



Septiembre 2018 - ISSN: 1696-8352

“PLAN DE EXPORTACIÓN DE YOGURT GRIEGO DE CAFÉ HACIA EL MERCADO DE POÇOS DE CALDAS - BRASIL”

C.P.A. Elizabeth Arias Domínguez, MGt

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil
Guayaquil - Ecuador
eariasd@ulvr.edu.ec

Iris Tahita Minchala García

Universidad Laica Vicente Rocafructe de Guayaquil
Guayaquil - Ecuador
tahy61@gmail.com

Angie Yuliana Jarrín Ruiz

Universidad Laica Vicente Rocafructe de Guayaquil
Guayaquil – Ecuador
angiejarrinruiz@gmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Elizabeth Arias Domínguez, Iris Tahita Minchala García y Angie Yuliana Jarrín Ruiz (2018): “Plan de exportación de yogurt griego de café hacia el mercado de Poços de Caldas - Brasil”, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (septiembre 2018). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/09/exportacion-yogurt-griego.html>

RESUMEN

El yogurt griego de café es un producto saludable, apto para el consumo humano, sin distinción de edades. Por sus bondades, es un producto con gran potencial para su comercialización en el mercado internacional de Brasil para esto se creó el plan de exportación de yogurt griego de café, este se basa en la internacionalización de la empresa DF Snack que busca ampliar su mercado con la finalidad de dar a conocer su producto. Se realizó un estudio de campo para encontrar el mercado adecuado y así lograr la comercialización internacional del producto al mercado brasileño, por su alto consumo de lácteos es un mercado atractivo, viendo en éste la oportunidad de crecer como industria. Se realizaron encuestas a nueve empresas importadoras de productos similares, logrando recolectar

la información necesaria para conocer las preferencias e intereses del mercado con la finalidad de que la empresa pueda implementar y ejecutar el presente proyecto debido a que es viable y rentable de esta manera podrá ampliar su visión de negocios internacionales.

Palabras claves: Exportación, Oferta Exportable, Snack, Yogurt griego.

ABSTRACT

Greek coffee yogurt is a healthy product, suitable for human consumption, regardless of age. For its benefits, it is a product with great potential for commercialization in the international market in Brazil. For this, the Greek yogurt coffee export plan was created, this is based on the internationalization of the company DF Snack that seeks to expand its market with the purpose of making your product known. A field study was conducted to find the right market and thus achieve the international marketing of the product to the Brazilian market, for its high consumption of dairy products is an attractive market, seeing in it the opportunity to grow as an industry. Surveys were conducted to nine importers of similar products, managing to collect the necessary information to know the preferences and interests of the market in order that the company can implement and execute this project because it is viable and profitable your international business vision.

Key words: Exportation, Exportable Offer, Snack, Greek Yogurt.

INTRODUCCIÓN

Actualmente surge la necesidad de desarrollar fuentes de ingreso que van tomadas de la mano con el progreso y desarrollo de la industria. Gran parte de los productos comercializados internacionalmente por Ecuador se basan en materias primas, desaprovechando las oportunidades que ofrecen nuevos tipos de mercado, teniendo en cuenta que las generaciones actuales de consumidores tienden a incrementar su exigencia.

DF Snack es una empresa netamente ecuatoriana que ofrece productos sanos y deliciosos consumibles por todo tipo de persona. Esta empresa se encuentra comercializando sus productos a nivel nacional, pero el mercado ecuatoriano no es suficiente debido al disminuido poder adquisitivo que éste posee. Con el afán de satisfacer mercados extranjeros, nace la idea de promocionar el yogurt griego de café al mercado brasileño, ya que el mencionado país es altamente consumidor de lácteos.

Como principal objetivo, el presente artículo pretende detallar la importancia de la realización de un plan de exportación del producto yogurt griego de café, el cual será de gran ayuda para la implementación de nuevas formas de negocio y comercialización internacional, llegando así al mercado meta y logrando captar la acogida que mediante un análisis de mercado se ha determinado.

El yogurt griego es nutritivo y se pueden obtener grandes beneficios para la salud: contiene tres veces más la cantidad de proteínas de un yogurt tradicional, haciéndolo beneficioso para mejorar el metabolismo del cuerpo y disminuyendo la ansiedad alimenticia, puesto que consumir snacks saludables entre comidas ayuda a mantenerse satisfecho por mayor tiempo e ingerir menos calorías en el organismo humano.

La elaboración del yogurt griego se lleva a cabo eliminando el suero de leche, es decir contiene menos carbohidratos, esto beneficia a las personas que desean disminuir la lactosa en su alimentación diaria.

El yogurt griego, al igual que el yogurt tradicional posee bacterias saludables benéficas en especial para el sistema digestivo. También conocidas como probióticos, las cuales mejoran la digestión disminuyendo la gastritis.

En base a factores relevantes como los costos de producción, capacidad de elaboración del producto y costos de exportación se ha establecido un precio de \$1,02, lo que en reales representa R\$ 3,78.

Plan de exportación

Para la creación de un plan de exportación se deben contemplar algunos aspectos importantes en la investigación, como por ejemplo tener una descripción del negocio, enfocándose en detallar a información de la empresa y sus objetivos, la segmentación del mercado, competencia, aranceles, documentación previa, logística, entre otros factores; con la finalidad de realizar una exportación definitiva e ingresar a un nuevo mercado que sea rentable para la empresa. (Connect Americas, 2017).

La empresa

DF Snack es una empresa ecuatoriana que ofrece gran variedad de productos saludables a nivel nacional. Busca posicionarse en un mercado extranjero donde el consumo de productos lácteos y el café tiene elevada aceptación.

El producto

El yogurt griego de café contiene menos suero que el yogurt tradicional lo que lo hace cremoso y espeso, además contiene café dándole así una variedad a los yogures griegos que regularmente se comercializan en el mercado meta. (Fuerza y Control, 2017).

Clasificación Arancelaria del yogurt griego de café

Sección I: ANIMALES VIVOS Y PRODUCTOS DEL REINO ANIMAL

Capítulo 4: Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural; productos comestibles de origen animal, no expresados ni comprendidos en otra parte.

04.03 Suero de mantequilla (de manteca), leche y nata (crema) cuajadas, yogur, kefir y demás leches y natas (cremas), fermentadas o acidificadas, incluso concentrados, con adición de azúcar u otro edulcorante, aromatizados o con frutas u otros frutos o cacao.

0403.10.00.00 – Yogur

Análisis de la subpartida



(Secretaría Técnica del COMEX, 2017).

Selección del Incoterm

El incoterm seleccionado es FCA (Franco Porteador), la negociación de este término consiste en entregar la mercancía por parte del proveedor al importador en un lugar determinado o en las instalaciones de la empresa exportadora. (Santander, 2017).

Selección del mercado

Según el estudio de campo realizado, existe una gran demanda de productos lácteos y café en el mercado brasileño. Haciéndolo así un principal destino para comercialización internacional del yogurt griego de café.

Importadores

Las empresas que importan productos similares en Brasil o que tiene relación con productos lácteos se detallan a continuación:

1. Alibra Ingredientes Ltda – Alibra
2. Dairy Partness Américas Manufacturing Brasil Ltda.
3. Danone Ltda. - Danone Sa
4. Embaré Indústrias Alimentícias S/A. – Embaré
5. Itambé Alimentos S/A – Itambé

6. Kerry Do Brasil Ltda.
7. Liotecnica Industria E Comercio Ltda
8. Mocóca S/A. Produtos Alimentícios
9. Valedourado alimentos Ltda.

Materiales y métodos

El tipo de investigación realizada en el presente proyecto es descriptivo, empleando la formulación de preguntas por parte del encuestador.

Resultados

Pregunta 1. ¿Qué tipo de productos prefiere importar?

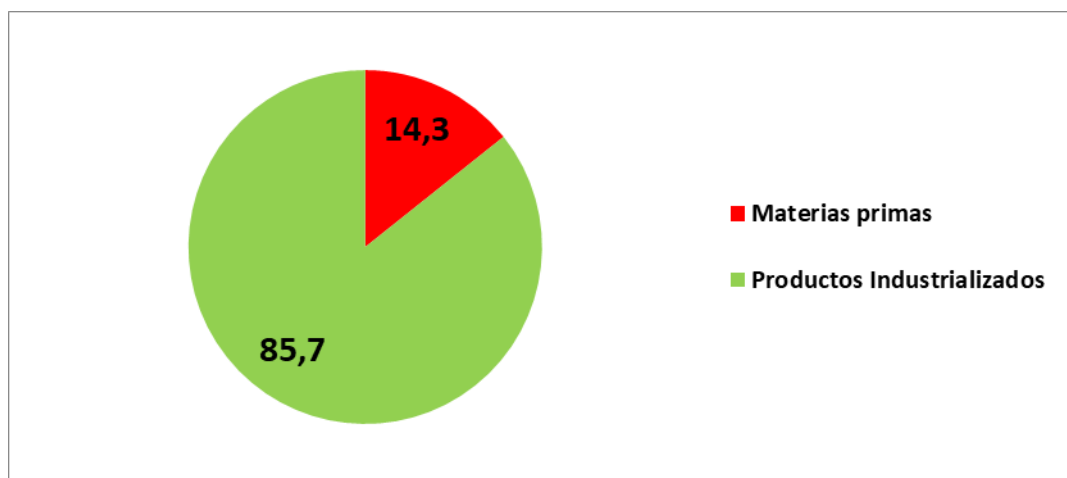


Figura 11. Representación gráfica de la pregunta N.º 1

Elaborado por: Las autoras.

Fuente: Encuestas realizadas a los importadores.

La información tabulada en la figura 1 muestra qué tipos de productos prefieren importar desde Brasil, haciendo referencia a materias primas y productos con un proceso de elaboración, un 85,7% muestra aceptación por los productos industrializados y la minoría con un 14,3% se inclina por la compra de materias primas.

Pregunta 2. ¿Has hecho alguna importación de productos ecuatorianos al menos una vez?

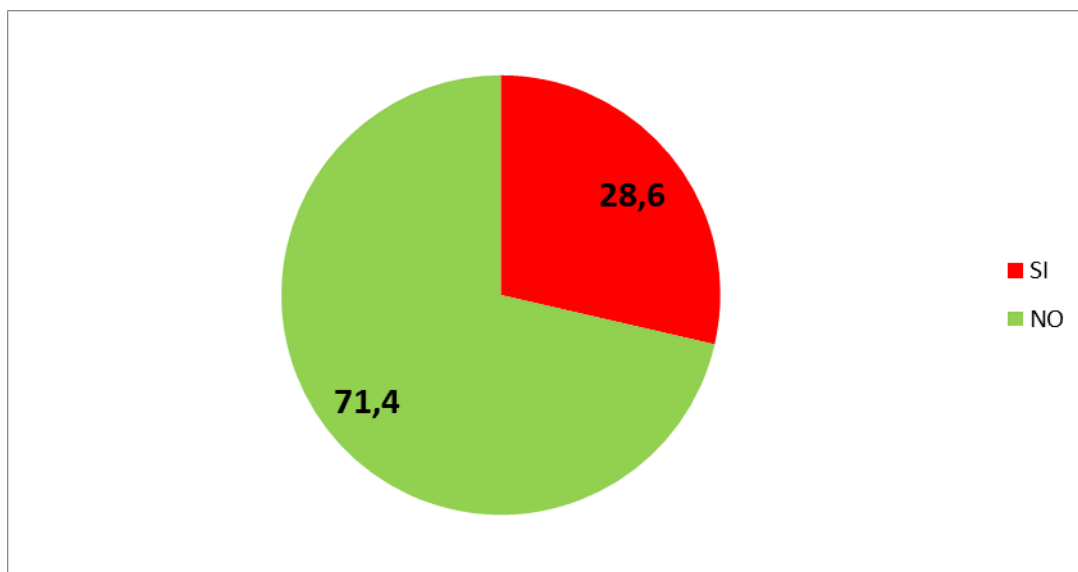


Figura 2. Representación gráfica de la pregunta N.º 2.
Elaborado por: Las autoras.
Fuente: Encuestas realizadas a los importadores.

En la figura 2 se muestra el efecto que causan los productos de origen ecuatoriano en los consumidores brasileños. La mayoría con un 71,4% acepta que al menos una vez ha importado estos productos, la diferencia del porcentaje total con un 28,6% aún no ha realizado importaciones desde Ecuador.

Pregunta 3. ¿Usted importaría productos ecuatorianos?

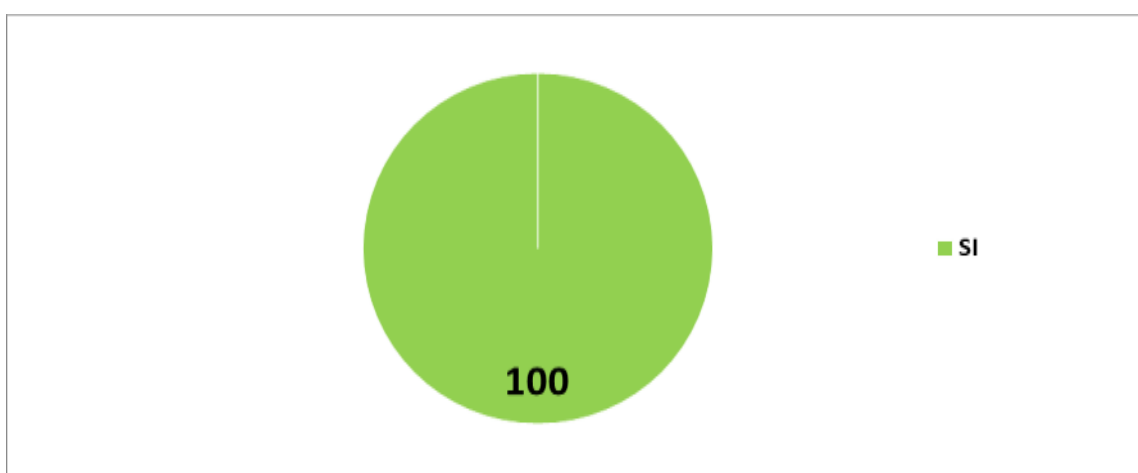


Figura 3. Representación gráfica de la pregunta N.º 3.
Elaborado por: Las autoras.
Fuente: Encuestas realizadas a los importadores.

Según lo detallado en la figura 3 se muestra una aceptación total por los productos ecuatorianos, los importadores brasileños comprarían productos elaborados en Ecuador.

Pregunta 4. ¿Usted vende productos que contienen café?

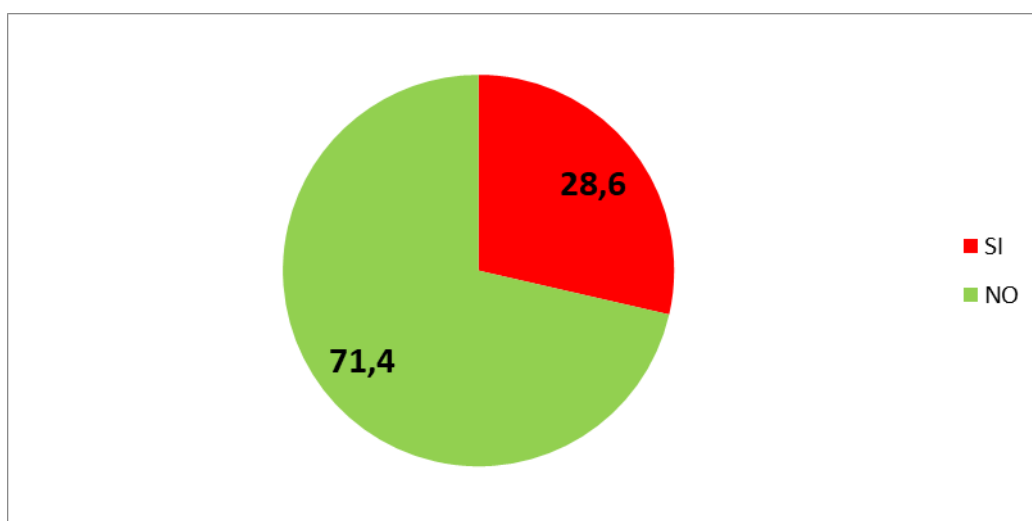


Figura 4. Representación gráfica de la pregunta N.º 4.
Elaborado por: Las autoras.
Fuente: Encuestas realizadas a los importadores.

Lo establecido en la figura 4 detalla que el 28,6% de los importadores comercializan productos que contienen café, la mayoría con un 71,4% aún no lo realizan.

Pregunta 5. ¿Alguna vez ha comercializado Yogurt griego?

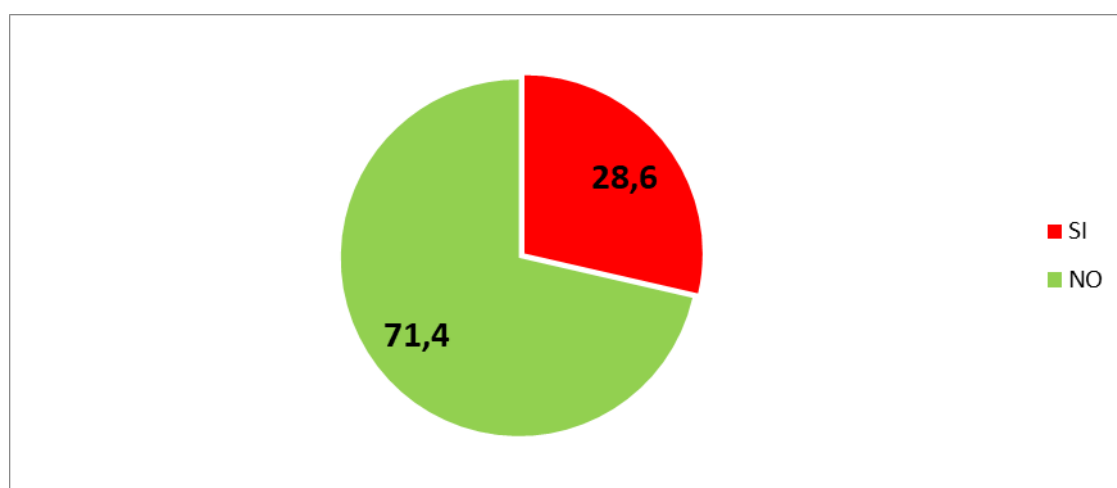


Figura 2. Representación gráfica de la pregunta N.º 5.
Elaborado por: Las autoras.
Fuente: Encuestas realizadas a los importadores.

Según los datos que se reflejan en la figura 5 el 71,4% de los importadores sí han comercializado yogurt griego, sin embargo, el 28,6 % restante se han enfocado en la comercialización de otros productos lácteos.

Pregunta 6. ¿Le gustaría comercializar una combinación de Yogurt con café?

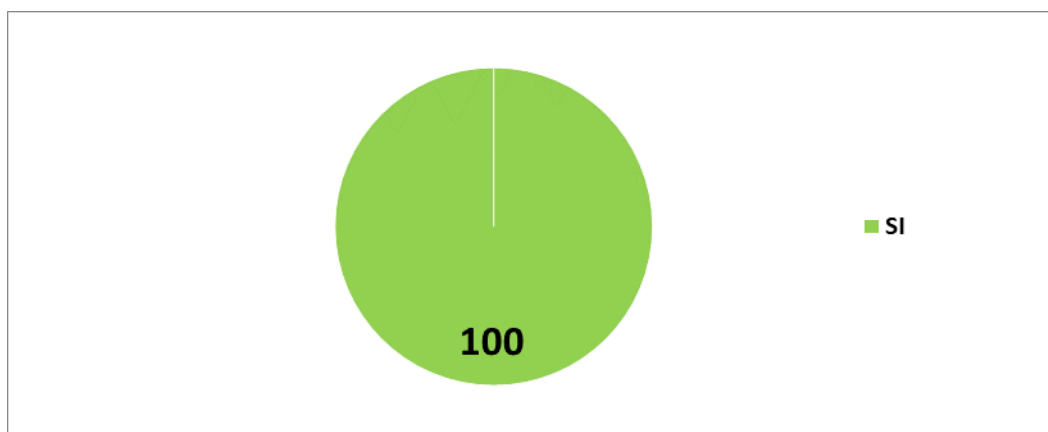


Figura 6. Representación gráfica de la pregunta N.º 6.
Elaborado por: Las autoras.
Fuente: Encuestas realizadas a los importadores.

Según los datos mostrados en la figura 6 el total de los encuestados muestra aceptación por la combinación de un lácteo con café.

Pregunta 7. Si su respuesta es sí, ¿con qué frecuencia haría eso?

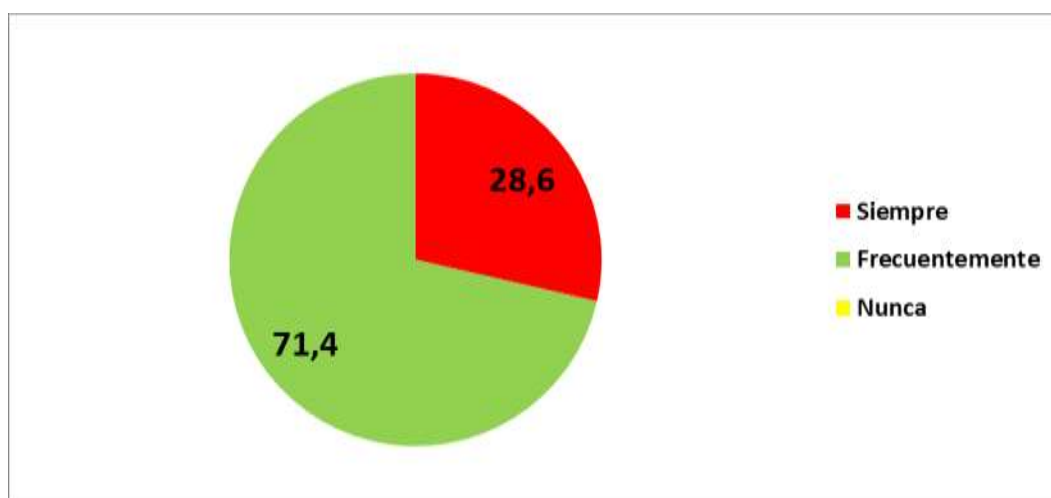


Figura 3. Representación gráfica de la pregunta N.º 7
Elaborado por: Las autoras.
Fuente: Encuestas realizadas a los importadores.

En la figura 7 podemos apreciar la continuación de pregunta 6, en la cual se muestra la preferencia en cuanto a frecuencia de compra, un 71,4% compraría frecuentemente el yogurt griego de café.

Pregunta 8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la presentación de 200gm de yogurt griego de café?

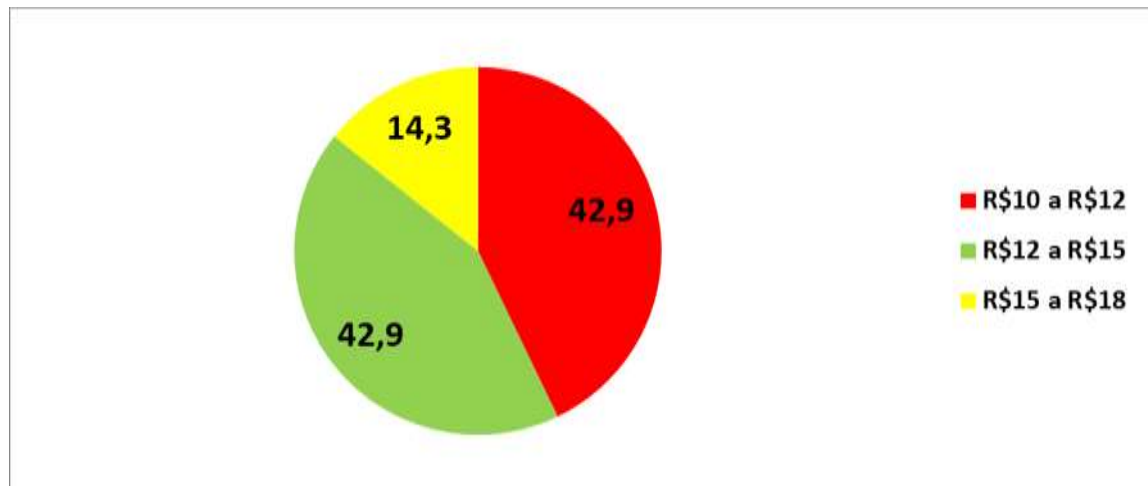


Figura 8. Representación gráfica de la pregunta N.º 8.
Elaborado por: Las autoras.
Fuente: Encuestas realizadas a los importadores.

De acuerdo a los datos estipulados en la figura 8 el precio ideal para la comercialización del yogurt griego de café según los importadores está entre R\$10 y R\$15.

Pregunta 9. ¿Qué tipo de material preferiría para el envase de este producto?

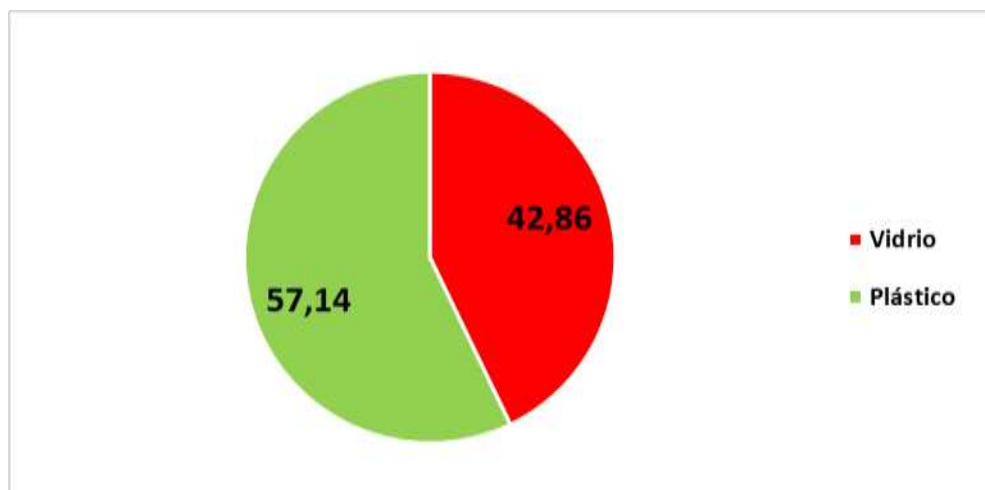


Figura 4. Representación gráfica de la pregunta N.º 9.
Elaborado por: Las autoras.
Fuente: Encuestas realizadas a los importadores.

En cuanto a la presentación de su producto, los importadores prefieren el plástico según lo detallado en la figura 9, debido a que es más práctico y goza de una mejor movilidad.

Pregunta 10. ¿Con qué frecuencia compraría yogurt griego de café?

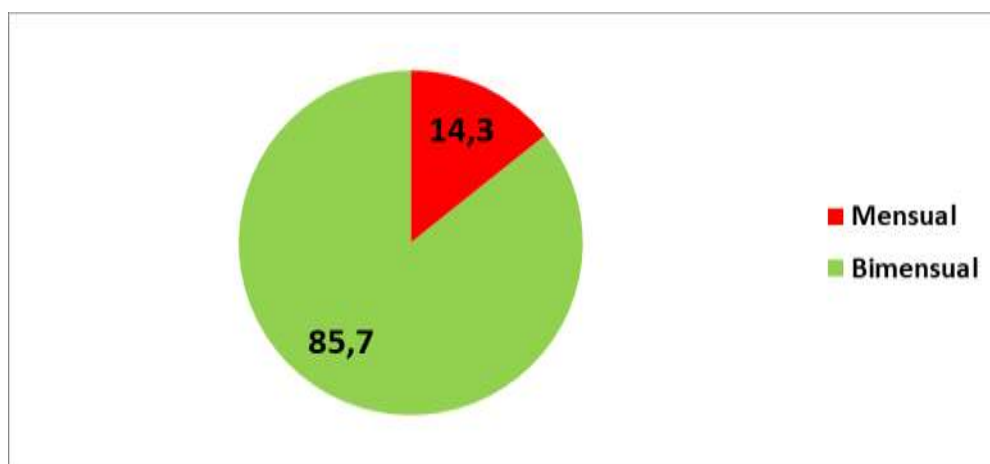


Figura 10. Representación gráfica de la pregunta N.º 10
Elaborado por: Las autoras.
Fuente: Encuestas realizadas a los importadores.

Los importadores brasileños preferirían comprar el producto de forma bimensual, según lo detallado en la figura 10. Con un menor porcentaje de 14,3% que prefiere hacer compras mensuales.

DISCUSIÓN

Se realizaron preguntas a los importadores con la finalidad de conocer las preferencias del yogurt griego de café, de esta manera se obtuvo resultados favorables al momento de considerar poder emplear esta información al empezar el proyecto, ya que es un producto no conocido en el mercado. Los importadores en la mayoría de las preguntas han respondido de manera clara y precisa al identificar si se encuentran en la capacidad de optar la compra del yogurt griego de café, se debe tener en cuenta que la selección del producto debe ser acorde a las respuestas del entrevistado para una mayor aceptación.

La mayoría de los importadores a los cuales se les realizó la encuesta, importan yogures griegos, no todos han comercializado yogurt que contenga café, sin embargo, se tomó en cuenta si les agradaría la compra del producto de yogurt griego pero que contenga café, lo que mostró una respuesta positiva al igual que la compra de los productos ecuatorianos.

La internacionalización del producto se dará en cantidades bajas en sus inicios para luego poder ir captando el mercado y llegar a exportar cantidades mayores, por esto se ha establecido que el mejor

incoterm a utilizar será FCA (Franco Transportista), dado que los importadores desean una compra bimensual, por el momento exportando cantidades menores que no llenan los contenedores utilizados en el ámbito.

CONCLUSIÓN

Dado los resultados que arroja el plan de exportación se llegó a la conclusión de que la empresa DF Snack está en la posibilidad de emprender este negocio al ser viable y rentable.

Mediante la presente investigación es posible concluir que el incoterm apropiado para la exportación del producto es FCA. El transporte será por vía aérea, ya que es conveniente debido a que el producto es perecedero y el transporte se llevará a cabo en un menor tiempo.

La producción del yogurt griego de café será de 8400 unidades y se realizará una exportación bimensual. Esta producción no es suficiente para el llenado de un contenedor, comprendiendo una consolidación de mercancías y otros costos adicionales, además de un mayor tiempo de travesía, este es otro factor que lleva a determinar que el transporte ideal es el aéreo.

Para una mejor acogida del producto en el país destino se han tomado en cuenta los resultados de las encuestas realizadas a los importadores de productos lácteos en Brasil, esta información permitirá que las especificaciones del producto sean acertadas, el producto se vuelve atractivo y cumple con los requerimientos del mercado de destino.

Bibliografía

- Aduana y Logística Internacional. (08 de Noviembre de 2014). *Aduana y Logística Internacional*. Recuperado el 23 de Junio de 2018, de <http://educacionaduanera.blogspot.com/2014/02/guia-aerea-air-way-bill.html>
- Compañía de Comercio y Exportación . (2012). *Guía Práctica Plan de Exportación*. Puerto Rico: CCE – División Promoexport.
- Connect Americas. (2017). *Connect Americas*. Recuperado el 29 de Agosto de 2018, de <https://connectamericas.com/es/content/%C2%BFqu%C3%A9-debe-contener-un-plan-de-exportaci%C3%B3n>
- Fuerza y Control. (2017). *Fuerza y Control*. Recuperado el 29 de Agosto de 2018, de <https://www.fuerzaycontrol.com/yogurt-griego-todo-lo-que-no-sabias-y-deberias-saber/>
- ProEcuador. (29 de Enero de 2018). *ProEcuador*. Recuperado el 04 de Junio de 2018, de <https://www.proecuador.gob.ec/oportunidad-de-promocion-del-cafe-ecuatoriano-en-rusia/>
- Santander. (2017). *Santander*. Recuperado el 29 de Agosto de 2018, de <https://es.portal.santandertrade.com/banca/incoterms-2010>

Secretaria Técnica del COMEX. (2017). *Nomenclatura de Designacion y Codificación de Mercancías del Ecuador*. Guayaquil: Pudeleco S.A.