



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

TRANSPORTE INTERNACIONAL COMO FACTOR DE  
COMPETITIVIDAD EN LAS EXPORTACIONES ECUATORIANAS

GUALAN CARREÑO CARLOS DANIEL  
INGENIERO EN COMERCIO INTERNACIONAL

MACHALA  
2023



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

TRANSPORTE INTERNACIONAL COMO FACTOR DE  
COMPETITIVIDAD EN LAS EXPORTACIONES ECUATORIANAS

GUALAN CARREÑO CARLOS DANIEL  
INGENIERO EN COMERCIO INTERNACIONAL

MACHALA  
2023



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

EXAMEN COMPLEXIVO

TRANSPORTE INTERNACIONAL COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD EN LAS  
EXPORTACIONES ECUATORIANAS

GUALAN CARREÑO CARLOS DANIEL  
INGENIERO EN COMERCIO INTERNACIONAL

DIAZ CUEVA JIMMY GABRIEL

MACHALA, 27 DE FEBRERO DE 2023

MACHALA  
27 de febrero de 2023

# TRANSPORTE INTERNACIONAL COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD EN LAS EXPORTACIONES ECUATORIANA

## INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

6%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="https://es.wikipedia.org">es.wikipedia.org</a> Fuente de Internet	1%
2	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Fuente de Internet	<1%
3	<a href="http://moam.info">moam.info</a> Fuente de Internet	<1%
4	<a href="http://www.revflacso.uh.cu">www.revflacso.uh.cu</a> Fuente de Internet	<1%
5	Submitted to Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado de la Construcción CAPECO S.A.C. Trabajo del estudiante	<1%
6	Submitted to Pontificia Universidad Católica del Ecuador - PUCE Trabajo del estudiante	<1%
7	<a href="http://revistas.ucpejv.edu.cu">revistas.ucpejv.edu.cu</a> Fuente de Internet	<1%
8	<a href="http://atenas.umcc.cu">atenas.umcc.cu</a>	

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

El que suscribe, GUALAN CARREÑO CARLOS DANIEL, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado Transporte internacional como factor de competitividad en las exportaciones ecuatorianas, 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.

El autor 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.

El autor 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, 27 de febrero de 2023

  
GUALAN CARREÑO CARLOS DANIEL  
0707065371

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado en primer lugar, a Dios quién me ha dado la sabiduría en todo mi camino universitario, quien me ha dado las fuerzas para culminar mis estudios.

En segundo lugar, a mi papá que me ha apoyado desde el principio para poder culminar mi carrera universitaria, a mi mamá que cada día me motiva a ser mejor persona, a mis hermanas, a mis abuelos, por confiar en mí.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por darme fortaleza, sabiduría y conocimiento para terminar mis estudios universitarios.

A mis padres, mis hermanas, mis abuelos, quienes han estado en el proceso de mi carrera como profesional.

A todos los docentes quienes se esforzaron para enseñarme en toda mi formación académica, al Ing. Jimmy Gabriel Díaz Cueva quien me brindo tiempo para la culminación del presente trabajo.

## RESUMEN

En el desarrollo del comercio internacional influyen distintos parámetros que determinan la competitividad de los operadores de comercio exterior, uno de estos parámetros es el transporte internacional, que se considera como un factor clave estratégico en el comercio exterior, a tal efecto para resolver el caso práctico planteado sobre la elección del mejor transporte internacional para exportar chocolates ecuatorianos Miski hacia Perú, se estableció como objetivo determinar el tipo de transporte internacional viable en la exportación de chocolates ecuatorianos Miski hacia Perú con el fin de reducir costos logísticos y duración del producto. El tipo de investigación es aplicada y se usaron técnicas como el estudio de documentos y métodos teóricos como analítico-sintético, inductivo- deductivo y de sistematización. Los resultados indican que la elección del medio de transporte se debe basar en el tipo de mercancía, capacidad de la carga, el costo, seguridad y plazo de entrega. El transporte marítimo tiene alta capacidad de carga, pero plazos muy largos, el transporte aéreo tiene capacidad limitada de carga, costos altos y plazos de entrega rápidos, mientras que, el transporte terrestre posee alta capacidad de carga, versatilidad en volumen y horarios flexibles dependiendo de la distancia. Se concluye, que el medio de transporte internacional adecuado para exportar chocolates Miski hacia Perú es el transporte terrestre, porque conserva la mercancía, sus costos son económicos y es adecuado para la distancia del lugar de origen hasta el lugar de destino.

**Palabras claves:** Transporte internacional, chocolate, exportación

## **ABSTRACT**

In the development of international trade, different parameters influence the competitiveness of foreign trade operators, one of these parameters is international transport, which is considered a key strategic factor in foreign trade, for this purpose to solve the practical case. Raised on the choice of the best international transport to export Ecuadorian Miski chocolates to Peru, the objective was to determine the type of international transport viable in the export of Ecuadorian Miski chocolates to Peru in order to reduce logistics costs and duration of the product. The type of research is applied and techniques such as the study of documents and theoretical methods such as analytical-synthetic, inductive-deductive and systematization were used. The results indicate that the choice of means of transport should be based on the type of merchandise, load capacity, cost, safety and delivery time. Maritime transport has a high load capacity, but very long terms, air transport has limited load capacity, high costs and fast delivery times, while land transport has high load capacity, volume versatility and flexible schedules depending on of the distance. It is concluded that the appropriate international means of transport to export Miski chocolates is land transport to Perú, because it preserves the merchandise, its costs are cheap and it is adequate for the distance from the place of origin to the place of destination.

**Keywords:** International transport, chocolate, export

## ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	6
AGRADECIMIENTO .....	8
RESUMEN .....	8
ABSTRACT .....	9
ÍNDICE GENERAL .....	10
ÍNDICE DE FIGURAS .....	11
ÍNDICE DE TABLAS .....	11
INTRODUCCIÓN.....	12
DESARROLLO.....	13
<b>2.1 Reactivo práctico Reactivo práctico 13033</b> .....	13
<b>2.2 Problema</b> .....	13
<b>2.3 Objetivos</b> .....	13
<b>2.3.1 Objetivo General</b> .....	13
<b>2.3.2 Objetivos Específicos</b> .....	13
<b>2.4 Marco teórico</b> .....	14
<b>2.4.1 Proceso de exportación</b> .....	14
<b>2.4.2 Transporte internacional</b> .....	14
<b>2.4.3 Tipos de transporte internacional</b> .....	15
<b>2.4.4 Chocolate ecuatoriano</b> .....	16
<b>2.5 Metodología</b> .....	17
SOLUCIÓN DEL REACTIVO PRÁCTICO .....	17
<b>3.1 Resultados de encuestas realizadas</b> .....	18
<b>3.2 Costos de exportación de barras de chocolate</b> .....	24
<b>3.3 Pregunta a resolver:</b> .....	25
CONCLUSIONES.....	28
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	29
ANEXOS.....	31
Cuestionario para encuestas.....	31

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Comparación de medios de transporte internacional.....	16
<b>Figura 2.</b> Logo de la empresa Miski .....	17
<b>Figura 3.</b> Presentación del chocolate orgánico MISKI.....	18
<b>Figura 4.</b> Presentación de resultados de encuestas pregunta 1.....	18
<b>Figura 5:</b> Presentación de resultados de encuestas pregunta 2 .....	18
<b>Figura 6:</b> Presentación de resultados de encuestas pregunta 3 .....	19
<b>Figura 7:</b> Presentación de resultados de encuestas pregunta 4 .....	19
<b>Figura 8:</b> Presentación de resultados de encuestas pregunta 5 .....	19
<b>Figura 9:</b> Presentación de resultados de encuestas pregunta 6 .....	20
<b>Figura 10:</b> Presentación de resultados de encuestas pregunta 7 .....	21
<b>Figura 11:</b> Presentación de resultados de encuestas pregunta 8 .....	21
<b>Figura 12:</b> Presentación de resultados de encuestas pregunta 9 .....	22
<b>Figura 13:</b> Presentación de resultados de encuestas pregunta 10 .....	22
<b>Figura 14:</b> Presentación de resultados de encuestas pregunta 11 .....	23
<b>Figura 15:</b> Presentación de resultados de encuestas pregunta 12 .....	23

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Costos de exportación de barras de chocolate a Lima Perú.....	24
<b>Tabla 2.</b> Ventajas y desventajas de los medios de transporte internacional.....	25
<b>Tabla 3.</b> Transporte Aéreo .....	25
<b>Tabla 4.</b> Transporte Marítimo.....	25
<b>Tabla 5.</b> Transporte Terrestre.....	26

## INTRODUCCIÓN

La apertura económica que brindan el crecimiento de las exportaciones e importaciones fomentan la integración de la economía mundial y una revolución comercial entre países, dónde el estado más competitivo será el que lidere el comercio internacional, no obstante, esta competitividad se determina por factores de crecimiento y estratégicos. (Zamora & Pedraza, 2013)

La aplicación de estos factores de crecimiento y estratégicos impulsa la competitividad de las empresas en el mercado internacional, para obtener la elección del consumidor, por lo que aprovechan cada factor clave en la cadena de comercialización, como los procesos de carga, innovación en el producto, la gestión aduanera, la logística, gestión de marca, servicios de transporte y el transporte internacional.

En este sentido, (Zamora & Gonzalez, 2019) indican que establecer una red de infraestructura de transporte internacional es esencial para impulsar la competitividad en las relaciones comerciales empresariales, sobre todo en las exportaciones, puesto que se gestiona modos efectivos de transporte, como vías accesibles y seguras, transportes eficientes, puertos, vías férreas y transporte marítimos, que les permite entregar a las organizaciones los productos o servicios ofertados de forma segura, en buen estado, asegurando la calidad y con el menor costo logístico posible.

En tal aspecto, se entiende al transporte internacional, “como los medios de transporte que permiten el traslado de mercancías y personas entre países” (Páez) y que en el ámbito comercial permite cumplir con las demandas de los clientes, puesto que así se realice un producto con la mejor tecnología, el textil con mayor calidad o se cultive la mejor fruta, si el producto no llega en las mejores condiciones hasta su destino final, no cumplirá con los requerimientos del contrato de negociación. (Emparanza, 2020)

En este contexto, Ecuador, como país en vías de desarrollo que basa su economía principalmente de las exportaciones de materias primas y sus derivados, como el café, el banano, mermeladas, chocolates, entre otros, debe enfocarse en la conservación de sus productos para que lleguen en perfectas condiciones hasta su destino final, además de buscar la competitividad mediante factores estratégicos como es el transporte internacional.

A tal efecto, el presente caso práctico, desea evaluar el medio de transporte más idóneo para la exportación de chocolate hacia Perú, por lo que se planteó el siguiente objetivo, identificar el medio de transporte internacional adecuado mediante la comparación de costos logísticos para la exportación de barras de chocolates hacia Perú

, a través de una investigación aplicada, con el fin de reducir costos logísticos y duración del producto.

## **DESARROLLO**

### **2.1 Reactivo práctico Reactivo práctico 13033**

La empresa exportadora MISKI por el día de San Valentín realizará una exportación de aproximadamente de 15.000 kg de chocolate orgánico a PERU, la empresa esta indecisa por cual medio de transporte resultaría conveniente tanto en lo económico como en la conservación del producto. Fuente de consulta: En base a la revisión de artículos científicos, normas internacionales, reglamentos y/o demás documentos jurídicos describa.

### **2.2 Problema**

- ¿Analizar las diversas variables favorables y desfavorables de cada medio de transporte internacional?
- ¿Cuál de ellos usted recomendaría?

### **2.3 Objetivos**

#### **2.3.1 Objetivo General**

Identificar el medio de transporte internacional adecuado mediante la comparación de costos logísticos para la exportación de barras de chocolate hacia Perú.

#### **2.3.2 Objetivos Específicos**

- Analizar las variables favorables y desfavorables de cada medio de transporte internacional.
- Calcular los costos de exportación
- Terminar el grado de aceptabilidad de la marca de chocolate

## **2.4 Marco teórico**

### **2.4.1 Proceso de exportación**

De acuerdo al (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador , 2021), las exportaciones la venta de productos fuera del territorio nacional ecuatoriano, con el fin de comercializarlos. También indica que antes de entrar a un proceso de exportación, se debe cumplir con algunos pasos previos como: contar con Registro Único del Contribuyente (RUC), obtener firma electrónica en un token, instalar el sistema Ecuapass, registrarse como exportador en el sistema informático aduanero y conocer las restricciones de los productos a exportar.

El (PRO ECUADOR, 2021), en su informe de la Guía del Exportador, establece 2 etapas del proceso de exportación, la primera etapa es el pre – embarque, que comprende la transmisión de la declaración aduanera de exportación (DAE), con los documentos de soporte y acompañamiento y la segunda etapa es el post- embarque, donde se regulariza la DAE.

### **2.4.2 Transporte internacional**

En la etapa de la Revolución industrial se avanza en el ámbito del transporte a nivel nacional e internacional, por la adecuación de vías seguras y el origen del Ferrocarril, que en gran medida iba a ayudar con el traslado de personas y mercancías de forma segura y rápida. Además, la máquina de vapor potenció al transporte marítimo, porque se aplicó a los barcos, posterior con los derivados de petróleo se empezaron a asfaltar las carreteras dando paso al desarrollo de otros transportes terrestres como el camión. Teniendo en cuenta esto, (Sanaú Villarroya, 2022) debemos entender que los productos que consumimos o compramos no siempre son elaborados en los lugares adquiridos o en el momento del consumo, estos deben almacenarse y posteriormente transportarse, es por eso, que gracias a la logística la cual tiene sus antecedentes en al ámbito militar, las empresas logran tener mejor coordinación en los procesos de producción y comercialización.

A tal efecto, se define al transporte internacional, como el medio principal que se encargade traspasar fronteras y entregar productos en el país de destino, es el elemento clave en la distribución física internacional que se determina en función a los términos denegociación internacional, para identificar la ruta y la entrega, de tal forma que la mercancía llegue a su destino sin daños, en el plazo establecido y al precio acordado. (Importaciones Ecuador , 2023), sim embargo, (Cedeño et.al, 2020), establece que en los sistemas de logística el transporte internacional de mercancías necesita de mucha vigilancia puesto que este funciona como un punto clave en todos los sistemas de la cadena de suministro, es decir,

el transporte internacional como proceso muchas veces no recibe la atención adecuada en la literatura.

Por otro lado, Angulo et.al, (2018) nos indican que el transporte internacional es el movimiento de personas, mercancías o productos desde el sitio de producción, cultivo o transformación hasta el lugar de consumo, transformación, producción, distribución o almacenamiento, pero desde cualquier parte del mundo. Para que el transporte internacional tenga éxito en su operación, debe asegurar bien la mercancía con protección física, elegir el adecuado medio de transporte y cumplir con el contrato de negociación de ambas partes interesadas, considerando protección jurídica, mediante documentos de contrato de transporte y protección económica, a través de pólizas de seguro. (Dorta, 2019)

Los factores a considerar para elegir el medio de transporte internacional son:

- Clasificación de la mercancía
- Tiempos de entrega
- Especificaciones de la manipulación
- Disponibilidad
- Costos

### **2.4.3 Tipos de transporte internacional**

Según (Sáenz, 2018), en el comercio internacional se usan con mayor frecuencia tres tipos de medios de transporte que son el marítimo, que comprende el traslado de mercancías fuera del territorio nacional por mar, es el más utilizado por la gran capacidad de carga y menor costo, además porque se puede realizar una carga fraccionada o carga masiva, mientras que, el transporte terrestre, es el que se lo realiza por carretera y tiene distintos medios de movilización, permitiendo entregar el producto de puerta a puerta con costos relativamente económicos, también se pueden hacer cargas agrupadas o completas y finalmente el transporte aéreo, es el que se lo realiza por medio de los aviones, usado para cargas perecederas o de gran valor, su ventaja es la rapidez y logística sencilla, sin embargo lo limita el tamaño y el peso.

Por otra parte, cada tipo de transporte se gestiona mediante la respectiva documentación de contrato, en el caso del transporte marítimo el documento es el conocimiento de embarque o como se conoce en inglés el Bill of Lading (B/L), en el caso del transporte terrestre es la carta de porte internacional y la declaración de tránsito aduanero y finalmente en el

transporte aéreo es el conocimiento aéreo o air Waybill como se conoce en inglés; cada documento cumple con la función del contrato del transporte internacional, indicando información como el destinatario, expedidor, origen, destino, carga, volumen, fecha, forma de pago entre otros aspectos relevantes. (Martín, 2020)

Cada medio de transporte tiene utilidades distintas, por eso se convierte en un factor de competitividad en el comercio internacional, puesto que incide en el precio de venta y la producción, a tal efecto, se presenta en la Figura 1. Una comparación se los medios de transporte en función a los factores que se deben considerar para su elección:

**Figura 1.** Comparación de medios de transporte internacional

Modo de transporte	Factores a tener en cuenta para la elección del medio de transporte				
	Naturaleza de la mercancía	Capacidad de carga	Coste del servicio	Seguridad del medio	Plazos de entrega
Carretera	Cualquiera	Baja	Bajo	Media	Cortos y medios
Por vías férreas	Gran volumen y a granel	Alta	Medio	Alta	Medios y largos
Marítimo	Cualquiera	Alta	Bajo	Alta	Largos y muy largos
Aéreo	Pequeño volumen, alto valor, perecederas	Baja	Alto	Alta	Urgentes y cortos

Nota: Tomado de (Exportou)

#### 2.4.4 Chocolate ecuatoriano

En Ecuador el cacao se cultiva en 16 provincias, siendo la provincia de Esmeraldas con el mayor número de productores, en segundo lugar sigue la provincia de Manabí y en tercer lugar la provincia Morona y la salida del cacao ecuatoriano a la comercialización puede ser por medio a la venta directa al exterior o a las exportadoras García et.al (2021), además lidera a nivel mundial con el cacao fino de aroma representando su participación con un 63%, convirtiéndose como un proveedor principal del mercado internacional (Corporacion Financiera Nacional, 2018); León et.al (2016)

En el caso del cacao procesado en chocolate, es un producto hecho a base de pasta de cacao en polvo, azúcar y se presenta en distintas variedades según el proceso e ingredientes que se le añadan, por lo que se lo considera como una carga especial, ya que es susceptible a los cambios repentinos de temperaturas.

Y de acuerdo al (Observatorio de Complejidad Económica, 2020) , indica que, en el año 2020, Ecuador exportó \$12M en Chocolate, posicionándose en el número 67 de exportadores de chocolate a nivel global con principales destinos como Estados Unidos (\$2,26M), Chile (\$1,21M), Colombia (\$3,14M), Argentina (\$1,99M) y Japón (\$773k), siendo Colombia, Japón y Emiratos Árabes Unidos, los mercados con mayor potencial exportador.

## 2.5 Metodología

La presente investigación según su finalidad es aplicada, porque a partir de los conocimientos adquiridos de la investigación básica se transforma en modelos, conceptos y propuestas (Romero, Gómez, Rodríguez, & Ramos, 2020), es decir, que a partir de los conocimientos que se ha adquirido en la carrera de comercio internacional, se propone la solución del presente caso práctico.

La solución del caso se realiza mediante la técnica de estudios de documentos que sirve para extraer y analizar información relevante de investigaciones científicas, libros, reportes públicos y privados (Andaur, 2018), en este caso se extrajo la información de bases de datos como: Dialnet, Redalyc, Scopus, SENA y PROECUADOR.

Los métodos teóricos que se utilizan son el analítico-sintético, que sirve para abstraer información relevante y sintetizarla, el inductivo-deductivo, para generalizar la información obtenida de casos específicos y el de sistematización para organizar y la información recopilada.

## SOLUCIÓN DEL REACTIVO PRÁCTICO

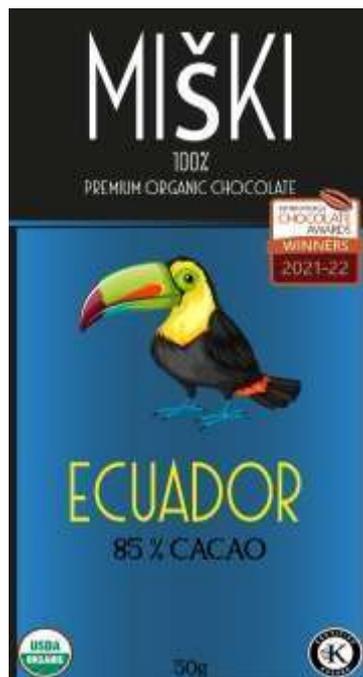
Se realizó el logo y la caja de presentación del chocolate orgánico a exportar hacia Perú:

**Figura 2.** Logo de la empresa Miski



Nota: Elaborado por el autor

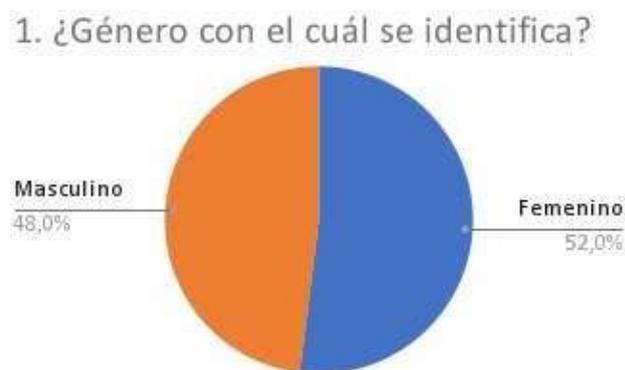
**Figura 3.** Presentación del chocolate orgánico MISKI



Nota: Elaborado por el autor

### 3.1 Resultados de encuestas realizadas

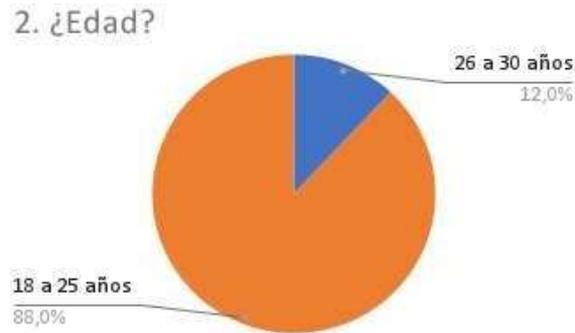
**Figura 4.** Presentación de resultados de encuestas pregunta 1.



Nota: Elaborado por el autor

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas el 52% fue respondido por mujeres lo que representa en 13 personas y la diferencia de 12 corresponde a hombres.

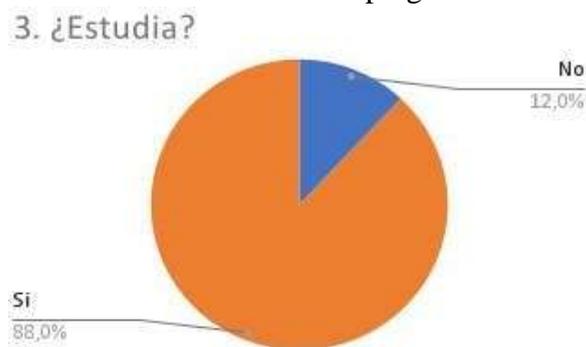
**Figura 5:** Presentación de resultados de encuestas pregunta 2



**Nota:** Elaborado por el autor

De acuerdo a las encuestas realizadas el 88% de las respuestas obtenidas fue por personas jóvenes de 18 a 25 años de edad y el 12% de diferencia está determinado por personas de 26 a 30 años de edad.

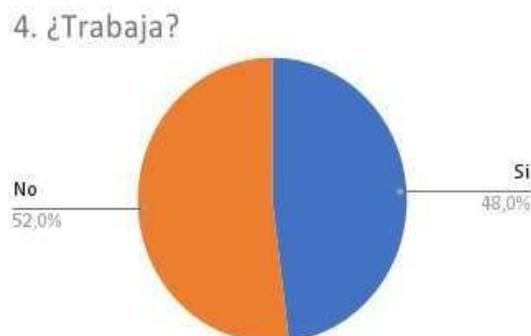
**Figura 6:** Presentación de resultados de encuestas pregunta 3



**Nota:** Elaborado por el autor

Las respuestas obtenidas a partir de las encuestas realizadas nos refleja que el 88% de las personas están estudiando y el 12% no.

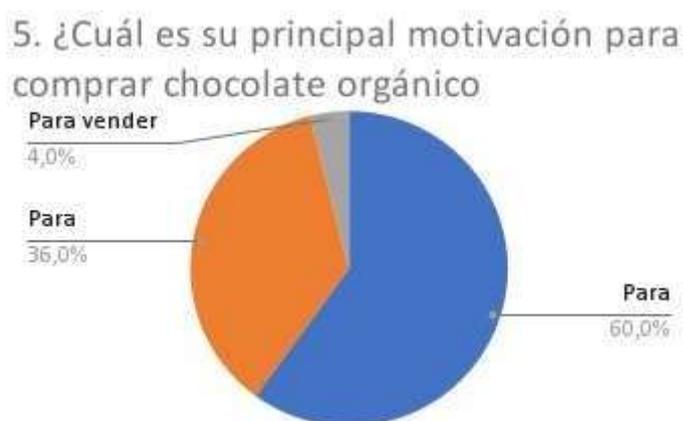
**Figura 7:** Presentación de resultados de encuestas pregunta 4



**Nota:** Elaborado por el autor

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas solo el 48% de las personas trabaja.

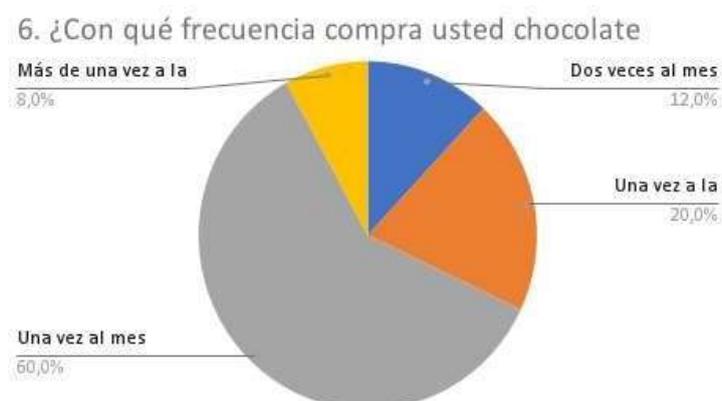
**Figura 8:** Presentación de resultados de encuestas pregunta 5



**Nota:** Elaborado por el autor

El 60% de los encuestados reveló que su principal motivación para comprar chocolate orgánico es para su consumo, a diferencia que el 36% lo compra para obsequiarlo y finalmente el 4% lo adquiere para venderlo.

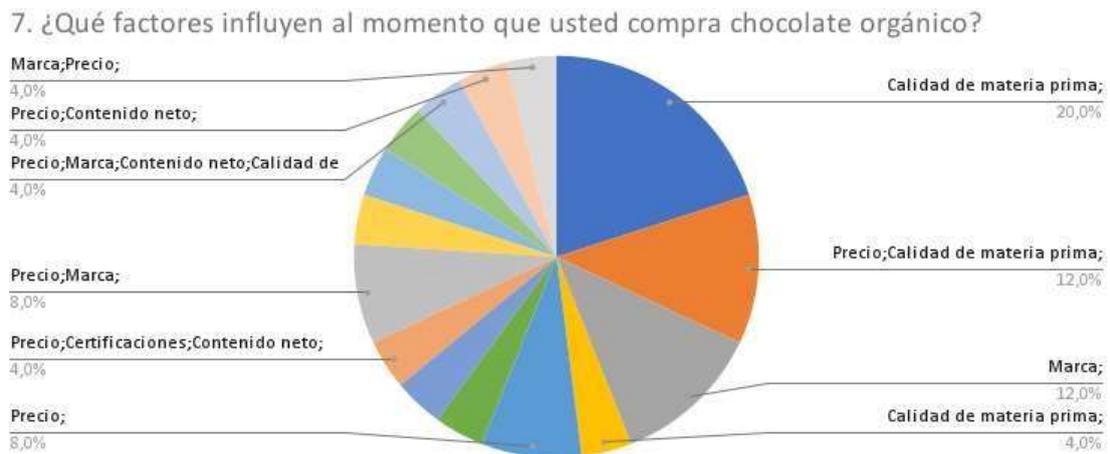
**Figura 9:** Presentación de resultados de encuestas pregunta 6



**Nota:** Elaborado por el autor

Las encuestas realizadas nos indican que el 60% de las personas solo adquiere o compra un chocolate al mes, seguido del 20% que son lo que compran chocolate una vez a la semana, el 12% de estos lo compra dos veces al mes y la diferencia del 8% restante lo compran más de una vez a la semana.

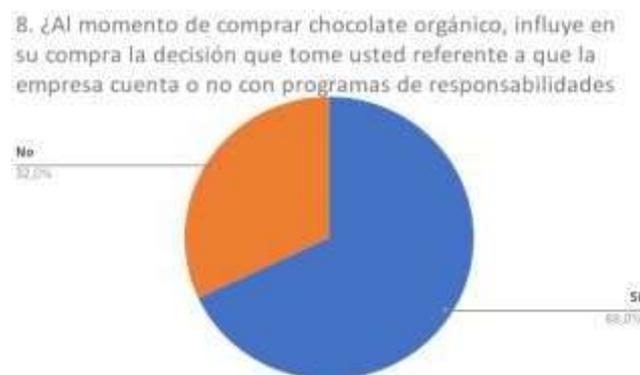
**Figura 10:** Presentación de resultados de encuestas pregunta 7



**Nota:** Elaborado por el autor.

En esta pregunta los resultados nos dan a entender que el 20% de las personas se fijan más en la calidad de materia prima al momento de adquirir un chocolate orgánico, un 12% se deja influir por el precio, calidad de materia prima, otro 12% por la marca del chocolate, un 8% se fija únicamente en el precio, el 4% definen su compra viendo su marca y precio, contenido neto.

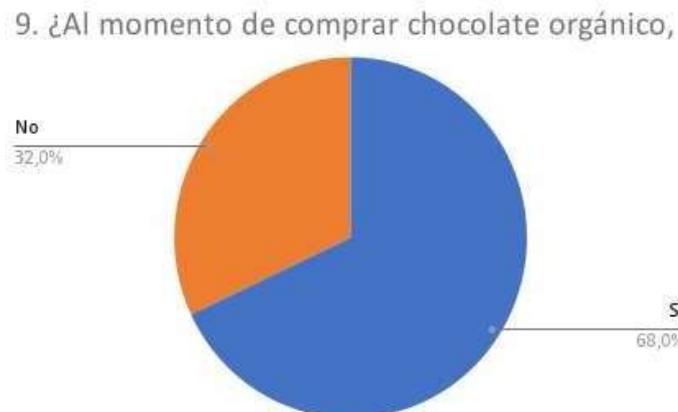
**Figura 11:** Presentación de resultados de encuestas pregunta 8



**Nota:** Elaborado por el autor.

De acuerdo a los resultados obtenidos el 68% de los compradores de chocolate orgánico influye en su compra que la empresa cuente con programas de responsabilidades sociales y el 32% restante no se fija en las responsabilidades sociales.

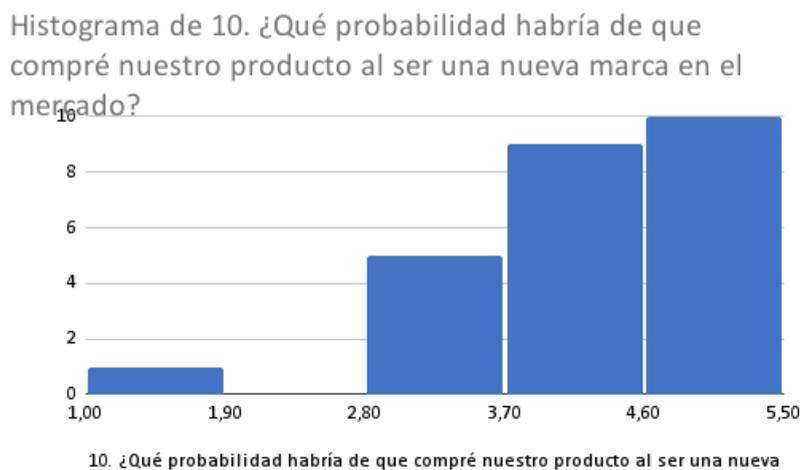
**Figura 12:** Presentación de resultados de encuestas pregunta 9



**Nota:** Elaborado por el autor.

De acuerdo a las respuestas que se obtuvieron de las encuestas realizadas, el 68% de las personas toma su decisión de comprar chocolate de acuerdo al país de origen de producción del chocolate orgánico, en cambio el 32% no se deja influir por este factor.

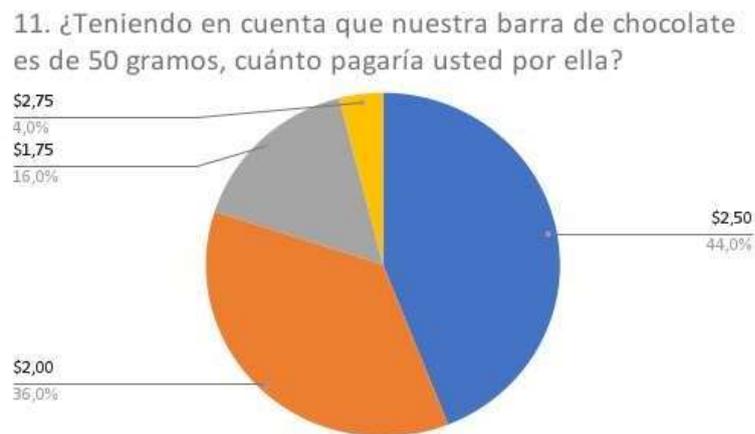
**Figura 13:** Presentación de resultados de encuestas pregunta 10



**Nota:** Elaborado por el autor.

Los resultados obtenidos en la pregunta 10 nos reflejan que la mayoría de las personas están dispuestas a comprar por primera vez un chocolate orgánico de una marca nueva en Ecuador, lo que nos indica grado de aceptación bueno.

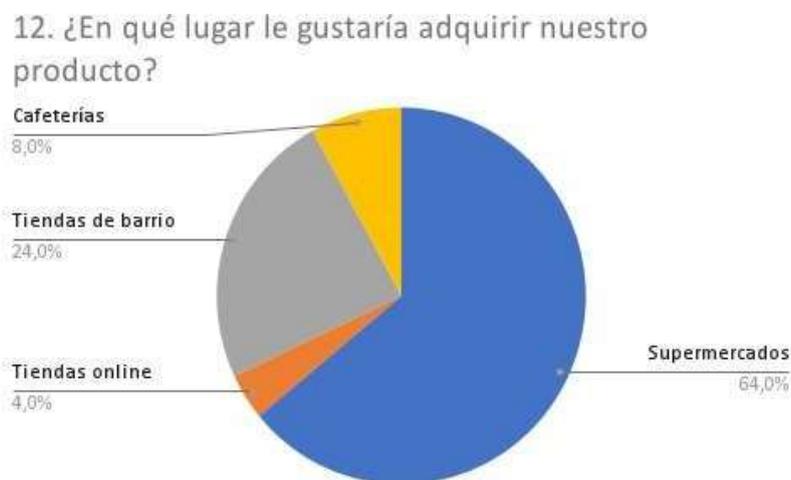
**Figura 14:** Presentación de resultados de encuestas pregunta 11



**Nota:** Elaborado por el autor.

Los resultados sobre el precio del producto que estaría dispuesto a pagar la gente, tenemos que el 44% le parece bien pagar \$2,5 por cada barra de chocolate, el 36% pagaría \$2,0 por el producto, el 16% estable un precio de \$1,75 por cada unidad y la diferencia del 4% estaría dispuesto a pagar \$2,75 por cada producto.

**Figura 15:** Presentación de resultados de encuestas pregunta 12



**Nota:** Elaborado por el autor

De acuerdo a la pregunta 12 que indica donde prefieren adquirir el producto, el 64% de las personas encuestadas respondió que les parece bien la idea de comprar en supermercados, el 24% prefiere las tiendas de barrio, el 8% le gustaría adquirirlo en cafeterías y el 4% prefieren las tiendas online.

### 3.2 Costos de exportación de barras de chocolate

**Tabla 1:** Costos de exportación de barras de chocolate a Lima Perú

<b>COSTOS DE EXPORTACIÓN</b>		
<b>Ítem</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de Medida</b>
<b>Unidades</b>	\$ 300,000.0	U0.
<b>Peso</b>	\$ 15,000,000.00	Gramos
<b>Peso</b>	\$ 15,000.00	Kg
<b>Descripción</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
<b>Costo del producto</b>	\$ 0.60	\$ 180,000.00
<b>Primer envase</b>	\$ 0.02	\$ 6,000.00
<b>Primer embalaje</b>	\$ 0.03	\$ 9,000.00
<b>Utilidad</b>	55%	\$ 99,000.00
<b>Precio EXW</b>	\$ 0.98	\$ 294,000.00
<b>Registro exportador</b>		\$ 120.00
<b>Cuadrilla llenadocontenedor</b>		\$ 100.00
<b>Certificado de origen</b>		\$ 50.00
<b>Transporte internacional</b>		\$ 2,300.00
<b>Seguro 1%</b>		\$ 1,800.00
<b>Agente aduanero</b>		\$ 300.00
<b>Inspección de calidad</b>		\$ 200.00
<b>Pre-Embarque</b>		
<b>Precio DAP</b>	\$ <b>1.98</b>	\$ <b>592,870.00</b>

**Nota:** Elaborado por autor

### 3.3 Pregunta a resolver:

**¿Analizar las diversas variables favorables y desfavorables de cada medio de transporte internacional?**

Para resolver la primera interrogante del caso práctico se desarrolla en la tabla 1, donde se establecen las ventajas y desventajas de cada medio de transporte, para llevar la mercancía de chocolate desde Ecuador hasta Perú, considerando que estos dos países son fronterizos y sus territorios se limitan a nivel terrestre y marítimo, la frontera terrestre se extiende desde las ciudades costeras de Zarumilla (Perú) y Huaquillas (Ecuador), continuando por el río Zarumilla, siguiendo por la cordillera del cóndor hasta entrar en la selva amazónica y que el chocolate al ser carga especial debe transportarse con refrigeración.

**Tabla 2.** Ventajas y desventajas de los medios de transporte internacional

<b>Tipo de transporte internacional</b>	<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
<b>Marítimo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Alta capacidad y volumen de almacenamiento</li><li>-Fletes competitivos y económicos</li><li>-Seguridad y estabilidad en función a las condiciones climáticas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Trámites documentarios complicados</li><li>-Extensos tiempos de entrega</li><li>-Embalajes costosos</li><li>-Altos costos operarios</li></ul>
<b>Terrestre</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Versatilidad en volumen y capacidad de almacenamiento</li><li>-Precios competitivos</li><li>-Flexibilidad horaria</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Congestión de tráfico</li><li>-Accidentes de tránsito</li><li>-Contaminación de la carga y costos ambientales</li></ul>
<b>Aéreo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Rapidez de entrega</li><li>-Cargas seguras</li><li>-Trámites aduaneros rápidos</li><li>-Alimentos perecederos</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Alto costo</li><li>-Restricciones en volumen y capacidad</li><li>-Inclencias atmosféricas</li></ul>

Nota: Adaptado de (Bejarano, 2020)

En consecuencia, se delimita los factores en la elección del modo de transporte de chocolate de Ecuador hacia Perú, considerando costos, tiempo de llegada y tipo de mercancía, de acuerdo a los últimos datos publicados por PROECUADOR en el perfil logístico de Perú.

En función, a la capacidad de exportación que son 15.000 kg de chocolate orgánico a exportar y la condición de refrigeración que debe estar el producto, se establece que la referencia es de un contenedor de 20 pies refrigerado. Y en los tres medios de transporte la capacidad de carga no es un inconveniente, puesto que está dentro de las capacidades de almacenamiento de cada medio de transporte. (Mondragón, 2017)

**Tabla 3.** Transporte Aéreo

<b>Factores</b>	<b>Detalle</b>
Costo (\$6,00 por Kg)	\$ 90.000,00
Tiempo de llegada	Menos de un día
Tipo de mercancía	De gran valor y pequeño volumen

Nota: Adaptado de (PRO ECUADOR, 2019)

**Tabla 4.** Transporte Marítimo

<b>Factores</b>	<b>Detalle</b>
Costo	\$1.300,00
Tiempo de llegada	Depende de la naviera de contratación: oscila entre 1 a 8 días
Tipo de mercancía	Cualquiera

Nota: Adaptado de (PROECUADOR, 2018)

**Tabla 5.** Transporte Terrestre

<b>Factores</b>	<b>Detalle</b>
Costo	\$2300,00
Tiempo de llegada	Aproximadamente un día
Tipo de mercancía	Cualquiera

Nota: Investigaciones de mercado

### **¿Cuál de ellos usted recomendaría?**

De acuerdo a los datos procesados, se identifica que, el costo de transporte aéreo es excesivamente alto, ya que se establece el precio por tasa de kg, mientras tanto el costo del transporte marítimo en comparación al transporte terrestre existe una diferencia de \$1000 dólares. Cabe mencionar que, el tiempo de nacionalización estimado para la mercancía que ingresa a Perú es de 96 horas con un costo aproximado de \$510 dólares. (PRO ECUADOR, 2019)

En este contexto, se hace referencia, que actualmente la reducción de costos en transporte internacional, para las empresas es cada vez más importante, puesto que influye en la competitividad de las mismas, ya que este rubro influye directamente en el precio de venta internacional, ya sea por gastos del flete, recargos, distancias, retrasos, documentación, estiba, riesgos, entre otros. (Zamora & Mora, 2018)

De acuerdo al objetivo planteado, la revisión teórica y de los conocimientos adquiridos se concluye que el medio de transporte que debe usar la empresa Miski es el transporte terrestre, puesto que le permite conservar la mercancía, llevarla al puerto de destino en aproximadamente un día y a menor costo que los otros tipos de transporte, además porque más del 60% de exportaciones ecuatorianas hacia Perú se hacen por la vía terrestre, ya que son países fronterizos y aprovechan esta ventaja competitiva. (PRO ECUADOR, 2019)

## **CONCLUSIONES**

El transporte internacional es uno de los factores principales que se debe tener en cuenta al momento de exportar independientemente de su modalidad, ya que depende mucho del tipo de mercancía, por su tamaño, perecible, entre otros, elegir el medio de transporte correcto va a ahorrar muchos costos en la exportación lo que puede hacer competitiva a la empresa exportadora.

Se ha evidenciado que el transporte internacional es un factor clave en las transacciones de comercio internacional, más aún en las exportaciones de productos perecederos o que estén expuestos a cambios repentinos por factores climáticos, ya que se debe cuidar la calidad y conservación de la mercancía.

Se recomienda que la consideración del transporte internacional se base en los términos de negociación internacional Incoterms, ya que son los que establecen de forma voluntaria obligaciones y responsabilidades del exportador e importador, por lo que va a depender el transporte internacional del término de negociación que queden entre las dos partes, para esto se debe previamente estudiar factores claves como el costo, tiempo y tipo de mercancía y así se podrá escoger con mayor confianza el Incoterm.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andaur, G. (2018). El uso del archivo desde la perspectiva de los usuarios: el caso del Archivo Nacional Histórico de Chile. *Información, Cultura Y Sociedad*(38), 107-128. Obtenido de <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/ICS/article/view/4004/4511>
- Angulo, L., Figueroa, A., Gambin, C., & Jiménez, A. (2018). Impacto del transporte internacional en el desarrollo económico de Colombia. *Liderazgo Estratégico*, 8(1), 3–17. Obtenido de <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/liderazgo/article/view/3326/4055>
- Bejarano, A. (2020). Transporte internacional como factor clave en procesos de exportaciones. *"Trabajo de grado"*. Fundación Universitaria Unipanameric., Bogota, Colombia. Obtenido de <https://repositoriocrai.ucompensar.edu.co/handle/compensar/2206?locale-attribute=en>
- Cedeño Millares, R. D., & Gonzáles Velázquez, L. (2020). La gestión del proceso de transporte de carga para las empresas transportistas. *Redalyc*, 11. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/1815/181562407004/181562407004.pdf>
- Corporacion Financiera Nacional, C. (2018). *Ficha sectorial Cacao y Chocolate. Cultivo de cacao. Elaboración de cacao, chocolate*. Quito, Ecuador: Corporacion Financiera Nacional, CFN. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2018/04/Ficha-Sectorial-Cacao.pdf>
- Dorta, P. (2019). *Transporte y logística internacional*. España: MCGRAW-HILL. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/335657494\\_TRANSPORTE\\_Y\\_LOGISTICA\\_INTERNACIONAL](https://www.researchgate.net/publication/335657494_TRANSPORTE_Y_LOGISTICA_INTERNACIONAL)
- Emparanza, A. (2020). FRANCISCO SÁNCHEZ GAMBORINO, «El contrato de transporte internacional. CMR». *Revista de derecho mercantil*(137), 1-10. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7576798>
- Exportou. (s.f.). *Medios de transporte internacionales y la figura del transitario*. Recuperado el 22 de febrero de 2023, de Exportou: <https://exportou.com/medios-de-transporte-internacionales-y-la-figura-del-transitario/>
- García, A., Pico, B., & Jaimez, R. (2021). La cadena de producción del Cacao en Ecuador: Resiliencia en los diferentes actores de la producción. *Novasinerгия*, 4(2), 152–172. Obtenido de <https://novasinerгия.unach.edu.ec/index.php/novasinerгия/article/view/261/253>
- Importaciones Ecuador . (01 de enero de 2023). *Clasificación del transporte internacional*. Obtenido de Importaciones Ecuador: <https://www.importacionesecuador.com.ec/transito-internacional/tipos-de-transporte-internacional/>
- León, F., Calderón, J., & Mayorga, E. (2016). Estrategias para el cultivo, comercialización y exportación del cacao fino de aroma en. *Revista Ciencia Unem*, 9(18), 45-55. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/5826/582663825007.pdf>
- Martín, J. (2020). El contrato de transporte internacional. CMR. *Revista de derecho del transporte: Terrestre, marítimo, aéreo y multimodal*(25), 414-420. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7550835>
- Mondragón, V. (agosto de 2017). *Modos y medios de transporte para la importación y*

- exportación*.. Recuperado el 22 de febrero de 2023, de Diario del Exportador: <https://www.diariodelexportador.com/2017/08/modos-y-medios-de-transporte-para-la.html#>
- Observatorio de Complejidad Económica, O. (2020). *Chocolate en Ecuador*. Obtenido de Observatorio de Complejidad Económica: <https://oec.world/es/profile/bilateral-product/chocolate/reporter/ecu>
- Páez, G. (s.f.). *Tipos de transporte*. Recuperado el 22 de febrero de 2023, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-transporte.html#referencia>
- PRO ECUADOR. (05 de febrero de 2019). *Perfil Logístico*. Obtenido de PROECUADOR: <https://www.proecuador.gob.ec/category/descargas/tipo-de-descarga/perfil-logistico/>
- PRO ECUADOR. (2021). *Guía del Exportador*. Quito, Ecuador: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/08/GuiaExportadores.pdf>
- Romero, J., Gómez, G., Rodríguez, C., & Ramos, M. (2020). *Investigación aplicada en Ciencias de la Educación*. Barcelona, España: OCTAEDRO, S. L. Obtenido de <https://octaedro.com/wp-content/uploads/2020/11/16248.pdf>
- Sáenz, V. (2018). *Transporte internacional de mercancías*. Madrid, España: EDITORIAL SÍNTESIS, S. A. Obtenido de <https://www.sintesis.com/data/indices/9788491711698.pdf>
- Sanaú Villarroya, J. J. (2022). Logística, liberalización del comercio internacional y crecimiento económico. *Universidad de Zaragoza*, 55-88. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8366266>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador , S. (noviembre de 2021). *Para Exportar*. Obtenido de Servicio Nacional de Aduana del Ecuador : <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- Zamora, A., & Gonzalez, J. (2019). Eficiencia del transporte de carga internacional mexicano: análisis por entidad federativa a través del Índice Malmquist, 2010-2014. *ECONOMÍA TEORÍA Y PRÁCTICA*(50), 125-144. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/etp/n50/2448-7481-etp-50-125.pdf>
- Zamora, A., & Mora, D. (2018). El transporte de carga y el comercio internacional de los países miembros del TLCAN: Un análisis de elasticidades. *Investigación y Ciencia*, 26(74), 58-72. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67455945008>
- Zamora, A., & Pedraza, O. (2013). El transporte internacional como factor de competitividad en el comercio exterior. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 18(35), 108-118. Obtenido de [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2077-18862013000200007&script=sci\\_abstract](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2077-18862013000200007&script=sci_abstract)

## ANEXOS

### **Cuestionario para encuestas**

#### **Datos generales**

**1. ¿Género con el cuál se identifica?**

Masculino Femenino Otro

**2. ¿Edad?**

18 a 25 años

26 a 30 años

31 a 35 años

36 a >40 años

**3. ¿Estudia?**

Si No

**4. ¿Trabaja?**

Si No

#### **Hábitos y preferencias**

**5. ¿Cuál es su principal motivación para comprar chocolate orgánico ecuatoriano?**

Para obsequiar Para consumo Para vender

**6. ¿Con qué frecuencia compra usted chocolate orgánico?**

Una vez a la semana

Más de una vez a la semana Una vez al mes

Dos veces al mes

**7. ¿Qué factores influyen al momento que usted compra chocolate orgánico?**

Precio

Marca Contenido neto

Calidad de materia prima Certificaciones

8. **¿Al momento de comprar chocolate orgánico, influye en su compra la decisión que tome usted referente a que la empresa cuenta o no con programas de responsabilidades sociales?**

Si No

9. **¿Al momento de comprar chocolate orgánico, influye el país de origen de fabricación?**

Si No

10. **¿Qué probabilidad habría de que compré nuestro producto al ser una nueva marca en el mercado?**

Poco probable     Muy Probable  
1                      2                      3                      4                      5

11. **¿Teniendo en cuenta que nuestra barra de chocolate es de 50 gramos, cuánto pagaría usted por ella?**

\$1,75

\$2,00

\$2,50

\$2,75

12. **¿En qué lugar le gustaría adquirir nuestro producto?**

Tiendas del barrio Tiendas online Supermercados Cafetería