



**Universidad del Azuay**

**Facultad de Ciencias Jurídicas**

**Escuela de Estudios Internacionales**

“Plan de internacionalización de la empresa, Fábrica de Velas Herminio Delgado  
Cía. Ltda., a través de la Ruta PRO ECUADOR para el Exportador.”

**Tesis previa a la Obtención del Título de Licenciadas en Estudios  
Internacionales mención Comercio Exterior**

**Autores:**

María Angélica Cobo Vázquez

Cristina Elisa Delgado Palacios

**Director:** Dra. Claudia Inés Campoverde Cárdenas

**Cuenca – Ecuador**

**2018**

## **Dedicatoria**

Dedicamos el presente trabajo de titulación a nuestros padres y hermanos quienes han sido un apoyo incondicional en cada etapa de nuestras vidas. A nuestros abuelos por el regalo de su sabiduría y amor.

## **Agradecimiento**

Primordialmente deseamos agradecer a nuestros padres por su amor, su apoyo y sacrificio, por el consejo oportuno que ha orientado y nutrido nuestras vidas permitiendo así que culminemos nuestra formación académica.

Del mismo modo agradecemos a los docentes de la carrera de Estudios Internacionales de la Universidad del Azuay, quienes nos enriquecieron día a día con sus valiosos conocimientos e inspiraron para convertirnos en profesionales de éxito.

De una manera especial queremos agradecer muy encarecidamente a nuestra profesora y directora de tesis, Dra. Claudia Inés Campoverde Cárdenas, quien nos ha apoyado y guiado en la elaboración del presente trabajo de titulación.

Agradecemos también al Arq. Gustavo Delgado Moreno, Gerente de la Fábrica de Velas Herminio Delgado Cía. Ltda., por generosamente abrirnos las puertas de la empresa y facilitarnos la información necesaria para poder realizar el presente trabajo.

De la misma manera, agradecemos al Ing. Luis Salcedo, especialista zonal de PRO ECUADOR, quien nos facilitó información y datos fundamentales para poder concluir con el presente trabajo.

## Índice de Contenidos

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO 1: LA EMPRESA “FÁBRICA DE VELAS HERMINIO DELGADO CÍA. LTDA.” .....</b>	<b>3</b>
INTRODUCCIÓN.....	3
MIPYMES y PYMES.....	4
Definición .....	4
Características.....	5
Los Órganos de Regulación de las MIPYMES .....	6
Situación actual en el Ecuador.....	8
<b>LA EMPRESA .....</b>	<b>13</b>
Reseña histórica de la empresa y sus productos .....	13
Misión .....	14
Visión.....	15
Valores .....	15
Talento humano .....	15
Competidores .....	15
Estructura organizacional .....	16
Organigrama: .....	18
Análisis FODA: .....	19
<b>DESCRIPCIÓN DEL PRUDUCTO.....</b>	<b>20</b>
El Producto .....	20
Reseña Histórica de las Velas.....	20
Marcas.....	21
Marca Velas HD .....	21
Marca LAVEL .....	23

CONCLUSIÓN .....	25
<b>CAPÍTULO 2 LA ENTIDAD PÚBLICA PRO ECUADOR .....</b>	<b>27</b>
INTRODUCCIÓN.....	27
INTRODUCCIÓN A PRO ECUADOR.....	28
Información Legal.....	29
Áreas .....	31
RUTA PRO ECUADOR PARA EL EXPORTADOR.....	33
Introducción a la Ruta PRO ECUADOR para el Exportador.....	33
Orientación y Asesoría.....	35
Formación y Asistencia Técnica.....	38
Promoción Comercial .....	40
CONCLUSIÓN .....	46
<b>CAPÍTULO 3 PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA LA EMPRESA SIGUIENDO LA RUTA PRO ECUADOR PARA EL EXPORTADOR. ....</b>	<b>47</b>
INTRODUCCIÓN.....	47
SITUACIÓN DE LA EMPRESA .....	49
Informe realizado por PRO ECUADOR .....	49
Comentarios generales de la visita de campo (criterio auditor).....	53
Informe final y conclusiones.....	53
CARACTERÍSTICAS GENERALES .....	54
Partida Arancelaria para el producto .....	54
Exportaciones de Ecuador hacia el mundo .....	55
CAPACITACIONES DE PRO ECUADOR .....	58
Capacitaciones Específicas y Asesoramiento por parte de PRO ECUADOR....	58
Certificaciones internacionales relacionadas con Gestión de Calidad, Procesos, Salud y Seguridad Ocupacional.....	58
Fichas Técnicas del Producto que se desea Exportar .....	61

Suficiente Capacidad de Producción para Satisfacer las Demandas del Mercado .....	61
Precios de exportación de productos estructurados según los Incoterms. ....	62
<b>OFERTA EXPORTABLE.....</b>	<b>66</b>
El Producto .....	66
Aromas y colores seleccionados .....	66
Elaborado por: Cobo-Delgado .....	67
Envase.....	67
Etiqueta y empaque.....	68
Embalaje .....	70
Precio de exportación.....	71
<b>CONTACTOS DE NEGOCIO: PROECUADOR.....</b>	<b>72</b>
Oportunidades de negocio .....	72
Contacto con oficinas comerciales .....	73
Ferias Internacionales .....	73
<b>CONCLUSIÓN .....</b>	<b>76</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>78</b>
<b>GLOSARIO DE TÉRMINOS .....</b>	<b>82</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>85</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>89</b>

### **Índice de Figuras**

Figura 1 Estructura de empresas según su tamaño, año 2016.....	9
Figura 2 Estructura de empresas según provincia, año 2016.....	10
Figura 3 Participación en ventas de las actividades productivas según tamaño de empresa, año 2016.....	11
Figura 4 Participación en ventas de las actividades productivas por provincia, año 2016.....	12
Figura 5 Organigrama Fábrica de Velas Herminio Delgado. ....	18

Figura 6 Ruta PRO ECUADOR para el Exportador.....	34
Figura 7 Principales sellos y certificaciones internacionales.....	37
Figura 8 Red de Oficinas Nacionales de PRO ECUADOR.....	45
Figura 9 Incoterms 2010.....	64
Figura 10 Muestra del envase.....	67
Figura 11 Descripción del envase.....	67
Figura 12 Muestra de la etiqueta y empaque.....	68
Figura 13 Muestra de la estructura de la caja.....	69

### **Índice de Tablas**

Tabla 1 Categorías de las micro, pequeñas y medianas empresas.....	6
Tabla 2 Análisis FODA.....	19
Tabla 3 Segmentación del mercado meta marca Velas HD.....	22
Tabla 4 Segmentación del mercado meta marca LAVEL.....	24
Tabla 5 Sectores Productivos del Ecuador.....	44
Tabla 6 Red de Oficinas Internacionales de PRO ECUADOR.....	44
Tabla 7 Partida Arancelaria para el producto.....	54
Tabla 8 Estadísticas de comercio exterior de bienes, exportaciones / por Subpartida y País Destino.....	55
Tabla 9 Descripción de aromas y colores.....	66
Tabla 10 Costos de Producción.....	72
Tabla 11 Ferias Internacionales Multisectoriales 2018.....	74

### **Índice de Anexos**

Anexo 1 Título de registro de la MARCA DE PRODUCTO, Velas HD.....	89
Anexo 2 Título de registro de la MARCA DE PRODUCTO, Lavel.....	90
Anexo 3 Test Potencial Exportador Velas HD.....	91
Anexo 4 Primera empresa cuencana recibe "Mi Primer Certificado INEN".....	93

## **Resumen**

La economía ecuatoriana está compuesta en su mayor porcentaje por agentes económicos que se encuentran categorizados dentro del grupo de MIPYMES, siendo esta una realidad actual y tomando en cuenta que muchas de éstas se encuentran en capacidad de expandirse y ofertar sus productos al mundo a través de la exportación, es en este punto cuando las MIPYMES deben dar un siguiente paso, enfocado a la internacionalización de la empresa, pues de esta forma podrán ofertar sus productos en mercados más grandes y a su vez crecer de manera positiva con bienes de calidad y competitivos internacionalmente. En el Ecuador las MIPYMES tienen la posibilidad de encontrar nuevos mercados fuera del nacional, todo esto siguiendo la Ruta PRO ECUADOR para el Exportador, pues esta última es un mecanismo que brinda asesoría a las empresas para que se encaminen a ser exportadoras, esta herramienta es ofertada por PRO ECUADOR (Institución Pública) que forma parte de Ministerio de Comercio Exterior, con el fin de incentivar la producción nacional en mercados internacionales. Durante el desarrollo del trabajo propuesto, se busca desglosar todos los conceptos y herramientas existentes para ser aplicados en la empresa familiar cuencana “Fábrica de Velas Herminio Delgado”, siendo esta última también analizada como agente con potencial de exportador, pues el mercado nacional ya no es una variable que le permite a esta empresa seguir creciendo.

## **Abstract**

The Economy of Ecuador is composed in its greater percentage of economic agents that are categorized within the group of MSME (Micro Small and Medium Enterprises) being this a current reality and taking into account that many of these enterprises are able to expand and offer their products to the world through exportation, it is at this point when the MSME must take the next step focused on the internationalization of the company, because this way they can offer their products in larger markets and at the same time grow positively with products of quality, internationally competitive . In Ecuador, MSME have the possibility to find new markets outside of the country, all this pursuing the PRO ECUADOR ROUTE for the Exporter, since the latter is a mechanism that provides exportation advice to companies in order for them to become exporters, this tool is offered by PRO ECUADOR (Public Institution) which is part of the Ministry of Foreign Trade, in order to encourage national production in international markets. The development of this research seeks to analyze all existing concepts and tools to be applied in the family business of the city of Cuenca "Fábrica de Velas Herminio Delgado", being this Company also considered as an agent with export potential, since the national market is no longer a variable that allows this firm to continue growing.

## INTRODUCCIÓN

Las MIPYMES tienen un rol fundamental en la economía ecuatoriana, ya que las mismas representaron aproximadamente un 92% de las empresas en el Ecuador en el 2016 (Econ. Victor Zabala, 2016). Es por esa razón que el presente trabajo de titulación pretende motivar a las MIPYMES a internacionalizarse mediante la Ruta PRO ECUADOR para el Exportador.

Nuestra investigación toma como ejemplo aplicativo a la “Fábrica de Velas Herminio Delgado”, empresa familiar ubicada en la ciudad de Cuenca, misma que ha tenido presencia en el mercado nacional por más de 50 años, por lo que se propondrá dar un paso adelante y buscar la internacionalización de la misma, mediante la exportación de sus productos, utilizando la Ruta PRO ECUADOR para el Exportador, siendo esta última una opción a ser aplicada por otras MIPYMES del país.

El principal objetivo del presente trabajo de titulación es diseñar una propuesta de internacionalización para la empresa mencionada anteriormente, mediante la aplicación de la Ruta PRO ECUADOR para el Exportador. Para lograr el mencionado objetivo; en primer lugar, se analizará de una manera holística a las MIPYMES y a la empresa ya mencionada; en segundo lugar, se analizará la entidad pública PRO ECUADOR y por último, se establecerá un plan de internacionalización para la empresa.

Dentro de la metodología para la elaboración del presente trabajo de graduación, se analizarán diferentes fuentes secundarias cualitativas como: libros, trabajos de grado, revistas científicas, papers, artículos de la internet, entre otros. Los datos que formarán parte relevante del presente trabajo serán tomados de libros, la internet, bibliotecas virtuales (Ebrary, Ebsco, Scopus, proQuest, entre otras); también se analizarán datos cuantitativos como índices de exportación del Ecuador que se

consideren relevantes, esta información será tomada de fuentes primarias como Statistica, Banco Central del Ecuador, Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), Banco Mundial, CÍA Factbook, entre otros.

# **CAPÍTULO 1: LA EMPRESA “FÁBRICA DE VELAS HERMINIO DELGADO CÍA. LTDA.”**

## **INTRODUCCIÓN**

El presente capítulo tiene un enfoque empresarial. En la primera parte se analizará de una manera holística a las MIPYMES, presentando las definiciones de mayor relevancia acerca de dichas empresas; posteriormente se expondrán las principales características, se hará referencia a los órganos de regulación y por último se destacará la importancia y la situación actual que tienen las MIPYMES en el Ecuador.

En la segunda parte abordaremos los principales aspectos y características de la empresa “Fábrica de Velas Herminio Delgado” como: la historia, misión, visión, valores, talento humano, competidores, estructura organizacional, organigrama y por último se realizará el análisis FODA.

En la tercera parte nos enfocaremos netamente en la descripción del producto, por lo que se expondrá un breve resumen acerca de los bienes que la empresa provee al mercado; seguido por la referencia a las dos marcas con las que actualmente se cuentan: Velas HD y LAVEL; del mismo modo se presentarán los segmentos de mercado meta, líneas de productos y su distribución.

## **MIPYMES y PYMES**

### **Definición**

El término MIPYME es el acrónimo de “Micro, Pequeña y Mediana Empresa” mientras que PYME es el acrónimo de “Pequeña y Mediana Empresa”; las MIPYMES y PYMES tiene un rol fundamental en la economía ecuatoriana, ya que citando a la revista Ekos, las mismas representaron en el 2016 el 92% y 42% de las empresas en el Ecuador, respectivamente (Econ. Victor Zabala, 2016).

Es por esa razón que a continuación se citarán las definiciones más relevantes, con el fin de dar un mejor entendimiento de los ya mencionados términos. La Real Academia de la Lengua proporciona una definición amplia de PYME acotando que: “es una empresa mercantil, industrial, etc., compuesta por un número reducido de trabajadores, y con un moderado volumen de facturación; por tanto una empresa es pequeña o mediana en función del volumen de ingresos, del valor de su patrimonio y del número de trabajadores que tiene en plantilla.” (Real Academia de la Lengua, 2017).

Por otro lado, el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), publicado en el Registro Oficial Suplemento Nro. 351, de fecha 29 de diciembre de 2010, define a la MIPYME como “toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código” (Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones C. , 2010).

Adicionalmente citando la página oficial del Servicio de Rentas Internas (SRI) se entiende como PYMES “al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel

de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas” (Servicio de Rentas Internas, PYMES, n.d.).

### **Características**

En las ciudades de mayor desarrollo se encuentran concentradas el mayor número de PYMES; en Guayaquil y Quito se localizan al rededor del 75% de entidades; mientras que en las provincias del Azuay, Manabí y Tungurahua el 17% y apenas el 8% restante corresponde al resto de provincias.

Según información publicada en la página web del Servicio de Rentas Internas, en el Ecuador las pequeñas y medianas empresas realizan diferentes tipos de actividades económicas, entre las que destacan las siguientes:

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales. (Servicio de Rentas Internas, PYMES, n.d.)

El artículo 106 del Reglamento “a la Estructura e Institucionalidad de Desarrollo Productivo, de la Inversión y de los Mecanismos e Instrumentos de Fomento Productivo” del Libro II del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, publicado en el Registro Oficial Suplemento Nro. 450, de fecha 17 de mayo de 2011, hace referencia a la clasificación de las MIPYMES, indicando las categorías que tienen las micro, pequeñas y medianas empresas para los programas de fomento y desarrollo empresarial.

La siguiente tabla pretende resumir las categorías mencionadas:

Tabla 1 Categorías de las micro, pequeñas y medianas empresas.

	<b>Número de trabajadores.</b>	<b>Valor de ventas o ingresos brutos anuales</b>
<b>Micro empresa</b>	1 a 9	Iguales o menores a cien mil (US \$ 100.000,00) dólares de los Estados Unidos de América.
<b>Pequeña empresa</b>	10 a 49	Entre cien mil uno (US \$ 100.001,00) y un millón (US \$ 1'000.000,00) de dólares de los Estados Unidos de América.
<b>Mediana empresa</b>	50 a 199	Entre un millón uno (USD 1'000.001,00) y cinco millones (USD 5'000.000,00) de dólares de los Estados Unidos de América.

**Fuente: Artículo 106 del Reglamento “a la Estructura e Institucionalidad de Desarrollo Productivo, de la Inversión y de los Mecanismos e Instrumentos de Fomento Productivo” del Libro II del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.**

**Elaborado por: Cobo-Delgado**

### **Los Órganos de Regulación de las MIPYMES**

En el artículo 54 del Libro III del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, denominado “Del Desarrollo Empresarial de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, y de la Democratización de la Producción”, menciona a los órganos de regulación de las MIPYMES; haciendo referencia a la institucionalidad y competencias de los mismos. De acuerdo al ya mencionado artículo, el Consejo Sectorial de la Producción es el encargado de la coordinación de las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales de acuerdo a sus competencias.

Con el fin de fijar las políticas transversales de las MIPYMES, se le atribuye al Consejo Sectorial de la Producción las siguientes atribuciones y competencias:

**a.** Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos recomendados por el organismo ejecutor, así como monitorear y evaluar la gestión de los entes encargados de la ejecución, considerando las particularidades culturales, sociales y ambientales de cada zona y articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero;

**b.** Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno;

**c.** Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo MIPYMES, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, que se requieran para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de cada sector;

**d.** Coordinar con los organismos especializados, públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial, orientados a promover la participación de las MIPYMES en el comercio internacional;

**e.** Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES;

- f.** Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPYMES, determinados por la autoridad competente en la materia;
  
- g.** Impulsar la implementación de programas de producción limpia y responsabilidad social por parte de las MIPYMES;
  
- h.** Impulsar la implementación de herramientas de información y de desarrollo organizacional, que apoyen la vinculación entre las instituciones públicas y privadas que participan en el desarrollo empresarial de las MIPYMES;
  
- i.** Coordinar con las instituciones del sector público y privado, vinculadas con el financiamiento empresarial, las acciones para facilitar el acceso al crédito de las MIPYMES; y,
  
- j.** Las demás que establezca la Ley (Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones)

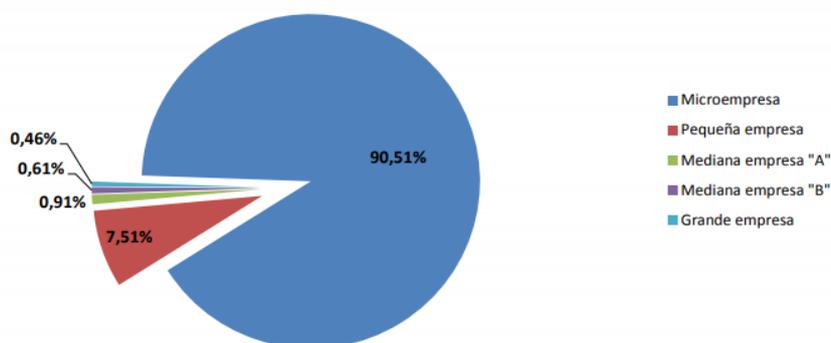
### **Situación actual en el Ecuador**

De acuerdo al “Directorio de Empresas y Establecimientos”, documento emitido por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), se registraron 843.745 empresas en el 2016. A continuación se analizará: la estructura de las empresas y la participación en ventas según su tamaño y provincia.

Figura 1 Estructura de empresas según su tamaño, año 2016



### Estructura de empresas según su tamaño, año 2016



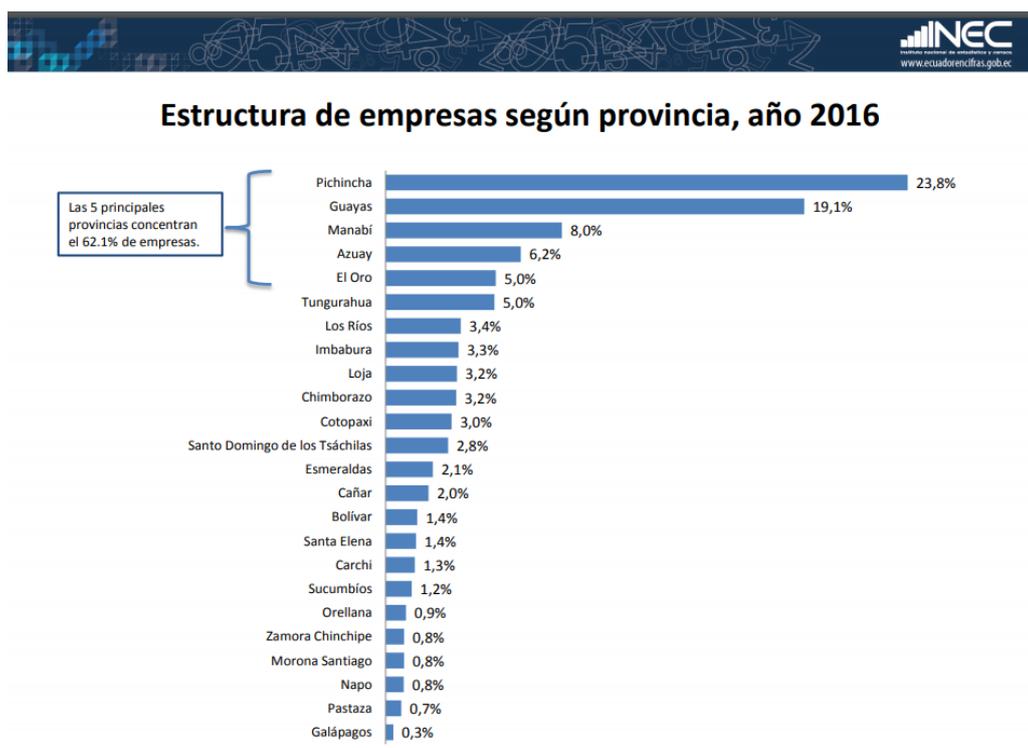
Tamaño de Empresa 2016	No. Empresas	Porcentaje
Microempresa	763.636	90,51%
Pequeña empresa	63.400	7,51%
Mediana empresa "A"	7.703	0,91%
Mediana empresa "B"	5.143	0,61%
Grande empresa	3.863	0,46%
<b>Total</b>	<b>843.745</b>	<b>100,00%</b>

Nota: Clasificación emitida por la Comunidad Andina de Naciones (CAN)

**Fuente:** (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, n.d.)

De acuerdo a la Figura 1, la mayoría de las empresas en el Ecuador son microempresas, ya que las mismas representaron el 90,51% del total; el 7,51% son pequeñas y el 1,52% son medianas; mientras que las grandes empresas tan solo representaron el 0,46% del total. Por lo que concluimos que el 99,54% de las empresas en el año 2016 fueron MIPYMES.

Figura 2 Estructura de empresas según provincia, año 2016



**Fuente:** (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, n.d.)

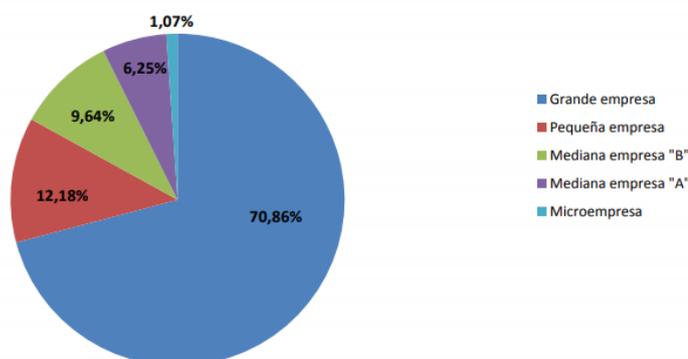
De acuerdo a la Figura 2, el 62,10% de las empresas en el 2016 se concentraron en las 5 principales provincias del Ecuador: Pichincha, Guayas, Manabí, Azuay y El Oro; representando el 23,8%, 19,1%, 8%, 6,2% y 5%, respectivamente.

Como dato adicional, las principales actividades económicas en el año 2016 fueron: el comercio, la agricultura y ganadería, el transporte y almacenamiento, las manufacturas y el alojamiento y comidas; representando el 36,6%, 10,4%, 10%, 8,6% y el 7,4% respectivamente.

Figura 3 Participación en ventas de las actividades productivas según tamaño de empresa, año 2016



### Participación en ventas según tamaño de empresa, año 2016



Tamaño de Empresa 2016	Ventas (millones de dólares corrientes)	Porcentaje
Grande empresa	104.679	70,86%
Pequeña empresa	17.998	12,18%
Mediana empresa "B"	14.242	9,64%
Mediana empresa "A"	9.229	6,25%
Microempresa	1.582	1,07%
<b>Total</b>	<b>147.730</b>	<b>100,00%</b>

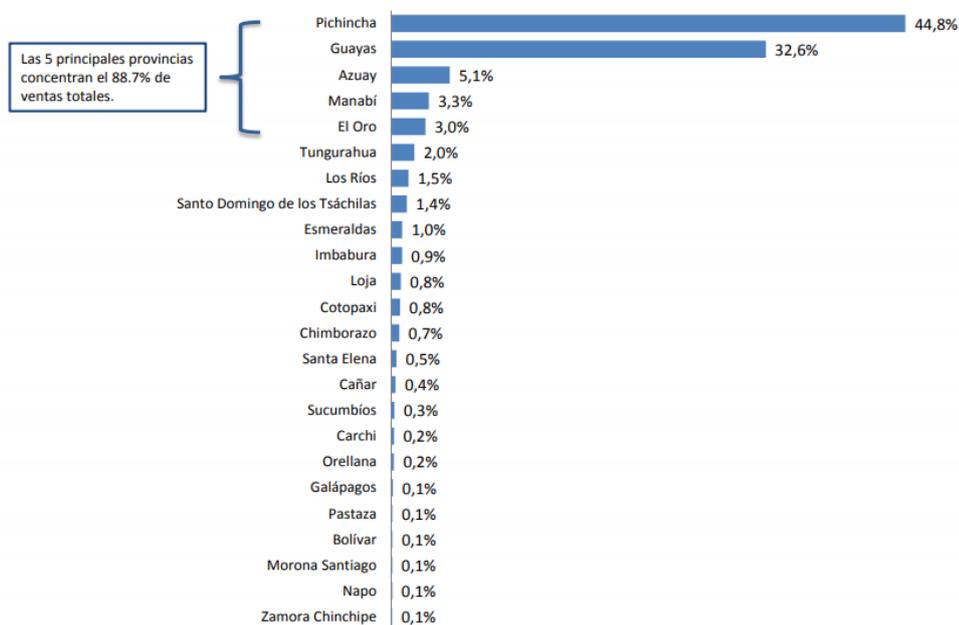
**Fuente:** (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, n.d.)

En relación a la Figura 3, la grande empresa cuenta con la mayor participación en ventas de las actividades productivas durante el 2016, ya que la misma representó el 70,86%. Mientras que la pequeña, mediana y micro empresa, representaron el 12,18%; 15,89%; y el 1.07%, respectivamente. Por lo que se puede concluir que las MIPYMES representaron un total de 29,14% en la participación en ventas de las actividades productivas en 2016.

Figura 4 Participación en ventas de las actividades productivas por provincia, año 2016.



### Participación en ventas según provincia, año 2016



**Fuente:** (Instituto Nacional de Estadística y Censos, n.d.)

En relación a la Figura 4, se puede concluir que las ventas totales se concentraron en las siguientes provincias: Pichincha (44,8%), Guayas (32,6%), Azuay (5,1%), Manabí (3,3%) y El Oro (3,0%). Como conclusión final las 5 provincias mencionadas representaron el 88,7% de las ventas totales.

## **LA EMPRESA**

### **Reseña histórica de la empresa y sus productos**

La Fábrica Velas Herminio Delgado inició en 1940 gracias al emprendimiento del Sr. Herminio Delgado, apoyado por su hijo el Sr. Julio Delgado. En sus inicios la empresa se caracterizó por ser familiar, dedicada a la producción de velas de paquete o velas blancas.

Al principio, la fábrica contaba con tan solo moldes manuales que permitían una producción muy limitada; es por esta razón que para 1950 la empresa importó su primera máquina desde Alemania para la elaboración de velas blancas, la cual permitió mejorar la producción y la calidad del producto.

Para 1965, la empresa logró una mayor popularidad y sobre todo una mayor presencia en el mercado, por lo que fue necesario la importación de más máquinas y de la misma manera inició las importaciones de parafina (materia prima), lo que permitió a la empresa reducir sus costos y tener una mayor producción para satisfacer de mejor manera el mercado.

En 1975, la compañía importó desde Alemania la primera máquina para la elaboración de velas torneadas; la importación de la mencionada máquina significó el primer esfuerzo por parte de la empresa de elaborar y producir velas decorativas.

En 1980, la compañía introdujo sus productos en las dos cadenas de supermercados más grandes e importantes del Ecuador, “La Favorita” y “El Rosado”.

La década de los noventa fue de grandes cambios administrativos para la empresa, ya que en 1992 Herminio Delgado vendió las acciones a su hijo Julio Delgado, quien a

partir de entonces tomó las riendas de la compañía. En 1996 el Arq. Gustavo Delgado comenzó a trabajar en la fábrica como gerente general de la compañía.

En el año 2000 se realizó una renovación de la maquinaria, mejorando así la calidad de las velas decorativas. Desde el 2001 la fábrica formó parte de la "ASOCIACIÓN LATINOAMERICA DE FABRICANTES DE VELAS" ALAFAVE, lo cual permitió a la empresa tener contacto directo con proveedores de todo el mundo y de la misma manera contar con una mayor influencia de las tendencias de moda.

Durante el 2012, Julio Delgado donó las acciones a su hijo Gustavo Delgado, quien hasta la fecha se encarga del manejo directo de la empresa.

Actualmente la empresa cuenta con más de 10 líneas de productos y sirve a las principales cadenas de supermercados y tiendas de decoración a nivel nacional. El nuevo reto al que se enfrenta la compañía es la internacionalización de sus productos a nuevos mercados, de esa manera tendrá que ampliar su presencia a nivel internacional.

## **Misión**

La Fábrica de Velas Herminio Delgado es una empresa ecuatoriana dedicada a la fabricación y comercialización de velas tradicionales, decorativas y aromáticas elaboradas con mano de obra 100% ecuatoriana. El eje central de la misma es satisfacer el mercado nacional con productos innovadores y de alta calidad, sin olvidar la responsabilidad que tiene con el medio ambiente, lo cual los convierte en una compañía con responsabilidad y ética.

## **Visión**

Ser los principales distribuidores a nivel nacional en velas y decoración, de la misma manera ser reconocidos como marca de gran calidad e innovación tanto nacional como internacionalmente; buscando atender satisfactoriamente a las demandas del mercado.

## **Valores**

El eje central de la Fábrica de Velas Herminio Delgado es trabajar en equipo basándose en la confianza, ética, responsabilidad y respeto en todos los niveles; con el fin de crear un ambiente de trabajo óptimo que les permita satisfacer de mejor manera las necesidades y demandas de sus clientes sin dejar de lado su responsabilidad con el medio ambiente.

## **Talento humano**

Fábrica de Velas Herminio Delgado tiene 78 empleados, de los cuales 15 son administrativos, mientras que 63 son de planta. Cabe recalcar que cuenta con la asesoría externa de expertos en medicina ocupacional y seguridad industrial. El personal de la empresa cuenta con constantes capacitaciones en innovación y mejora de procesos, con el fin de garantizar productos atractivos de calidad con un alto valor agregado.

## **Competidores**

Los principales competidores de la Fábrica de Velas Herminio Delgado son: Almon del Ecuador y Glade, en cuanto a velas aromáticas, mientras que Industrias Catedral, en velas de paquete y decoración. Cabe recalcar que las velas importadas también representan una gran competencia para la empresa al tener una ventaja competitiva

en precios. De la misma manera, los artesanos también representan competencia local, ya que, si bien no cuentan con producción industrial, tienen diseños innovadores con un alto valor agregado.

### **Estructura organizacional**

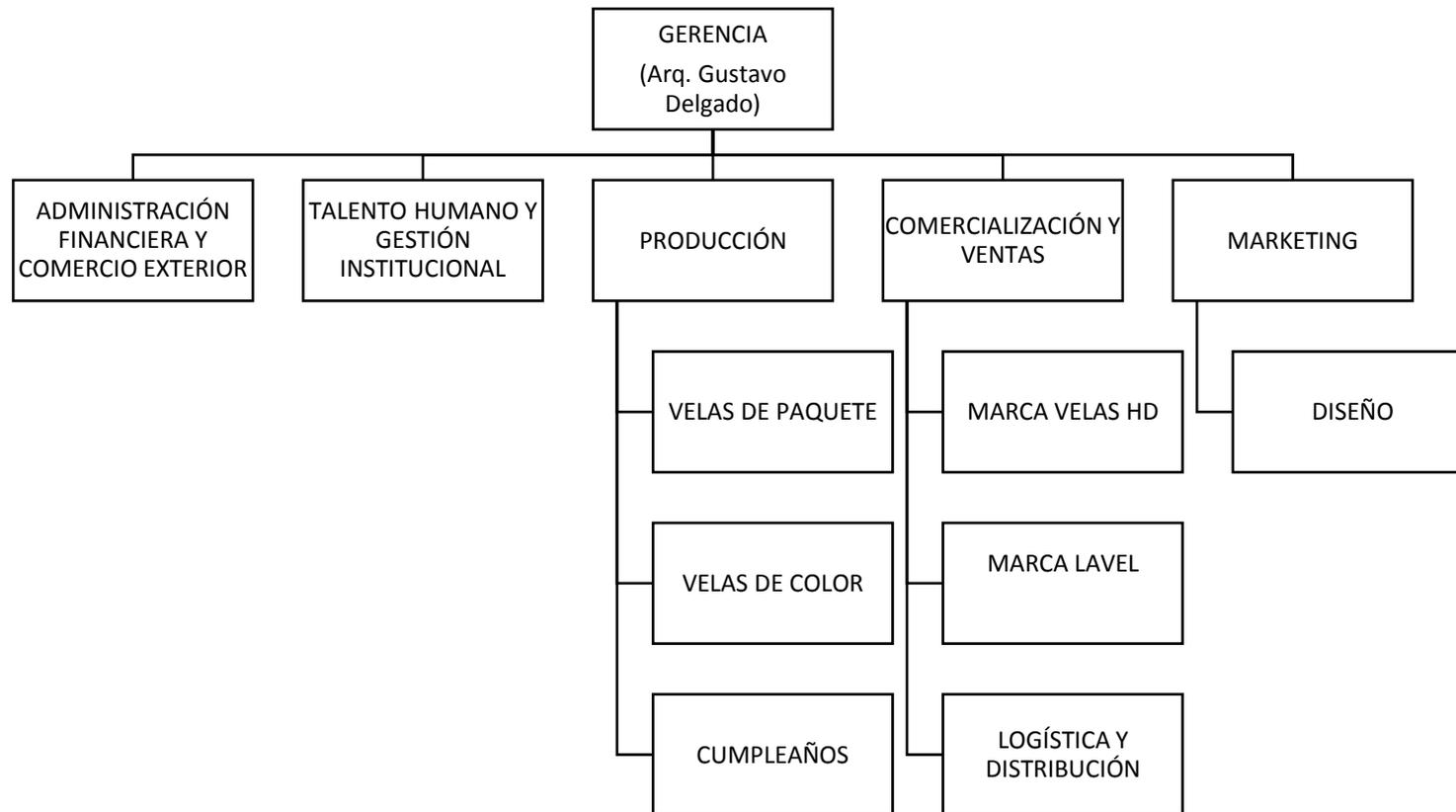
La empresa Fábrica de Velas Herminio Delgado cuenta con una estructura organizacional vertical, ya que presenta ramificaciones de arriba abajo. En la parte superior se encuentra el gerente general, quien es el máximo representante de la empresa, de la misma manera se encarga de la toma de decisiones y de la planificación estratégica. Posteriormente, se ramifica en niveles jerárquicos a 6 departamentos:

- **Administración Financiera y Comercio Exterior:** Este departamento se encarga de gestionar y administrar los recursos financieros y materiales de la empresa. De la misma manera, se encarga de todas las actividades concernientes a las importaciones que se realizan, tales como: pedidos, rastreo de los mismos, contacto con proveedores, trámites relacionados, pagos, entre otras.
- **Contabilidad:** El referido departamento maneja la captación y registro de todas las operaciones financieras y presupuestales de la empresa. De igual forma, se encarga de emitir información relevante acerca de las operaciones realizadas a la gerencia general, para la respectiva toma de decisiones.
- **Talento Humano y Gestión Institucional:** El mencionado departamento maneja las actividades relacionadas con el personal, tales como: el reclutamiento, las capacitaciones, las recompensas, el manejo de permisos, la salud ocupacional y el bienestar general de los trabajadores.

- **Producción:** El indicado departamento se encarga de la transformación de insumos a bienes terminados. En el mismo se concentra la mayor parte del personal, quienes están altamente capacitados en áreas especializadas de producción como: el área de velas de paquete, velas decorativas y velas de cumpleaños. Uno de los mayores desafíos que enfrenta este departamento es generar un mayor valor agregado a los productos y garantizar la calidad de los mismos.
- **Comercialización y ventas:** El mencionado departamento se encarga de todas las actividades concernientes a la planificación y desarrollo de estrategias de ventas. Entre las actividades primordiales del mismo, se encuentran: la captación de nuevos clientes, manejo de clientes actuales y potenciales, servicios de promoción, manejo de redes sociales y servicios postventa. Cabe recalcar que esta área trabaja en conjunto con personal especializado de marketing.
- **Diseño y nuevos proyectos:** Este departamento maneja todas las actividades relacionadas al diseño de nuevos productos, así como la innovación de los ya existentes. Otra actividad primordial del mismo es la elaboración y creación de empaques y etiquetas innovadoras, aplicando siempre todas las regulaciones.

**Organigrama:**

*Figura 5 Organigrama Fábrica de Velas Herminio Delgado.*



**Fuente: Fábrica de Velas Herminio Delgado**

**Elaborado por: Cobo-Delgado**

## Análisis FODA:

Tabla 2 Análisis FODA

<b>Fortalezas:</b>	<b>Debilidades:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Estar entre las principales empresas productoras de velas a nivel nacional.</li><li>• Nivel de producción versátil en términos de uso. (Paquete y de color)</li><li>• Contar con diseños exclusivos y atractivos.</li><li>• Accesibilidad de precios.</li><li>• Personal altamente comprometido y capacitado.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dependencia de mercados mayoristas.</li><li>• Falta de fichas técnicas específicas.</li><li>• Infraestructura limitada para próximas expansiones.</li><li>• Infraestructura limitada para bodegaje.</li></ul>
<b>Oportunidades:</b>	<b>Amenazas:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Creación de nuevos canales de distribución.</li><li>• Satisfacer a un segmento de mercado que no ha sido atendido.</li><li>• Existe una necesidad detectada en el mercado, la cual se puede cubrir con nuestro producto.</li><li>• Contacto y apoyo de PRO ECUADOR.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Posible establecimiento de industrias grandes de velas en Ecuador.</li><li>• Incremento del precio de la materia prima (parafina) por la subida de precios del petróleo.</li><li>• Productos más económicos.</li><li>• Cambio en las regulaciones gubernamentales al momento de importar la tecnología.</li><li>• Incremento de medidas económicas tales como la (TSCA).</li></ul>

**Fuente: Fábrica de Velas Herminio Delgado**

**Elaborado por: Cobo-Delgado**

## **DESCRIPCIÓN DEL PRUDUCTO**

### **El Producto**

Fábrica de Velas Herminio Delgado cuenta con una amplia gama de productos relacionados a velas y decoración. Las velas son el producto potencial de la empresa, ya que cuenta con una amplia variación de modelos, colores y aromas. La empresa también cuenta con una línea complementaria de accesorios para velas, como: candelabros y soportes para velas.

### **Reseña Histórica de las Velas**

Las primeras velas datan del año 300 a.c. en Egipto y Creta, las mismas eran elaboradas de la cera de las abejas. En el siglo XIII se crearon los primeros gremios de fabricantes de velas o como eran conocidos en esa época de cereros. Éstos eran artesanos que se dedicaban a la elaboración y comercialización de las velas (cera de abeja o de cebo). La comercialización de las velas se realizaba en ciudades como Londres o Paris. Las velas en la mencionada época eran un utensilio esencial, ya que eran una fuente importante de energía y luz en las ciudades. Fue hasta el invento del foco de Thomas Alba Edison, que las velas fueron parte esencial de la vida cotidiana de las personas, aunque cabe recalcar que existen lugares hasta el día de hoy en los que el acceso de luz eléctrica es limitada, por lo que las velas siguen siendo parte esencial en la iluminación.

Las velas han tenido una gran importancia en cuanto a rituales y ceremonias religiosas sobre todo por los católicos de origen latino o francés, quienes utilizan las velas en sacramentos religiosos y veneración de los santos.

Hoy en día, las velas son utilizadas especialmente por temas religiosos, decorativos y ambientales.

## **Marcas**

El Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, más conocido como “Código Ingenios”, define como marca a un “signo que distingue un producto de otro o un servicio de otro” (Código Orgánico de Economía Social del Conocimiento e Innovación), la marca tiene una función primordial para las empresas, ya que mediante la misma pueden distinguir sus productos o servicios de otros, de igual forma, tiene un rol fundamental para los consumidores, ya que garantiza la calidad de los productos. La Fábrica de Velas Herminio Delgado maneja 2 marcas comerciales, Velas HD y LAVEL. Las mismas se enfocan a distintos segmentos de mercado y por ende manejan distintos canales de distribución y líneas de productos.

### **Marca Velas HD**

El ex Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual -IEPI-, actual SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES –SENADI- (D.E. No. 356, del 03 de abril de 2018), concedió el registro del signo denominado Velas HD + Logo a favor de la Fábrica de Velas Herminio Delgado Cía. Ltda.; mismo que vence el 23 de mayo del 2021. La marca ya mencionada es un signo distintivo mixto formado por el diseño característico de las letras que conforman los términos Velas HD. El logotipo que acompaña los mencionados términos constituye un rectángulo, en cuyo inferior se encuentra la figura de una vela, a lado derecho de la denominación Velas HD (Ver Anexo.1: Título de registro de la MARCA DE PRODUCTO, Velas HD).

## Segmentación del mercado meta marca Velas HD:

Tabla 3 Segmentación del mercado meta marca Velas HD

<b>Características demográficas</b>	
<b>Nivel de ingresos</b>	\$ 386 (salario básico)
<b>Rango de edad</b>	25-65 años
<b>Nivel Socio-Económico</b>	Medio
<b>Género</b>	Femenino (Gestión de compra)
<b>Nivel de Instrucción</b>	Bachiller
<b>Estado Laboral</b>	Activo
<b>Características Psicográficas</b>	
<b>Descripción</b>	Las personas de clase media son en su mayoría trabajadores dependientes, lo que quiere decir que son personas que prestan su servicio a otra persona, natural o jurídica, por lo que existe subordinación y el pago de un salario. Tienen ingresos igual al salario básico o incluso menor. El poder adquisitivo de la mencionada clase permite comprar artículos necesarios para el hogar.
<b>Motivos de Compra</b>	El principal motivo por el cual las mujeres compran velas es con fines religiosos.
<b>Usos del producto</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Decoración.</li><li>• Temas Religiosos.</li><li>• Iluminación.</li></ul>
<b>Conocimiento del Producto</b>	Su uso principal es de carácter religioso por lo que en función de creencias y necesidades, adquieren el producto en un modelo y color determinado.

Fuente: Estudio de Mercado realizado por la Fábrica de Velas Herminio Delgado.

## **Líneas de productos**

Los productos con marca Velas HD, tienen precios económicos y por ende accesibles al mercado ya mencionado. Las principales líneas que se manejan dentro de la marca Velas HD son las velas de paquete, velas para candelabros, pilares cuadrados, velas de cumpleaños y rellenos en vaso. Las mencionadas líneas cuentan con diseños más simples e industriales, sin embargo no dejan de ser atractivos con diseños novedosos y sobre todo de alta calidad.

## **Distribución**

Velas HD se enfoca a clientes mayoristas, por lo que distribuye sus productos a las principales cadenas de supermercados del país como a: Supermaxi (Corporación La Favorita), Mi Comisariato (Corporación El Rosado), Coral Hipermercados, entre otras.

## **Marca LAVEL**

El ex Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual -IEPI-, actual SENADI, concedió el registro del signo denominado LAVEL + Logo a favor de Fábrica de Velas Herminio Delgado Cía. Ltda.; mismo que vence el 13 de marzo del 2020. La marca ya mencionada es un signo distintivo mixto formado por el diseño característico de las letras que conforman los términos LAVEL. El logotipo que acompaña los mencionados términos constituye un cuadrado con la figura de una llama a mano izquierda, (Ver Anexo.2: Título de registro de la MARCA DE PRODUCTO, Lavel).

## Segmentación del mercado meta marca LAVEL:

Tabla 4 Segmentación del mercado meta marca LAVEL

<b>Características demográficas</b>	
<b>Nivel de ingresos</b>	Igual o superior a \$750
<b>Rango de edad</b>	30-70 años
<b>Nivel Socio-Económico</b>	Medio, Medio Alto
<b>Género</b>	Femenino (Gestión de compra)
<b>Nivel de Instrucción</b>	Universitaria (Educación Superior)
<b>Estado Laboral</b>	Activo
<b>Características Psicográficas</b>	
<b>Descripción</b>	Las mujeres de este estrato son principalmente profesionales que no solo tienen <u>ingresos</u> por encima de la media y <u>grados académicos</u> avanzados sino también un mayor grado de autonomía en su trabajo. El poder adquisitivo de la mencionada clase permite comprar artículos suntuarios por lo que pueden acceder a compra de artículos de decoración como las velas (con un mayor valor agregado).
<b>Motivos de Compra</b>	El principal motivo por el cual las mujeres compran velas, es con fin decorativo. Las mujeres buscan decorar sus hogares y darles un toque de aroma.
<b>Usos del producto</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Decoración.</li><li>• Ambientador.</li><li>• Aroma terapia.</li><li>• Temas Religiosos.</li></ul>
<b>Conocimiento del Producto</b>	Las mujeres de hoy saben el beneficio de la aroma terapia a través de las velas y están a la vanguardia de los estilos de decoración.

Fuente: Estudio de Mercado realizado por la Fábrica de Velas Herminio Delgado.

## **Líneas de productos**

Los productos con marca LAVEL, al estar enfocados a la clase media alta, tienen un mayor valor agregado. Las principales líneas que se manejan dentro de la marca LAVEL son velas para candelabros, pilares redondos y cuadrados, rellenos en vaso y velas flotantes y accesorios para velas. Las mencionadas líneas cuentan con diseños más innovadores y con mayor valor agregado.

## **Distribución**

LAVEL se enfoca a clientes minoristas y tiendas de decoración. La marca ya mencionada distribuye sus productos a través de su cadena de tiendas con el mismo nombre LAVEL, también se distribuye a las principales tiendas de decoración de país.

## **CONCLUSIÓN**

Las MIPYMES tiene un rol fundamental en la economía ecuatoriana, ya que como se mencionó anteriormente las mismas representaron aproximadamente un 92% de las empresas en el Ecuador en el 2016 (Econ. Victor Zabala, 2016); las cuales se concentraron en ciudades de mayor desarrollo como Quito y Guayaquil.

De acuerdo al “Directorio de Empresas y Establecimientos”, documento emitido por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), se registraron 843.745 empresas en el 2016. A pesar de que el 99,54% de las mismas fueron MIPYMES y las grandes empresas apenas representaron un 0,46%; las grandes cuentan con la mayor participación en ventas de las actividades productivas, ya que las mismas representaron el 70,86%, mientras que las MIPYMES tuvieron una participación en ventas del 29,14%. Por lo que se puede concluir que si bien existen mayor número de MIPYMES

en el Ecuador; las grandes empresas cuentan con mayor participación en ventas en actividades productivas. Como conclusión adicional según la fuente ya mencionada, las ventas totales se concentraron en Pichincha, Guayas, Azuay, Manabí y El Oro, ya que representaron el 88,7% de ventas totales. Del mismo modo cabe recalcar que el Consejo Sectorial de la Producción es el encargado de la coordinación de las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeñas y Medianas Empresas con los Ministerios sectoriales, de acuerdo a sus competencias.

La empresa familiar cuencana “Fábrica de Velas Herminio Delgado Cía. Ltda.” ha estado presente en el mercado local durante 50 años, actualmente cuenta con 78 empleados, provee al mercado más de 10 líneas de productos y sirve a las principales cadenas de supermercados y tiendas de decoración a nivel nacional. La compañía maneja 2 marcas primordialmente, Velas HD y LAVEL. Las mismas se enfocan a distintos segmentos y por ende manejan distintos canales de distribución y líneas de productos; con el fin de satisfacer de mejor manera el mercado. Cabe recalcar que la innovación y la calidad son una prioridad para la empresa, motivo por el cual los productos cuentan con una gran variedad en modelos, colores y aromas, dándole al producto el mayor valor agregado posible.

## **CAPÍTULO 2 LA ENTIDAD PÚBLICA PRO ECUADOR**

### **INTRODUCCIÓN**

En el presente capítulo se desarrollan los puntos más importantes que son base indispensable del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones -PRO ECUADOR-, teniendo como fin principal el de fomentar, incentivar y direccionar a las empresas productoras, tanto pequeñas como medianas, para que exporten sus productos a mercados internacionales, dinamizando el comercio exterior dentro del Ecuador, para ello se indicará cuál es su misión, visión y objetivos estratégicos.

A lo largo del desarrollo del tema planteado se hará una revisión de las bases legales, mismas que son el pilar para la creación de la institución, así como nos enfocaremos en la licencia Marca País, en el análisis de áreas como inteligencia comercial, promoción de exportaciones y balcón de servicios; todo con el fin de un correcto direccionamiento para el empresario que busca sacar su producto a otros países.

Por otro lado, se hace referencia a la semaforización, misma que se encuentra fundada en tres colores que son: rojo, amarillo y verde; respecto del primero se plantea la “Orientación y Asesoría”, la cual se encuentra dirigida a los emprendedores; en la segunda etapa se encuentra la “Formación y Asistencia Técnica” enfocado a los potenciales exportadores; y, como tercera etapa encontramos la “Promoción Comercial”, esta última se encuentra dirigida a los exportadores, todos estos relacionados respectivamente a los colores indicados, con el único fin de fomentar el comercio exterior en el ámbito de las exportaciones.

## **INTRODUCCIÓN A PRO ECUADOR**

PRO ECUADOR es el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, mismo que forma parte del Ministerio de Comercio Exterior, el cual se encarga de ejecutar las normas y políticas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el objetivo de impulsar la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, así como también los actores y mercados del Ecuador, favoreciendo de esta forma la introducción al comercio internacional.

Su misión es fomentar la oferta exportable de los bienes y servicios que posee el país con un enfoque superior en la diversificación de productos, mercados y actores; buscando captar mayor inversión extranjera, pero sobretodo el ofertar productos ecuatorianos en mercados internacionales, acatando los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir.

Mientras que su visión es llegar a ser una institución pública que trabaje de manera ágil, transparente e inclusiva, la cual le permita al Ecuador posicionarse como un país proveedor de productos y servicios tanto con valor agregado, como de alta calidad, atrayendo inversión extranjera, la cual permite un encadenamiento tecnológico y productivo.

PRO ECUADOR tiene cuatro objetivos estratégicos que son:

- Promocionar de manera conveniente la oferta exportable de bienes y servicios del Ecuador, fortaleciendo así las exportaciones y también impulsando a la diversificación y desconcentración de exportadores, mercados y productos;
- Alcanzar el empoderamiento y la diversificación de la oferta exportable mediante la inversión, la cual provoca una conexión productiva y tecnológica;
- Adquirir una cultura exportadora apropiada con hincapié en recientes actores de comercio exterior; e,

- Incluir en el comercio internacional todos los productos nacionales, en especial aquellos que ofrecen las pequeñas y medianas empresas.

## **Información Legal**

### **i. Base Legal**

*“El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras, es una entidad del sector público ecuatoriano creada por ley publicada en el Registro Oficial, Suplemento No. 351 del 29 de diciembre de 2010...”* (PRO ECUADOR, 2010)

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones:

*“...Art. 95 Promoción no financiera de exportaciones Créase el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras, adscrito al Ministerio rector de la política de comercio exterior, que se estructurará y funcionará según lo que se establezca en el Reglamento.”* (PRO ECUADOR, 2010)

A través del Decreto Ejecutivo No. 776 se expidió el Reglamento General para la Organización y Funcionamiento del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR, el cual fue publicado en el Registro Oficial No. 459, de fecha 31 de mayo del 2011, que señala en su artículo 2 sus objetivos, los cuales fueron nombrados anteriormente. (PRO ECUADOR, 2010)

### **ii. Convenios**

- Memorando de entendimiento entre MRE, PRO ECUADOR y CBI (inglés).
- Memorando de entendimiento entre MRE, PRO ECUADOR y CBI.

Anteriormente PRO ECUADOR tenía el convenio nombrado, pero actualmente Ecuador ya no pertenece al Centro de Promoción de Importaciones para países en desarrollo - CBI- (*Centre for the Promotion of Imports from developing countries*) por sus siglas en inglés; razón por la cual dicho memorando ya no está vigente.

### **iii. Licencia Marca País**

La Marca País es una herramienta muy importante en la actualidad, ya que permite atraer y fomentar el turismo, la inversión y las exportaciones. Es clave para un Estado invertir en el buen manejo de la referida marca, ya que es la imagen que se muestra al resto del mundo, por lo que pueden generar nuevas oportunidades, logrando un país más competitivo.

El lema actual que caracteriza a la Marca País en Ecuador es “Ecuador ama la vida”. Nuestro país, al igual que otros, ha visto la necesidad de impulsar su Marca con el fin de posicionarse en el contexto global en pos de ser visto como un país que ofrece calidad; cabe recalcar que desde el año 2013 el Ministerio de Comercio Exterior es el encargado de manejar la marca mencionada, enfocándose en los productos exportables que tenemos y la mejor forma de exponer ante el mundo el orgullo de ser ecuatorianos.

A través de la Marca País, se podrá identificar el origen de los productos y servicios, promocionar la oferta productiva del país y fortalecer el posicionamiento de la Imagen País.

La licencia de uso de Marca País “Ecuador Ama la Vida” no tiene ningún costo, es gratuita y puede ser solicitada por personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, del sector público o privado. Tiene una duración de 2 años, a partir de la suscripción del contrato, con posibilidad de ser renovada.

Para pedir la licencia de uso de Marca País “Ecuador Ama la Vida”, el solicitante deberá ingresar a la página web [www.marcapaisecuador.com.ec](http://www.marcapaisecuador.com.ec), seleccionar la opción de “Licencia de Marca País” y crear una cuenta de usuario. El usuario procederá a llenar el formulario de solicitud en línea, según el tipo de licencia que requiera, y finalmente deberá adjuntar los documentos solicitados.

- *Solicitud de Licencia de Marca para eventos.*
- *Solicitud de Licencia de Marca para instituciones públicas.*
- *Solicitud de Licencia de Marca para productos – comercial.*
- *Solicitud de Licencia de Marca para servicios – institucional.* (Ministerio de Comercio Exterior, 2015)

## **Áreas**

- i. Inteligencia Comercial** PRO ECUADOR cuenta con un Departamento de Inteligencia Comercial el cual brinda información actual sobre los mercados internacionales.

Los empresarios ecuatorianos tienen acceso a información creada por este departamento, como:

- *Estudios de mercado y de productos.*
- *Guías comerciales y logística de países.*
- *Estadísticas de balanzas comerciales bilaterales.*
- *Análisis de sectores productivos.*
- *Requisitos de acceso a mercados extranjeros.*
- *Información mensual de comercio internacional.* (PRO ECUADOR, 2010)

**ii. Promoción de Exportaciones** PRO ECUADOR es la entidad a la cual todo empresario debe acudir al momento de exportar, ya que cuenta con coordinadores expertos en los 17 sectores productivos del país, dichas personas especializadas son de gran ayuda para promover distintos negocios en el exterior.

Conjuntamente con PRO ECUADOR se pueden alcanzar estrategias de promoción comercial, tales como:

- *Participación en ferias nacionales e internacionales.*
- *Contactos con compradores internacionales en ruedas de negocios.*
- *Misiones comerciales a mercados de interés. (PRO ECUADOR, 2010)*

**iii. Balcón de Servicios** Es un departamento que brinda especialmente asesoría en comercio exterior a empresarios grandes, medianos, pequeños y actores de la economía popular y solidaria.

Con el fin de satisfacer las demandas de los empresarios de la mejor manera, dicho departamento ofrece varios servicios, tales como:

- *Información sobre requisitos básicos para formalizarse como exportador.*
- *Información sobre documentos que acompañan a una exportación.*
- *Información sobre requisitos de acceso a mercados.*
- *Conocer los aranceles que aplican a los países importadores, para el ingreso de productos ecuatorianos. (PRO ECUADOR, 2010)*

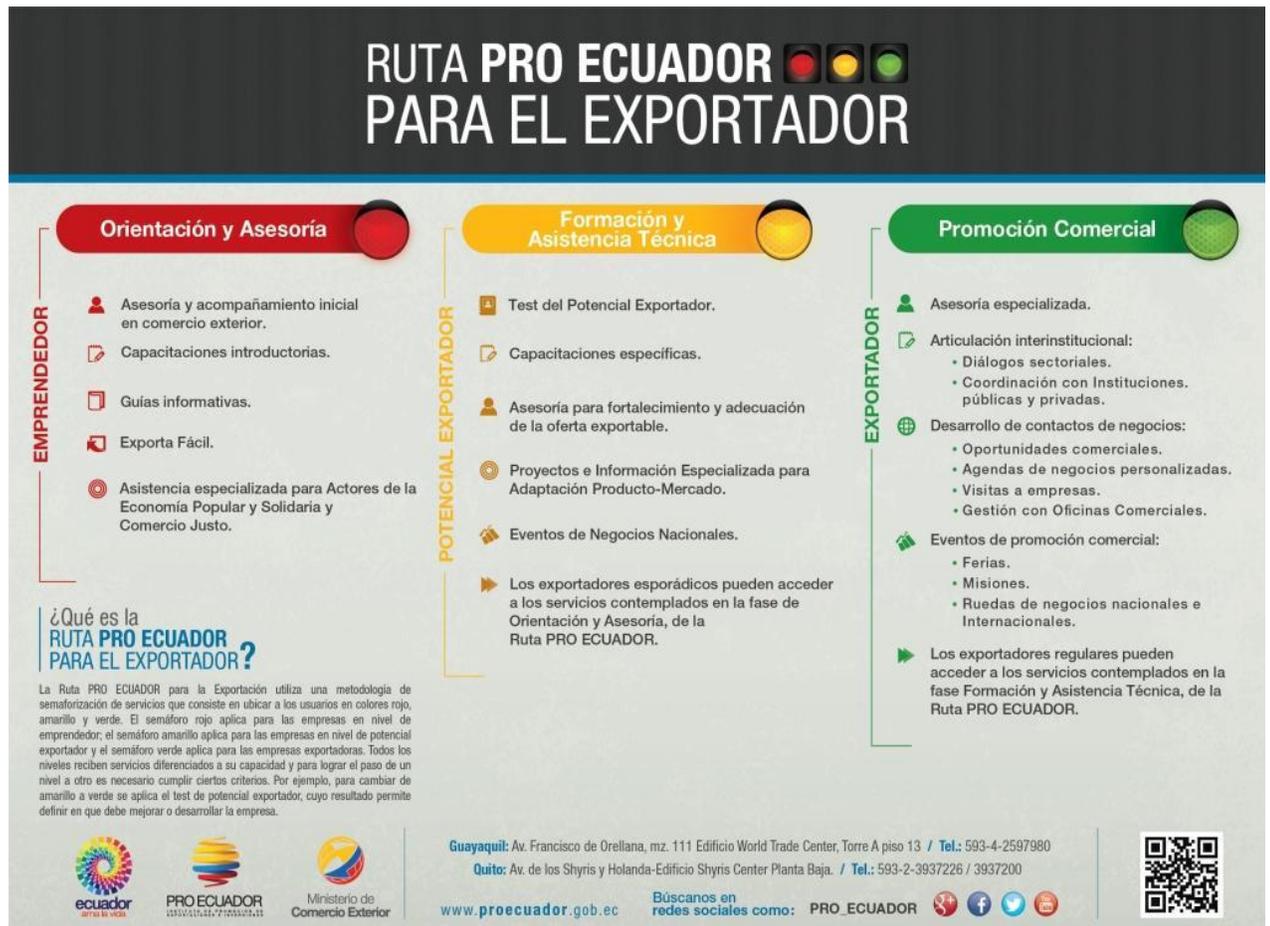
## **RUTA PRO ECUADOR PARA EL EXPORTADOR**

### **Introducción a la Ruta PRO ECUADOR para el Exportador**

La Ruta PRO-ECUADOR “es un sistema de semaforización de servicio que consiste en ubicar a los usuarios en colores rojo, amarillo y verde. El semáforo rojo aplica para las empresas en nivel de emprendedor; el semáforo amarillo aplica para las empresas en nivel de potencial exportador y el semáforo verde aplica para las empresas exportadoras. Todos los niveles reciben servicios diferenciados a su capacidad y para lograr el paso de un nivel a otro es necesario cumplir ciertos criterios. Por ejemplo, para cambiar de amarillo a verde se aplica el test de potencial exportador, cuyo resultado permite definir en qué debe mejorar o desarrollar la empresa” (PRO ECUADOR, 2010). De esta forma, lo que se busca proponer es el uso de esta herramienta para impulsar a las empresas como potenciales exportadoras, en busca de mercados nuevos tanto a nivel nacional como internacional.

A continuación se hará una referencia detallada sobre cada nivel de la Ruta PRO ECUADOR para el exportador.

Figura 6 Ruta PRO ECUADOR para el Exportador.



Fuente: Página Web Oficial de PRO ECUADOR

<http://www.proecuador.gob.ec/pubs/ruta-pro-ecuador/>

PRO ECUADOR se encarga en un principio de evaluar a las empresas con el fin de poder ubicarlas en el nivel de la Ruta al que pertenecen, para ello se realiza un registro de acuerdo a las preguntas que PRO ECUADOR hace y posteriormente se revisan todos los datos que la empresa proporciona y finalmente luego del análisis se le ubica en una de las categorías o niveles para otorgar los servicios que la Ruta brinda.

## **Orientación y Asesoría**

El primer nivel de la ruta es el de **Orientación y Asesoría**, el cual está dirigido principalmente para emprendedores, es decir empresas que todavía no son exportadoras y tampoco cumplen con los requisitos para ser potenciales exportadores. Las mismas no poseen todavía los respectivos conocimientos sobre comercio exterior, procesos de exportación, restricciones de los mercados internacionales, registro como exportador en el Ecuapass, no tienen el certificado de firma digital o TOKEN, registros sanitarios, entre otros, necesarios para ser exportador. Dicho nivel de empresas según el sistema de semaforización de la ruta, se encuentra en el color **rojo**.

En la Orientación y Asesoría se encuentran los siguientes puntos, los cuales serán detallados a continuación:

- **Asesoría y acompañamiento inicial en comercio exterior:** PRO ECUADOR brinda a las empresas este servicio con el fin de ayudarles en el caso de que las empresas de este nivel tengan algún cliente interesado en su producto y éste se encuentre en el extranjero, para lo cual se les ayuda con la información necesaria para que éstas puedan exportar su producto.
- **Capacitaciones introductorias:** Según el calendario que se encuentra en el sitio web de PRO ECUADOR, la entidad dicta distintas capacitaciones gratuitas a empresas, de acuerdo a la necesidad de las mismas. Dichos talleres pueden ser introductorios al comercio exterior o específicos; los mismos se realizan en diferentes ciudades del país, con la finalidad de ayudar de mejor manera a las empresas.
- **Guías informativas:** Se encuentran publicadas en la página web de PRO ECUADOR, dichos manuales tienen como fin principal ayudar a las empresas emprendedoras a realizar una exportación, ahí se pueden encontrar guías del

exportador, normas de etiquetado para alimentos y productos textiles, información de certificaciones internacionales y comerciales según el país; y, finalmente se puede tener acceso a los acuerdos comerciales que tiene el Ecuador actualmente.

- **Exporta fácil:** Es una herramienta desarrollada principalmente para el apoyo a las MIPYMES, ya que facilita el tema de la logística de transporte para aquellas empresas que necesiten realizar algún envío pequeño. A través de ésta se pueden exportar productos con un peso máximo de 30 kilos y un valor de hasta 5.000 dólares (FOB) por cada envío. Funciona vía mensajería acelerada o Courier.
- **Asistencia especializada para Actores de la Economía Popular y Solidaria (EPS) y Comercio Justo:** PRO ECUADOR brinda este servicio de asistencia a dichas organizaciones con el objetivo de fortalecer sus capacidades de exportación. Estos proyectos de asistencia se realizan cada año conjuntamente con distintos actores como organismos internacionales, sectores privados, públicos, entre otros.

Según PRO ECUADOR “*El segmento exportador de la EPS está conformado por todas las formas de organización de pequeños y medianos productores que comercializan sus productos en el exterior y mantienen principios de privilegiar al ser humano por encima de la acumulación de capital; comercio justo y consumo ético y responsable, equidad de género, respeto a la identidad cultural, autogestión, responsabilidad social y ambiental, rendición de cuentas y distribución equitativa y solidaria de las utilidades*”. (PRO ECUADOR, 2010)

Por otro lado, el comercio justo se encuentra englobado en una asociación comercial que se fundamenta en el diálogo, la transparencia y el respeto, pretende alcanzar mayor equidad en el comercio internacional, tomando en cuenta criterios sociales y medioambientales, está regulado por diez principios establecidos por la Organización

Mundial de Comercio Justo (WFTO) por sus siglas en inglés, que van desde temas sociales hasta medioambientales, siendo éstos:

1. Creación de Oportunidades para Productores en Desventaja Económica.
2. Transparencia y Responsabilidad – Rendición de cuentas.
3. Prácticas Comerciales Justas.
4. Pago de un Precio Justo.
5. No al Trabajo Infantil y al Trabajo Forzoso.
6. Compromiso con la No Discriminación, la Igualdad de Género y el Empoderamiento Económico de la mujer y la Libertad de Asociación.
7. Garantizar buenas condiciones de trabajo.
8. Desarrollo de Capacidades.
9. Promoción del Comercio Justo.
10. Respeto por el Medio Ambiente.

(Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO), 2016)

*Figura 7 Principales sellos y certificaciones internacionales.*



**Fuente: Página Web Oficial de PRO ECUADOR**

**<http://www.proecuador.gob.ec/economia-popular-y-solidaria/>**

El cumplimiento de los 10 principios nombrados anteriormente se puede evidenciar fácilmente con la utilización de los sellos y certificaciones internacionales de comercio justo para los distintos productos que se comercializan alrededor del mundo.

## **Formación y Asistencia Técnica**

El segundo nivel de la ruta es **Formación y Asistencia Técnica**, la cual está dirigida principalmente a potenciales exportadores, es decir, empresas que todavía no son exportadoras, pero que ya cumplen con la mayoría de los requisitos para convertirse en potenciales exportadoras, razón por la cual en este nivel PRO ECUADOR brinda ayuda específica en lo que le falta a la empresa para mejorar y así pueda dar un paso más para que logre convertirse en exportadora.

PRO ECUADOR visita a estas empresas en su lugar de producción y ven cómo funcionan, cómo realizan su producto, entre otros puntos de su cadena de valor y de igual forma recopilan información necesaria para que en lo posterior se evalúe todo y así poder determinar qué le falta a la empresa para ser exportadora. PRO ECUADOR ayuda a la empresa a realizar lo que necesite, como por ejemplo: el desarrollo de una página web, mejoramiento de empaque, embalaje y/o etiquetado, así como también el diseño adecuado para el mercado internacional, brindando cualquier conocimiento que les llegase a faltar o necesitar, al igual que capacitaciones específicas para diferentes áreas que requieran. Ciertas actividades, como el mejoramiento de empaque, si tienen un costo pequeño para la empresa, éste depende de lo que se deba realizar, pero se trabaja con un co-financiamiento de PRO ECUADOR.

Cuando estas empresas estén totalmente listas tienen la posibilidad de acercarse a posibles importadores a través de eventos promocionales, tanto a nivel nacional como regional. Por ejemplo, existe la Macro Rueda de Negocios que es un evento que se realiza una vez al año en la ciudad de Guayaquil, en la cual las oficinas comerciales de PRO ECUADOR alrededor del mundo (31 oficinas) traen al país a posibles importadores para varios sectores productivos, las empresas que son seleccionadas para participar tienen acceso a una plataforma en la que pueden gestionar citas con sus posibles clientes, pudiendo así participar en Guayaquil esos días y ofrecer sus productos. Otro evento al que pueden acceder es el Encuentro Artesanal Andino, que funciona de la

misma forma que la Rueda de Negocios, pero éste es organizado por la Comunidad Andina (CAN) y se desarrolla en los países de la comunidad, por rotación.

Las empresas de este nivel tienen acceso a dichos eventos y tienen la posibilidad también de estar en contacto con potenciales clientes, aquí participan compradores y vendedores de los países de la Comunidad Andina y algunos países fuera de la comunidad. A dicho nivel según el sistema de semaforización de la ruta se lo reconoce con el color **amarillo**.

En la Formación y Asistencia Técnica se encuentran los puntos que serán detallados a continuación:

- **Test del Potencial exportador:** PRO ECUADOR al momento de visitar directamente a las empresas, les hace un test en el que evalúa si la empresa es o no un potencial exportador.
- **Capacitaciones específicas:** Las empresas pertenecientes al nivel amarillo son potenciales exportadoras y a través de PRO ECUADOR las mismas pueden acceder a capacitaciones específicas para mejorar en cualquier aspecto que les falte y de esta manera poder continuar al nivel verde y pasar a ser exportadoras.
- **Asesoría para fortalecimiento y adecuación de la oferta exportable:** Uno de los principales objetivos que tiene PRO ECUADOR es el de promocionar y fomentar la oferta exportable tanto de bienes como de servicios, razón por la que brinda una completa asesoría sin costo a las empresas ubicadas en este nivel amarillo. Además pretende ser una guía, misma que está vinculada a la normativa de comercio exterior, recomendaciones en clasificación arancelaria, con el fin de facilitar información sobre las oportunidades comerciales y distintos mercados de acceso.

- **Proyectos e información especializada para adaptación producto-mercado:** PRO ECUADOR proporciona información sobre la proximidad que tienen los productos ecuatorianos en el mercado internacional, facilita documentos necesarios para el ingreso de los mismos en dicho mercado, notifica sobre los impuestos que se deberán pagar en el extranjero, entre otros temas necesarios al momento de realizar una exportación.
- **Eventos de negocios nacionales:** Existen varios eventos de negocios organizados por PRO ECUADOR a nivel nacional, el más importante es la Macro Rueda de Negocios, la cual tiene lugar una vez al año en la ciudad de Guayaquil. Las empresas pertenecientes a este nivel, potenciales exportadoras, tienen acceso a este tipo de eventos, lo cual les permite ingresar a la base de datos de PRO ECUADOR y conseguir compradores a nivel nacional.

### **Promoción Comercial**

El tercer nivel de la ruta es **Promoción Comercial**, la cual está dirigida principalmente a exportadores que cumplen con todos los requisitos para serlo, o también a empresas que desean conocer nuevas estrategias para diversificar su mercado, esta fase ofrece la posibilidad de mostrar sus productos internacionalmente a potenciales compradores. En este nivel PRO ECUADOR brinda asesoría especializada. Según el sistema de semaforización de la ruta, este nivel se identifica con el color **verde**.

En la Promoción comercial se encuentran los puntos que serán detallados a continuación:

- **Asesoría interinstitucional:**
  - **Diálogos sectoriales:** Debido a que el Ecuador cuenta con varios sectores productivos (Ver Tabla No. 5), PRO ECUADOR realiza diálogos con cada uno de los sectores, ya que son diversos y presentan diferentes inquietudes e inconvenientes. El fin de esto es ayudar de manera

específica a cada sector de la economía ecuatoriana, que ya están en capacidad de exportar, para que sus problemas sean solventados adecuadamente.

- **Coordinación con instituciones públicas y privadas:** PRO ECUADOR con el objetivo de brindar una mejor ayuda a los sectores, coordina con otras instituciones tanto públicas como privadas, según corresponda, para que de esta manera generar vínculos entre los sectores y las instituciones y de esta manera llegar a tener mayores beneficios y apoyo en las gestiones necesarias.
  
- **Desarrollo de contactos de negocios:**
  - **Oportunidades comerciales:** Si una empresa importadora acude a una de las oficinas de la red internacional de PRO ECUADOR (Ver Tabla No. 6), buscando algún producto ecuatoriano que no se consiga con facilidad en otras partes del mundo, dicha oficina internacional envía esa oportunidad comercial al Ecuador y aquí PRO ECUADOR busca en su base de datos a las empresas exportadoras sectoriales disponibles, posteriormente designa a una que pertenezca al sector requerido y se le ayuda para que exporte sus productos al extranjero previo a un envío de la información de la empresa y una negociación con el posible importador.
  
  - **Agendas de negocios personalizadas:** Si alguna empresa exportadora envía sus productos a determinados países y la misma aún tiene capacidad productiva, para no tener que importar a pocos países o quedarse con su inventario mucho tiempo, necesita buscar nuevos compradores, las empresas en este caso tienen la opción de conseguir nuevos clientes para comercializar sus productos gracias a PRO ECUADOR, quien conjuntamente con el apoyo de las oficinas

comerciales ubicadas en distintas partes del mundo, ayudan a la empresa agendándole negocios y reuniones con posibles importadores en un país de interés para esa empresa exclusivamente.

- **Visitas a empresas:** Esto se da específicamente cuando un importador desea o necesita venir al país en busca de algún producto, PRO ECUADOR indaga la base de datos de las empresas que se encuentran en el nivel verde y que posean el producto que dicho importador está buscando; se hace una selección y se le envía al importador a las empresas más óptimas respecto de sus requerimientos y que sean de su interés, para que las mismas le agenden visitas y puedan observar cómo es la elaboración del producto mediante un recorrido.
  
- **Gestión con Oficinas Comerciales:** Los exportadores (empresas en el nivel verde) tienen la opción de hacer gestiones directas con la red de oficinas comerciales de PRO ECUADOR, tanto a nivel nacional (ver Figura No. 8 ) como internacional, ya que éstos se encuentran registrados en la base de datos y pueden beneficiarse de los servicios que la entidad brinda.
  
- **Eventos de promoción comercial:**
  - **Ferias:** PRO ECUADOR cada año tiene un calendario de ferias internacionales, las cuales son de acuerdo a cada sector productivo; para acceder a este servicio los empresarios deben estar registrados en la base de datos del sistema; recibir una convocatoria para participar en la feria; luego deben llenar un formulario de inscripción; posteriormente el Comité de selección de empresas informa la aceptación a los participantes según las calificaciones que la empresa obtuvo; después deberá asistir a una reunión previa al día de la feria para los preparativos; una vez en la feria la empresa participa con su *stand* buscando

oportunidades comerciales y promocionando sus productos; y, finalmente se hace una evaluación del servicio mediante el respectivo formulario de ferias. PRO ECUADOR cubre toda el área de logística relacionada con el evento, además del costo del *stand*, mientras que las empresas deberán financiarse los costos del viaje, hospedaje, alimentación y otros que requieran.

- **Misiones:** Las misiones comerciales son viajes de negocios que los países realizan con el fin de aumentar su comercio con otro país al que se visita, pretendiendo ganar nuevos mercados, para que una empresa acceda a dicho servicio debe constar en la base de datos del sistema PRO ECUADOR, también debe recibir una convocatoria para participar en la misión, estando en la obligación de llenar el formulario de inscripción, una vez aceptada; para participar la empresa deberá llenar un acta de compromiso, posteriormente tiene que cumplir con una agenda de actividades establecidas previamente por la Oficina Comercial y el Coordinador Sectorial, finalmente deberá evaluar el servicio mediante el formulario de evaluación de la misión. Dicho servicio no tiene ningún costo, pero al igual que en las ferias, la empresa debe cubrir los gastos del viaje, como: vuelos, hospedaje, alimentación, entre otros.
  
- **Ruedas de negocios nacionales e internacionales:** PRO ECUADOR a través de la Dirección Nacional de Promoción de Exportaciones realiza la coordinación de ruedas de negocios para la participación de exportadores multisectoriales, son las ruedas mencionadas anteriormente a las que también tienen acceso las empresas que se encuentran en el color amarillo de la Ruta PRO ECUADOR para el Exportador, este servicio no tiene ningún costo si el coordinador sectorial de PRO ECUADOR acepta la participación de la empresa, enseguida el software le crea un usuario, mismo que es enviado al correo del empresario y de este modo puede ingresar a gestionar sus citas de negocios. (PRO ECUADOR, 2010)

*Tabla 5 Sectores Productivos del Ecuador.*

Sectores	
Agroindustria	Farmacéuticos y
Alimentos Procesados	Cosméticos
Artesanías	Flores
Automotriz	Frutas no tradicionales
Banano y musáceas	Forestal y Elaborados
Cacao y elaborados	Metalmecánica
Café y elaborados	Pesca y Acuicultura
Textiles y confecciones	Plásticos

**Fuente: Página Web Oficial de PRO ECUADOR**

**Elaborado por: Cobo-Delgado**

*Tabla 6 Red de Oficinas Internacionales de PRO ECUADOR.*

América		Europa	Asia	África y Oriente Medio
Argentina	Bolivia	Alemania	Beijing-China	Dubái
Brasil	Canadá	España	Cantón-China	Irán
Chile	Colombia	Francia	Corea del Sur	
Chicago-USA	Guatemala	Holanda	India	
Los Ángeles-USA	México	Italia	Japón	
Miami-USA	New York-USA	Reino Unido	Rusia	
Perú	Venezuela	Suecia	Shanghái-China	
			Turquía	

**Fuente: Página Web Oficial de PRO ECUADOR**

**Elaborado por: Cobo-Delgado**

Figura 8 Red de Oficinas Nacionales de PRO ECUADOR.



Región	Oficina
Región 1: Esmeraldas, Carchi, Imbabura y Sucumbíos	Oficina en Tulcán – Junín y Bolívar.
Región 2: Pichincha, Napo y Orellana	Oficina en Quito – Av. de los Shyris y Holanda
Región 3: Pastaza, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo	Oficina en Ambato – Noboa y Caamaño y Demetrio Aguilera
Región 4: Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas	Oficina en Manta – Av. Malecón Jaime Chávez Gutiérrez
Región 5: Santa Elena, Guayas, Los Ríos y Bolívar	Matriz Guayaquil – Av. Francisco de Orellana
Región 6: Cañar, Azuay y Morona Santiago	Oficina en Cuenca – Calle Larga y Huaynacapac
Región 7: El Oro, Loja y Zamora Chinchipe	Oficina en Machala – Rocafuerte y Guayas

Fuente: Página Web Oficial de PRO ECUADOR

Elaborado por: Cobo-Delgado

## CONCLUSIÓN

Fomentar, guiar e internacionalizar productos fabricados en Ecuador son los objetivos principales que PRO ECUADOR brinda a los productores, emprendedores y empresas, ofreciéndoles servicios especializados y de alta calidad. El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras implementa una metodología de trabajo llamada “Ruta PRO ECUADOR para el Exportador” para apoyar e incentivar el trabajo de todos los potenciales exportadores y de esta manera internacionalizar sus productos.

La primera etapa se denomina “Orientación y Asesoría”, en la cual se indican los procesos de exportación y restricciones en los mercados extranjeros; también se tiene acceso a talleres introductorios al comercio exterior con el apoyo de guías instructivas, boletines de mercado, entre otros.

En la siguiente fase se recibe la visita de especialistas quienes evalúan el potencial de exportación, para luego acceder a la siguiente etapa denominada “Formación y Asistencia Técnica”, donde se ofrecen capacitaciones especializadas acerca del rediseño de productos, tienda virtual, coaching al exportador y diseño de empaques, herramientas fundamentales para la consolidación de un exportador, incrementando de esta forma la aceptación de productos ecuatorianos y promoviendo la cultura exportadora.

La tercera etapa se denomina “Promoción Comercial”, misma que ofrece mostrar productos internacionalmente a potenciales compradores mediante la participación en ruedas de negocios, misiones comerciales y ferias internacionales; contando permanentemente con la asistencia de especialistas sectoriales y oficinas comerciales de PRO ECUADOR.

## **CAPÍTULO 3 PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN PARA LA EMPRESA SIGUIENDO LA RUTA PRO ECUADOR PARA EL EXPORTADOR.**

### **INTRODUCCIÓN**

En el presente capítulo se desarrollará todo el Plan de Internacionalización de la empresa Fábrica de Velas Herminio Delgado Cía. Ltda. siguiendo la Ruta PRO ECUADOR para el exportador.

Partiremos del Test de Potencial Exportador, que fue realizado en el año 2016 por PRO ECUADOR a la empresa, para saber la situación en la que se encontraba en aquel entonces. En dicho Test constan ciertos campos que la empresa cumple, cumple parcialmente o no cumple. La evaluación mencionada ubicó a la empresa en el color amarillo de la Ruta, es decir como Potenciales Exportadores, ya que no cumplen con todos los requisitos para poder ser exportadores. En este capítulo se analizarán aquellos campos que la empresa cumple parcialmente o no cumple, para así poder realizar al plan de internacionalización y lograr que la empresa se convierta en exportadora de velas.

También se mencionarán las características generales del producto, como: la partida arancelaria a la que pertenece, información emitida por la Resolución No. 020-2017, del pleno del COMEX, y las estadísticas comerciales en cuanto a las exportaciones de velas, información que provee la página oficial del Banco Central del Ecuador.

Por otro lado, se tratará a profundidad sobre los campos que la empresa no cumple o cumple parcialmente, como son: los certificados internacionales, las fichas técnicas del

producto, la capacidad productiva y el costeo aplicando los incoterms<sup>1</sup>; con el fin de identificar cuáles son los puntos específicos en los que la empresa está fallando y así poder solventar dichos fallos para lograr internacionalizarse.

Además se tratará sobre la oferta exportable del producto, en la cual constará información detallada sobre: el etiquetado, el empaque, el embalaje, el precio aplicado al incoterm que se desee usar y el tipo de envío.

Finalmente, se desarrollarán posibles relaciones de negocios, como las oportunidades que PRO ECUADOR ofrece a las empresas que se encuentran en el nivel verde de la Ruta del Exportador, contacto con oficinas comerciales pertenecientes a la red internacional de agencias que la entidad posee, y acceso a ferias internacionales que sean de posible interés para la empresa; todo con el objetivo de exportar las velas a nuevos mercados.

---

<sup>1</sup> (International Commercial Terms) “son un conjunto de reglas internacionales de carácter facultativo que la Cámara de Comercio Internacional ha recopilado y definido sobre la base de las prácticas más o menos estandarizadas por los comerciantes. Los INCOTERMS definen básicamente el punto hasta el cual el vendedor es responsable de la mercancía y cuáles son los gastos a su cargo y que, por lo tanto, estarán incluidos en el precio”. (Banco Mare Nostrum, 2016)

## SITUACIÓN DE LA EMPRESA

### Informe realizado por PRO ECUADOR

Pro Ecuador, a través del Ing. Luis Alfredo Salcedo, encargado de la oficina zonal de la ciudad de Cuenca, realizó el 11 de mayo de 2016 el test de potencial exportador a la empresa Fábrica de Velas Herminio Delgado. El informe final emitido por Pro Ecuador se encuentra en el Anexo No. 3: Test Potencial Exportador Velas HD, mismo que será analizado a continuación:

El informe final del test de potencial exportador cuenta con 11 criterios de evaluación, en los cuales la empresa cumple 8, cumple parcialmente 2 y no cumple 1.

A continuación se nombrarán y analizarán los criterios que la empresa cumple:

- La compañía posee el Registro de Operador de Comercio Exterior <sup>2</sup>en el ECUAPASS y conoce acerca de los documentos de soporte y acompañamiento<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> De acuerdo al Boletín No. 65-2013 del 06-Mar-2013 emitido por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), todos los Operadores de Comercio Exterior (OCEs) deben registrarse como usuarios en el sistema informático ECUAPASS, para poder realizar operaciones y actividades relacionadas al comercio exterior. La Fábrica de Velas Herminio Delgado es un tipo de OCE “IMPORTADOR/EXPORTADOR”. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, Boletines, s.f.)

<sup>3</sup> **Documentos de acompañamiento** “Constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía de importación. Esta exigencia deberá constar en las disposiciones legales que el organismo regulador del comercio exterior establezca para el efecto”. (Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones) *Reglamento al Libro V, Título II.*

**Documentos de soporte** “Constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley”. (Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones) *Reglamento al Libro V, Título II.*

Los documentos de soporte que la empresa maneja son: documento de transporte, factura comercial o

- La empresa cuenta con los pertinentes registros sanitarios, mismos que son necesarios para la comercialización de velas con aroma dentro del país.
- La fábrica tiene el suficiente suministro de materias primas, lo cual permite garantizar el volumen de producción. La compañía cuenta con abastecimientos periódicos ya que se realizan compras mensuales de insumos internacionales y compras semanales de insumos nacionales.
- La empresa conoce y aplica las normas de envases, embalaje, regulaciones extranjeras y estándares de calidad de los mercados extranjeros. La compañía cumple con la siguiente normativa:
  - INEN RTE 163, el mencionado Reglamento Técnico tiene por objeto establecer los requisitos que deben cumplir las velas, cirios y artículos similares, con el fin de prevenir los riesgos para la vida de las personas, preservar el medio ambiente; así como evitar la realización de prácticas que puedan inducir a errores a los usuarios. Cabe recalcar que el Reglamento está elaborado en base a las normas internacionales ASTM F2417 “Standard Specification for Fire Safety for Candles” y ASTM F1972 “Standard Guide for Terminology Relating to Candles and Associated Accessory Items”. La Fábrica de Velas Herminio Delgado tiene conocimiento y aplica la norma ya mencionada, de la misma manera cumple con las normas internacionales, en cuanto a normas de seguridad, advertencias, etiquetado y rotulado.
  - La Decisión 706 emitida por la Comisión de la Comunidad Andina (CAN) acerca de la *“Armonización de legislaciones en materia de productos de higiene doméstica y productos absorbentes de higiene personal”* (LA COMISIÓN DE LA COMUNIDAD ANDINA, 2016). En el Artículo #2 menciona la definición de PRODUCTO DE HIGIENE DOMÉSTICA, señalando que: “Es aquella formulación cuya función principal es remover la suciedad, desinfectar, *aromatizar el ambiente* y

propender el cuidado de utensilios, objetos, ropas o áreas que posteriormente estarán en contacto con el ser humano independiente de su presentación comercial(...)" (LA COMISIÓN DE LA COMUNIDAD ANDINA, 2016). Uno de los propósitos primordiales de las velas es aromatizar el ambiente, por lo que las mismas pertenecen al grupo ya mencionado. De acuerdo al artículo 5 de la Decisión *ibídem*, los productos de higiene doméstica requieren para su comercialización y/o importación, de la Notificación Sanitaria Obligatoria (NSO) presentada ante la autoridad nacional competente (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, **ARCSA**). La Fábrica de Velas Herminio Delgado cuenta con las respectivas notificaciones sanitarias obligatorias para cada aroma que comercializa.

- INEN RTE 015, el mencionado Reglamento Técnico tiene por objeto establecer los requisitos necesarios para el rotulado de productos, para proteger la salud y la seguridad de las personas, prevenir prácticas que puedan inducir a error a los consumidores y proteger el medio ambiente.
- La compañía goza de recursos o materiales de promoción comercial, como páginas web ([www.lavel.com.ec](http://www.lavel.com.ec)) o ([www.velashd.com](http://www.velashd.com)), redes sociales, como: facebook (Lavel velas y decoración), instagram (lavel\_velas), twitter. La compañía maneja 2 idiomas, español e inglés.
- La fábrica cuenta con un equipo especializado que maneja el servicio al cliente en 3 idiomas, español, inglés y alemán, con el fin de llegar y satisfacer a varios mercados extranjeros.
- La empresa posee equipos y tecnología de alta calidad que les permite optimizar la producción y de la misma manera, garantizar la calidad de sus productos. La compañía tiene una planta productiva equipada de un sistema de calderos

eléctricos, moldes que se renuevan periódicamente, cuenta con máquinas especializadas para el terminado de las velas, entre otras.

- La manufactura actualmente cuenta con 2 turnos de trabajo de 8 horas, que le permiten tener una mayor producción con el fin de garantizar una entrega oportuna de sus productos.

A continuación se nombrarán y analizarán los criterios que la empresa cumple parcialmente:

- El personal de la empresa tiene conocimiento de lo que son los incoterms, aunque no ha desarrollado su estructura de costo de ventas de los mismos, de la misma manera no se encuentran especificados en la factura comercial, como en los diferentes instrumentos de pago.
- La empresa ha desarrollado fichas técnicas con información referente a: aromas, peso, componentes, materia prima, entre otras. Sin embargo, no cuenta con fichas técnicas<sup>4</sup> de los productos que desea exportar.

Seguidamente se nombrará y analizará el criterio que la empresa no cumple:

- La compañía no cuenta con certificaciones internacionales relacionadas con Gestión de Calidad, Procesos, Salud y Seguridad Ocupacional, normas ambientales y técnicas como GMP, Global Gap, ISO 9000/14000/26000, entre otras.

---

<sup>4</sup> “Son fichas que contienen la información necesaria para la fabricación de un producto. Al ser documentos que serán consultados en los distintos procesos de producción los datos a incluir deben ser detallados con rigurosidad”. (Palermo, 2016)

### **Comentarios generales de la visita de campo (criterio auditor)**

De acuerdo al informe emitido por el especialista de Pro Ecuador, Ing. Luis Salcedo, las principales problemáticas de la empresa son: la adecuación de la planta productiva que le permita mejorar la distribución y producción de la empresa. De la misma manera, menciona que los productos importados desde otros países como la China no cumplen con la normativa necesaria como los registros sanitarios obligatorios.

Entre las recomendaciones y observaciones del especialista Salcedo, menciona que la empresa se encuentra en el mercado desde 1950, es un negocio familiar de 3 generaciones. También indica que en el año 2000 la empresa arranca con la elaboración de velas decorativas. De la misma manera, alude que al momento en el que se realizó la visita, la compañía facturaba 2.5 millones, contaba con una nave industrial propia, con 56 trabajadores en planta y 10 en administración. Como otro punto importante menciona que trabaja con los principales supermercados del país, como son: Supermaxi, Mi Comisariato, entre otros. Como comentario final, indica la apertura de una tienda propia en el Mall del Río.

### **Informe final y conclusiones**

En el informe final, tras haber realizado la visita de campo a la empresa Fábrica de Velas Herminio Delgado, el especialista de Pro Ecuador, Ing. Luis Salcedo, indicó que la misma se encuentra en el nivel amarillo de la Ruta Pro Ecuador para el exportador. Adicionalmente, mencionó que de acuerdo a los diferentes servicios que Pro Ecuador ofrece (aplicando la Ruta Pro Ecuador), la compañía debe realizar las capacitaciones específicas en las áreas de falencia, como en la falta de certificaciones internacionales, falta de fichas técnicas para los productos que se pretenden exportar, contar con una mayor capacidad productiva, y desarrollar una estructura en costos de venta aplicando los incoterms.

## CARACTERÍSTICAS GENERALES

### Partida Arancelaria para el producto

De acuerdo a la Resolución No. 020-2017, del pleno del COMEX<sup>5</sup>, adoptada en sesión del 15 de junio de 2017 y en vigencia a partir del 01 de septiembre del mismo año, las velas pertenecen a:

*Tabla 7 Partida Arancelaria para el producto*

Capítulo (34)	Jabón, agentes de superficie orgánicos, preparaciones para lavar, preparaciones lubricantes, ceras artificiales, ceras preparadas, productos de limpieza, velas y artículos similares, pastas para modelar, «ceras para odontología» y preparaciones para odontología a base de yeso fraguable.
Subpartida (3406.00.00.00)	Velas, cirios y artículos similares.

**Fuente: Resolución No. 020-2017, del pleno del COMEX.**

---

<sup>5</sup> El Comité de Comercio Exterior (COMEX) “es el organismo que aprueba las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, es un cuerpo colegiado de carácter intersectorial público, encargado de la regulación de todos los asuntos y procesos vinculados a esta materia” (Ministerio de Comercio Exterior, 2016).

## Exportaciones de Ecuador hacia el mundo

Tabla 8 Estadísticas de comercio exterior de bienes, exportaciones / por Subpartida y País Destino.

Código Subpartida	Subpartida	Código País Destino	País Destino	2013			2014			2015			2016		
				TM (Peso Neto)	FOB	Participación	TM (Peso Neto)	FOB	Participación	TM (Peso Neto)	FOB	Participación	TM (Peso Neto)	FOB	Participación
<b>TOTALES:</b>				<b>0,4</b>	<b>0,5</b>	<b>100%</b>	<b>0,5</b>	<b>1,5</b>	<b>100%</b>	<b>0,0</b>	<b>0,1</b>	<b>100%</b>	<b>21,5</b>	<b>33,2</b>	<b>100,0%</b>
3406000000	Velas, cirios y artículos similares.	ABW	ARUBA	0,1	0,1	15%	-	-		-	-		-	-	
3406000000	Velas, cirios y artículos similares.	BHS	BAHAMAS	-	-		-	-		-	-		0,0	0,0	0,0%
3406000000	Velas, cirios y artículos similares.	CUB	CUBA	0,0	0,0	5%	-	-		0,0	0,1	100%	-	-	

34060000 00	Velas, cirios y artículos similares.	DEU	ALEMANIA	-	-		-	-		-	-		0,0	0,1	<b>0,2%</b>
34060000 00	Velas, cirios y artículos similares.	EST	ESTONIA	0,3	0,4	<b>79%</b>	-	-		-	-		-	-	
34060000 00	Velas, cirios y artículos similares.	PER	PERÚ	-	-		0,5	1,5	<b>100%</b>	-	-		21,3	32,8	<b>98,6%</b>
34060000 00	Velas, cirios y artículos similares.	SAU	ARABIA SAUDITA	-	-		-	-		-	-		0,0	0,3	<b>1,0%</b>
34060000 00	Velas, cirios y artículos similares.	URY	URUGUAY	-	-		-	-		-	-		0,1	0,1	<b>0,2%</b>
34060000 00	Velas, cirios y artículos similares.	USA	ESTADOS UNIDOS	0,0	0,0	<b>1%</b>	-	-		-	-		-	-	

(TM Y valores en miles de USD)

Fuente: Banco Central del Ecuador.

En la tabla.7 se observa que en el año 2013 al país que más se exportaron velas, cirios y artículos similares, fue a Estonia, seguido por Aruba, Cuba y Estados Unidos, respectivamente. En el año 2014, de acuerdo a los datos emitidos por el Banco Central, se exportó solo a Perú, mientras que el 2015 a Cuba. En el 2016, se exportó en su mayoría a Perú, seguido por Alemania, Uruguay y Arabia Saudita.

De acuerdo a lo analizado podemos concluir y recomendar a la empresa Fábrica de Velas Herminio Delgado que enfoque sus primeras exportaciones al mercado peruano, ya las mismas han sido representativas, sobre todo durante el 2016. Cabe recalcar que Perú al ser nuestro país vecino, brinda facilidades y ventajas en cuanto a la logística y transporte; de la misma manera, ya que Perú y Ecuador pertenecen a la Comunidad Andina (CAN)<sup>6</sup>, cuentan con preferencias arancelarias, entre otros beneficios al comercio exterior<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> Es una comunidad de países unidos voluntariamente con el objetivo de alcanzar un desarrollo integral, más equilibrado y autónomo, mediante la integración andina, suramericana y latinoamericana. Los países que la integran son: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. El proceso andino de integración se inició con la suscripción del Acuerdo de Cartagena el 26 de mayo de 1969 (Comunidad Andina, Quienes somos).

<sup>7</sup> **Beneficios al comercio exterior:**

**Nomenclatura Arancelaria:** “La nomenclatura común **NANDINA** facilita la identificación y clasificación de las mercancías” (Comunidad Andina, Aduanas, s.f.).

**Régimen Aduanero:** “Es el tratamiento aduanero aplicable a las mercancías, solicitado por el declarante, de acuerdo con la legislación aduanera vigente” (*ART. 2 DEL REG. AL LIBRO V DEL COPCI*).

“Las normas andinas sobre regímenes aduaneros permiten la armonización de los procedimientos y formalidades exigibles en el ingreso y salida de las mercancías y medios de transporte, así como en la destinación aduanera de las mercancías a un régimen u operación aduanera, habiéndose adoptado a nivel andino el **Documento Único Aduanero – DUA**” (Comunidad Andina, Aduanas).

**Arancel Integrado Andino (ARIAN):** “El ARIAN, aprobado por medio de la **Decisión 657**, es un sistema que permite recoger, validar e incorporar a una base de datos toda la información y normativa que generan los órganos de decisión de la Comunidad Andina para designar las mercancías que sean objeto de reglamentaciones específicas. El ARIAN, que está basado en la Nomenclatura Común – NANDINA, se establece como herramienta para facilitar la difusión y aplicación del arancel externo común, de las estadísticas de comercio exterior y de las políticas y medidas comunitarias relativas” (Comunidad Andina, Aduanas, s.f.).

**Valoración Aduanera:** “Las normas andinas de Valoración Aduanera permite a los Países Miembros, contar con una normatividad común para la determinación de la base imponible de los derechos de aduana e impuestos aplicables en la importación de mercancías, contando para ello con una Declaración Andina del Valor - DAV la cual brinda información sobre la transacción comercial” (Comunidad Andina, Aduanas, s.f.).

**Tránsito Aduanero Comunitario:**” Los Países Miembros de la Comunidad Andina, vienen aplicando desde enero de 2006, la Decisión 617 modificada por Decisión 636, sobre Tránsito Aduanero Comunitario, régimen aduanero que permite trasladar bajo una misma operación, mercancías desde la Aduana de un País Miembro a la Aduana de otro País Miembro, en el curso del cual cruzan una o varias fronteras de los Países Miembros” (Comunidad Andina, Aduanas, s.f.).

Otros mercados interesantes a los que la empresa se puede dirigir son: Alemania, Uruguay y Arabia Saudita, ya que si bien no cuentan con estadísticas elevadas, podemos notar que durante el 2016 se inició la exportación a los mencionados países.

## **CAPACITACIONES DE PRO ECUADOR**

### **Capacitaciones Específicas y Asesoramiento por parte de PRO ECUADOR**

La empresa Fábrica de Velas Herminio Delgado actualmente se encuentra en la etapa de “Formación y Asistencia Técnica”, la cual se identifica con el color amarillo, de acuerdo al sistema de semaforización de la Ruta PRO ECUADOR para el exportador.

Pro Ecuador proporciona capacitaciones específicas para las empresas que se encuentran en dicho color con el fin de reforzar tanto los criterios que cumplen parcialmente, así como los que no cumplen de acuerdo con el Test de Potencial Exportador (Ver Anexo No. 3: Test Potencial Exportador Velas HD).

A continuación, se analizarán exhaustivamente los criterios que la empresa cumple parcialmente y no cumple, con el fin de aplicar las capacitaciones específicas proporcionadas por la entidad Pro Ecuador, para superar las falencias identificadas en el test y lograr que la empresa esté lista para internacionalizarse.

### **Certificaciones internacionales relacionadas con Gestión de Calidad, Procesos, Salud y Seguridad Ocupacional**

Según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, la palabra certificación es “Aquel documento en que se asegura la verdad de un hecho”. (Real Academia Española, 2014). De acuerdo a Pro Ecuador los Certificados Internacionales: *“son los sellos y/o certificaciones privadas requeridas por algunos importadores o compradores a nivel mundial. Estos sellos o certificaciones responden a los*

*requerimientos del cliente y no son exigidos por las autoridades del país de destino”* (PRO ECUADOR, 2017).

Las certificaciones son otorgadas por distintos institutos o empresas internacionales especializadas en ello, las cuales luego de una investigación e inspección otorgan certificados de calidad, cuyo objetivo principal es generar confianza entre los clientes y así poder captar nuevos mercados internacionales.

Pese a que no es obligación de las empresas contar con certificaciones internacionales, estas se han convertido en un requerimiento necesario para poder acceder a ciertos mercados internacionales, debido a que los consumidores buscan obtener productos que sean responsables tanto de manera económica, como social y ambiental. Hoy en día es una prioridad de las empresas crear confianza a lo largo de toda la cadena de valor, razón por la cual procuran obtener dichas certificaciones.

Una de las certificaciones internacionales más conocidas y usadas a nivel mundial son las normas de la Organización Internacional de Normalización (ISO por sus siglas en inglés), la cual es la encargada de desarrollar y publicar estándares internacionales. Uno de los estándares más populares son los de gestión de calidad ISO 9000, “Los estándares brindan orientación y herramientas para las empresas y organizaciones que desean garantizar que sus productos y servicios cumplan de manera constante con los requisitos del cliente, y que la calidad se mejore de manera constante”. (Organización Internacional para la Estandarización, n.d.)

Actualmente la “Fábrica de Velas Herminio Delgado Cía. Ltda.” no posee certificaciones internacionales, sin embargo, es la primera mediana empresa cuencana en haber recibido “Mi Primer Certificado INEN” mismo que incentiva a las MYPIMES a mejorar la calidad de su gestión empresarial, dicho certificado fue otorgado el 28 de

septiembre del 2017 por el Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN). (*Ver Anexo 4 Primera empresa cuencana recibe "Mi Primer Certificado INEN"*)

La empresa objeto del presente análisis tuvo que pasar por una auditoría, cumpliendo con exigencias legales, temas afines con “atención al cliente y proveedores, manejo de procesos productivos y comerciales, de conservación del producto, de gestión de venta, también conceptos de seguridad y salud ocupacional, entre otros. Las empresas que obtienen esta certificación y desarrollan procesos de mejora, están en la posibilidad de sacar el Sello de Calidad INEN”. (Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2017)

Otras certificaciones internacionales:

- **SA-8000:** La organización estadounidense de Responsabilidad Social Internacional (*Social Accountability International-SAI*) creó una certificación voluntaria con el fin de fomentar mejores condiciones laborales. “La certificación SA8000 se basa en los acuerdos internacionales sobre las condiciones laborales, los cuales incluyen temas tales como: justicia social, derechos de los trabajadores (...) libertad de asociación y negociación colectiva (...), reglas respecto a la duración de la jornada laboral, los salarios, la lucha contra la discriminación y el trabajo infantil o forzado”. (Organización estadounidense de Responsabilidad Social Internacional, 2014)
- **OHSAS 18001** elaborada para asistir a las empresas, del tipo que sean, durante la implementación y la operación de Sistemas de Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional. Dicha norma establece los requisitos mínimos para que las empresas logren alcanzar mejores prácticas, permitiendo que la organización controle sus riesgos y mejore su desempeño.

## **Fichas Técnicas del Producto que se desea Exportar**

Una ficha técnica, es un documento en el cual se encuentra una descripción de las características técnicas de un objeto, producto o bien de manera detallada. Generalmente éstas contienen información como: “el nombre, características físicas, el modo de uso o elaboración, propiedades distintivas, métodos de ensayo y especificaciones técnicas”. (Icontec Internacional, 2016)

Uno de los principales beneficios de implementar fichas técnicas en los productos es que los clientes se informan y reciben una breve explicación sobre las características de un determinado bien; de esta manera se podrán entender claramente las cualidades que éste posee, brindando así más confianza y seguridad sobre el artículo que se está manejando.

Según el Test de Potencial Exportador, la empresa ha desarrollado fichas técnicas con información referente a aromas, peso y componentes; también cuenta con fichas técnicas de la materia prima importada. Actualmente la fábrica cuenta con un plan para poder implementar fichas técnicas por producto, lo cual permitirá a los clientes tener un conocimiento de lo que contienen exactamente las velas.

## **Suficiente Capacidad de Producción para Satisfacer las Demandas del Mercado**

De acuerdo con el Test de Potencial Exportador realizado el 11 de mayo del año 2016, la empresa fabricaba 5 toneladas de velas por día y 150 toneladas al mes, de esta manera para la fecha indicada anteriormente, la empresa utilizaba el 30% de su capacidad productiva.

A principios del año 2017 la empresa invirtió en la compra de una nueva nave industrial, de la misma manera la compañía realizó la compra de máquinas y tanques de alta tecnología, lo cual ha permitido tener una mayor producción. Gracias a la expansión realizada se ha podido satisfacer de mejor manera la demanda dentro del mercado de velas.

### **Precios de exportación de productos estructurados según los Incoterms.**

Los Incoterms (IN-ternational CO-mmercial TERMS) son un conjunto de términos internacionales de negociación los cuales fueron creados por la Cámara de Comercio Internacional (CCI) con la finalidad de facilitar las negociaciones globales entre comerciantes. Éstos “definen obligaciones y derechos del comprador y vendedor, describen las tareas, costos y riesgos que implica la entrega de mercancía de la empresa vendedora a la compradora, siempre y cuando el Incoterm 2010 se encuentre establecido en el contrato de compraventa.” (PRO ECUADOR, 2010) Básicamente especifican el lugar exacto hasta el cual el vendedor se responsabiliza de la mercancía.

Los incoterms regulan principalmente cuatro aspectos fundamentales como: la distribución de gastos, la entrega de la mercancía, la transmisión de riesgos y finalmente, los trámites aduaneros.

### **Clasificación de los Incoterms según su grupo.**

#### **Grupo E: Entrega directa a la salida.**

- EXW (Ex-Works): “en fábrica” o lugar convenido.

#### **Grupo F: Entrega indirecta, sin pago de transporte principal.**

- FCA (Free Carrier): “franco transportista” o lugar convenido.

- FAS (Free Alongside Ship): “franco al costado del buque”.
- FOB (Free On Board): “franco a bordo”.

**Grupo C: Entrega indirecta, con pago del transporte principal.**

- CFR (Cost and Freight): “coste y flete”.
- CIF (Cost, Insurance and Freight): “coste, seguro y flete”.
- CPT (Carriage Paid To): “transporte pagado hasta”.
- CIP (Carriage and Insurance Paid To): “transporte y seguro pagados hasta”.

**Grupo D: Entrega directa en llegada.**

- DAT (Delivered At Terminal): “entrega en terminal”.
- DAP (Delivered At Place): “entrega en lugar”.
- DDP (Delivered Duty Paid): “entrega con derechos pagados”.

Figura 9 Incoterms 2010.

Incoterms 2010											
Modalidad de transporte	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
EXW	Polivalente										
FCA	Polivalente										
FAS	Marítimo										
FOB	Marítimo										
CPT	Polivalente										
CIP	Polivalente										
CFR	Marítimo										
CIF	Marítimo										
DAT	Polivalente										
DAP	Polivalente										
DDP	Polivalente										

© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI

Vendedor    
  Comprador    
  Vendedor / Comprador

**Fuente:** Cámara de Comercio Internacional, **Obligaciones, Costos y Riesgos, Publicación N° 715S de ICC**

**Cita:** (Comité Español de la Cámara de Comercio Internacional, 2010)

Según el Test de Potencial Exportador, “la empresa conoce lo que son los términos de negociación internacional, aunque no han desarrollado su estructura de costos de ventas aplicando los mismos”.

Actualmente la fábrica conoce y ha estructurado los precios de exportación de sus productos considerando el Incoterm Exwork en fábrica, el cual significa que el vendedor

realiza la entrega cuando pone la mercancía a disposición del comprador en el establecimiento del vendedor o en otro lugar convenido (taller, fábrica, almacén, bodega, entre otros), sin despacharla para la exportación, ni cargarla en un vehículo receptor.

Dicho incoterm conlleva obligaciones mínimas para el vendedor, y máxima asunción de costes y riesgos para el comprador. Ex work es el único Incoterm en el que, “el vendedor no despacha a la aduana de exportación, sin embargo sí debe proveer la ayuda y los documentos necesarios para ello”. (Cormeseg, 2010)

Adicionalmente, la empresa desarrolló su factura comercial para exportar, misma que es un documento esencial en el cual se fijan las condiciones de venta. La misma sirve como comprobante de venta y contrato comercial. Entre los datos relevantes que figuran en una factura comercial están los siguientes: fecha de emisión, nombre y dirección del exportador y del importador extranjero, descripción de la mercancía, condiciones de pago y términos de entrega.

## OFERTA EXPORTABLE

### El Producto

Fábrica de Velas Herminio Delgado cuenta con una amplia gama de productos relacionados a velas y decoración. Las velas son el producto potencial de la empresa, ya que cuenta con una amplia variación de modelos, colores y aromas. Para la presente propuesta se ha seleccionado la colección de velas con aromas frutales y tropicales. La marca con la que se manejará la colección ya mencionada es Lavel, ya que cuenta con un mayor valor agregado.

### Aromas y colores seleccionados

Los aromas seleccionados para la colección frutal y tropical son: maracuyá, paraíso tropical y strawberry. A continuación se realizará una breve descripción de los mismos.

*Tabla 9 Descripción de aromas y colores.*

<b>Nombre del aroma:</b>	<b>Descripción:</b>	<b>Color seleccionado para la etiqueta y empaque:</b>
Maracuyá	La esencia de maracuyá o también conocida como la fruta de la pasión se caracteriza por ser refrescante, exótica y afrutada.	Amarillo
Strawberry (Fresa)	La fresa es un fruto de color rojo brillante, cuenta con una fragancia fresca y	Rojo

	tropical. Es un aroma que endulza la vida, tanto para el amor como para la amistad.	
Paraíso Tropical	Es la mezcla perfecta de esencias y aromas exóticos y tropicales. Es ideal para ambientar cualquier espacio.	Morado

**Elaborado por: Cobo-Delgado**

### **Envase**

El envase seleccionado para la colección cuenta con una forma de bombonera con tapa, misma que le da un detalle estético muy atractivo y único en el mercado. El material del mismo es cristal deslustrado dándole un toque de elegancia.

*Figura 10 Muestra del envase*



*Figura 11 Descripción del envase*

Tamaño (centímetros):	10x10
Peso (gramos):	293.5
Material:	Vidrio deslustrado
Peso con relleno (gramos):	500.5

**Fuente: Ficha Técnica del envase.**

## **Etiqueta y empaque.**

*Figura 12 Muestra de la etiqueta y empaque*



La etiqueta que va adherida al envase tiene una forma rectangular con puntas, en la cual se encuentra el logo de LAVEL; adicionalmente se encuentra el nombre del aroma de la vela. En un pequeño rectángulo en la parte inferior de la etiqueta se especifica el contenido neto.

En cuanto al empaque es una caja de: 9cm x 9cm x 8cm (largo x ancho x alto), en la parte central se encuentra la misma forma rectangular de la etiqueta. El empaque tiene un diseño atractivo con patrones de hojas y flores tropicales, atravesada de arriba a abajo con una franja del mismo color de la tapa superior, misma que depende del aroma de la vela.

Tanto en la parte inferior de la caja y del envase se encuentran las advertencias y precauciones, así como los datos generales de la empresa, como: su dirección, teléfono y redes sociales. Adicionalmente se especifica la notificación sanitaria del aroma de cada producto.

Figura 13 Muestra de la estructura de la caja



## Embalaje

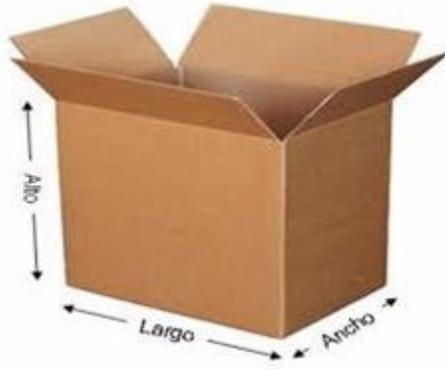
El embalaje es esencial para la protección y transporte del producto; a continuación, se explicará de manera gráfica el proceso de embalaje del producto.



En primer lugar, se empacan las cajas que contienen el producto en una caja de 32cm de largo por 24 cm de ancho y 10cm de alto. En la mencionada caja entran 6 unidades como se aprecia en la imagen. El peso total de la caja es de 3.46 kilos.



La caja indicada tiene impreso el nombre de la empresa, así como su logo oficial. De la misma manera se especifica la información general de la empresa, como: dirección y teléfonos. En la parte lateral de la caja existe un espacio para poner las unidades que van por caja y la simbología de manipulación y transporte.



Por último, se empacan las cajas dentro de una caja master, la cual mide 50cm de largo, 40cm de ancho y 36cm de alto. Entran un total de 6 cajas, por lo que tiene un peso total de 20, 76 kilos.

### **Precio de exportación**

De acuerdo a Pro Ecuador el precio de exportación *“es el precio o valor del producto fijado para la venta a un cliente extranjero, el mismo que le permite recuperar los costos en los que se incurrió para la fabricación del producto (materia prima, gastos administrativos, trámites para exportación) más la utilidad o beneficio que desea obtener con la venta internacional del producto”* (PRO ECUADOR, 2018).

Se recomienda a la empresa fijar el precio del producto de acuerdo al incoterm Ex work. Como ya se mencionó el mismo determina que el vendedor realiza la entrega cuando pone la mercancía a disposición del comprador en su establecimiento o en otro lugar convenido, sin despacharla para la exportación, ni cargarla en un vehículo receptor. La única obligación que tiene el vendedor es proveer los documentos necesarios para la exportación, como la factura.

A continuación, se encuentra la propuesta de un precio tentativo para la exportación:

*Tabla 10 Costos de Producción*

<b>Descripción:</b>	<b>Costo:</b>
Materia Prima	\$ 0,98
Mano de Obra	\$ 0,50
Etiqueta, rotulación y envase	\$ 2,45
Embalaje	\$ 0,30
Otros gastos	\$ 0,50
	<b>\$ 4,73</b>

**Fuente: Fábrica de Velas Herminio Delgado**

**Elaborado por: Cobo Delgado**

El costo de producción es de \$4,73, se recomienda una utilidad del 20% más un 2% para gastos financieros y un 2 % para imprevistos. Por lo que el precio tentativo Ex work sería de \$5,87.

## **CONTACTOS DE NEGOCIO: PROECUADOR**

### **Oportunidades de negocio**

Una de las oportunidades de negocios más grandes a la cual la Fábrica puede acceder actualmente debido a su posición en la Ruta PRO ECUADOR para el Exportador es la Macrorrueda de Negocios, evento de carácter multisectorial el cual se realiza anualmente en la ciudad de Guayaquil y es organizado por PRO ECUADOR.

Uno de los principales objetivos de la Macrorrueda es el de integrar a nuevos actores al comercio exterior, los cuales son básicamente pequeñas empresas, mismas que por sí solas no logran acceder a compradores internacionales, y mediante este encuentro tienen la oportunidad de ofertar sus productos a empresarios extranjeros.

Varias MYPIMES ecuatorianas han logrado la internacionalización de sus productos logrando acceder a distintos mercados y convirtiéndose en nuevos exportadores gracias a dicho evento, el cual cuenta “con la participación de más de 600 exportadores nacionales, representantes de los 16 sectores de la oferta exportable ecuatoriana y 180 compradores de 34 países”. (PRO ECUADOR, 2017)

### **Contacto con oficinas comerciales**

PRO ECUADOR cuenta con 31 oficinas comerciales parte de la red internacional (ver Tabla No. 6). De todas las agencias que PRO ECUADOR posee alrededor del mundo, las que a la Fábrica más le interesa tener contacto son aquellas oficinas ubicadas en Perú, Alemania, Uruguay y Arabia Saudita; debido a que están ubicadas en los países que más velas importan desde Ecuador, razón por la cual promocionan la oferta exportable y generan actividades para la promoción y atracción de inversiones.

### **Ferias Internacionales**

Las ferias internacionales, componen hoy en día una de las herramientas de promoción comercial más eficaces y rentables que poseen las empresas.

Para participar en ferias internacionales como expositor se deben cumplir ciertos requisitos, tales como: tener un producto que cumpla con las exigencias del mercado internacional, contar con un plan de marketing para cada mercado al que se quiere exportar el producto, tener material promocional y técnico de la empresa y/o producto, y finalmente realizar reuniones previas con potenciales clientes.

Tabla 11 Ferias Internacionales Multisectoriales 2018

FERIAS INTERNACIONALES MULTISECTORIALES 2018					
NOMBRE	LUGAR	FECHA	CARACTERSTICAS DE LA FERIA	TIPO DE ACTIVIDAD	Fuente
<b>ExpoWalmart</b>	San José - Costa Rica	7 y 8 de Febrero	EXPOWALMART 2018 es la plataforma ideal para poder hacer contacto directo con los gerentes, administradores de tiendas y con el área comercial y ejecutiva de Walmart México y Centroamérica, dentro de esta exposición las empresas tendran citas de negocios en las cuales podrán brindar información importante a cerca de sus productos, diseños, variedades, lanzamientos, etc.	Feria Presencial	Pro Ecuador y Página Web Oficial ExpoWalmart
<b>Encuentro Empresarial Andino</b>	Arequipa - Perú	9 y 10 de Mayo	Las entidades de Promoción Comercial de los países andinos Promueve Bolivia, ProColombia, ProEcuador y PromPerú, conjuntamente con la Secretaría General de la Comunidad Andina, invitan a participar en el Encuentro Empresarial Andino, el evento más importante de la CAN y cuyo propósito es promover el empleo, la producción y el comercio andino, así como generar relaciones y alianzas con empresarios Intra regionales pero también de la Unión Europea y el Reino Unido.	Rueda de Negocios	Página Web Oficial Encuentro Empresarial Andino
<b>APAS SHOW</b>	Sao Paulo - Brasil	7 al 10 de Mayo	Mundialmente reconocida como la feria de supermercadismo más grande de la actualidad, el APAS Show reúne a toda la cadena supermercadista de Brasil y del exterior en un evento totalmente segmentado, con expositores de diversos países. Además de tratarse de un encuentro para entablar negocios y relaciones comerciales, el APAS Show es una gran oportunidad para conocer los lanzamientos de productos, las últimas novedades y las tendencias del mercado. Es la oportunidad perfecta para figurar entre los más grandes del mercado y ampliar sus perspectivas de negocios.	Feria Presencial	Página Web Oficial APAS Show

<b>Macrorrueda de Negocios Ecuador</b>	Guayaquil - Ecuador	Junio	La Macrorrueda, es considerado el evento comercial más grande del Ecuador, tiene una duracion de dos días, en los cuales se realizan reuniones entre exportadores ecuatorianos y compradores extranjeros, para alcanzar la meta de millones de dolrares de ventas y compromisos de negocios.	Rueda de Negocios	Página Web Oficial Ministerio de Comercio Exterior
<b>FIHAV</b>	La Habana - Cuba	Noviembre	<p>FIHAV, la feria comercial multisectorial más importante de Cuba, se viene realizando ininterrumpidamente desde 1983, y está considerada entre las más representativas de América Latina y el Caribe. En su pasada edición, FIHAV, recibió a 3,800 expositores extranjeros de 73 países, 25 delegaciones oficiales de diversos países y 85 Cámaras de Comercio y organizaciones promotoras del comercio y las inversiones. FIHAV recibió alrededor de 150 000 visitantes profesionales y público general.</p> <p>Durante cinco días en FIHAV convergen expositores, compradores y especialistas de todos los sectores de la economía cubana y una amplia y variada muestra comercial internacional de los cinco continentes propiciando un clima de negocios con encuentros empresariales, rondas de negocios, seminarios, conferencias, entre otras actividades.</p>	Feria Presencial	Página Web Oficial Feria Havana

**Fuente: Varias (Ver fuente en la tabla 11)**

**Elaborado por: Cobo-Delgado**

## CONCLUSIÓN

Pro Ecuador, a través del Ing. Luis Alfredo Salcedo, encargado de la oficina zonal de la ciudad de Cuenca, realizó el test de potencial exportador a la empresa Fábrica de Velas Herminio Delgado. El mismo cuenta con 11 criterios de evaluación, de los cuales la empresa cumple 8, parcialmente 2 y no cumple 1; por lo que la empresa se encuentra en nivel amarillo de la Ruta Pro Ecuador para el exportador.

El presente capítulo se basó en los criterios que la empresa cumple parcialmente y no cumple, con el fin de resolver los mismos y de esa manera lograr que la empresa cumpla con las especificaciones de Pro Ecuador y convertirse en un potencial exportador.

Entre los criterios mencionados, se encuentran: la falta de Certificaciones Internacionales relacionadas con Gestión de Calidad, Procesos, Salud y Seguridad Ocupacional; si bien la empresa no cuenta actualmente con dichas certificaciones, la misma fue la primera compañía cuencana en recibir “Mi Primer Certificado INEN” el cual incentiva a las MYPIMES a mejorar la calidad de su gestión empresarial, dicho certificado fue otorgado por el Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN).

Como conclusión y percepción personal creemos que los certificados internacionales todavía no son una prioridad para la empresa, ya que los mismos tienen un valor monetario bastante alto y una duración entre 2 a 5 años, por lo que no sería una inversión por el momento representativa.

Otro criterio que se analizó fue la falta de fichas técnicas del producto que se pretende exportar, por lo que para cumplir esta especificación la empresa realizó varias fichas técnicas específicas en cuanto a aromas, peso, componentes, tiempos de producción y materia. Adicionalmente, la compañía cuenta actualmente con fichas técnicas destinadas a los clientes, con el fin de informar y proporcionar una breve explicación sobre las características del producto.

Además, la compañía tuvo el reto de maximizar su capacidad productiva, por lo que la misma realizó fuertes inversiones en la compra de una nueva nave industrial y máquinas con tecnología de punta, con el fin de satisfacer las demandas de mercado.

Por último, anteriormente la empresa no había desarrollado su estructura de precios basados en los incoterms, actualmente la Fábrica conoce y ha estructurado los precios de exportación de sus productos considerando el Incoterm Exwork en fábrica, el cual significa que el vendedor realiza la entrega cuando pone la mercancía a disposición del comprador en el establecimiento del vendedor o en otro lugar convenido (taller, fábrica, almacén, bodega, entre otros), sin despacharla para la exportación, ni cargarla en un vehículo receptor. Adicionalmente ha desarrollado su factura comercial para exportar.

Como dato general se especificó la subpartida arancelaria del producto (3406.00.00), misma que cuenta con la descripción de: velas, cirios y artículos similares. De la misma manera, se analizaron las exportaciones desde Ecuador hacia el mundo de 2013 a 2016, concluyendo que un posible mercado meta sería Perú.

La Fábrica de Velas Herminio Delgado cuenta con una amplia gama de productos relacionados a velas y decoración. Las velas son el producto potencial de la empresa, ya que cuenta con una amplia variación de modelos, colores y aromas. En el presente capítulo se seleccionó el producto específico para la exportación, determinando: sus aromas, envase, etiqueta, embalaje, entre otros.

Por otro lado, se expuso como PRO ECUADOR facilita a las MYPIMES a que consigan internacionalizarse mediante contactos de negocios, como oportunidades al asistir a Ruedas de Negocios, Ferias Internacionales, Misiones Comerciales; todo con la ayuda y el apoyo de las oficinas comerciales internacionales que la entidad posee en distintos países del mundo, las cuales promueven el comercio exterior fomentando la oferta exportable del país alrededor del mundo.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Tras haber concluido el presente plan de internacionalización de la empresa, Fábrica de Velas Herminio Delgado Cía. Ltda, a través de la Ruta PRO ECUADOR para el Exportador, podemos concluir que es una alternativa viable para internacionalizar no solo la empresa analizada, sino cualquier otra MIPYME del país. Como ya se mencionó en el primer capítulo del presente trabajo, de acuerdo al “Directorio de Empresas y Establecimientos”, en el 2016, el 99.54% de las empresas fueron MIPYMES, mientras que las grandes empresas apenas representaron un 0.46%; por lo que concluimos que con el apropiado apoyo y guía, las MIPYMES pueden convertirse en grandes exportadores de productos nuevos e innovadores, de alta calidad y de esa manera diversificar la oferta exportable del Ecuador hacia el mundo.

La empresa familiar ecuatoriana “Fábrica de Velas Herminio Delgado Cía. Ltda.” ha estado presente en el mercado local durante 50 años, actualmente la empresa cuenta con 78 empleados, provee al mercado más de 10 líneas de productos y sirve a las principales cadenas de supermercados y tiendas de decoración a nivel nacional. Cabe recalcar que la innovación y la calidad son una prioridad para la empresa, motivo por el cual los productos cuentan con una gran variedad en: modelos, colores y aromas, dándole al producto el mayor valor agregado posible. Por lo que concluimos que, la empresa en cuestión, está lista para dar un paso adelante e internacionalizar sus productos.

El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones más conocido como “PRO ECUADOR”, es una entidad pública ecuatoriana, que se encarga de promocionar las exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos ecuatorianos al comercio internacional, mediante la internacionalización de los mismos.

La mencionada entidad, tal y como se analizó a lo largo del capítulo No. 2 , es la encargada de la implementación de la “Ruta PRO ECUADOR para el Exportador”, dentro de la cual se plantea un sistema de semaforización de servicios, el cual consiste en establecer criterios para la ubicación de las diferentes empresas en colores como: rojo, amarillo y verde, buscando que los agentes económicos que se encuentran en rojo lleguen a estar en verde; de lo indicado se debe esclarecer que, existen niveles de asesoría y direccionamiento: el primero, se enfoca a la “Orientación y Asesoría”, el cual se encuentra dirigido a los emprendedores; en el segundo, se encuentra la “Formación y Asistencia Técnica”, mismo que se enfoca a los potenciales exportadores; y, por último en el tercer nivel encontramos a la “Promoción Comercial”, dentro de la cual se encuentra el enfoque de direccionamiento hacia los exportadores; todos estos niveles van relacionados, respectivamente, a los colores indicados, con el único fin de fomentar el comercio exterior a través de la internacionalización de las MYPIMES, con su participación en el ámbito de las exportaciones.

Gracias al Test de Potencial Exportador que PRO ECUADOR realizó a la Fábrica, pudimos identificar sus principales falencias, razones por la cuales la empresa no ha podido pasar del nivel amarillo (Potencial Exportador) al nivel verde (Exportador).

En el capítulo No. 3 se analizaron exhaustivamente los criterios que la empresa ha tenido que trabajar y sigue trabajando con el fin de convertirse en un exportador.

Entre los criterios analizados se encuentran; la falta de Certificaciones Internacionales relacionadas con Gestión de Calidad, Procesos, Salud y Seguridad Ocupacional; la empresa actualmente no cuenta con dichas certificaciones, sin embargo fue la primera compañía cuencana en recibir “Mi Primer Certificado INEN”. Como conclusión y percepción personal creemos que los certificados internacionales todavía no son una prioridad para la empresa, ya que los mismos tienen un valor monetario bastante alto y una duración entre 2 a 5 años, por lo que no sería una inversión por el momento representativa.

En cuanto a la falta de fichas técnicas del producto que se pretende exportar, la empresa elaboró varias fichas técnicas en cuanto a aromas, peso, componentes, tiempos de producción y materia. Adicionalmente la compañía cuenta actualmente con fichas técnicas destinadas a los clientes con el fin de informar y proporcionar una breve explicación sobre las características del producto.

Adicionalmente la compañía realizó en el 2017 una fuerte inversión en la compra de una nave industrial y nueva maquinaria lo cual permitió maximizar su capacidad productiva y satisfacer las demandas de mercado.

Por último, la empresa desarrolló su estructura de precios basados en los incoterms, además, desarrolló su factura comercial para exportar.

Los aportes más relevantes del capítulo No. 3 están en la selección del producto para la exportación, mismo que es innovador y atrayente para que sea competitivo a nivel internacional; se eligieron aromas tropicales que permitan tener un valor agregado atractivo en mercados extranjeros. De la misma manera, se seleccionaron: el envase, etiqueta, embalaje, entre otros.

Por otro lado, se expuso como PRO ECUADOR facilita a las MYPIMES a que consigan internacionalizarse mediante contactos de negocios, como oportunidades al asistir a Ruedas de Negocios, Ferias Internacionales, Misiones Comerciales; todo con la ayuda y el apoyo de las oficinas comerciales internacionales.

Como conclusión y recomendación final, queremos invitar a la empresa analizada Fábrica de Velas Herminio Delgado Cía. Ltda., a que ponga en práctica el presente plan de internacionalización a través de la Ruta PRO ECUADOR para el Exportador. De igual forma, invitamos a las MIPYMES del Ecuador a apoyarse en PRO

ECUADOR y a que expandan sus fronteras y se internacionalicen, ya que si bien es una jugada arriesgada, los beneficios posteriores no tienen límites.

## **GLOSARIO DE TÉRMINOS**

**Arancel:** *“Es un tributo (impuesto) que se aplica a los bienes objeto de importación”* (PRO ECUADOR, 2018).

**Certificados Internacionales:** *“Son los sellos y/o certificaciones privadas requeridas por algunos importadores o compradores a nivel mundial. Estos sellos o certificaciones responden a los requerimientos del cliente y no son exigidos por las autoridades del país de destino”* (PRO ECUADOR, 2018).

**Clasificación Arancelaria:** *“Es un sistema que permite la identificación de una mercancía que se comercializa internacionalmente, a través de un código numérico”* (PRO ECUADOR, 2018).

**Declaración Aduanera de Exportación:** *“Formulario en el que se registran las exportaciones que cualquier persona autorizada desee realizar. La Exportación se debe presentar en el distrito (12 distritos en el país) aduanero donde se formaliza la exportación junto con los documentos de acompañamiento y de soporte que sean necesarios”* (PRO ECUADOR, 2018).

**Ecuapass:** *“Es el sistema aduanero ecuatoriano que permitirá a los Operadores de Comercio Exterior poder realizar todas sus operaciones aduaneras de importación y exportación”* (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, Preguntas Frecuentes, 2017).

**Exportacion:** *“Es un régimen aduanero (Régimen 40) que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio o de la zona especial de desarrollo económico”* (PRO ECUADOR, 2017).

**Exportador:** *“Persona o empresa autorizada por el Servicio Nacional de Aduana para vender un producto de un país a otro”* (PRO ECUADOR, 2017).

**Firma Electrónica:** *“Son los datos en forma electrónica consignados en un mensaje de datos, adjuntados o lógicamente asociados al mismo, y que puedan ser utilizados para identificar al titular de la firma en relación con el mensaje de datos, e indicar que el titular de la firma aprueba y reconoce la información contenida en el mensaje de datos. La firma electrónica tendrá igual validez y se le reconocerán los mismos efectos jurídicos que a una firma manuscrita en relación con los datos consignados en documentos escritos, y será admitida como prueba en juicio”* (Banco Central del Ecuador, 2017)

**Importador:** *“Persona que introduce productos en un país”* (PRO ECUADOR, 2018).

**Internacionalización:** *“la expansión de las compañías privadas o de sus mercados más allá de las fronteras o hacia regiones o países en diferentes puntos geográficos”* (Meza Gonzáles, 2015)

**MIPYMES:** *“son el conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas”* (Servicio de Rentas Internas, PYMES, s.f.)

**Precio de Exportación:** *“es el precio o valor del producto fijado para la venta a un cliente extranjero, el mismo que le permite recuperar los costos en los que se incurrió para la fabricación del producto (materia prima, gastos administrativos, trámites para exportación) más la utilidad o beneficio que desea obtener con la venta internacional del producto”* (PRO ECUADOR, 2018).

**Ruta PRO ECUADOR para el Exportador:** *“es un sistema de semaforización de servicio que consiste en ubicar a los usuarios en colores rojo, amarillo y verde. El semáforo rojo aplica para las empresas en nivel de emprendedor; el semáforo amarillo aplica para las empresas en nivel de potencial exportador y el semáforo verde aplica para las empresas exportadoras. Todos los niveles reciben servicios diferenciados a su capacidad y para lograr el paso de un nivel a otro es necesario cumplir ciertos criterios. Por ejemplo, para cambiar de amarillo a verde se aplica el test de potencial exportador, cuyo resultado permite definir en qué debe mejorar o desarrollar la empresa”* (PRO ECUADOR, 2010).

**Servicio Nacional de Aduana:** *“Órgano de la administración pública competente, facilitadora del comercio exterior para aplicar la legislación aduanera y sus normas complementarias”* (PRO ECUADOR, 2018).

**Sistema Armonizado:** *“Sistema ordenado y progresivo de designación y clasificación de mercancías”* (PRO ECUADOR, 2018).

## BIBLIOGRAFÍA

- Banco Central del Ecuador, B. (2017). *Firma Electrónica*. Recuperado el 14 de Abril de 2018, de <https://www.eci.bce.ec/preguntas-frecuentes#2>
- Banco Mare Nostrum, B. (2016). *LOS INCOTERMS 2010*. Recuperado el 6 de Marzo de 2018, de [https://www.bmn.es/BMN\\_/BMN/docs/BMNweb/negocio/comex/Guia\\_INCOTERMS2010.pdf](https://www.bmn.es/BMN_/BMN/docs/BMNweb/negocio/comex/Guia_INCOTERMS2010.pdf)
- Código Orgánico de Economía Social del Conocimiento e Innovación, C. I. (s.f.). Código Ingenios. Ecuador. Recuperado el 1 de Noviembre de 2017, de [http://coesc.educacionsuperior.gob.ec/index.php/C%C3%B3digo\\_Org%C3%A1nico\\_de\\_Econom%C3%ADa\\_Social\\_del\\_Conocimiento\\_e\\_Innovaci%C3%B3n](http://coesc.educacionsuperior.gob.ec/index.php/C%C3%B3digo_Org%C3%A1nico_de_Econom%C3%ADa_Social_del_Conocimiento_e_Innovaci%C3%B3n)
- Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones. (s.f.). Del Desarrollo Empresarial de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, y de la Democratización de la Producción. Ecuador. Recuperado el 1 de Noviembre de 2017
- Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, C. (2010). Ecuador. Recuperado el 2 de Noviembre de 2017
- Comité Español de la Cámara de Comercio Internacional. (2010). *ICC Spain International Chamber of Commerce*. Recuperado el Enero de 2018, de GUÍA ICC PARA EL TRANSPORTE y las reglas Incoterms® 2010: <http://www.iccspain.org/producto/guia-icc-para-el-transporte-y-las-reglas-incoterms-2010/>
- Comunidad Andina, C. (2018). *Quienes somos*. Recuperado el 18 de Marzo de 2018, de <http://www.comunidadandina.org/index.aspx>
- Comunidad Andina, C. (s.f.). *Aduanas*. Recuperado el 18 de Marzo de 2018, de <http://www.comunidadandina.org/Seccion.aspx?id=3&tipo=TE&title=aduana>
- Cormeseg. (2010). *Incoterms*. Recuperado el Enero de 2018, de <http://www.cormeseg.com/legislacion/Incoterms.pdf>

- Econ. Victor Zabala. (Septiembre de 2016). Especial PYMES 2016. *Revista Ekos - Especial PYMES 2016*(269), 128. Recuperado el 11 de Julio de 2017, de <https://issuu.com/ekosnegocios/docs/269>
- Icontec Internacional. (2016). *Incontec Internacional*. (Jeduca S.A.S.) Recuperado el ENERO de 2018, de <http://www.icontec.org/Ser/Nor/Paginas/Nor/ftp.aspx>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, I. (s.f.). *Directorio de Empresas – 2015*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2017, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/directorio-de-empresas-2015/>
- LA COMISIÓN DE LA COMUNIDAD ANDINA, C. (2016). *Decisión 706*. Recuperado el 13 de Marzo de 2018, de Armonización de legislaciones en materia de productos de higiene doméstica y productos absorbentes de higiene personal.: [https://www.invima.gov.co/images/pdf/higiene-domestica/decisiones/Decision\\_CAN06\\_productossanitarios.pdf](https://www.invima.gov.co/images/pdf/higiene-domestica/decisiones/Decision_CAN06_productossanitarios.pdf)
- Meza Gonzáles, L. (2015). *INTERNACIONALIZACIÓN Y CREACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS Y PROCESOS EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA MEXICANA*. Mexico DF, Mexico.
- Ministerio de Comercio Exterior. (2015). *Ecuador Ama la Vida*. (M. d. Exterior, Productor) Obtenido de Marca País: <https://ecuatoramalavida.com.ec/index.php/es/men-marca-ecuador/men-marca>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2016). *COMEX*. Recuperado el 13 de Marzo de 2018, de <http://www.comercioexterior.gob.ec/comex/>
- Organización estadounidense de Responsabilidad Social Internacional. (2014). *SAI*. Recuperado el ENERO de 2018, de SA800: <http://www.fao.org/docrep/007/ad818s/ad818s06.htm>
- Organización Internacional para la Estandarización. (s.f.). *ISO*. Recuperado el ENERO de 2018, de ISO 9000: <https://www.iso.org/iso-9001-quality-management.html>

- Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO). (2016). *Los 10 Principios de Comercio Justo*. Obtenido de WFTO: <http://wfto-la.org/comercio-justo/wfto/10-principios/>
- Palermo, U. d. (2016). *Fichas Técnicas*. Recuperado el 6 de Marzo de 2018, de [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/blog/docentes/trabajos/10666\\_33040.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/10666_33040.pdf)
- PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR*. (s.f.). Recuperado el JUNIO de 2014, de <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>
- PRO ECUADOR. (29 de Diciembre de 2010). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2017, de PRO ECUADOR: <http://www.proecuador.gob.ec/>
- PRO ECUADOR. (08 de Junio de 2017). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Recuperado el Enero de 2018, de MIPYMES ecuatorianas fueron reconocidas en la Macrorrueda de Negocios: <https://www.proecuador.gob.ec/mipymes-ecuatorianas-fueron-reconocidas-en-la-macrorrueda-de-negocios/>
- PRO ECUADOR. (2018). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2017, de <http://www.proecuador.gob.ec/>
- Real Academia de la Lengua, R. (2017). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 6 de Julio de 2017, de <http://www.rae.es/>
- Real Academia Española. (Octubre de 2014). (RAE, Productor) Obtenido de Diccionario de la lengua española: <http://dle.rae.es/?id=8ORHhFe>
- Reglamento al Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones. (s.f.). A la Estructura e Institucionalidad de Desarrollo Productivo, de la Inversión y de los Mecanismos e Instrumentos de Fomento Productivo. Ecuador. Recuperado el 1 de Noviembre de 2017
- Reglamento al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (s.f.).  
AL TÍTULO DE LA FACILITACIÓN ADUANERA PARA EL  
COMERCIO, DEL LIBRO V DEL CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODU

CCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES. Recuperado el 6 de MARZO de 2018, de <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/REGLAMENTO-LIBRO-V-COPCI-REFORMA-27-03-2017.pdf>

Senplades-2013, S. N. (2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Recuperado el 15 de Junio de 2015, de <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>

Servicio de Rentas Internas, S. (s.f.). *¿Qué son las PYMES?* Recuperado el 20 de Septiembre de 2017, de <http://www.sri.gob.ec/de/32>

Servicio de Rentas Internas, S. (s.f.). *PYMES*. Recuperado el 6 de Julio de 2017, de <http://www.sri.gob.ec/de/32>

Servicio Ecuatoriano de Normalización. (28 de SEPTIEMBRE de 2017). *INEN*. Recuperado el ENERO de 2018, de Primera empresa cuencana recibe “Mi Primer Certificado INEN”: <http://www.normalizacion.gob.ec/primera-empresa-cuencana-recibe-mi-primer-certificado-inen/>

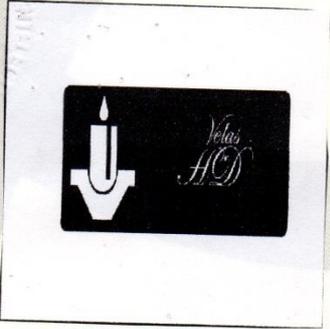
Servicio Ecuatoriano de Normalización, INEN. (Septiembre de 2017). *Noticias*. Obtenido de <http://www.normalizacion.gob.ec/primera-empresa-cuencana-recibe-mi-primer-certificado-inen/>

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, S. (2017). *Preguntas Frecuentes*. Recuperado el 14 de Abril de 2018, de <https://www.aduana.gob.ec/#search>

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, S. (s.f.). *Boletines*. Recuperado el 6 de Marzo de 2018, de <https://www.aduana.gob.ec/boletines/>

## ANEXOS

### Anexo 1 Título de registro de la MARCA DE PRODUCTO, Velas HD

Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual	
 <b>IEPI</b>	
<b>Dirección Nacional de Propiedad Industrial</b>	<b>Título N° 3308-11</b>
En cumplimiento a lo dispuesto en la Resolución N° 104986 de 23 de mayo de 2011, se procede a <b>OTORGAR</b> el título que acredita el registro de la MARCA DE PRODUCTO, trámite número 238035, de noviembre 23 de 2010.	
<b>DENOMINACIÓN</b>	Velas HD + LOGOTIPO
<b>PRODUCTOS O SERVICIOS QUE PROTEGE</b>	Velas para uso doméstico. <b>CLASE INTERNACIONAL 4</b>
<b>DESCRIPCIÓN DEL SIGNO</b>	Igual a la etiqueta adjunta con todas las reservas que sobre ella se hacen.
<b>VENCIMIENTO</b>	23 de mayo de 2021
<b>TITULAR</b>	FABRICA DE VELAS HERMINIO DELGADO CIA. LTDA.
<b>DOMICILIO</b>	AV. CORNELIO VINTIMILLA, NAVE 202, MODULO 201-202 ENTRE OCTAVIO CHACON Y CARLOS TOSI, CUENCA - ECUADOR
<b>REPRESENTANTE LEGAL</b>	DELGADO MORENO, GUSTAVO EDUARDO
Quito D.M., 3 de junio de 2011	
	
<b>Ab. José Manuel Martínez Vera</b> <b>DIRECTOR NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL.</b>	
lcg	
	

Anexo 2 Título de registro de la MARCA DE PRODUCTO, Lavel

Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual	
	
<b>Dirección Nacional de Propiedad Intelectual</b>	<b>Título N° 6594-10</b>
En cumplimiento a lo dispuesto en la Resolución N° 92437 de 19 de marzo de 2010, y en virtud de la delegación de 20 de marzo de 2009, contenida en la Resolución No. 017-2009-DNPI-IEPI, se procede a OTORGAR el título que acredita el registro de la MARCA DE PRODUCTO, trámite número 220982, de octubre 27 de 2009.	
<b>DENOMINACIÓN</b>	LAVEL + LOGOTIPO
<b>PRODUCTOS O SERVICIOS QUE PROTEGE</b>	Todos los productos de la clase, especialmente la fabricación de velas. CLASE INTERNACIONAL 4
<b>DESCRIPCIÓN DEL SIGNO</b>	Igual a la etiqueta adjunta con todas las reservas que sobre ella se hacen.
<b>VENCIMIENTO</b>	19 de marzo de 2020
<b>TITULAR</b>	FABRICA DE VELAS HERMINIO DELGADO CIA. LTDA.
<b>DOMICILIO</b>	AV. CORNELIO VINTIMILLA, NAVE 202, CUENCA - ECUADOR
<b>REPRESENTANTE LEGAL</b>	DELGADO MORENO, GUSTAVO EDUARDO
Quito D.M., 15 de diciembre de 2010	
 Dra. Sujey Torres Armendáriz EXPERTA PRINCIPAL EN SIGNOS DISTINTIVOS	
R.M.S.	
	

Anexo 3 Test Potencial Exportador Velas HD



<b>NOMBRE EMPRESA AUDITADA:</b>	FABRICA DE VELAS HERMINIO DELGADO CIA. LTDA.				
<b>RUC:</b>	0190106306001	<b>Nombre de contacto:</b>	Gustavo Delgado		
<b>Sector y producto:</b>	Artesanías	<b>Fecha:</b>	11/05/2016		
<b>Marcar [x] el mercado al cual desea ingresar</b>	Unión Europea	Asia:			
	Estados Unidos X	Resto del mundo:	Colombia		
<b><i>Información de la empresa</i></b>	<b>CUMPLE</b>	<b>CUMPLE PARCIALMENTE</b>	<b>NO CUMPLE</b>	<b>NO APLICA</b>	<b>OBSERVACIONES / COMENTARIOS</b>
La empresa cuenta con registro de Operador de Comercio Exterior en ECUAPASS y conoce sobre elaboración y emisión de documentos de soporte y acompañamiento a través del mismo (DAE, DJO, CO, Certificados varios)	X				CUENTAN CON FIRMA ELECTRONICA. ESTAN ACTUALMENTE REGISTRADOS EN ECUAPASS COMO IMPORTADORES. CONOCEN SOBRE ELABORACIÓN DE DA, DJO, CO
Según la naturaleza de su producto, el mismo cuenta con certificación fitosanitaria, registro sanitario, certificación zoosanitaria, etc?	X				CUENTAN CON NOTIFICACIÓN SANITARIA PARA VELAS CON AROMAS
Su empresa conoce y sabe estructurar los precios de exportación de sus productos (FOB, CIF, DDP, etc). (Considerar que los Incoterms son especificados en la facture comercial como en los diferentes instrumentos de pago)		X			CONOCEN LO QUE SON LOS TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL AUNQUE NO HAN DESARROLLADO SU ESTRUCTURA DE COSTOS DE VENTAS EN LOS MISMOS
1.-La empresa cuenta con suficiente capacidad de producción / cosecha para satisfacer las demandas del mercado. (diario, semanal, mensual). 2.-Según la naturaleza de su producto, especificar la unidad de medida: unidades, kilogramos, toneladas					1. 3 toneladas por día 150 toneladas mes. 30% de capacidad productiva actualizada 2. Toneladas
La empresa cuenta con un abastecimiento de materias primas que le permiten asegurar el volumen de producción (Materias primas importadas o nacionales). Indicar períodos de abastecimiento (diario, semanal, mensual)	X				No tiene problemas en abastecimiento de materia prima. Compras mensuales. Componente nacional los empaques
Conoce usted las normas de empaque, embalaje, etiquetado, regulaciones extranjeras, estándares de calidad de los mercados externos?	X				Cumplen con normativa INEN RTE 163. DECISIÓN 706 CAN Notificación sanitaria. Rotulado INEN RTE 013 2006
La empresa cuenta con recursos o materiales de promoción comercial (Sitio Web, marca, folletos, tarjetas de presentación, etc.) en idioma manejado en el mercado destino.	X				Cuentan con página web [www.level.com.ec], www.velashd.com. Facebook level velas y decoración. Manejan el idioma Inglés y español
<b><i>Información complementaria</i></b>	<b>CUMPLE</b>	<b>CUMPLE PARCIALMENTE</b>	<b>NO CUMPLE</b>	<b>NO APLICA</b>	<b>OBSERVACIONES / COMENTARIOS</b>

La empresa cuenta con certificaciones internacionales relacionadas con Gestión de Calidad, Proceso, Salud y Seguridad Ocupacional, normas ambientales y técnicas como GMP, Global GAP, HACCP, ISO 9000/14000/26000, TAG4919, CE-marking, SA-8000, OSHAS 18001, BPM, Orgánica, entre otras.			X		
La empresa cuenta con fichas técnicas del producto(s) que desea exportar.		X			HAN DESARROLLADO FICHAS TÉCNICAS CON INFORMACIÓN REFERENTE A AROMAS, PESO, COMPONENTES, CUENTA CON FICHAS TÉCNICAS DE MATERIA PRIMA IMPORTADA
La empresa cuenta con una / varias personas dedicadas al servicio al cliente que manejen el idioma del mercado objetivo?	X				AUXILIAR DE GERENCIA (HIJO DE PROPIETARIO)
La empresa cuentan con equipos que le permitan optimizar recursos y asegurar calidad del producto	X				LA PLANTA PRODUCTIVA DE LA EMPRESA CUENTA CON UN SISTEMA DE CALDEROS A VAPOR PERMITE OBTENER PARAFINA (SISTEMA SERÁ SUSTITUIDO POR CALDEROS ELÉCTRICOS), CUENTA CON MAQUINAS DE MOLDEO PARA VELAS. MAQUINAS DE EMPAQUES PARA TERMINADO
La empresa puede variar sus horarios en sus procesos de producción a fines de garantizar una entrega oportuna de sus productos	X				FLEXIBLE ACTUALMENTE TRABAJAN EN DOS TURNOS DE 8 HORAS
De acuerdo a nuestros diferentes servicios, cuál sería el mayor demandado por su empresa? (Ruta PRO ECUADOR)	CAPACITACIÓN				
Tiene interés en buscar socios estratégicos/inversionistas que puedan aportar en el fortalecimiento de se empresa?	No por el momento				
<b>COMENTARIOS GENERALES DE LA VISITA DE CAMPO (CRITERIO AUDITOR)</b>					
<b>PROBLEMÁTICAS DE LA EMPRESA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Adecuaciones para una mejor distribución y producción de la empresa. Para mejor organización adquirieron neves industriales vecinas pero no han podido realizar la implementación de la planta productiva.</li> <li>*Productos de fabricación China que no cumplen con notificación sanitaria</li> <li>*Falta de control en cumplimiento de normativa nacional para tipo de producto</li> </ul>				
<b>RECOMENDACIONES/OBSERVACIONES:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Desde 1990, negocio familiar tres generaciones. Hasta el año 1984 se constituye como compañía y en el año 2000 arranca como empresa de elaboración de velas decorativas. Facturación 300 mil dólares al año ahora están facturando 2,5 millones Cuentan con nave industrial propia. 56 personas en planta y administrativos 10 personas.</li> <li>*Trabajan con supermaxi, ferrisariato, mi comisariato, grupo ortiz</li> <li>*Productos actuales: velas aromáticas y velas de paquetes</li> <li>*La empresa está aperturando local propio en Mall del Río</li> </ul>				
<b>ESPECIALISTA DE PRO ECUADOR:</b>	<u>Luis Salcedo</u>				

## Primera empresa cuencana recibe "Mi Primer Certificado INEN"

28 de septiembre de 2017 - 11:04 am

Tiempo de lectura: 1 minuto | No. de palabras: 186 | 0 vistas

[Compartir](#) [Twitter](#) [Imprimir](#) [Enviar](#)



El Servicio Ecuatoriano de Normalización, creó "Mi Primer Certificado INEN" para la Gestión de Micro, Medianas y Pequeñas Empresas, con el objetivo de incentivar a que fabricantes de productos manufacturados sujetos a requisitos de normas o reglamentos técnicos ecuatorianos mejoren la calidad de su gestión empresarial.

Es así, que la "Fábrica de Velas Herminio Delgado Cía. Ltda.", recibe la primera certificación INEN, al haber demostrado el cumplimiento de los requisitos establecidos en la Resolución INEN No.2016-022. Esta es la primera fábrica que recibe esta certificación en el Azuay, demostrando su compromiso de trabajar con calidad en beneficio del país.

Esta empresa pasó por un proceso de auditoría, en la cual cumplió exigencias legales, temas relacionados con atención al cliente y proveedores; manejo de procesos productivos y comerciales; de conservación del producto; de gestión de venta; también conceptos de seguridad y salud ocupacional, entre otros.

Las empresas que obtienen esta certificación y desarrollan procesos de mejora, están en la posibilidad de sacar el Sello de Calidad INEN.

Infórmate y permite que los productos de tu empresa se den a conocer a nivel nacional e internacional.

**Fuente:** (Servicio Ecuatoriano de Normalización, INEN, 2017)