AELC	01 noviembre 2020	Acceso de los productos ecuatorianos a los mercados de la EFTA (Suiza, Liechtenstein, Noruega e Islandia) con el 0% de arancel. Proteger y fomentar el desarrollo del sector agrícola.

Fuente: Sistema de Información sobre Comercio Exterior -SICE (2022)
Elaborado por: Autora

2.6. Estudio de Mercado

El estudio de mercado se define como la recopilación de información cuantitativa y cualitativa de diversas fuentes confiables para conocer mejor al mercado de destino. Este estudio conlleva a realizar investigaciones sobre el contexto actual del país, hábitos de consumo y preferencias del consumidor, para segmentar el mercado, mismo que permita a la empresa a identificar a su público objetivo

2.6.1 Información general del país destino

A continuación, se presenta información sobre la República de Francia, el cual contiene detalles geográficos, políticos, sociales y económicos.

Tabla 10. Ficha país Francia

INFORMACIÓN GENERAL DE FRANCIA	
 	
País:	Francia
Capital:	París
Superficie:	551 500 Km ²
Población:	67.064.000 habitantes
Idioma:	Frances
Moneda:	Euro
Religión:	Católica, e islam
División administrativa:	18 regiones: 13 metropolitanas y 5 de ultramar
SITUACIÓN POLÍTICA	
Forma de estado:	República presidencialista
Presidente:	Emmanuel Macron
Poderes de estado:	Jefe del Estado, Ejecutivo, Legislativo y Judicial.
SITUACIÓN ECONÓMICA (2021)	
PIB m. de mill. €	2.250,2
PIB real	7,0
Tasa de inflación:	1.6%
Tipo de cambio \$:	1,13
Fuente: Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (2021)	
Elaborado por: Autora	

Francia es una de las economías más importantes del mundo. Es miembro del consejo de seguridad de la ONU, OTAN, el G-8, el G-20, y es líder entre los estados europeos. Los

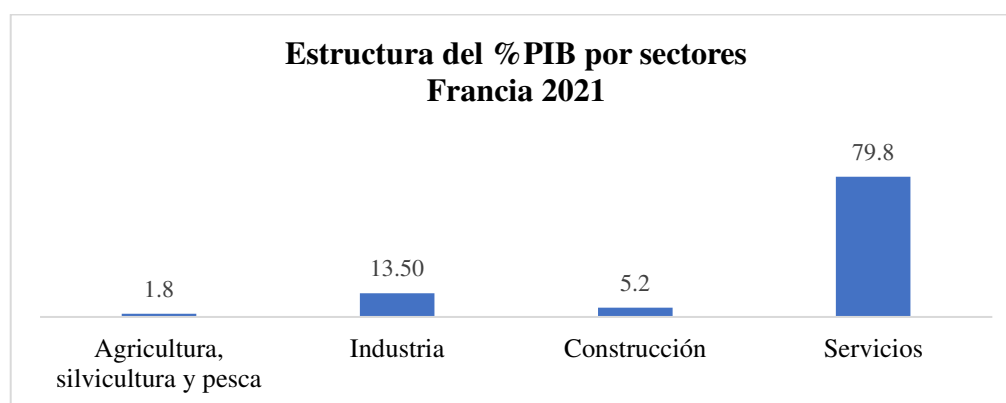
principales mercados de los productos franceses son Alemania, Italia, Bélgica, España y Estados Unidos. Dichos países incluyendo China también son proveedores de este país. Las máquinas y aparatos mecánicos son los productos que lideran las exportaciones e importaciones.

En lo que se refiere al café, éste es el mayor importador de café tostado entre las naciones europeas. Este producto mayormente ingresa por el puerto Le Havre ubicado en Normandía., y al ser un país importador, Francia también actúa como reexportador.

2.6.2 Principales sectores económicos

En el siguiente gráfico se muestran los principales sectores económicos y su participación porcentual en el PIB de Francia.

figura 3. Principales sectores económicos de Francia 2021.



Fuente: Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (2021)

Elaborado por: Autora

Francia a pesar de ser considerado como un productor agrícola de la UE, representó en el 2021 un pequeño porcentaje del PIB, del 1,8%. El industrial aportó un 13,5% debido al crecimiento de los sectores agroalimentario, automotriz y el de máquinas y equipos. El sector con mayor participación fue el de servicios, destacándose los vuelos y servicios financieros.

2.6.3 Tendencias del consumidor

Según Pro Ecuador (2019) “los consumidores franceses son muy interesados en los servicios, especialmente por los viajes, son impulsivos y su actividad de compra lo realizan con frecuencia, además prefieren bienes sostenibles y responsables socialmente” (p. 16). Se sienten atraídos por lo exótico, por lo que les gusta probar productos innovadores y nuevos del mercado. Cuando se trata de alimentación, optan por productos nacionales.

El precio, la calidad y el servicio posventa son los factores de decisión más importante a la hora de comprar. Sin embargo, la calidad del producto y del servicio son los que sobresalen en el proceso de compra. Pues, “los franceses generalmente compran productos que tengan etiquetas, sellos o certificaciones de calidad, y suelen realizar sus compras en lugares donde les ofrezcan un excelente servicio” (Sistema Integrado de Comercio Exterior, [SIICEX], 2020, p. 22).

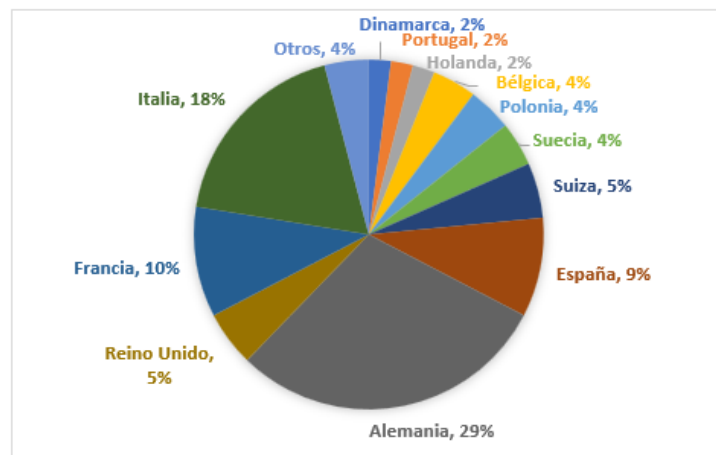
Los franceses se preocupan por su salud, por lo que invierten en su bienestar. Actualmente, consumen alimentos sin procesar y han reducido el consumo de azúcar en su dieta diaria. Otro aspecto a considerar, “es que esta población consume productos que tengan diseños llamativos y que estén envasados de manera cuidadosa” (Pro Ecuador, 2019, p. 22).

En definitiva, la población francesa se destaca por el consumo de productos provenientes del comercio justo, y la sostenibilidad de los mismos. La calidad orgánica es la de mayor tendencia, ya que cada día están más comprometidos con su bienestar y el medio ambiente. Promueven la economía circular, pues, prefieren aprovechar al máximo los recursos y reducir los residuos no aprovechables.

2.6.4 Consumo per cápita del café

Los principales importadores de café son Estados Unidos, Alemania, Italia y Francia. Los mercados de la UE son los mayores consumidores de café, siendo Francia el tercer país europeo que consume esta bebida. En el siguiente gráfico se muestra el porcentaje del consumo de café de los países europeos.

figura 4. Consumo del café en Europa



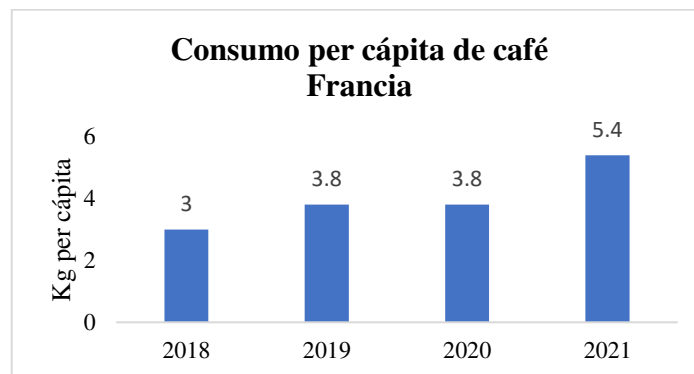
Fuente: Pro Ecuador (2019)

Elaborado por: Autora

Alemania con el 29% se posiciona como el país que más consume café. Como segundo y tercer país se encuentra Italia con el 18% y Francia con el 10%. España, Reino Unido y Suiza se sitúan en la mitad comparándolo con los países de mayor porcentaje. Mientras que, los países nórdicos incluyendo Bélgica, Portugal y Holanda son los mercados de menor consumo de esta bebida a nivel europeo.

Existen grandes diferencias en el consumo per cápita entre los países europeos. A continuación, en el presente gráfico de barras se muestra el consumo per cápita de café de Francia desde el 2018 al 2021, representada en kilogramos (kg).

figura 5. Consumo per cápita del café Francia 2021



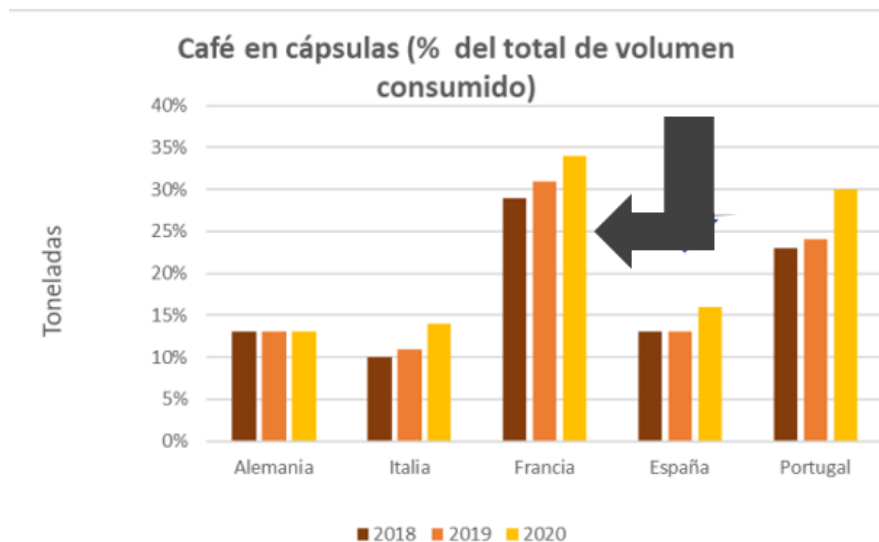
Fuente: Asociación Española del café AECAFE (2021)

Este indicador ha ido incrementando en cada año. En el año 2018, los franceses consumían 3 kg de café. En el 2019 y 2020, la cantidad promedio de consumo de este producto fue igual, de 3.8% por habitante. Sin embargo, en el 2021, esta cantidad incrementó un 42%, puesto que cada francés consumía alrededor de 5.4 kg de café, principalmente en hoteles, restaurantes, y cafeterías (HORECA).

2.6.4.1 Consumo de cápsulas de café en Francia.

En el siguiente gráfico se muestra en porcentaje el consumo de las cápsulas de café en Europa desde el 2018 al 2020.

figura 6. Consumo de cápsulas de café en Francia (2018-2020)



Fuente: AECAFE (2021)

El consumo de las cápsulas de café en los mercados europeos sigue creciendo, a excepción de Alemania que se mantiene en los mismos porcentajes (13%). En el 2020, las cápsulas de café se vendieron principalmente en los canales de alimentación (83%), comercio online (13%) y canal HORECA y vending (3.5%). Francia y Portugal son los países que mayormente consumen este producto. En lo que respecta a Francia, en el 2020, el consumo de las cápsulas de café representó el 34% del volumen total. Sin embargo, según datos de Fórum Café (2021) en el 2021, las cápsulas de café representaron más del 50% del valor total del mercado del café en este país, mientras que el café en grano creció un 38% en el mismo periodo.

2.6.5 Segmentación del mercado

La siguiente tabla muestra la distribución de la población de Francia por edades, el cual detalla en porcentaje la cantidad de hombres y mujeres en el año 2021.

Tabla 11. Distribución porcentual de la población francesa 2021

Cantidad porcentual 2021		
Años	Hombres	Mujeres
Menos de 15	3.1%	3%
15-19	3%	2.9%
20-24	2.9%	2.8%
25-29	2.8%	2.8%
30-34	2.9%	3%
35-39	3.1%	3.2%
40-44	3%	3.1%
45-49	3.3%	3.3%
50-54	3.3%	3.4%
55-59	3.2%	3.4%
60-64	2.9%	3.25
65-69	2.7%	3.1%
70-74	2.5%	3%
75 en adelante	1.6%	2%

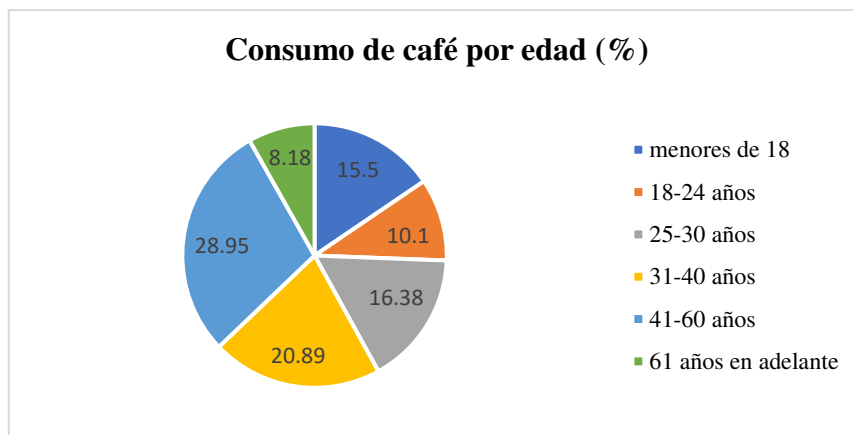
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos INSEE (2021)
Elaborado por: Autora

Según los datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos (INSEE), existe una mayor cantidad de mujeres del total de habitantes. El rango de edad que existe mayoritariamente en Francia oscila desde los 45 a 49 años. El rango más importante de la población son los menores de 15 años y los adultos mayores de 75 años en adelante.

- **Consumo del café por edad**

La Federación Europea del Café (FEC 2022) menciona que, en el 2021, el 87% de la población francesa consume esta bebida, mientras que el 13% consume otro tipo de bebidas. El segmento de los 41 a 60 años son los que más consumen este producto, a diferencia de los de 18-24 años. En el gráfico se detalla en porcentaje el consumo de café de cada uno de los rangos de edad.

figura 7. Consumo del café por edad- Francia 2021



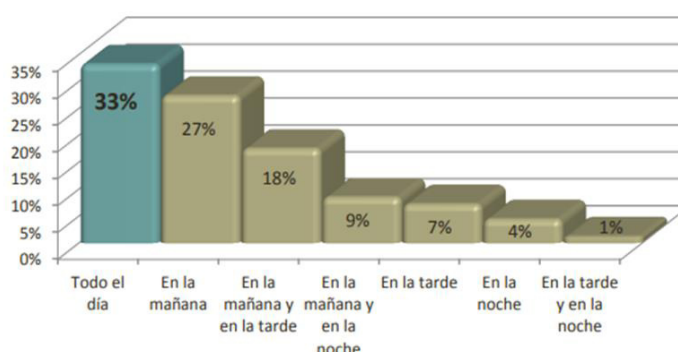
Fuente: Federación Europea del Café (2022)

Elaborado por: Autora

El rango de los 61 años en adelante también forma parte del segmento de personas que consumen poco café, esto se debe por que los adultos mayores prefieren bebidas poco azucaradas y más saludables. Del 87%, el 38.51% de los franceses, especialmente los hombres, beben entre 2 y 3 tazas de café al día.

- **Horario del consumo de café**

figura 8. Horario del consumo de café en Francia (2021)



Fuente: Federación Europea del Café (2022)

Los datos de la FEC señalan que, en el 2021, el 33% de los franceses preferían consumir café todo el día y por lo general lo hacen en la mañana, durante el desayuno. El café tradicional (15%), el capuchino (25%) y el espresso (32%) son los principales tipos de café que eligen la población francesa, y suelen consumirlo en sus hogares, en cafeterías, en el trabajo y en restaurantes.

- **Rubros de gastos por edad**

En la presente tabla se observa en porcentajes los tres principales rubros de gasto por rango de edad.

Tabla 12. Estructura de gastos por edad - Francia 2021

Rubro	Gastos por edad 2021 (%)				
	Menos de 25	De 25 a 44	De 44 a 59	De 60 a 75	>76
Productos alimenticios y bebidas no alcohólicas	9.8	13.44	15.3	18.3	19.7
Bebidas alcohólicas, tabaco	3.5	2.5	2.8	2.2	2
Ropa y zapatos	7.3	9.4	7.6	4.9	4.2

Fuente: Pro Colombia (2021)

Elaborado por: Autora

Desde el 2020, la renta per cápita en Francia es de 38.63 euros, de los cuales el consumidor francés gasta entre 9% y 20% en productos alimenticios y bebidas no alcohólicas (incluyendo el café). Los menores de 25 años son los que menos consumen estas bebidas, mientras que los de 76 años en adelante invierten más en este rubro.

2.7. Acceso al mercado

Para acceder a un nuevo mercado, las empresas deben adaptar sus productos de acuerdo a los requerimientos de las normativas del país de destino, y las preferencias de sus consumidores. Según la Organización Mundial del Comercio (OMC), para la entrada de las mercancías a los mercados internacionales, se debe cumplir con determinadas condiciones y medidas arancelarias y no arancelarias impuestas por cada uno de los países.

El acceso al mercado implica la exportación de un producto. Para realizar eficientemente este proceso, se debe tener conocimiento de varios aspectos, como, por ejemplo: los documentos que requiere esta transacción, los términos de negociación (Incoterms) y formas de pago que son establecidos por el comprador y vendedor.

2.7.1 Documentación requerida

Francia al ser miembro de la UE, se acoge a las directrices de este bloque comercial. En cuestiones aduaneras, los 27 miembros actuales forman una unión aduanera, por lo que no existen barreras arancelarias entre ellos, ya que aplican un arancel aduanero común. Esto permite que las mercancías importadas circulen libremente por los mercados de la UE sin la necesidad de someterse a controles posteriores.

La normativa aduanera relacionada con el comercio entre los estados miembros y con terceros países, se encuentra estipulada en el Código Aduanero Comunitario, Reglamento (CEE) n° 2913/92 y n° 2454/93. Según Pro Ecuador (2019) las mercancías que ingresan a los mercados de cualquier país de la UE, principalmente productos alimenticios como el café deben contar con los siguientes documentos:

- **Factura comercial:** lo emite el exportador. Es un documento contable que sirve para valorar la mercancía en aduana y conocer los tributos arancelarios que se debe pagar.

La presentación de este documento debe ser impecable, no debe tener tachones, borrones o anomalías que puedan entorpecer la visión de la información, y su contenido debe estar conforme a la normativa del país de destino.





- **Lista de empaque:** conocido como packing list, el cual es emitido por el exportador. Es un documento que complementa la factura comercial, en este el vendedor especifica de manera exacta y detallada las mercancías embarcadas, como el peso, cantidad, y las medidas de las mismas. Este documento permite mejorar la revisión y control aduanero, ya que tiene como finalidad localizar e identificar fácilmente las mercancías exportadas.
- **Documento de transporte:** conocido como Bill of lading (BL) y es emitido por agencia naviera. Es un contrato de transporte marítimo internacional, el cual se evidencia la entrega de la mercancía para luego ser transportada y entregada a su destino final bajo las condiciones pactadas entre el exportador y el importador.
- **Declaración de valor en aduana:** es un documento que debe ser presentado por el importador y el exportador ante la autoridad aduanera de su país. Con este documento se determina el valor imponible (valor en aduana) para aplicar los derechos arancelarios.
- **Seguro de transporte:** es un contrato que emiten las compañías aseguradoras, el cual obliga a dichas empresas a pagar una compensación a la parte aseguradora en caso de pérdida o daños en la mercancía.
- **Factura consular:** es emitida por el exportador. Este documento debe ser autorizado por un consulado del país de destino ubicado en el país de exportación. Usualmente, esta factura se utiliza para establecer la clase de arancel y se usa durante el despacho aduanero, pues sirve para verificar la cantidad, origen y valor de la mercadería.
- **Documento Único Administrativo (DUA):** sirve para dar información de la mercancía que se importa en los mercados de la UE y para la tributación de la misma. Debe ser presentada por el importador o su representante ya sea de forma electrónica o física ante las autoridades aduaneras del país de destino.
- **Certificado de origen:** es emitido por la Cámara de Comercio y es enviado por el exportador al importador cuando éste lo requiera. Este documento da a conocer y garantiza la procedencia del producto exportado en el mercado internacional, y permite acogerse a los beneficios arancelarios que se encuentran estipulados en los acuerdos comerciales.

- **Certificado de calidad:** este documento es emitido por una empresa certificadora y enviado por el exportador. Este certificado acredita que los productos están fabricados conforme a los estándares impuestas por un organismo regulador.
- **Certificado sanitario:** este documento es emitido por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) y enviado por el exportador. Este certificado “acredita que los productos alimenticios cumplen con los requisitos de la normativa sanitaria del país exportador, el cual autoriza que dichos bienes son aptos para el consumo” (Instituto de Comercio Exterior [ICEX], 2021, p. 85).

2.7.1.1 Certificaciones de calidad

Las entidades comerciales que desean exportar a Francia además de cumplir con los requisitos que establece la normativa aduanera europea, deben cumplir con las exigencias de las empresas francesas. Entre dichas exigencias adicionales están las certificaciones de calidad, las cuales son consideradas como un factor clave para la imagen empresarial en el mercado francés.

Tabla 13. Certificaciones de calidad exigidas por el mercado francés

	<p>Certifica la buena práctica agrícola. Utilizada para los productos de la agroindustria.</p>
 <p>Certificación europea orgánica</p>	<p>Certifica que un producto es sostenible. Permite la comercialización de productos ecológicos.</p>
	<p>Permite comparar la calidad de los productos similares. Esta etiqueta roja certifica que un producto tiene una mayor calidad que el otro.</p>
 <p>Certificación francesa orgánica.</p>	<p>Este sello es propio del mercado francés. Certifica que un producto es 100% orgánico.</p>
 <p>Certificación NF (norma francesa)</p>	<p>Certifica que los productos cumplen con los requisitos de seguridad y calidad de la legislación europea y francesa.</p>

Fuente: Pro Ecuador (2019)

Elaborado por: Autora

2.7.2 Términos de negociación

Para evitar problemas a hora de entregar la mercancía a su destinatario, es importante que los dos actores comerciales establezcan términos de negociación, es decir se acojan a los Términos Internacionales de Comercio (Incoterms). Según Huamán (2020) los incoterms “es un vocabulario de términos universales representado por abreviaturas, siglas y patrones que reflejan las costumbres y usos que se practican entre las partes negociadoras (vendedor y comprador)” (p.109). Cabe decir, que la nueva versión 2020, no obliga a las partes a su uso, éstos pueden hacerlo de forma voluntaria.

El uso de los incoterms depende principalmente del tipo de transporte que se utilice para enviar la mercancía, estos pueden ser terrestres, marítimos, aéreos, o polivalentes. En el caso de Francia, el medio de transporte internacional más utilizado es el marítimo, por ser el más económico. Cuando se trata de transacciones comerciales internacionales, la mayoría de los importadores franceses negocian bajo los incoterms FOB y CIF.

En el incoterm FOB (Fob Free On Boar – A bordo) el exportador coloca la mercancía a bordo del barco e inmediatamente se exime de la responsabilidad por pérdida o daños, el cual recae sobre el importador. En la versión actual, el término “A bordo” no precisa cómo ubicar la mercadería, la colocación de la misma dependerá de lo que se dispone en el contrato. El comprador es el encargado de incurrir en los gastos del transporte internacional y seguro, a diferencia del incoterm CIF (Cost Insurance and Freight – Costo, Seguro y Flete) donde vendedor tiene la obligación de contratar dicho transporte y la cobertura del seguro de conformidad a las Cláusulas C del Instituto de Cláusula de Carga (ICC).

2.7.3 Formas de pago

La elección del medio de pago más apropiado depende de las costumbres, confianza y normas legales de la contraparte. De acuerdo a la Ley de Modernización de la Economía Francesa, los plazos de pago en las negociaciones internacionales son de 60 a 90 días. Los medios de pago internacional más habituales en Francia son:

Tabla 14. Medios de cobro y pago más utilizados en Francia

Medios de cobro	
Transferencia bancaria internacional	Cheque
Pagaré LCR	Crédito documentario
Medios de pago	
Transferencia bancaria internacional	Cheque

Fuente: Caixa Bank (2019)

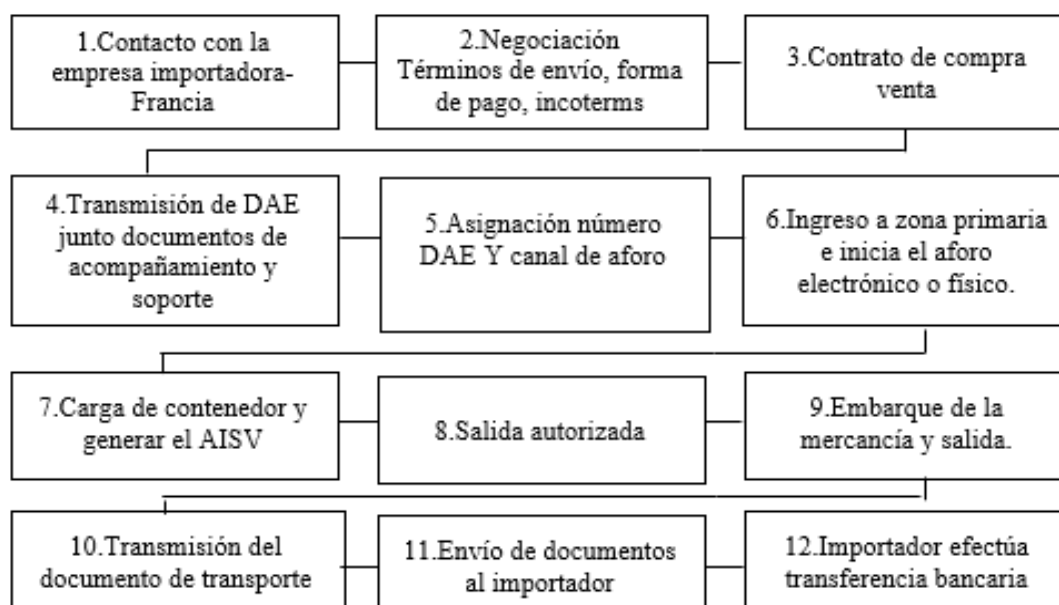
Elaborado por: Autora

La transferencia internacional y el cheque son los medios de cobro y pago más utilizados por los países de la UE. El pagaré LCR es el más utilizado en Francia, por ser un método de cobro seguro. El crédito documentario y la remesa de documentos son medios de cobros poco habituales.

2.7.4 Flujograma del proceso de exportación

En el siguiente flujograma se puede visualizar todo el proceso de exportación con transferencia internacional, debido a que éste es el medio de pago más utilizado en Francia.

figura 9. Flujograma de exportación



Elaborado por: Autora

2.8. Especificaciones técnicas

Las especificaciones técnicas son un conjunto de requisitos y exigencias que deben cumplir los bienes para que sean admitidos en el mercado objetivo. Cada país posee normas técnicas para que las empresas elaboren, diseñen el envase, empaque y embalaje del producto de acuerdo a las condiciones que establecen dichas normativas.

2.8.1 Envase

El envase del producto debe cumplir con los requisitos de la norma sobre envases y residuos de la UE. En dicha norma, prohíbe los envases de plásticos no reutilizables y da preferencia a los envases reciclables y reutilizables. Esto con el objetivo de disminuir el impacto ambiental que causan dichos recipientes.

El aluminio es utilizado para la producción de las cápsulas. Según estudios “este material es 100% reciclable, pues su reciclar es más económico, ya que requiere del 95% menos de energía.” (Gonçalves et al., 2019, p. 83). Otro aspecto a considerar, es que la UE prohíbe que los envases hechos de materiales como el aluminio tengan contacto directo con el alimento. Por esta razón, las cápsulas de Café Montañés tendrán una capa de plástico reutilizable en su interior, evitando el contacto con el café y conservando sus propiedades.

Las cápsulas contienen 5 g de café para preparar una taza de café de 150ml. Sus medidas son de 38 mm (diámetro superior), 20 mm (alto), 22 mm (diámetro inferior), 24mm (interior) y un peso neto de 2.5g.

figura 10. Envase de las cápsulas de café



Fuente: Nespresso 2022

Elaborado por: Autora

2.8.2 *Empaque*

El empaque que se implementará para las cápsulas de café es una caja de cartón ondulado de 12 de 10 cm x 8 cm x 3,5 cm (largo, ancho, alto) la misma que contendrá 10 cápsulas. El material del empaque es compatible con el medio ambiente, ya que el 85% de su composición es de papel reciclado, cumpliendo con lo establecido en la norma de envases y residuos de la UE.

figura 11. Empaque de las cápsulas de café



Elaborado por: Autora

2.8.3 *Embalaje*

El embalaje para la exportación del producto es una caja de cartón corrugado de 800 g de 51 cm x 40 cm x 20 cm (largo, ancho, alto), que contendrá 200 empaques, dando como resultado 2000 cápsulas de café en cada embalaje. La empresa utilizó este tipo de material ya que además de ser amigable con el medio ambiente, tiene otras ventajas, tales como “el de abaratar costos, resistencia de soporte, reducir energía en su producción y proteger al producto en los diferentes procesos (carga, traslado y descarga)” (Soto et al., 2020, p. 105).

figura 12. Embalaje de las cápsulas de café



Elaborado por: Autora

2.8.4 Etiquetado

Para comercializar productos en el mercado de Francia, estos deben cumplir con las características tipificadas en el Reglamento (UE) n° 1169/2011 sobre la información alimentaria al consumidor. La información debe ser clara, precisa, y no engañosa, y estar en el idioma francés. Al igual que en Ecuador, Francia aprobó una nueva normativa de etiquetado, la cual incluye un semáforo nutricional denominado NutriScore. Este sello de cinco colores (verde, verde claro, amarillo, naranja y rojo) y cinco letras (A-B-C-D-E) indican si el alimento es saludable, poco o no saludable para el consumidor.

La etiqueta de los productos alimenticios debe contener obligatoriamente la siguiente información:

- Nombre o marca del producto
- Peso neto
- Datos del productor o exportador
- País de origen
- Fechas (fabricación y caducidad)
- Instrucciones para su conservación
- Instrucciones de uso
- Ingredientes en el que se incluye los aditivos
- Información sobre alérgenos
- Información nutricional
 - Valor energético (Kcal)
 - Grasas (saturadas- g)
 - Hidratos de carbono (g)
 - Azúcares (g)
 - Proteínas (g)
 - Sal (mg)

2.9. Estrategias de comercialización

Las estrategias de comercialización también conocidas como estrategias de mercadeo, son aquellas acciones estructuradas que se realizan con el fin de incrementar las ventas, dar a conocer un producto nuevo, ingresar o posicionarse en un nuevo mercado, y tener una mayor aceptación del consumidor final.

Para tener un mayor reconocimiento y participación en el mercado, el primer paso es el envío de muestras, así como el crear una red de distribución y gestionar eficientemente los canales de distribución.

2.9.1 Envío de muestras

El envío de muestras, resulta ser de gran relevancia al momento de querer obtener un contrato de compra venta. Esto se debe, a que da a degustar el producto para que el posible comprador conozca y pruebe lo que se le va a vender. Además, es una estrategia clave para la internacionalización de las empresas.

Pro Ecuador (2019) manifiesta que las empresas ecuatorianas que desean enviar muestras a Francia para exhibición en ferias, misiones comerciales o para potenciales clientes, deben acogerse al régimen de mensajería acelerada o Courier y enviarlas mediante facturas sin valor comercial.

En este caso, Café Montañés enviará muestras a la empresa Columbus Café & Co que es una cadena de coffe shop de Francia, el cual tiene el interés de establecer una relación comercial, por lo que realizará el envío de muestras sin fines comerciales de cápsulas de café. Se enviará 60 cápsulas de café valorados en un monto de \$31.80 dólares americanos, pero al ser una muestra sin fines comerciales, se facturará con un total de \$00.00. El total del producto tiene un peso de 1172 g que equivale a 1.17kg.

De acuerdo a las normas aduaneras de Ecuador, los envíos se clasifican en seis categorías. En el caso expuesto anteriormente, éste se clasifica en la categoría B. Dicha categoría denominada 4x4 se “puede enviar o recibir paquetes cuyo peso sea igual o menor a 4 kg y no exceda los \$400. Para el envío se debe presentar la declaración aduanera junto con los

documentos de acompañamiento y soporte según las normativas legales vigentes” (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador [SENAE], 2022).

Tabla 15. Descripción del contenido de la muestra

Producto	Cantidad (cajas)	Unidades	Peso (g)
Cápsulas de café “Capuchino”	2	20	100 g
Cápsulas de café “americano”	2	20	100g
Cápsulas de café “Espresso”	2	20	100 g
Total:	6	60	300 g
Peso de caja unitaria (empaque) 12 g x 6:			72 g
Peso de caja global (embalaje):			800 g
TOTAL PESO DE ENVÍO:			1172 g (1.17 Kg)

Elaborado por: Autora

2.9.1.1 Documentación requerida

Según la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario (AGROCALIDAD, 2020) la muestras que se exportan con fines de participación en ferias o ingresos a nuevos mercados, cuyo peso sea mayor a 30 kg deberá obtener el certificado fitosanitario de exportación (CFE), caso contrario, no requieren la presentación de dicho certificado.

Cuando se trata este tipo de muestras, la empresa courier debe utilizar y presentar la Declaración Aduanera Simplificada tipo C (DAS-C). Este documento electrónico conocido como declaración aduanera simplificada de exportación consolidada o conjunta contiene datos de la mercancía y en ella se debe especificar la partida 9807.20.40.00 (muestras sin valor comercial).

Estas muestras se acogen al despacho de exportación a consumo. Por lo que, el exportador debe únicamente presentar una factura en la que conste las características de la mercancía, y

una descripción escrita en los idiomas del país de origen y destino que diga “muestras sin valor comercial, no apto para la venta”. Pero, es importante decir que los documentos varían dependiendo del Courier que se elija.

En el caso de Francia, para importar muestras sin fines comerciales cuyo peso (kg) y valor (eur) sean inferiores a 1000 es suficiente presentar la factura y en muchos casos no se presenta ningún documento. El carnet o cuaderno ATA (admisión temporal de mercancías) es un pasaporte que permite la importación de mercancías comerciales que tienen la finalidad de retornar al país de origen en el plazo de un año. Este carnet no se utiliza para las importaciones o exportaciones definitivas.

2.9.1.2 Empresas de servicios de mensajería acelerada o Courier.

A continuación, se presentan los precios de envío de diferentes empresas Courier ubicadas en la ciudad de Machala. En el cuadro se detalla los documentos requeridos y tiempo de llegada del producto.

Tabla 16. Cotizaciones de envío de diferentes empresas Courier

Empresa Courier	Destino	Peso	Embalaje	Documentos	Tiempo de llegada	Valor de envío
Roal Envíos	París-Francia	1.17 Kg	Caja de cartón corrugado	Copia de cédula del remitente	6 días (laborables)	\$30.00
Laar Courier	París-Francia	1.17 Kg	Caja de cartón corrugado	Factura Cédula del remitente	5 días (laborables)	\$105.30
DHL	París-Francia	1.17 Kg	Caja de cartón corrugado	Factura Cédula del remitente	6 días (laborables)	\$245.55
Servientrega	París-Francia	1.17 Kg	Caja de cartón corrugado	Cédula del remitente	6 días (laborables)	\$181.55
Geomil Group	París-Francia	1.17 Kg	Caja de cartón corrugado	Factura Cédula del remitente	7 a 9 días (laborables)	\$31.00

Elaborado por: Autora

Roal Envíos ubicada en la ciudad de Machala sería la empresa courier escogida por Café Montañés, debido a que ésta entregaría la muestra del producto en menos tiempo y el precio de envío es más accesible y menos que las demás agencias de envío.

2.9.2 Canales de distribución

Los canales de distribución son aquellos medios en que una empresa hace llegar su producto al consumidor final. Por lo general, “estos medios son llamados intermediarios que suelen ser instituciones interdependientes, que ayudan a las empresas a que su producto o servicio esté al alcance del consumidor o usuario corporativo” (Sumba et al., 2021, p. 252). De acuerdo a un estudio realizado en el 2021 por ICEX España, para la distribución de productos de consumo, Francia mayormente utiliza el canal indirecto de dos y tres niveles. En dicho país, existen tres tipos de distribuidores: mayorista, minorista e incluido a éste el canal HORECA.

figura 13. Canales de distribución de Francia



Fuente: Pro Ecuador (2019)

Para la distribución del café en Francia, los importadores suelen comercializarlo a través de supermercados e hipermercados, tiendas especializadas y a los que conforman el canal HORECA.

2.9.2.1 Canal directo.

Este canal denominado como nivel 1 no es necesario la presencia de intermediarios, puesto que el fabricante es el que realiza la venta al consumidor final. En este canal, el productor es el que realiza todos los procesos de mercadotecnia. La venta, por lo general la realiza a través de su página web o haciendo uso de las plataformas de comercio electrónico.

El canal de distribución directo más utilizado por las empresas francesas son las tiendas especializadas entre ellas el e-commerce. De acuerdo a Pro Ecuador (2018) el comercio electrónico es un sector que ha crecido y tiene una mayor aceptación en la población de Francia, pues representa el 5.8% en la distribución de dicho país. Una de las empresas que realizan ventas de cápsulas de café de forma directa es Nespresso que pertenece al grupo Nestlé.

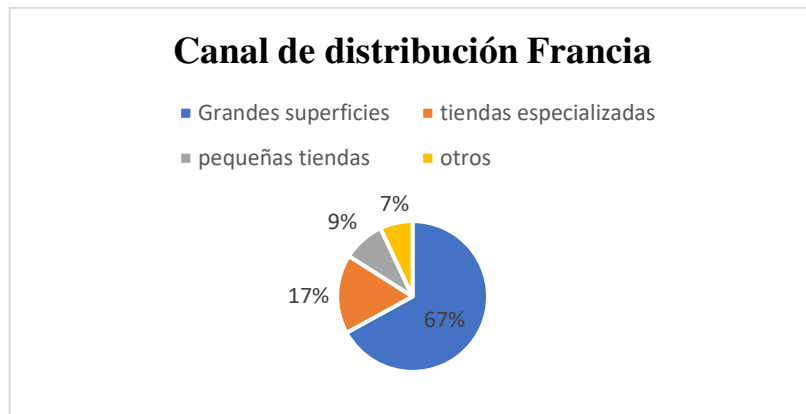
Tabla 17. Canal de distribución directa en Francia.

Canal directo: Página Web		
		
Fabricante	Tienda online	Consumidores
Canal directo: Tienda especializada		
		
Fabricante	Plataforma	Consumidores
Elaborado por: Autora		

2.9.2.2 Canal indirecto.

En este tipo de canal juegan un papel muy importante los intermediarios. Los principales grupos de distribución son los mayoristas, seguido de los minoristas donde se encuentran las tiendas especializadas. En el siguiente gráfico se muestran los canales de distribución indirectos más utilizados en Francia.

figura 14. Canal de distribución indirecto en Francia



Fuente: Pro Ecuador (2019)

Elaborado: Por Autora

El 67% de la distribución de café se concentra en las grandes superficies, es decir, en los grupos comerciales. El comercio minorista se encuentra conformado por las tiendas especializadas entre ellas las cafeterías que ocupan el segundo lugar con un 17%, y las pequeñas tiendas con un 9% en las que se encuentran las denominadas tiendas de barrio.

- **Comercio mayorista**

Este tipo de comercio es conocido como canal 3 o indirecto largo, puesto que contiene dos niveles de intermediarios, entre ellos los mayoristas, los cuales realizan ventas al por mayor a otras empresas o detallistas. Dentro de este canal se encuentran los supermercados e hipermercados que comercializan una variedad de productos, y los mayoristas especializados que distribuyen productos de su especialidad (zapatos, ropa, café, etc).

figura 15. Principales marcas de supermercado e hipermercados de Francia



Fuente: Pro Perú (2020)

La distribución de productos de consumo en Francia se centra en las principales marcas de supermercados e hipermercados. E.Leclerc es el líder en supermercados, cuyas ventas en el 2020 representaron el 16.7%, seguido de Carrefour con 13.4% e Intermarché con 12.1% de participación.

Los principales mayoristas especializados en café en Francia son los siguiente:

Tabla 18. Principales empresas mayoristas de café de Francia.

Empresa	Actividad	Ventas 2021
	Es un importador y distribuidor del canal Horeca de cafés molido y en granos orgánicos y justos. Se encuentra ubicado en París.	106 millones €
	Es una marca importadora y distribuidora de cafés orgánicos y de comercio justo. Se encuentra ubicado en París.	150 millones €
	Es un importador y distribuidor de productos gourmet y de comercio justo. Busca alianzas con pequeños productores, cuyos productos provienen de la buena práctica agrícola. Se encuentra ubicado en Fleurance.	88 millones €
	Es un importador y comercializador de café responsables y sostenibles. Se encuentra en Bain de Bretagne.	10 millones €
	Es un importador de café orgánico en grano, tostado y en la actualidad de cápsulas de café. Distribuye principalmente a restaurantes, y cafetería. Se encuentra en París.	112 millones €

Fuente: Pro Perú (2020)

Elaborado por: Autora

Todos los mayoristas especializados presentados en la tabla anterior son importadores y algunos de ellos son distribuidores del sector HORECA, generalmente para restaurantes y

cafeterías. El principal distribuidor de café es la empresa Altereco, cuyas ventas en el 2021 fueron de 150 millones €. La mayoría de ellos son importadores de café en grano y tostado, sin embargo, CaféMeo ha incluido en su catálogo de productos las cápsulas de café, y en la actualidad tiene alianzas con Nespresso.

- **Comercio minorista**

Este comercio conocido como canal 2 o indirecto corto contiene un nivel de intermediario, que son los detallistas o minoristas. Estos intermediarios por lo general son negocios pequeños, que compran en grandes cantidades los productos a los mayoristas, fabricantes, o importadores. Dentro de este canal se encuentran las tiendas especializadas, los superettes, maxidescuentos. El canal HORECA entra en esta categoría, ya que los restaurantes, y cafeterías suelen comprar los productos alimenticios a los grandes mayoristas.

Como canal de distribución minorista están los Coffe Shops, que en su mayoría adquieren el café a través de los importadores o directamente con el fabricante. A continuación, se presentan las principales cafeterías de Francia.

figura 16. Principales cafeterías minoristas de Francia



Fuente: Pro Ecuador (2019)

Todos estos Coffe Shops son cadenas o franquicias que tienen sus locales en diferentes regiones de Francia. La única cadena francesa es Columbus Café & Co, las demás provienen de otros países las cuales abrieron sus franquicias en dicho país: Espressoamente Illy (Italia), Costa Coffee (Reino Unido), Starbucks y MacCafé (Estados Unidos), y Nespresso Bar (Suiza).

2.10. Aspectos logísticos

Los aspectos logísticos se refieren a todas las actividades necesarias para trasladar los productos desde el lugar de origen hasta el consumidor final. Según Capurro (2020) estos aspectos involucran procesos relacionados al almacenamiento, transporte, inspecciones, control de inventarios y calidad, consolidación, desconsolidación, y pagos en aduana.

2.10.1 Transporte marítimo

Ecuador cuenta con 5 puertos estatales, siendo el puerto principal el de Guayaquil, ya que maneja el 70% del comercio exterior del país. En el caso de Francia, posee alrededor de 50 puertos. El principal puerto donde desembarcan las exportaciones ecuatorianas es el puerto de Le Havre. Otros puertos destacados son: Fos-Sur-Mer, y Brest.

2.10.1.1 Operadores Logísticos marítimos

En la siguiente tabla se muestra los tiempos de tránsito por vía marítima de las agencias navieras que ofrecen sus servicios en el país hacia los principales puertos de Francia.

Tabla 19. Tiempos de tránsito por vía marítima

Agencia naviera	Principales puertos de Francia		
	Le Havre	Fos-Sur-Mer	Brest
MAERSK LINE	27	26-33	25
CMA-CGM	18	24	30
MEDITERRANEAN SHIPPING	23	24	29
HAMBURG SUD	24	28	45
HAPAG LLOYD	23	44	-

Fuente: Pro Ecuador (2017)
Elaborado por: Autora


En el país existen 5 líneas navieras con ofertas de servicios hacia los principales puertos de Francia. Siendo Le Havre el puerto donde llegan el 97% de la carga ecuatoriana, se escogería la agencia naviera CMA -CGM para realizar la exportación de las cápsulas de café, debido

a que ésta entregaría la mercancía en menos tiempo, específicamente en 18 días hasta dicho puerto.

En las siguientes tablas se presentan los precios del flete internacional de las diferentes agencias navieras que prestan su servicio en Ecuador hacia el mercado objetivo.

- **Maersk Line**

Tabla 20. Costo de flete marítimo internacional Maersk Line


Gasto del flete (suma global USD)			
	Puerto de Le Havre		
	20' Standard	40' Standard	40' Standard High Cube
	\$ 6850.00	\$ 6425.00	\$ 6425.00
Guayaquil: Av. Las Monjas, 10 y C.J. Arosemena	Puerto de Fos-Sur-Mer		
	20' Standard	40' Standard	40' Standard High Cube
	\$ 5975.00	\$ 6650.00	\$ 6650.00
Edificio Berlín – Bloque B.	Puerto de Brest		
	20' Standard	40' Standard	40' Standard High Cube
	\$ 5,987.00	\$ 6,750.00	\$ 6,750.00

Fuente: Página web MAERSK LINE Ecuador

Elaborado por: Autora

- **CMA-CGM**

Tabla 21. Costo de flete marítimo internacional CMA CGM


		Gasto del flete (suma global USD)		
		Puerto de Le Havre		
		20' Standard	40' Standard	40' Standard High Cube
Guayaquil:	Av.	\$ 5118.00	\$ 6730.00	\$ 6730.00
		Puerto de Fos-Sur-Mer		
		20' Standard	40' Standard	40' Standard High Cube
Rodrigo Chávez s/n	parque empresarial	\$ 5833.00	\$7835.00	\$7835.00
		Puerto de Brest		
		20' Standard	40' Standard	40' Standard High Cube
Colon	edificio corporativo 2 piso 5 oficinas 501 y 503	\$ 6083.00	\$ 8085.00	\$ 8085.00

Fuente: Página web CMA CGM Ecuador

Elaborado por: Autora

- **Mediterranean Shipping MSC**

Tabla 22. Costo de flete marítimo internacional Mediterranean Shipping


		Gasto del flete (suma global USD)		
		Puerto de Le Havre		
		20' Standard	40' Standard	40' Standard High Cube
Guayaquil:	Av	\$ 6988.00	\$ 7879.00	\$ 7879.00
		Puerto de Fos-Sur-Mer		
		20' Standard	40' Standard	40' Standard High Cube
Francisco De Orellana	Y Alberto Borges	\$ 6833.00	\$7835.00	\$7835.00
P.O. BOX	10336.			
		Puerto de Brest		
		20' Standard	40' Standard	40' Standard High Cube
Centrum Building -	15th Floor, Suite 2	\$ 6083.00	\$ 8085.00	\$ 8085.00

Fuente: Página web Mediterranean Shipping Ecuador

Elaborado por: Autora

- **HAMBURG SUD**

Tabla 23. Costo de flete marítimo internacional Hamburg Sud


 <small>A Maersk Company</small>	Gasto del flete (suma global USD)		
	Puerto de Le Havre		
	20' Standard	40' Standard	40' Standard High Cube
	\$ 6850.00	\$ 6425.00	\$ 6425.00
Guayaquil: Av. Las Monjas 10 y Carlos Julio Arosemena	Puerto de Fos-Sur-Mer		
	20' Standard	40' Standard	40' Standard High Cube
	\$ 5975.00	\$ 6650.00	\$ 6650.00
Edificio Berlín, Piso 2, Bloque B, Planta Alta	Puerto de Brest		
	20' Standard	40' Standard	40' Standard High Cube
	\$ 5,987.00	\$ 6,750.00	\$ 6,750.00

Fuente: Página web Hamburg Sud Ecuador

Elaborado por: Autora

- **HAPAG LLOYD**

Tabla 24. Costo de flete marítimo internacional Hapag Lloyd

	Gasto del flete (suma global USD)		
	Puerto de Le Havre		
	20' Standard	40' Standard	40' Standard High Cube
	\$ 5770.00	\$ 632575.34	\$ 632575.34
Guayaquil: Malecón 1401 e Illingworth 6th floor	Puerto de Fos-Sur-Mer		
	20' Standard	40' Standard	40' Standard High Cube
	\$ 6087.34	\$ 6787.00	\$ 6787.00
Quito: Avenida Amazonas 47 office 205, 2nd floor	Puerto de Brest		
	20' Standard	40' Standard	40' Standard High Cube
	\$ 00.00	\$ 00.00	\$ 00.00

Fuente: Página web Hapag Lloyd Ecuador

Elaborado por: Autora

2.10.1.2 Tipo de contenedor

Para la exportación de las cápsulas de café se recomienda usar contenedores de carga seca de 20 o 40 pies y High Cube 40. A continuación, se muestra el costo de cada contenedor, donde no se incluyen los gastos locales ni recargos adicionales.

figura 17. Costo de cada contenedor

COSTOS CONTENEDOR FCL*	
Contenedor 20' Seco	USD 2,500
Contenedor 40' Seco	USD 3,300
Contenedor 40' Refrigerado	USD 6,500

Fuente: Pro Ecuador (2017)

2.10.2 Lote mínimo exportable

A continuación, se detalla el lote mínimo exportable donde se muestra el número de unidades que se exportará Café Montañés, medidas de los pallets y contenedores.




Tabla 25. Descripción de contenido por pallet y contenedor

DATOS	
Unidades:	800,000 cápsula de café
Peso de caja master:	0.8 kg
Medidas de caja master:	51 cm x 40 cm x 20 cm
Pallets	Europeo: 80 cm x120 cm peso neto: 25 kg
	Americano: 100 cm x 120 cm peso neto: 30 kg
Contenedor	20 pies: 6.06 m x 2.44 m x 2.59 m capacidad de carga: 24000 kg capacidad cúbica: 33 m ³ pallets: 10 standard y 11 europallets
	40 pies: 12.19 m x 2.44 m x 2.59 m capacidad de carga: 26000 kg capacidad cúbica: 67 m ³ pallets: 21-22 standard y 25 europallets
	High cube 40: 12.19 m x 2.44 m x 2.89 m capacidad de carga: 32000 kg capacidad cúbica: 86 m ³ pallets: 24 standard y 30 europallets

Elaborado por: Autora

En la siguiente tabla se detalla el número de cajas que contendrá cada tipo de pallets y contenedor.

Tabla 26. Lote mínimo de exportación de Café Montañés

DETALLE		
Unidades	Empaque	Embalaje
		
800,000	80,000	400
Pallets		
Europallet:	1 pallet: 80 cajas 5 cajas por tendido; 16 cajas a lo alto	
Americano:	1 pallet: 80 cajas 5 cajas por tendido; 16 cajas a lo alto	
Contenedor		
20 pies:	808 cajas masters (embalajes)	
40 pies:	1428 cajas masters (embalajes)	
High cube 40:	1758 cajas masters (embalajes)	
Elaborado por: Autora		

Café Montañés exportará 800,000 cápsulas de café que equivalen a 80,000 empaques y 400 cajas masters (embalajes), dando un total de 5280 kg. El total de la mercancía que es igual al 43% se enviará como carga consolidada en un contenedor de 20 pies LCL (Less Than Full Container Load), el cual transportará 5 europallets con 80 cajas masters cada uno.

2.10.3 Costos de exportación

En la siguiente tabla, se presentan los costos de exportación por incoterm que deberá asumir la empresa Café Montañés.

Tabla 27. Costos de exportación

INCOTERM 2020				
INCOTERM	VALOR /	UNT.	CANTIDAD	TOTAL
costo mercancía	4,10		80.000,00	328.000,00
utilidad (30%)	1,23			98.400,00
EXW	5,33			\$ 426.400,00
estiba contenedor				100,00
transporte interno				480,00
Trámites				230,00
agente aduanero				268,80
FAS	5,34			\$ 427.478,80
gestión certificados				100,00
representación/ a verificación				50,00
FOB	5,35			\$ 427.628,80
valor flete internacional				5.118,00
CFR	5,41			\$ 432.746,80
valor del seguro				53,41
CIF				\$ 432.800,21
Elaborado por: Autora				

El costo de producir un empaque de cápsulas de café (10 unidades) es de \$ 4.10, cuya utilidad que se espera obtener es del 30%, dando como costo de venta \$ 5.33; a partir de este valor, se desglosan todos los gastos incurridos para el envío de un contenedor de 20 pies hacia el puerto de Le Havre – Francia. En el caso de que Café Montañés negocie bajo los términos del incoterm FOB, el costo de exportación será de \$ 427,628.80.

En el caso de que se celebre el contrato de compra venta bajo el incoterm CIF, el costo de exportación será de \$ 432,800.21 debido a que el vendedor será el encargado de incurrir los gastos del transporte internacional y seguro. Para el transporte marítimo se contratará los servicios de la agencia naviera CMA -CGM, debido a que ésta entregaría la mercancía en menos tiempo (18) y el costo total del flete es menor que el de las otras navieras (\$5118.00).

CONCLUSIONES

Café Montañés es una empresa familiar con una amplia experiencia en el cultivo, elaboración y comercialización de productos de café arábigo. A lo largo de sus 89 años de experiencia en la industria del café, la empresa ha adquirido conocimientos y capacidades que le han permitido implementar estrategias comerciales para crear valor a sus productos y clientes. Debido a su excelente estructura organizacional y a su personal calificado, Café Montañés ofrece productos innovadores y competitivos con calidad de exportación, ya que éstos son elaborados mediante normas internacionales de calidad que garantizan la seguridad y salud de los consumidores.

Gracias a la obtención de información cualitativa se pudo conocer que el consumo del café está en constante crecimiento, siendo los mayores demandantes los países de la Unión Europea, enfatizando a Francia como un gran importador de café tostado. El café es la tercera bebida más consumida por la población francesa, principalmente entre las personas de 41 a 60 años, siendo el café en cápsulas los de mayor relevancia en este mercado. El consumidor francés busca productos innovadores con diseños llamativos, sostenibles y provenientes del comercio justo, por ello, se consideró a este mercado como el destino para la exportación de las cápsulas de café de la empresa Café Montañés.

Para dar a conocer el nuevo producto de Café Montañés al mercado objetivo, la empresa implementó estrategias de comercialización entre ellas, enviar muestras a la empresa Columbus Café & Co ubicado en París. Se envió 6 empaques de cápsulas de café surtidos entre capuchino, espresso y americano, valorados en un monto de \$31.80, pero, por ser una muestra sin fines comerciales, se facturó con un total de \$00.00. Por el volumen de la muestra y el tiempo de entrega, se escogió el medio de transporte aéreo, el cual se contrató los servicios de la empresa Roal para el envío de la mercancía, cuyo costo fue de \$30.00.

El envío de la muestra permitió que ambas empresas establecieran un contrato de compra venta internacional, donde se exportó 800,000 cápsulas de café (capuchino). Los documentos de exportación que acompañaron a la DAE fueron: factura comercial, packing list, bill of lading, seguro de transporte, y los certificados sanitarios, origen, y de calidad. A

diferencia del envío de la muestra, el exportador presentó la copia de cédula de identidad; pero cabe decir que, la presentación de los documentos depende de la agencia de envíos.

La mercancía se exportó hacia el puerto de Le Havre como carga consolidada en un contenedor de 20 pies LCL, el cual transportó 5 europallets con 80 cajas masters cada uno. Los términos de negociación que pactaron ambas partes fue bajo el incoterm FOB, por lo que el costo de exportación fue de \$427,628.80.

Las empresas, microempresas y pequeños productores de café deben investigar y asesorarse de la mejor manera antes de iniciar un proceso de exportación. Este proceso no es complicado, pero es extenso, por ello, deben contar con un plan de exportación, que será pieza clave para el conocimiento y correcto cumplimiento de los requisitos del mercado objetivo.

Los resultados que se obtuvieron a partir del aporte práctico, sirven para diseñar futuras investigaciones, cumpliendo con el principio de la reproducibilidad. El diseño del plan de exportación puede ser adaptado en un contexto diferente al que se aplicó en este trabajo de investigación. Es decir, su estructura sirve de premisa para aquellas empresas, microempresas y productores que desean exportar sus productos hacia los mercados internacionales.

BIBLIOGRAFÍA

- Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario. (2020). *Exportación de muestras para investigación o apertura de mercado*. Obtenido de <https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/certi2.pdf>
- Andrade, C. (2021). Diseño y estudio de Cápsulas de Café para compostaje como modelo de negocio utilizando Café de la región. *Innovation&Development in Engineering and applied sciences*, 3(1), 64-74. Obtenido de <http://revistasojs.utn.edu.ec/index.php/ideas/article/view/565>
- Capurro, E. (2020). Impacto económico de la logística en el Ecuador y su afectación en la pandemia. *Dominio de las Ciencias*, 6(4), 1610-1625. Obtenido de <https://www.dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1571>
- Federación Europea del Café. (27 de Mayo de 2022). *Un panel de discusión con expertos en toda la cadena de valor internacional del café*. Obtenido de <https://www.ecf-coffee.org/eu-green-week-green-coffee-a-panel-discussion-with-experts-across-the-international-coffee-value-chain/>
- Fórum Café. (12 de diciembre de 2021). *El mercado francés del café*. Obtenido de <http://www.forumdelcafe.com/noticias/mercado-frances-cafe>
- Gonçalves, G., Marcondes, A., Vieira, B., Lorraine, E., Oliveira, F., & Espuny, M. (2019). La logística inversa de las cápsulas de café express. *CAP Accounting and Management*, 13(1), 76-93. Obtenido de <http://revistas.utfpr.edu.br/pb/index.php/CAP/article/view/2614>
- Huamán, M. (2020). Principales cambios en los Incoterms® 2020. *Lex Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Alas Peruanas*, 18(26), 103-138. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7754835>
- Instituto de Comercio Exterior ICEX. (2021). *Guía de trámites y documentos de exportación*. Obtenido de https://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento_anexo/mdetz/mju1/~edisp/dax2013255463.pdf
- Landín, S., León, H., & Sánchez, I. (2018). Comercio Internacional. En S. Landín, *Marketing, Comercio Internacional y las TIC'S* (pág. 167). UTMACH. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14266/1/Cap.4-Comercio%20internacional.pdf>

- Pro Ecuador. (2018). *La gran distribución en Francia, nuevos desafíos y estrategias*.
Obtenido de file:///C:/Users/USER/Downloads/PROEC_BIC2018_02_PARIS.pdf
- Pro Ecuador. (2019). *Guía Comercial Francia 2019*. Obtenido de
<https://www.proecuador.net/guia-comercial-de-francia/>
- Quevedo, M., Vásquez, L., Quevedo, J., & Pinzón, L. (2020). COVID-19 y sus efectos en el comercio internacional. Caso Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 6(3), 1006-1015. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7539760>
- Rubio, S., & Guzmán, G. (2019). El comercio electrónico como estrategia de negocios para productos de belleza hacia el mercado chileno: Caso de la empresa the well life company. *Inquietud Empresarial*, 19(2), 67-85. Obtenido de https://revistas.uptc.edu.co/index.php/inquietud_empresarial/article/view/9518/9332
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (3 de marzo de 2022). *Tráfico Postal Internacional y Mensajería Acelerada o Courier*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/envios-courier-postal/>
- Sidorova, E., & Sidorov, V. (2021). Ventanilla única regional para el comercio internacional. *Gestión de las personas y tecnología*, 14(42), 106-124. Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-56932021000300106&script=sci_abstract
- Sistema Integrado de Comercio Exterior . (2020). *Guía de mercado multisectorial Francia 2020*. Obtenido de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/664482749radA8877.pdf>
- Soto, L., Ugalde, J., & Zambrano, D. (2020). El uso de las cajas de cartón corrugado como medio de embalaje y forjador de la conciencia ambiental. *Polo del Conocimiento*, 5(10), 104-117. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7659443>
- Sumba, R., Vinuesa, M., & Pibaque, T. (2021). Canales de distribución en las ventas de limón de los productores de la parroquia Ayacucho, cantón Santa Ana, provincia de Manabí. *Revista Publicando*, 8(31), 240-257. Obtenido de <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/2247>
- Venegas, S., Orellana, D., & Pérez, P. (2018). La realidad Ecuatoriana en la producción de café. *RECIMUNDO: Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento*, 2(2), 72-91. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6732775>

Vera, M., Tumbaco, P., Vera, R., Lagos, J., & Ortega, J. (2022). Evaluación del comportamiento productivo de tres híbridos de café arábigo (COFFEA ARÁBIGA L.) en tres distanciamientos de siembra. *UNESUM-Ciencias:Revista Científica Multidisciplinaria*, 6(2), 87-100. Obtenido de <https://revistas.unesum.edu.ec/index.php/unesumciencias/article/view/630>

Villacís, L., Mayón, D., & Romero, M. (2019). Plan de negocios para la comercialización de vegetales y frutas mediante una aplicación informática. *COMPENDIUM: Cuadernos de Economía y Administración*, 6(3), 163-176. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7520678>

Villareal, L. (2017). *Plan de Negocios Internacionales*. AREANDINA. Obtenido de <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1375/Plan%20de%20Negocios%20Internacionales.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

Anexo 1. Factura Comercial

MONTAÑÉS®
CAFÉ ARÁBIGO DE ALTURA

R.U.C 1381818297001

Elaboración y Comercialización de productos de café

DIR. Toledo N24-639 y Coruña (Esq.) - Quito

Av. Las Monjas 201 y Acacias (Urdesa) - Guayaquil

Telf. (+593) 099 171 5853

Código Postal: 170101 - 090101

E-mail: info@cafemontanes.com

Quito Guayaquil-ECUADOR

FACTURA COMERCIAL

N° 002-001-000000878


AUT. 1125387060

Fecha de Factura		
25	2	2022

CLIENTE:	Columbus Café&Co		
DIRECCIÓN:	21 Rue Soufflot, 75005 Paris, Francia		
E-mail:	sav@columbuscafe.com		
RUC:	7.95318E+13	CÓDIGO POSTAL:	75004
		TELÉFONO:	01 44 51 60 00

Partida Arancelaria	Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Precio Unitario	Precio Total
0901.21.20	café torréfié - moulu 5g	400 (5280 kg)	Carton ondulé 800 gr	\$ 5.30	\$ 424,000.00
Condiciones de entrega	FOB Pto. Guayaquil (Inconterm 2020)			SUB TOTAL	
Embalaje	Fret Palettisé (5 europallets)			IVA %	
Contenedor	Conteneur Standard (20)			TOTAL \$	\$ 424,000.00
Forma de pago	Transfert International				
Banco	Banco del Pichincha				
<hr style="width: 80%; margin: 0 auto;"/> FIRMA AUTORIZADA				<hr style="width: 80%; margin: 0 auto;"/> RECIBI CONFORME	

Anexo 2. Lista de empaque



MONTAÑÉS®

CAFÉ ARÁBIGO DE ALTURA

LISTA DE EMPAQUE / PACKING LIST				
REMITENTE / SHIPPER CAFÉ MONTAÑÉS S.A Toledo N24-639 y Coruña (Esq.) - Quito ; Av. Las Monjas 201 y Acacias (Urdesa) - Guayaquil RUC: 1381818297001 TELÉFONO: (+593) 099 171 5853				
DESTINATARIO / RECEIVER Columbus Café&Co 21 Rue Soufflot, 75005 Paris, Francia RUC: 79531772600011 TELÉFONO: 01 44 51 60 00				
FECHA / DATE	FECHA DE FACTURA / INVOICE DATE	NUMERO DE FACTURA / INVOICE NUMBER		
25/08/2022	25/08/2022	002-001-000000878		
MÉTODO DE TRANSPORTE / MODE OF TRANSPORT		PUERTO DE EMBARQUE / PORT OF LOADING		
MARITIME		GUAYAQUIL - ECUADOR		
CÓDIGO	DESCRIPCIÓN / DESCRIPTION	CANT (Kg)	CANT (BOX)	PESO NETO (N.W)
0901.21.20	café torréfié - moulu 5g	0.005	80,000	400 kg
TOTAL BULTOS / TOTAL PACKAGES		400		
TOTAL PESO NETO / TOTAL NET WEIGHT		320 kg		
TOTAL PESO BRUTO / GROSS WEIGHT		5280 kg		

Anexo 3. Póliza de seguro (correo)



Ximena Marquez

Estimada Fernanda Pongo en copia a mi compañero Edgar Mosquera quién estará a cargo de su requerimiento. Será un gusto atenderlo Saludos Cordiales, Xime

dom, 14 ago, 21:11 (hace 2 días)



Edgar Mosquera <edgar.mosquera@panatlantic.com>

para mí, Esteban, Ximena ▾

Estimada Fernanda

Muy buenas noches, mucho gusto y muchas gracias por su contacto y requerimiento, el día de mañana proceso su requerimiento. Apenas tenga la cotización lista, se la estaré enviando.

Atentamente,


Edgar Mosquera
Panatlantic
098 415 2561

dom, 14 ago, 21:30 (hace 2 días) ☆ ↶

Anexo 4. Certificado de origen

1. Exportador (nombre, apellidos, dirección completa y país) Café Montañés Toledo N24-639 y Coruña (Esq.) QUITO - ECUADOR	EUR.1 Nº. 356657	
	Véanse las notas del reverso antes de rellenar el impreso	
3. Destinatario (nombre, apellidos, dirección completa y país) (mención facultativa) Columbus Café&Co 21 Rue Soufflot, 75005 PARÍS - FRANCIA	2. Certificado utilizado en los intercambios preferenciales entre UNIÓN EUROPEA y ECUADOR (indíquense los países, grupos de países o territorios a que se refiera)	
	4. País, grupo de países o territorio de donde se consideran originarios los productos ECUADOR	5. País, grupo de países o territorio de destino FRANCIA
6. Información relativa al transporte (mención facultativa) DRY CONTAINER- CMA-CGM GUAYAQUI - ECUADOR LA HAVRE - FRANCIA	7. Observaciones EMITIDO A POSTERIOR DUPLICADO ACUMULACIÓN	
8. Número de orden; marcas, numeración, número y naturaleza de los bultos ⁽¹⁾; descripción de las mercancías 80,000 BOXS 400 PACKAGES CONTAINIG CAPSULES DE CAFE CODE: 0901.21.20	9. Masa bruta (kg) u otra medida (litros, m³ etc.) 5280 kg	10. Facturas (mención facultativa) 002-001-000000878 25/08/2022
11. VISADO DE LA ADUANA Declaración certificada conforme. Documento de exportación ⁽²⁾ Modelo nr del Aduana País o territorio de expedición. ECUADOR En QUITO (firma)	12. DECLARACIÓN DEL EXPORTADOR El que suscribe declara que las mercancías arriba descritas cumplen las condiciones exigidas para la expedición del presente certificado En GUAYAQUIL, 25 AGOSTO 2022 MONTAÑÉS* CAFÉ ARÁBICO DE ALTURA (firma)	

Anexo 5. Bill of Lading

Shipper: CAFÉ MONTAÑÉS		BILL OF LADING NO.: 53369554566588 FOR COMBINED OR PORT TRANSPORTATION	
Consignee COLUMBUS CAFE & CO			
Notify address. No. 221 : 21 Rue Soufflot, 75005 Paris, Francia		4, quai d'Arenc 13235 Marseille cedex 02 France Phone: +33 (0)4 88 91 90 00 Fax: +33 (0)4 88 91 90 95	
Voyage no. LE HAVRE PORT - FRANCE		N° of original BL's	
Vessel (ocean): CMA CGM AMERICA Port of Loading: GUAYAQUIL		Ocean freight payable at 5,1180 USD	
Port of discharge LE HAVRE - FRANCE		Measurement, 20FTx8ftx8.6ft	
GMA CONTAINER./ 1 Containers	400 PACKAGES OF CAPSULES OF COFFE	5280 KG	
Particulars above declared by shipper. * Applicable only when this document is used as a combined transport bill of lading		Freight and charges shall be paid in the currency in which the goods are freighted or at carrier's option in the currency of the country of the place of loading or place of delivery in each case converted at the highest rate of exchange on the date of shipment or date of payment whichever the higher.	
<p>Received the goods in apparent good order and condition and, as far as ascertained by reasonable means of checking, as specified above unless otherwise stated. The Carrier, in accordance with the provision contained in this document:</p> <p>a) undertakes to perform or to procure the performance of the entire transport from the place at which the goods are taken in charge to the place designated for delivery in this document, and</p> <p>b) weight, measure, quality, contents and value, if mentioned in this bill of lading is to be considered unknown unless the contrary has been expressly acknowledged and agreed to.</p> <p>The signature on this bill of lading is not to be considered an agreement. One of the Bs/L must be surrendered duly endorsed in exchange for the goods or delivery order. In WITNESS whereof number of original B/L, all of this tenor and date have been signed as stated above, one of which being accomplished the others to be void.</p>		PLACE AND DATE OF ISSUE: (GUAYAQUIL, 25 AGUST, 2022	

Anexo 6. Declaración Aduanera de Exportación (DAE)



REPUBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION



Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE	028-2022-40-00011830
---------------	----------------------

Información de general

Código del distrito	GUAYAQUIL - MARITIMO	Código de régimen	EXPORTACION DEFINITIVA
Tipo de Despacho	DESPACHO NORMAL	Código del declarante	16778754
Fecha de Aceptación	25/08/2022 12:56:21		

Información de Exportador

Nombre del exportador	CAFÉ MONTAÑÉS S.A	Teléfono del exportador	099 171 5853
Dirección del exportador	Toledo N24-639 y Coruña (Esq.) - Quito Av. Las Monjas 201 y Acacias (Urdesa) - Guayaqui		
Número de documento de CIU	RUC-1381818297001	Ciudad del exportador	GUAYAQUIL
CIU	OTROS	Número de documento de declarante	RUC-1391818297001
Nombre del declarante	ANDRÉS YCAZA		
Dirección del declarante	PARROQUIA JOSE LUIS TAMAYO (MUEY), BARRIO SAN RAYMUNDO, VIA PUNTA CARNERO, LOTE A (SALINAS)		
Código de forma de pago	TRANSFERENCIA INTERNACIONAL	Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE

Información de carga

Puerto de carga	GUAYAQUIL	Puerto privado desde donde embarca	---NULL---
Puerto de llegada o de destino	LE HAVRE	Fecha de la carta de	25/08/2022
Nombre del consignatario	COLUMBUS CAFÉ & CO		
Dirección del	21 Rue Soufflot, 75005 Paris, Francia		
Ciudad del contribuyente	PARÍS	Tipo de carga	CARGA PALETIZADA
Almacen de lugar de	[05907400] INARPI S.A.	Medio de transporte	MARITIMO
Pais de destino final	FRANCIA		

Totales

Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transacción	424000	Cantidad de item	1
Peso neto total	320 kg	Peso total	5280 kg
Cantidad total de bultos	400	Cantidad de contenedores	1
Cantidad total de unidades físicas	800 000	Cantidad total de unidades comerciales	80 000
Codigo de la mercancia de despacho urgente		Codigo de solicitud de aforo	
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	

Firma del Contribuyente

1 de hoja /2 total de hojas

Firma del Declarante



Consulta del detalle de la declaración de exportación

Item

No. Item	Codigo. Subpartida	Codigo. Complementario	Codigo. Suplementario	Descripcion de Mercancias	Pais de Origen	Peso Neto	Cnatidad de U.Comerciales
1	0901.21.20	0000	0000	CAFÉ TOSTADO SIN DESCAFEINAR - MOLIDO	ECUADOR	320	80 000

Despacho precedente

Numero de secuencia	Distrito precedente	Ano precedente	Régimen precedente	Secuencial precedente	Numero Item
---------------------	---------------------	----------------	--------------------	-----------------------	-------------

Observaciones de oce - item

Numero de Item	Numero de Secuencia	Tipo Observacion	Contenido
----------------	---------------------	------------------	-----------

Documentos

Numero de item	Numero de documento	Tipo de documento	Fecha de fin de vigencia	Fecha de emision
1	002-001-000000878	FACTURA COMERCIAL	20 / 07 / 2023	25 / 08 / 2022
2	53369554566588	BILL OF LADING	25 / 08 / 2022	25 / 08 / 2022
3	356657	CERTIFICADO DE ORIGEN	22 / 08 / 2024	22 / 08 / 2022

Firma del Contribuyente

2 de hoja /2 total de hojas

Firma del Declarante

Anexo 7. Costo de los servicios del Agente Afianzado de Aduana (correo)

Andrés Ycaza - Denkel Servicio S.A. <comercial2@denkelservice.com> 11:18 (hace 11 horas)
para mí ▾

Hola Fernanda

Adjuto simulación de importación

Saludos Cordiales / Best Regards



Más que una Agencia de Aduanas su compañero de negocios

Andrés Ycaza
Director Comercial

Anexo 8. Costo de flete interno (correo)

COTIZACIÓN DE PRECIO DE FLETE Recibidos x ↕ 🖨️ 📄

Fernanda León Maza sáb, 13 ago, 19:33 (hace 3 días) ☆
BUENAS NOCHES. LE SALUDA FERNANDA LEÓN EMPLEADA DE LA EMPRESA CAFE MONTAÑES . EL MOTIVO DE MI CORREO ES PARA EL PRECIO DE ...

Galagans - Natalia Izurieta C dom, 14 ago, 9:35 (hace 2 días) ☆ ↶ ⋮
para mí ▾

Buenos días Srta Fernanda,

Gracias por contactarnos, el costo del flete solicitado es de USD 480.00

Incluye 6 horas libres de carga, le dejo mi nro por si tiene alguna duda, cel 0989701025

Saludos,
Natalia izurieta C.

⋮

Anexo 9. Cotización de envío en Laar Courie

Quito
De los Cipreses Lote 26 y De las Avellanas.

Guayaquil
Ciudadela Santa Leonor, Manzana 11 Solar
1011. Sector Terminal terrestre

Teléfono
(02) 3960000

Servicio al Cliente
televentasupsl@grupolaar.com

VOLVER A COTIZAR

Flete	Combustible	Subtotal
175.50 USD	39.05 USD	144.35 USD
Descuento 40.00%		IVA 12.00%
70.20 USD		17.32 USD
Valor Neto		
105.30 USD		
Total		
161.67 USD		

CAMPAÑA DE DESCUENTO
-40% TODO EL MUNDO - 40.00%

PESO FACTURABLE: 1.5 KGS

QUIERO REALIZAR MI ENVIO

Anexo 10. Cotización de envío en DHL

DHL Rastrear Todos los Productos y las Soluciones Nuestras Divisiones Sectores de la Industria Ideas e Innovación ...Más

Seleccione una cotización para comenzar la reserva de su embarque.

Fecha de embarque
11 ago 2022

Ordenar por
Entrega más rápida

Guardar el envío

Entrega estimada

vie, 19 de agosto | A más tardar 12:00 PM

Reserve para el 13/8/2022 a las 2:30 p. m. para que se realice su recolección en el mismo día.

Incluye IVA **\$257,59***

Continuar con la reserva

VISA

Detalles y complementos

Entrega estimada

vie, 19 de agosto | A más tardar final del día

Reserve para el 13/8/2022 a las 2:30 p. m. para que se realice la recolección hoy.

Incluye IVA **\$245,55***

Continuar con la reserva

VISA

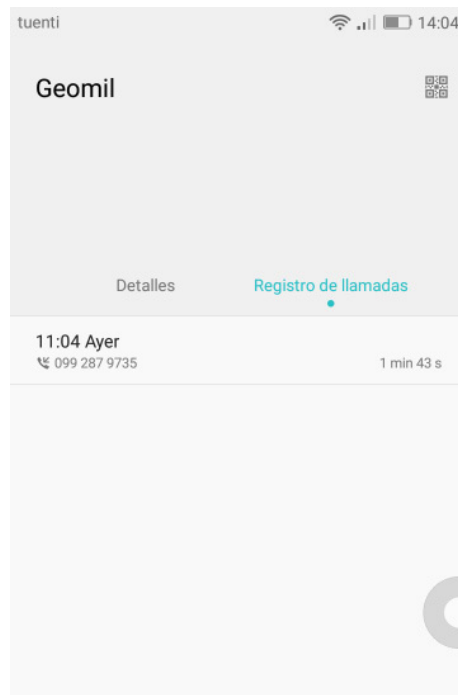
Anexo 11. Cotización de envío en Servientrega

PAÍS DESTINO	FRANCIA	PESO	1.17 kg	SEGURO	0.00
ASEGURE SU ENVÍO	NO	PESO CALCULADO	1.5	SUBTOTAL	162.10
TIPO SERVICIO	NO DOC	PESO VOLUMÉTRICO	1	IVA	19.45
				TOTAL A PAGAR	181.55

Este es un Valor aproximado sujeto a verificación.

CHAT (08:00 - 17:00)

Anexo 12. Cotización de envío en Geomil Group (llamada)



Anexo 13. Cotización de envío en Roal Envíos



Anexo 14. Cotización transporte marítimo internacional CMA CGM

PUERTO LE HAVRE

BETTER WAYS CMA CGM		Transporte	Soluciones de extremo a extremo	Flete Aéreo	Noticias	Mi CMA CGM
Todo en tarifa por contenedor ⓘ		20ST 5118 USD	40ST 6730 USD	40HC 6730 USD		
CARGA MARÍTIMA		4000 dolares	5000 dolares	5000 dolares		
CARGOS ADICIONALES		1118 dólar estadounidense	1730 dólar estadounidense	1730 dólar estadounidense		
Recargo por combustible NOS	SEGÚN FLETE	612 dólar estadounidense	1224 dólar estadounidense	1224 dólar estadounidense		
Tasas de inspección de contenedores y	RECOGER	33 euros	33 euros	33 euros		
Ocean Carrier-Intl Barco y puerto	SEGÚN FLETE	14 dólares estadounidenses	14 dólares estadounidenses	14 dólares estadounidenses		
Exportación de servicio de sellado	PAGADO POR ADELANTADO	17 dólares estadounidenses	17 dólares estadounidenses	17 dólares estadounidenses		
Origen del canal del controlador de terminal	PAGADO POR ADELANTADO	205 dólar estadounidense	205 dólar estadounidense	205 dólar estadounidense		
Manija de terminal ch destino	RECOGER	230 euros	230 euros	230 euros		
Recargos por BL						
Recargo por Declaración de Exportación				27 dólares estadounidenses		

PUERTO FOS SUR MER



Transporte

Soluciones de extremo a extremo

Flete Aéreo

Noticias

Mi CMA CGM

Todo en tarifa por contenedor ⓘ

20ST
5833 USD

40ST
7835 USD

40HC
7835 USD

TRANSPORTE MARÍTIMO (con cargos incluidos)

4720 USD

6110 USD

6110 USD

Alimentador de importaciones adicional

-

-

-

CARGOS ADICIONALES

1113 dólar estadounidense

1725 dólar estadounidense

1725 dólar estadounidense

Recargo por combustible NOS

SEGÚN FLETE

612 dólar estadounidense

1224 dólar estadounidense

1224 dólar estadounidense

Tasas de inspección de contenedores y

RECOGER

33 euros

33 euros

33 euros

Ocean Carrier-Intl Barco y puerto

SEGÚN FLETE

14 dólares estadounidenses

14 dólares estadounidenses

14 dólares estadounidenses

Exportación de servicio de sellado

PAGADO POR ADELANTADO

17 dólares estadounidenses

17 dólares estadounidenses

17 dólares estadounidenses

Origen del canal del controlador de terminal

PAGADO POR ADELANTADO

205 dólar estadounidense

205 dólar estadounidense

205 dólar estadounidense

Manija de terminal ch destino

RECOGER

225 euros

225 euros

225 euros

PUERTO BREST



Transporte

Soluciones de extremo a extremo

Flete Aéreo

Noticias

Mi CMA CGM

Todo en tarifa por contenedor ⓘ

20ST
6083 USD

40ST
8085 USD

40HC
8085 USD

TRANSPORTE MARÍTIMO (con cargos incluidos)

4720 USD

6110 USD

6110 USD

Alimentador de importaciones adicional

-

-

-

CARGOS ADICIONALES

1363 dólar estadounidense

1975 dólar estadounidense

1975 dólar estadounidense

Recargo por combustible NOS

SEGÚN FLETE

612 dólar estadounidense

1224 dólar estadounidense

1224 dólar estadounidense

Tasas de inspección de contenedores y

RECOGER

33 euros

33 euros

33 euros

Mercancías peligrosas adicional (se

SEGÚN FLETE

250 dólares estadounidenses

250 dólares estadounidenses

250 dólares estadounidenses

Ocean Carrier-Intl Barco y puerto

SEGÚN FLETE

14 dólares estadounidenses

14 dólares estadounidenses

14 dólares estadounidenses

Exportación de servicio de sellado

PAGADO POR ADELANTADO

17 dólares estadounidenses

17 dólares estadounidenses

17 dólares estadounidenses

Origen del canal del controlador de terminal

PAGADO POR ADELANTADO

205 dólar estadounidense

205 dólar estadounidense

205 dólar estadounidense

Manija de terminal ch destino

RECOGER

225 euros

225 euros

225 euros