



Abril 2019 - ISSN: 1696-8352

PLAN DE EXPORTACIÓN DE VINO DE LABORATORIO CON FRUTAS DE LA EMPRESA UNIÓN VINÍCOLA INTERNACIONAL S.A. HACIA EL MERCADO DE ITALIA

Srta. Kelly Valeria Carranza Quimí

Egresada de la Carrera de Comercio Exterior
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
kellycarranzaq@gmail.com

COAUTOR:

MGS. Mónica Villamar Mendoza

Profesora de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte
mvillamarm@ulvr.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Kelly Valeria Carranza Quimí y Mónica Villamar Mendoza (2019): "Plan de exportación de vino de laboratorio con frutas de la empresa Unión Vinícola Internacional S.A. hacia el mercado de Italia", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (abril 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/04/exportacion-vino-italia.html>

1. RESUMEN

El siguiente proyecto "Plan de exportación de vino de laboratorio con frutas de la empresa Unión Vinícola Internacional S.A. hacia el mercado de Italia" va dirigido a la empresa exportadora ecuatoriana en mención quienes producen vino y otros tipos de productos vinícolas pero se pretende mediante este plan, llegar a exportar vinos procedentes de Ecuador hacia mercados internacionales europeos, como destino escogido se tiene a Italia, debido a la concentración de migrantes ecuatorianos en ese sector y adicionalmente, lograr la expansión del producto aprovechando que el país tiene ventajas favorables por la firma del Acuerdo Multipartes con la Unión Europea (UE) en el que los productos ecuatorianos ingresan con un arancel 0% al mercado italiano.

La empresa exportadora tiene un reconocimiento importante a nivel nacional, por lo que mediante este plan de investigación, la intención es lograr ingresar al mercado exterior con el producto que más producen, según datos encontrados en portales web de investigación. Asimismo se han indicado aquellos parámetros legales que se requieren en el entorno nacional e internacional para poder exportar el producto de forma correcta sin ningún tipo de complicaciones por parte de las autoridades competentes.

El marco metodológico aplicado al presente estudio fue el exploratorio descriptivo, con un enfoque mixto que se basa en entrevistas y encuestas realizadas a las empresas involucradas en el proyecto, mismas que permitieron recopilar datos e interpretarlos para continuar con el desarrollo y propuesta del plan de exportación. El incoterm FOB fue es seleccionado para la negociación entre las partes y a su vez se detalla el proceso logístico de exportación para el efecto.

2. ABSTRACT

The following project "Plan of export of laboratory wine with fruit from Unión Vinícola Internacional S.A. towards the Italian market " is aimed at the Ecuadorian exporting company in particular, who produces wine and other types of wine products but it is intended through this plan, to export wines from Ecuador to European international markets, as the chosen destination is Italy , due to the concentration of Ecuadorian migrants in that sector and, additionally, to achieve the expansion of the product taking advantage of the fact that the country has favorable advantages by signing the Multiparty Agreement with the European Union (EU) in which Ecuadorian products enter with a tariff of 0 % to the Italian market.

The exporting company has an important recognition at a national level, so through this research plan, the intention is to enter the foreign market with the product they produce the most, according to data found on research web portals. Likewise, those legal parameters that are required in the national and international environment have been indicated in order to be able to export the product correctly without any type of complications by the competent authorities.

The methodological framework applied to the present study was the descriptive exploratory, with a mixed approach based on interviews and surveys carried out with the companies involved in the project, which allowed data to be collected and interpreted to continue with the development and proposal of the export plan. The incoterm FOB was selected for negotiation between the parties and the logistic process of export for the effect is detailed in this Project.

3. INTRODUCCIÓN

Debido a la situación actual en la que se encuentra el mercado ecuatoriano, es importante buscar diferentes alternativas y estrategias para la venta de productos, siendo el comercio exterior el factor más relevante para llevar a cabo el reconocimiento internacional, por lo general Ecuador exporta materias primas para que estos países transformen y vuelvan ingresar como productos finales otorgándoles un valor agregado a los productos que recibe el consumidor final. Debido a esto, se pretende cambiar el pensamiento tradicional por uno en donde los empresarios nacionales vendan o exporten sus productos con un plus o valor agregado y por ende se constituya el eje comercial.

El proyecto titulado “Plan de exportación de vino de laboratorio con frutas” va dirigido a la empresa “Unión Vinícola Internacional S.A.” quienes producen vino y diferentes tipos de productos de consumo líquido. Mediante el desarrollo de este plan de exportación, se busca la posible aportación a la matriz productiva, ya que se conoce que el país tiene tierras muy productivas y fértiles en el que se pueden adquirir excelente tipo de materias primas y que a su vez puedan ser industrializados para poder obtener un buen producto final y así el exportador pueda obtener el máximo beneficio, con la posible elaboración de su producto más vendido y así puedan lograr expandirse y darse a conocer a nivel internacional, también se buscará medir el impacto de la acogida a nivel comercial de las gomitas con sabor a licor a través de encuestas a realizar mediante la web. El cambio de la matriz productiva emprendida por el gobierno abre las puertas para que el pequeño empresario se inicie en la búsqueda de los mercados externos y con ello obtenga superación personal y se fomente el trabajo y la inversión.

4. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

La elaboración del marco teórico se realiza para sustentar teóricamente el estudio, implica analizar y exponer aquellas teorías, enfoques teóricos, investigaciones y antecedentes en general que se consideren válidos para el correcto encuadre del estudio. (Roberto Hernández Sampieri, 2007).

Actualmente, se han desarrollado un sin número de estudios acerca del proceso de elaboración del vino, partiendo de la realidad que antiguamente este era procesado de forma artesanal mediante el cultivo de viñedos. Con el avance de recursos tecnológicos el proceso que anteriormente ejecutaba esta empresa vinícola a modo artesanal, resultó maximizar en gran parte de la producción mensual de sus vinos, creando productos nuevos para ofertar en el mercado ecuatoriano.

4.1 Antecedentes

El Ecuador está ubicado en el cono sur del continente Americano; sus limitantes son: Al norte con Colombia, al sur y este con Perú y al Oeste con el Océano Pacífico; su ciudad capital es Quito, y su idioma madre es el español, cuando de negocios se trata, el idioma comercial utilizado es el inglés. También es uno de los países de Latinoamérica que posee una amplia gama de biodiversidad en sus recursos, los diferentes proyectos y emprendimientos productivos, debido a que durante muchos años la materia prima y los productos procesados han contribuido de forma radical y notoria en la economía del país y es por ello que resulta un factor que debe ser reconocido e incentivado para los productores, emprendedores y microempresarios del país.

El gobierno ecuatoriano cuenta con un ente gubernamental que controla las normas para la producción agrícola, ganadera, avícola y pesquera del país, y este ente regulador es el Ministerio de Agricultura Ganadería, Acuacultura y Pesca. Se hace énfasis en esta entidad ya que originalmente el vino se obtiene a partir de un viñedo, mismo que se obtiene por el cultivo de uvas en suelo agrícola.

El desarrollo de este capítulo contendrá temas acerca de los principales productos no tradicionales que tienen una mayor exportación desde Ecuador, así como la participación del sector agro-industrial en el que claramente se observa un plus, es decir, un valor agregado en la producción del territorio ecuatoriano. También se describen las características principales del vino, de donde se origina, parte de su proceso de elaboración, los beneficios que tiene en el ser humano el consumo moderado de este, así como también se encontrará información referente al mercado al cual se pretende fomentar la exportación.

4.2 La Uva

Existe una amplia gama de variedades de productos no tradicionales dentro de la oferta exportable que posee el país, se puede citar los principales como: uva, mango, piña, papaya hawaiana, maracuyá, semillas de chía, entre otros, todo esto debido a la geografía del territorio y a su clima que permite desarrollar una producción de óptima calidad para su consumo a nivel nacional e internacional. De la uva se obtiene el vino, generalmente la fermentación de esta fruta es el principal detonante para la elaboración del vino.



Figura 1. La Uva
 Fuente: Google
 Elaborado: Elaborado: Carranza Quimí Kelly, V (2018)

En la figura1 se puede observar la uva, fruta que es obtenida de la vid y esta es originaria del continente asiático. Su cultivo empezó desde el Neolítico hasta que se fue expandiendo por toda Europa, es ahí donde toma camino hacia el continente americano.

La vid comúnmente es considerada de origen Cáucaso y Asia occidental y se especula que ya era recolectada en la era Paleolítica. Se conoce que ya existían vides silvestres en la Edad Terciaria. Durante el período Neolítico (6000 años a. C.) se inició el cultivo de la vid en Asia Menor y Oriente Próximo. Con el pasar del tiempo se iban escogiendo las especies que mejores frutos producían, llegando a las vides actuales con frutos grandes. Los egipcios conocían la vid, pero fueron los griegos y romanos quienes desarrollaron en mayor medida la viticultura y expandieron el cultivo de la vid por toda la Europa romanizada. Los españoles fueron los que llevaron este cultivo a América del Norte.

4.3 Características De La Uva

Tabla 1. Característica de la Uva.

FAMILIA	Vitis vinifera
USOS PRODUCTIVOS	Agraz, mosto, vino, brandy, vinagre y pisco
CRECIMIENTO	Racimos entre 6 y 300 uvas

Elaborado: Carranza Quimí Kelly, V (2018)

4.4 Beneficios De La Uva

- Un potente antioxidante, rico en fitonutrientes
- Su potasio (183 mg) y ácidos orgánicos colaboran con la estimulación de los riñones, facilitando su acción y la eliminación del ácido úrico.
- Contiene más de un 80% de agua que ayuda a aligerar el organismo, estimulando y limpiando el hígado.

4.5 Vino en Ecuador



Figura 2. Vinos

Fuente: Unión Vinícola Internacional S.A.

Elaborado: Elaborado: Carranza Quimí Kelly, V (2018)

La introducción de la cultura vinícola en el territorio ecuatoriano fue gracias al desarrollo socio-político que sufrió América Latina, ya que fueron los españoles los que introdujeron esta cultura en este extremo del continente y por ende, en el país. Con la finalidad de satisfacer las necesidades de demanda de vino que existía por parte de los españoles y los criollos, se decide introducir las primeras vides desde las islas Canarias vía Panamá, siendo que la primera cepa en llegar fue la Prieta, cuya tonalidad es rojiza. Pero realmente fue el capitán Alonso de Bastidas quien fue el responsable de sembrar la primera vid en el territorio, luego su yerno Francisco Ruiz la cultivó de manera un poco más abastecida en el valle de Pomasqui, sin poder obtener resultados agradables.

A partir del año 1544, los religiosos comienzan a traer de manera obligatoria vides y se extienden por el río Mira en el valle del Chota donde se logró tener una considerable prolongación, este tipo de cultivos no tuvo un gran éxito, terminando los racimos como postres lujosos en las mesas más acaudaladas de la ciudad, por lo cual se prohíbe sembrar vides, dejando solo los viñedos del Chota y de Pomasqui, la venta de vino se realizaba en las pulperías que estaban autorizadas a hacerlo. (Barrera, 2010).

Con el paso de los años, en el año de 1860 en la ciudad de Ambato el Dr. Nicolás Martínez, siembra nuevamente viñedos pero esta vez traídos desde Francia y a su vez, importa las maquinarias para procesarlas desde el continente europeo en el año de 1930. El Sr. Mauricio Dávalos se convirtió en otro de los personajes que impulsó la introducción del sector vinícola en el país, ya que en 1982 en uno de sus viajes a España encuentra un tratado que estipula

que los españoles de antaño tenían alrededor de 60 mil vides en sus tierras, es en ese momento que a finales del siglo pasado se consolida el cultivo en el valle de Patate, provincia de Tungurahua, a 2200 msnm, con pocas hectáreas de clima tropical y dos cosechas anuales de variedades autóctonas (nacional blanca, nacional negra y moscatel), producían el vino de Misa. Posteriormente se elaboró durante muchos años, hasta la actualidad vino de mosto concentrado. La cultura vinícola en Ecuador ha presentado un crecimiento considerable en los últimos diez años, sólo en el año 2006 cada habitante promedio consumía una copa y en la actualidad se consume 1,5 botellas por habitante.

4.5 Tipos De Vino

Como es de conocimiento general, alrededor del mundo existen diversas variedades de vino, mismos que se clasifican según sus características de aroma, color, sabor, consistencia, etc., y estos adquieren el nombre de acuerdo al lugar de elaboración, o de alguna historia por parte de los propietarios. Entre los tipos de vinos más comunes de forma general se tiene a los vinos espumosos, vinos dulces, vino blanco, vino tinto, etc. En la siguiente ilustración se muestran los diferentes tipos de vino que se mencionaron anteriormente.



Figura 3. Tipos de vino
Fuente: (LIDL, 2016)
Elaborado: Elaborado: Carranza Químí Kelly, V (2018)

4.6 Beneficios Del Consumo Moderado Del Vino

Como es de cultura general, el consumo abusivo del alcohol es un enemigo muy potente en el ámbito de la salud. En la Edad Media se decía que los monjes vivían por más tiempo a diferencia de otras personas por el consumo regular del vino. Recientes investigaciones comparten la teoría que estipula que el vino no sólo no es perjudicial para la salud sino que aporta múltiples beneficios al organismo humano.

La clave de obtener este beneficio está en la cantidad que se consuma. Y según los estudios y análisis de universidades americanas y europeas de renombre, consumir entre una o dos copas de vino al día, colaboran con nuestro cuerpo humano de distintas maneras.

A continuación, los beneficios del consumo moderado del vino a diario para el organismo humano:

- Reduce el colesterol
- Disminuye el riesgo de infartos
- Reduce los efectos de la radiación ultravioleta en la piel ya que uno de los componentes que contiene es flavonoides, que impide la formación de especies reactivas de oxígeno en la piel que es expuesta al sol.

4.7 HISTORIA DE UNIÓN VINÍCOLA INTERNACIONAL S.A.



Figura 4. Unión Vinícola Internacional S.A
Fuente: Unión Vinícola Internacional S.A.

Guillermo Serra, es un migrante español que se radicó en Ecuador y a su vez logró inmortalizar el sello de añoranza en el país, junto a su hermano Gaspar. Las mermeladas Guayas y los vinos son sus productos estrella. En 1954 un médico veterinario de origen catalán dejaba su

tierra en busca del sueño americano. El barco hizo su parada en Ecuador y el viajero decidió quedarse, se estableció al principio en Santo Domingo de los Colorados, al norte del país.

La gran actividad pecuaria de ese sector hizo que Guillermo Serra Bodro decidiera quedarse para ejercer allí su profesión. Pero nace en él el deseo por conocer los paisajes ecuatorianos, del que había escuchado tenía diversidad de climas. Conoció diversas ciudades de la Sierra y Costa, pero al llegar a Guayaquil quedó prendado del río Guayas. Su belleza y gran actividad comercial generaron en él un deseo de tener un negocio propio. Fue en ese instante en que Guillermo Serra conoció a Sebastián Montaner, un mallorquín de 70 años que lo entusiasmó en algunos proyectos. Con él compartió la idea de iniciar la producción de vinos en Ecuador.

4.8 Descripción Del Mercado

El mercado al que se pretende comercializar el producto, es parte del bloque de integración de la Unión Europea, en donde Ecuador firmó un Acuerdo Comercial Multipartes que entró en vigencia el pasado 1 de enero del año 2017. Su territorio está situado en el sur de Europa y cuya superficie es de 301.340 Km², con población de 60.483.973 personas, lo que lo convierte en un país muy poblado y tiene una densidad de población de 201 habitantes por Km². La moneda que utilizan es el "euro". Además, es considerada una de las 10 economías potenciales en el mundo, esto debido a su volumen de PIB.

Dentro de los Sectores económicos que comúnmente ayudan a incursionar en el mercado italiano, se pueden encontrar: Comida y bebidas, turismo, bienes de lujo y moda, farmacéuticos, equipamiento industrial, cuidados de salud, textil, industria del calzado, transporte. Es importante destacar como los consumidores italianos buscan siempre obtener productos de calidad, pero poco les importa las horas de servicios, las ofertas especiales u ofertas de crédito.

El consumidor italiano busca siempre que sus productos sean de alta calidad y el servicio que se les brinde luego de que la venta se haya culminado son factores muy importantes en poder de decisión de compra. Adicional a los factores mencionados previamente, también le gusta que la información que se muestre sea clara.

Italia, es uno de los países industrializados más importantes y potentes del mundo, ya que precisamente es el sector industrial el eje principal de su economía y además es uno de los principales factores que impulsan su desarrollo. La economía italiana es la cuarta más grande de la Unión Europea, siendo así que se convierte en la Octava en todo el mundo.

No posee de recursos naturales, en realidad, son muy escasos y las condiciones climáticas y su suelo natural son considerados desfavorables para el desarrollo del sector agrícola, pero destaca en sobremanera en su gastronomía, tanto así, que es muy común encontrar diversidades de restaurantes y puestos de comida en lugares reconocidos del país.

4.9 Perfil Del País

Tabla 2. Perfil del País

CAPITAL	ROMA
POBLACIÓN	60'600.590
MONEDAS	Euro
IDIOMAS	Italiano, dialectos de las diferentes provincias, e inglés.
AREA	301.340 km2
NIVEL DE DESARROLLO	País con una renta alta.

Fuente: (Santander Trade, 2018)
Elaborado: Carranza Quimí Kelly, V (2018)

Se coloca un informe de los resultados de la investigación que puede ser: Un informe técnico o una propuesta. En ningún caso llevará antecedentes, objetivos, justificaciones ni hipótesis, entre otros.

Puede ser un informe final o una propuesta de acuerdo al alcance de la investigación. Debe tener un carácter integrador, responder a los diferentes momentos del trabajo enunciado los resultados y su interpretación pudiendo incorporarse otras particularidades.

4.10 Indicadores Económicos De Italia

Tabla 3. Indicadores Económicos

Visión general	Último	Referencia	Anterior	Rango	Frecuencia
PIB - Tasa de crecimiento trimestral	0.2	2018-06	0.3	-2.8 : 6	Trimestral
Tasa De Desempleo	9.7	2018-08	10.2	5.8 : 13.1	Mensual
Tasa De Inflación	1.4	2018-09	1.6	-0.6 : 25.64	Mensual
Tasa De Interés	0	2018-09	0	0 : 4.75	Diario
Balanza Comercial	2564	2018-08	5659	-6389 : 7903	Mensual
Deuda pública en términos del PIB	132	2017-12	132	90.5 : 132	Anual

Fuente: (Datos Macro, 2018)
Elaborado: Carranza Quimí Kelly, V (2018)

Tabla 4 Indicadores Económicos

Comercio	Millones de €	Referencia	Anterior	Rango	Frecuencia
Balanza Comercial	2564	2018-08	5659	-6389 : 7903	Mensual
Exportaciones	30887	2018-08	42733	5946 : 42733	Mensual
Importaciones	28324	2018-08	37056	5286 : 38526	Mensual

Fuente: (Datos Macro, 2018)

Elaborado: Carranza Quimi Kelly, V (2018)

4.11 Población ecuatoriana en Italia

De acuerdo a los últimos datos estadísticos y numéricos que fueron publicados por la ONU, en Italia existen alrededor de 5.907.461 inmigrantes ecuatorianos, lo que en cifras representa un 9,77% de la población de Italia. La inmigración femenina es superior a la masculina, con 3.215.562 mujeres, que cuantificado en cifras representan el 54.43% del total de inmigrantes, frente a los 2.691.899 de inmigrantes varones, que son el 45.56%.

4.12 Análisis Del Comercio Internacional (Relaciones Bilaterales)

Entre los países Ecuador e Italia se han fortalecido las relaciones comerciales con el paso de los años, tanto es así, que se han compactado como el principal socio comercial del país dentro del marco de la Unión Europea, ya que Italia representa el 37,3% de las exportaciones del país en productos no tradicionales. Cabe destacar, que Italia, fue el primer país en brindar apoyo al Ecuador para continuar con la firma del acuerdo multipartes que favorecerá a los exportadores nacionales en la inserción de productos nacionales en el mercado europeo.

Actualmente, todos los empresarios y emprendedores ecuatorianos realizan esfuerzos para fijar lazos comerciales y así incrementar el sector productivo del país, generando plazas de empleo que permitirán colaborar con el desarrollo económico y social, contribuyendo a la disminución de la tasa de desempleo en el país.

En el 2016, exactamente el 11 de noviembre, Ecuador decide firmar el Acuerdo Multipartes, con la Unión Europea, con este Acuerdo se pretende ayudar al sector exportador del país, ya que este redujo notablemente el pago de aranceles para el ingreso al mercado europeo. Dentro del marco del acuerdo firmado, se han contemplado cambios para 2565 subpartidas importadas desde Europa. Según fuentes del Ministerio de Relaciones Exteriores, estos cambios incluyen una desgravación total del 76% de las importaciones que provengan desde el continente europeo, la cual entró en vigor el 1 de enero del 2017.

4.13 Tratamiento Arancelario

Como es de conocimiento general, a raíz de la firma del Acuerdo Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea, el 69.6% de las subpartidas arancelarias estarán libres del pago de tributos, es decir, un total de 2,565 subpartidas entrarán con 0% de arancel; mientras que el 3.6% deberá pagar tributos al comercio exterior en el ingreso al continente europeo, y a su vez, esta ley es aplicable no sólo para productos que desde Ecuador se exporten, sino también para aquellos productos que se importen desde allá.

La subpartida arancelaria elegida para exportar este producto tema de investigación, “Vino de laboratorio con frutas” será la siguiente:

SECCIÓN: IV	
Productos de las Industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco, elaborados	
CAPÍTULO: 22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre
PARTIDA: 2204	Vino de uvas frescas, incluso encabezado; mosto de uva, excepto el de la partida no 20.09.
SUBPARTIDA: 2204.10.00	- Vino espumoso

Tabla 5 Tratamiento Arancelario

Fuente: (Arancel Nacional, 2018)

Elaborado: Carranza Quimí Kelly, V (2018)

4.14 COMPETENCIAS

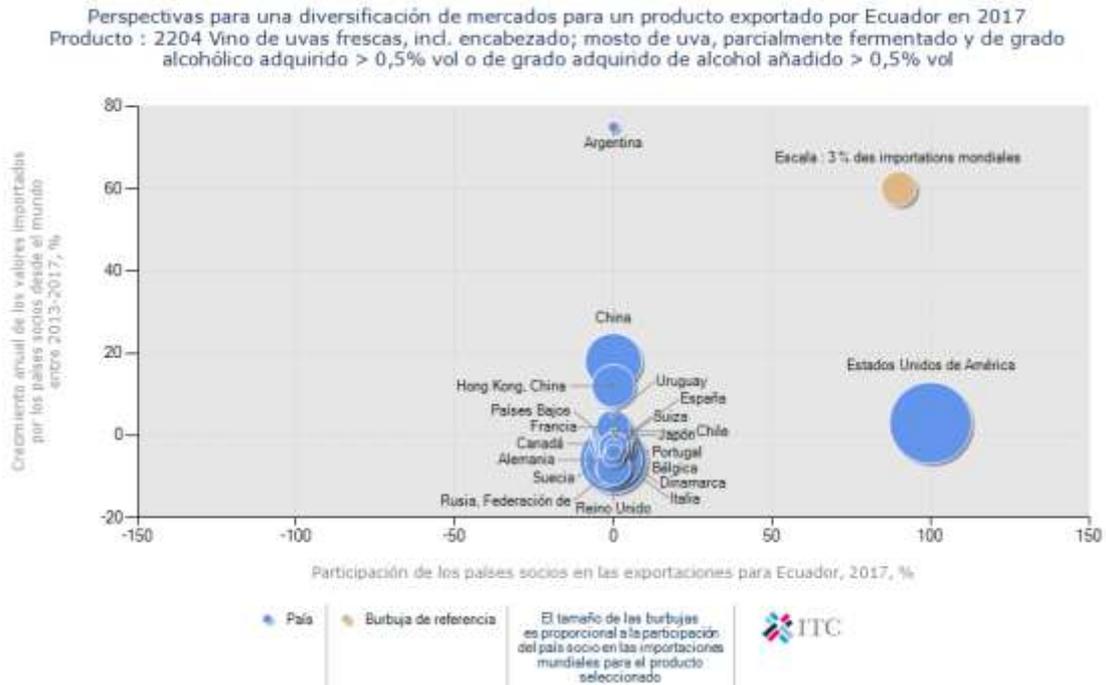


Figura 5. Participación de Ecuador en exportaciones de vino
 Fuente: TRADEMAP, 2018
 Elaboración: TRADEMAP 2018

En la figura 8, se puede observar la participación que ha tenido Ecuador frente a mercados internacionales con respecto a sus exportaciones mundiales de vino. El país al que más exporta es Estados Unidos de América, según información proporcionada por el portal web Trade Map.

Mediante las participaciones mundiales que se encontraron en el Trade Map, se puede partir como base aquellas competencias que se encuentren en el mercado local. A continuación se enlistan los 5 países que hacen competencia con el mercado ecuatoriano frente al destino escogido:

- ✓ Hong Kong, China
- ✓ Hungría
- ✓ Países Bajos
- ✓ España
- ✓ Estados Unidos de América

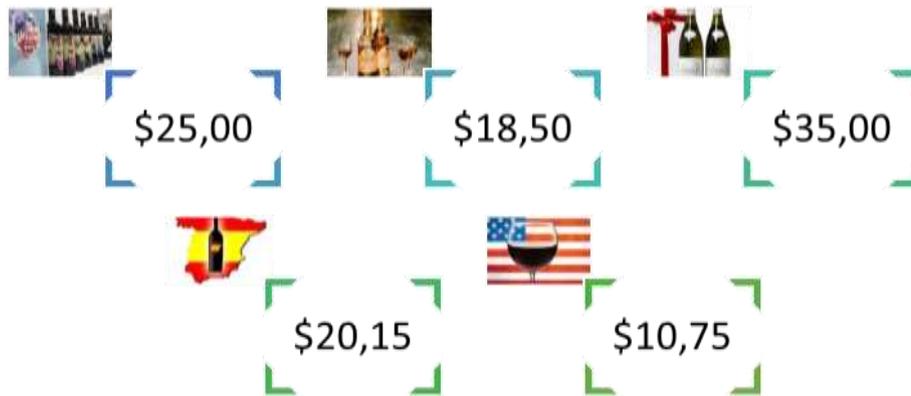


Figura 6. Comparativa de precios de vinos en el mundo
Fuente: TRADEMAP, 2018

5. Perfil De La Compañía

En el año de 1965 fue fundada la empresa Unión Vinícola Internacional S.A. y esta nace por iniciativa de los hermanos Guillermo y Gaspar Serra B oriundos de Barcelona – España, quienes al llegar al país encuentran entre sus habitantes una fuerte tradición hacia el brindis y la celebración y para ese entonces no existía en el mercado productos nacionales elaborados de forma industrializada que puedan satisfacer la necesidad de la demanda ecuatoriana.

Es así como surge la iniciativa de crear una empresa en el país que se dedique a la fabricación de vinos y espumantes. La empresa se establece de forma mucho más concreta en los inicios de los años 60 con la inauguración de sus primeras instalaciones en la ciudad de Milagro, es ahí que promueve el lanzamiento de su línea: CASTELL REAL y GRAND DUVAL.

El fenómeno se expande en todo el territorio nacional y eso benefició a que la empresa obtenga posesión en la mente del consumidor local y los lleva a convertirse en líderes en la fabricación local de vinos y espumantes, trasladando definitivamente sus actividades a la ciudad de Guayaquil para finalmente en el año 1978 inaugurar sus amplias y cómodas instalaciones en el km 5.5 vía a Daule, lugar donde actualmente desarrolla sus actividades en el sector norte de Guayaquil, en Mapasingue.

5.1 Datos Básicos

Unión Vinícola Internacional S.A. está registrada como contribuyente especial en el Servicio de Rentas Internas, inicia sus actividades comerciales el 21 de mayo de 1965. A continuación los datos de la compañía:

RUC: 0990011079001

Razón social: UNION VINICOLA INTERNACIONAL S.A.

Estado contribuyente en el RUC: ACTIVO

Nombre comercial: UNION VINICOLA INTERNACIONAL S.A.

Representante legal

Nombre: SERRA BODRO GASPAR

Cédula/RUC: 0903394658

Actividad económica principal: Actividades de Producción de bebidas alcohólicas

Tipo de Contribuyente: Sociedad

Subtipo de Contribuyente: Bajo el control de la superintendencia de compañías

Clase de Contribuyente: Especial

Obligado a llevar contabilidad: Sí

4.1.3 Misión

Esta compañía procura buscar la satisfacción de sus clientes, mediante la oferta de productos de calidad, elaborados con responsabilidad social y así tener prosperidad del negocio para el beneficio de sus proveedores, colaboradores y accionistas.

4.1.4 Visión

Su visión se enfoca en mantener una posición de liderazgo en las líneas tradicionales de negocio y ampliar sus actividades comerciales de acuerdo con las tendencias, necesidades y hábitos de los consumidores, para poder cumplir con la satisfacción de sus clientes en los gustos y preferencias.

4.1.5 Objetivos De La Empresa

Dentro de los objetivos que tienen como organismo para con sus clientes, se destacan las siguientes:

- Satisfacer la demanda de sus clientes en el marco nacional
- Expandir su mercado mediante la búsqueda de nuevos comercios para lograr la comercialización de sus productos
- Cumplir con los estándares de calidad mediante el cumplimiento de normas que permitan el reconocimiento de sus gestiones de calidad.

5.2 SITUACIÓN DE LA COMPAÑÍA

5.2.1 Análisis Organizacional

A continuación, se detalla el análisis organizacional de la compañía, se hace relevancia a los ejes que intervienen en la misma bajo la modalidad jerárquica de cómo están establecidas.

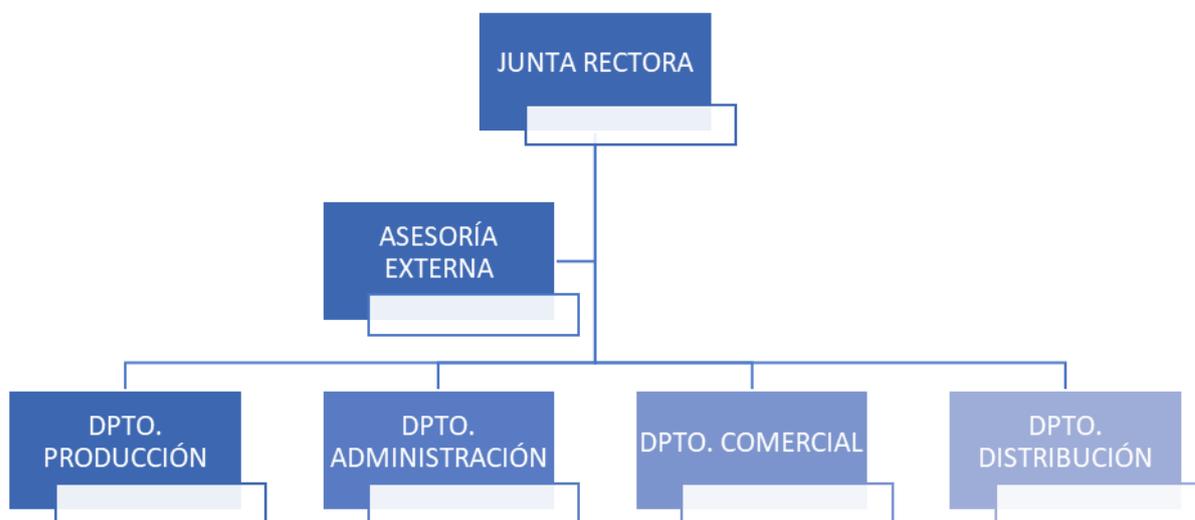


Figura 7. Estructura Organizacional

Fuente: Unión Vinícola Internacional S.A.

Elaborado: Elaborado: Carranza Quimí Kelly, V (2018)

Como se puede observar, la junta rectora está encargada de toda la organización y está conformada por los socios, accionistas y gerentes de la organización. A su vez ellos tienen

asesores externos que los ayudan en temas contables, estos asesores son auditores y revisan sus transacciones 2 veces al año. Y como toda organización, tienen sus departamentos, de producción que son los encargados de la elaboración del vino, el administrativo que se encarga de reclutar el talento humano y cumplir con el pago de sus colaboradores, el comercial que se dedica a la búsqueda de clientes y como meta se han fijado la búsqueda de clientes internacionales, y esta búsqueda les ha permitido encontrar a sus clientes en el ámbito europeo, lo que motiva a la realización del presente plan de exportación y por último el departamento de distribución, se encargan del abastecimiento de sus clientes a nivel nacional.

5.2.2 PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

Una decena de vinos y sangría bajo 5 marcas es el resultado de medio siglo de trabajo. Las mermeladas Guayas son otros de los productos de mayor historia de la empresa. A continuación se muestran los productos que ofrece Unión Vinícola a todos sus clientes ecuatorianos.

Champagne: de 750 cm³

Vino blanco: de 750 cm³

Vino tinto: de 750 cm³



*Figura 8. Productos de la Empresa Unión Vinícola Internacional S.A.
Fuente: Unión Vinícola Internacional S.A.
Elaborado: Unión Vinícola Internacional S.A.*

5.2.3 Producto A Exportar

El producto seleccionado para la exportación será el vino de laboratorio con frutas, en la siguiente ficha técnica se detalla la composición del mismo:

DESCRIPCIÓN Y FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	
1. Nombre del Producto	
VINO DE FRUTAS DE LABORATORIO	
2. Lugar de Elaboración	
Fábrica:	Unión Vinícola Internacional S.A.
Dirección:	Km 5.5 vía a Daule – Mapasingue - Guayaquil
Contenido Alcohólico:	8 %
Teléfonos de contacto:	2004141 - 2003883 - 2004185
3. Composición del producto:	
COMPONENTES:	
Concentrado de Uva	10
Agua	1 litro
Azúcar	1g
Levadura	½ libra
Antioxidantes	Metabisulfito de sodio
4. Presentaciones Comerciales:	
Botella: 750ml Dimensiones: 8 x 9 x 28	
5. Tipo de Envase:	
Botella de Vidrio	
6. Durabilidad	
3 años	
6. Material de Envase:	
<ul style="list-style-type: none">• Envase primario: Botellas de vidrio• Envase secundario: Caja de cartón coarrugado con 24 Botellas	
7. Condiciones de Conservación:	
<ul style="list-style-type: none">• Mantenerlo en ambiente fresco y seco• Una vez destapado el producto mantenerlo en refrigeración	

Tabla 6. Descripción y Ficha Técnica del Producto
Elaborado: Carranza Quimi Kelly, V (2018).

4.3 MERCADEO

4.3.1. FODA



Figura 9. Proceso de exportación
Elaborado: Elaborado: Carranza Quimí Kelly, V (2018)

5.3.2 VOLÚMENES, DIMENSIONES Y PRECIOS

5.3.2.1 VOLÚMENES

Se realizarán dos envíos anuales para la exportación de este producto, la primera exportación se dará en el mes de mayo debido a la importante influencia de comensales en el sector HORECA (Hoteles, restaurantes y catering) con una cantidad de 180 cajas corrugadas máster. Y la segunda exportación se dará en noviembre debido al incremento de actividades en el sector por temporadas navideñas y demás, para así abastecer el stock de productos que necesitan para cumplir con sus actividades programadas.

5.3.2.2 DIMENSIONES

Para la exportación de este producto, se utilizan cajas máster de cartón corrugado con separadores, de dimensiones 30 cm x 24cm x 30cm, incluidos separadores 4x3, las cuales son

adquiridas al proveedor Cartopel S.A., ubicado en la ciudad de Guayaquil. Cada cartón tiene un costo de \$2. Cabe recalcar que estas cajas son unitarizadas en pallets y cumplen con las normas fitosanitarias NIMF 15.

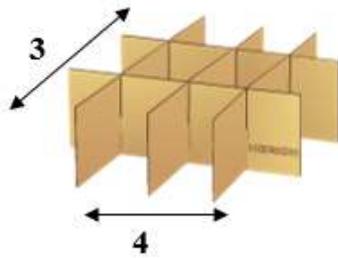


Figura 10. Dimensiones de Cajas
Fuente: Unión Vinícola Internacional S.A.
Elaborado: Elaborado: Carranza Quimi Kelly, V (2018)

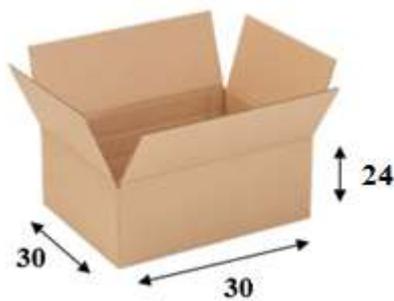


Figura 11. Separadores de Cajas
Elaborado: Elaborado: Carranza Quimi Kelly, V (2018)



Figura 12. Modelo de Caja con el producto
Elaborado: Elaborado: Carranza Quimi Kelly, V (2018)



Figura 13. Caja con pictogramas
Elaborado: Elaborado: Carranza Quimi Kelly, V (2018)

Se utilizan 3 tarimas de madera con medidas de 120x120x15cm que tienen un costo unitario de \$20 adquiridas del proveedor "Pallets Ecuador". En cada pallet se unitarizarán 80 cajas, distribuidas en 4 niveles por 4x5 de base. Por la naturaleza frágil de la mercadería, se toman todas las precauciones de paletización.

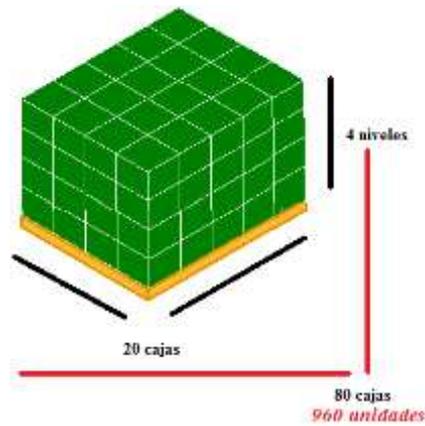


Figura 14. Cajas en pallets
Elaborado: Elaborado: Carranza Quimí Kelly, V (2018)

5.4 CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Para cumplir con el objetivo de incursionar el producto en el país meta escogido, la empresa debe contar con un socio estratégico en Roma, que haga la gestión en lo que respecta a la comercialización del producto, atendiendo las necesidades de los clientes finales, por lo expuesto, la empresa seleccionada para cumplir con el canal Directo-Corto para la exportación del vino es la empresa Birimport, ubicada en Roma, la cual se especializa en distribuir sus productos directamente a tiendas a nivel local.

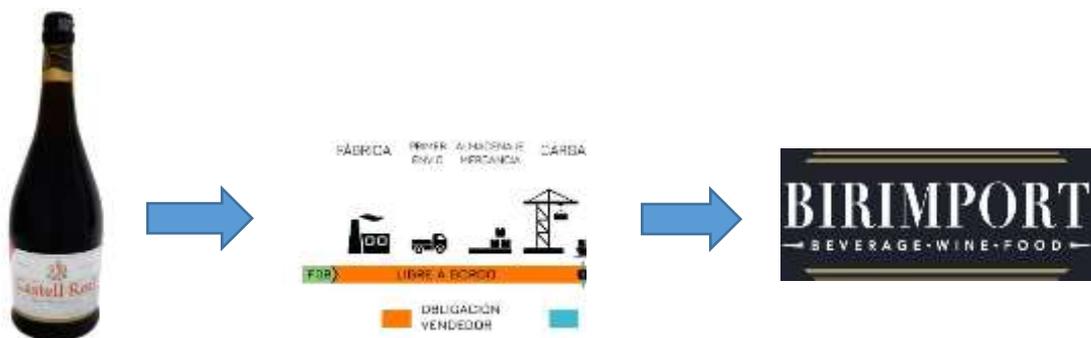


Figura 15. Canal de distribución
Elaborado: Elaborado: Carranza Quimí Kelly, V (2018)

5.5 (Logística) Pasos Para Realizar La Exportación

A continuación se presenta un flujograma que muestra la información acerca del proceso de exportación y Logística para el producto “Vino de laboratorio con frutas” de la empresa Unión Vinícola Internacional S.A., con destino de exportación hacia Italia, se procede a describir los pasos a seguir para ingresar al país mencionado sin dificultades:



Figura 16. Proceso de exportación
Elaborado: Elaborado: Carranza Quimí Kelly, V (2018)

Pasos que se requiere realizar antes de hacer la exportación:

1. Obtención del RUC como exportación en el Servicio de rentas internas el cual pedirá variedades de documentos al exportador como copia de cedula y certificado de votación y planilla de servicios básicos
2. Obtención de la firma electrónica –token- en las oficinas del registro civil.
3. Registrarse en la página de Ecuapass como exportador donde podrá:
 - Actualizar datos en la base
 - Crear usuario y contraseña
 - Aceptar las políticas de uso
 - Registrar la firma electrónica
4. Realizar una recepción de pedido
5. Emitir la Factura de exportación junto con la lista de empaque

6. Transmisión de la DAE con los documentos obligatorios: factura comercial, lista de empaque y adicional enviar el certificado de origen
7. Ingreso de mercancía a zona primaria
8. Pago por envío de las cajas
9. Se realiza el aforo si no existe novedades se realiza el cierre de aforo
10. Obtención de la Guía aérea

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

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

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación. Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- Canal de Aforo Documental
- Canal de Aforo Físico Intrusivo
- Canal de Aforo Automático

Para el caso del Canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entiéndase con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias. En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el caso del Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada. Revisar boletín 222 – 2012 en el cual se encontrará los instructivos para el correcto llenado de la DAE junto con los videos demostrativos.

4.6.1 Pre-Embarque y Post-Embarque

Etapa de Pre-Embarque

• Este proceso de exportación se inicia con la transmisión de la Declaración Aduanera de Exportación en el sistema Ecuapass la misma que deber ser acompañada con los siguientes documentos:

- Registro de Exportadores (RUC) (Requisito Previo)
- Factura Comercial Original (Requisito Específico)
- Autorizaciones Previas dependiendo del producto a Exportar (Requisitos Específico),
- Certificado de Origen (Cuando el caso lo amerite (Requisito).
- Registro como Exportador a través de la Página Web del SENA E

Los datos que se consignan en la declaración aduanera:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignatario
- Destino de la carga
- Cantidades
- Pesos
- Autorizaciones Previas
- Certificado de Origen: Es de vital importancia porque debido al Acuerdo de complementación económica ya que es sinónimo de desgravación arancelaria para el comprador.
- Certificados de Calidad

Etapa Post-embarque

• Para la etapa final, se podrá regularizar declaraciones aduaneras de exportación ante el SENA E y obtener la DAE definitiva, a través de un registro electrónico que permite compensar el proceso de exportación régimen 40

• Una vez que se realiza este registro la DAE obtiene la marca REGULARIZADA. Para poder completar este proceso con un plazo de 30 días luego del embarque.

- Y se deben presentar los siguientes documentos:
- Copia de la Factura Comercial
- Copia de lista de Empaque
- Copia del Certificado de Origen
- Copias no negociables de documentos de transporte

CONCLUSIONES

La investigación permite concluir que el mercado italiano es el idóneo para la exportación del producto, puesto que existe un segmento determinado que tiende a demandar elaborados del vino por motivos de demanda para la distribución al sector HORECA. Aprovechando el beneficio de los acuerdos multilaterales, el país está empezando a la exportación de estos productos y la empresa Unión Vinícola no podía ser la excepción de participar en la comercialización de su producto en mercados internacionales. Por otro lado, la empresa no utiliza la totalidad de su capacidad instalada, debido a que solo comercializa su producto localmente, donde ha logrado mantener la aceptación de los consumidores, por lo que se cree que con una mínima inversión, se podrá satisfacer la demanda del mercado italiano.

Luego de la investigación realizada, se determinó que el producto cumple con los requerimientos exigidos a nivel local que facilitan la exportación regular al mercado seleccionado Italia, este proceso no es simple para el importador debido a que existen requisitos al momento de ingresar a ese mercado que deberán respetarse y cumplirse correctamente, pero a su vez tiene el ventajoso beneficio de adquirir el producto sin el pago de aranceles.

Bibliografía

- Alecoy, T. (2011). *Las culturas exitosas forjan prosperidad económica desde la concepción del individuo*. Santiago de Chile: Tirso José Alecoy.
- Arancel Nacional. (2018).
- Arias. (2012).
- Asamblea Nacional. (2010). *COPCI*. Quito: Editora Nacional.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Editora Nacional.
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2018). Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>
- Barbazán, C., & Sendra, J. (2012). *Apoyo domiciliario y alimentación familiar: El asistente como eje central en la gestión y mantenimiento del hogar del dependiente*. Vigo: Ideaspropias Editorial.
- Barradas, M. (2014). *Seguimiento de Egresados: Una excelente estrategia para garantizar una educación de calidad*. Bloomington: Palibrio.
- Barrera, J. P. (2010). Sobre las bebidas.
- Bastos, A. (2010). *Implantación de Productos y servicios*. Madrid: Ideaspropias.

- Bohigues, I. (2014). *Ámbito sociolingüístico*. Madrid: Paraninfo.
- Borunda, R., Cepeda, J., Salas, F., & Medrano, V. (2013). *Desarrollo y Competitividad de los Sectores Económicos en México*. México, D.F.: Centro de Investigaciones Sociales.
- César Bernard. (2013). *Metología de la Investigación* 6ta Edición.
- Christensen, C. (2014). *Guía del Innovador para crecer: Cómo aplicar la innovación disruptiva*. Madrid: Grupo Planeta Spain.
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (2018). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*.
- Congreso Nacional. (2004). *Ley Forestal y de Conservación de Áreas naturales y vida silvestre*. Quito: Editora Nacional.
- COPCI. (2011). *LIBRO V*. guayaquil: copci.
- Cruelles, J. (2012). *Productividad e Incentivos: Cómo hacer que los tiempos de fabricación se cumplan*. Barcelona: Marcombo.