



República del Ecuador

Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

Trabajo de Titulación

Para la Obtención del Título de:

Licenciatura en comercio exterior y relaciones internacionales

Tema:

**Estudio de Exportación de perfumes hacia los mercados de centro América
por laboratorios Beautik S.A**

Autor:

Gary Leonardo Alay Suarez

Directora de Trabajo de Titulación:

Ing. Martha Orellana. MSc.

2024

Guayaquil - Ecuador

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de estar en este mundo, a mis padres quienes me han apoyado en este proceso universitario y me han dado su apoyo y cariño.

A mis compañeros y profesores que a lo largo del proceso universitario han sabido buenas personas conmigo tanto de mente y corazón. Les agradezco mucho.

DEDICATORIA

Dedico con todo mi corazón mi tesis a Dios, a mis padres. Pues sin ellos nada de esto hubiera sido posible, este trabajo de titulación es una ofrenda a todas las alegrías y Tristezas que he compartido con ustedes a lo largo de mi vida.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Quien suscribe, **Gary Leonardo Alay Suarez** egresado de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil **Estudio de Exportación de perfumes hacia los mercados de centro América por laboratorios Beautik S.A** Es de su autoría con sus correspondientes citas bibliográficas, resultados y conclusiones pertenecientes al autor.

Gary Leonardo Alay Suarez

ESTUDIO DE EXPORTACIÓN DE PERFUMES HACIA LOS MERCADOS DE CENTRO AMÉRICA POR LABORATORIOS BEAUTIK S.A

Gary Leonardo Alay Suarez
alaygary@gmail.com

RESUMEN

La comercialización de perfumes y cosméticos en la región de Latam y Centro América se ha previsto durante el largo de los años la acogida de los consumidores en que el que se proyecta uso de perfume 19,4% en Latam, cuidado de cabello 18,2 % cuidado de piel 13,5 % en lo que se proyecta la gran distribución y creación de dicha categoría siendo la mano de obra en Ecuador, por lo que su objetivo general es Amplificar el conocimiento de mercados de centro América a través de la exportación de perfumes desde Ecuador. Con la finalidad de profundizar se formulan los siguientes objetivos de investigación: a) Analizar los mercados de Centro América y principales distribuidores, b) determinar los tipos de canales de distribución, c) verificar un buen proceso de exportación de perfumes y cosméticos. Para obtener información sobre exportaciones se utilizaron técnicas e instrumentos como: encuestas, entrevista, internet; realizando una encuesta al personal administrativo y producción de la empresa con una población y muestra de 5 personas, para conocer si ellos creen necesario el uso de canales de comercialización directa e indirecta con las empresas del país destino y como seria su transporte. Los resultados obtenidos nos muestran que el 80% del personal está de acuerdo en crear canales de distribución a través del contacto directo con las empresas ya que nos permitirá conocer el nivel de aceptación del producto por otro lado, en cuanto al medio de transporte para el buen proceso de exportación, el 65% de los encuestados manifiesta que será factible realizar la operación de los perfumes por vía marítima.

Palabras clave: Canal de distribución, Exportación, intermediarios, metodología, producción, negociación.

INTRODUCCIÓN

El siguiente artículo cuenta con el objetivo general de diseñar la estrategia de ingreso de mercado en América central a través de un mercado justo para explotar el potencial de exportaciones de Ecuador. De misma forma detallando los objetivos específicos que acompañaran y a su vez se demostrará que el objetivo general sea realizado, analizar los mercados de centro América y sus distribuidores, Determinar el canal de la distribución, estudiar el tipo de exportación para perfumes y cosméticos.

Estos productos presentes en nuestra rutina diaria indica que cada vez el uso frecuente ha perdurado mucho tiempo en nosotros, sea indiferente para el hombre y la mujer podamos observar su comercialización en varios tipos de mercados inclusive una marca trascender barreras para llegar a más países indicando la eficacia de un buen producto. De misma forma que el uso de estos productos no solo es por apariencia física, muchos de ellos se ha tornado como una influencia directa en el autoestima personal y en desarrollar emociones, tal como, el cuidado personal y la higiene es representación del factor íntegro de la sociedad actual. La sociedad en la que se da mayor importancia física y la apariencia inmiscuirse como lo es el cuidado personal también una prioridad. (Rey, 2021)

En un mundo globalizado en donde se observa la comercialización de productos importados por el consumo de los demandantes se da a tratar por productos que se mantienen en el mercado para su adquisición como lo es el perfume y productos cosméticos como lo puede ser producto capilar, Barbería para caballeros, cuidado personal, entre otros. En lo que se determina que los perfumes al ser líquidos aromáticos típicos basados en aceites esenciales extraído de especies o flores para desprender olores agradables, hace un enfoque en las personas o a la apariencia del aseo personal no obstante se visualiza el consumo de perfumes de alta gama e impulsando los mercados. (Corp, 2023)

Por ende, Ecuador y la empresa como Laboratorios Beautik S.A al ser un fabricante con pocos años en el mercado nacional también ha tomado fuerza en mercados internacionales demostrando la figura que no solo se comercializa los principales productos como el petróleo, banano, camarón, flores, etc. En lo que se ha demostrado que el producto terminado de una industria totalmente diferente a lo

mencionado que llega a los consumidores tanto de Latinoamérica y Centro América teniendo la impetud de seguir exportando cosméticos y perfumería siendo competitivos para entrar en potenciales mercados.

Por su parte, los países de Costa Rica, Panamá, Guatemala, las tres economías más grandes de Centro América en el que se registra acercamientos en los países de Alianza del Pacífico para poder obtener un estado de parte, aun así, sin excluir los países de Honduras y Nicaragua al no tener un vínculo político se ha encontrado formas comerciales para incluir en nicho de consumidores contando como potencial mercado para la industria en mención, de misma forma considerar El Salvador en el que al tener acuerdo alcance parcial de complementación económica (AAP) se gestiona la liberación de aranceles en país importador dando el acceso con los certificados de origen para productos de cosméticos y perfumería. (Gallegos-Zúñiga, 2021)

En la tabla 1 se muestra de manera general las exportaciones que se han realizado por parte de laboratorios Beautik S.A. hacia Centro América y los valores FOB que se han generado durante el periodo 2021 - 2023 con productos de perfumería y barbería de hombre en el que se concentra una mejor relación con el país del El Salvador con 4 exportaciones realizadas con un valor facturado de \$ 127287,58 tomando en cuenta que la rotación periódica puede tornarse en exportaciones durante ese periodo de 2 exportaciones por año desde Ecuador, tomando en cuenta la rotación del producto final y el consumo por parte del cliente salvadoreño. De misma forma se puede observar 1 exportación a Guatemala para incursión del producto pero vendiendo una cantidad en valor FOB considerable con óptimo desarrollo del consumo del país y el desarrollo de distribución interna para así unirse en la competencia importados desde Ecuador y así establecer nuevas negociaciones, de igual forma considerar los acuerdos comerciales que favorecen el ingreso a productos de perfumería y cosméticos.

MARCO TEORICO

En los mercados tales como Nicaragua, El Salvador, Costa Rica, Honduras y Guatemala se considera ingresar por un potencial consumo en el que su entorno demuestra una gran aprobación de importación de productos con precios indicados, los diferentes productos que se utilizan son las siguientes: Fragancias con el 19,4%

Cuidado de cabello con el 18,2%, cuidado masculino 17,8% y cuidado de la piel con el 13.6% (VIEYRA, 2021). Con lo que se puede visualizar la longitud de potenciar una marca ecuatoriana con productos que obtengan más valor para el consumidor y posicionarse por su efectividad al uso.

Para las importaciones por parte de los países de centro América podemos notar en la tabla 1 la distribución en dólares y en porcentajes para así entender de una forma amplia el promedio y así constatar la idea de ingresar a dichos país como lo es Costa Rica valorado con 2 765 millones de dólares con 21.8 por ciento, además de Nicaragua con 3277 millones de dólares siendo los países con más dólares invertidos. (Pérez, 2023)

Tabla 1

Centroamérica y valores en millones de dólares

País	Importaciones intermedias totales incorporadas en las exportaciones brutas totales	
	(En millones de dólares)	(En porcentajes de las exportaciones brutas totales)
Costa Rica	2765	21,8
El salvador	1700	33,8
Guatemala	2252	22,3
Honduras	3277	42
Nicaragua	770	21,8
Panamá	1561	14,1
TOTAL	12325	25,97

Nota: Se visualiza de países con gran ímpetu de importación.

Por lo consiguiente la empresa Laboratorios Beautik S.A se enfoca en la búsqueda de ingresar a mercados internacionales verificando las opciones, realizando un estudio de mercado referente como los precios de la competencia, el comportamiento del consumidor con los diferentes tipos de estrategia de marketing, además del estudio ante mencionado macroeconómico. Aun así, la determinación de

la moneda y el tipo de cambio influye para verificar la rentabilidad de ventas al igual que establecer MOQ y términos de negociación con lo que desde estos puntos la realidad para buscar nuevos mercados para que se distribuya un producto de elaboración ecuatoriana.

Por su parte la empresa determinar que su tipo de negociación para ingresar a los diferentes tipo de mercado es a través de distribuidores de empresa de retail que ya estén posicionados y reconocido por el consumidor del país local para darle seguridad de la compra por el consumidor, de misma forma la rotación del inventario, stock y fluides de los productos por lo que se considera manejar este tipo de negociación ya que busca la ganancia de ambas partes entre proveedor y cliente fortaleciendo a su vez la marca del producto terminado como “Beautik London”.

A su vez, se consolida entre estos países la distribución para abastecer con Walmart en Centroamérica por ende es uno de los puntos más reconocidos para la venta de retail por lo que se distribuye diferentes tipos de productos y a su vez promocionando marcas reconocidas a nivel internacional, tanto de producción local y de importaciones con el qué según estudios encabezó el ranking de empresas y tiene un reporte de ventas que ascendieron \$4,500 millones siendo esta una de las empresas que más generó en la región en el año del 2014 luego dicha empresa generó en la región duplicando por el año del 2022 hoy económicamente los países de Centroamérica tuvieron un crecimiento de un 4% a nivel de población en el cual también se incrementaron un 6% de venta en el que actualmente operan a través de 812 tiendas con una generación de empleo directos que está a través de los 38000 y más de 52000 empleos directos. (CAMPOS, 2021)

En la tabla 2 se muestra de manera general las exportaciones que se han realizado por parte de laboratorios beautik s.hacia centro america y los valores FOB que se ha n generado durante el periodo 2021 . 2023 con productos de perfumeria y beriberia de hombre en el que se concentra una mejor relacion con el país del El savador con 4 exportaciones realizadas con un valor facturado de \$ 127287,58 tomando en cuenta que la rotacion periodica puede tornarse en exportaciones durante ese periodo de 2 exportaciones por año desde Ecuador, tomando en cuenta la rotacion del producto final y el consumo por parte del cliente salvadoreño. De misma forma se puede observar 1 exportacion a Guatemala para incursion del producto pero vendiendo

una cantidad en valor FOB considerable con optimo desarrollo del consumo del país y el desarrollo de distribucion interna para así unirse en la competencia importados desde Ecuador y así establecer nuevas negociaciones, de igual forma considerar los acuerdos comerciales que favorecen el ingreso a productos de perfumeria y comesticos.

Tabla 2

2021 - 2022			
Exportaciones a países de Centro América			
Países	Productos Principales	Exportaciones	Fob
Honduras	Perfumería	2	\$
	Barber Men		49.509,76
Costa Rica	Perfumería	3	\$
	Barber Men		96.064,20
El Salvador	Perfumería	4	\$
	Barber Men		127.287,68
Guatemala	Perfumería	1	\$
	Barber Men		67.286,80
Nicaragua	Perfumería	3	\$
	Barber Men		30.482,07
Total		13	\$ 370.630,51

Nota: Esta tabla muestra de forma general Los productos y valores FOB durante el periodo 2021 – 2022 de la empresa Laboratorios Beautik S.A

Por ende, las negociaciones que tuvieron relación entre los países de Honduras, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Nicaragua, se generó también por conversaciones con gerente de compras regionales de Walmart y así conciliar acuerdos de abastecimiento a través de distribuidores locales en cada país e inversión para así fortalecer y optimizar los diferentes tipos de punto de venta, adicional que se genera un mejor canal para llegar así a los consumidores finales de los productos de perfumería, productos capilares, barbería de hombre, productos de hogar, etcétera.

Por lo mismo al tener la resolución de este tipo de canal de distribución con países de Centroamérica se realiza un contrato apostillado por lo que se mencionan los

puntos de acuerdo por ambas partes entre proveedor y cliente por ende también existen cláusulas que deben tener en cuenta al fabricante como a su distribución para la finalidad de que se cumplan la productividad y fortalecer los acuerdos comerciales ya que se llega como producto terminado y marca Beautik London a impulsar en nichos de mercado protagonizando con la línea de cuidado personal. En consiguiente se dispone a la adquisición de la cartera de productos por las cantidades en stock a 3 – 4 meses de stock según rotación por país, por lo que a continuación se demuestra el proceso de pedidos en Laboratorios Beautik S.A:

- 1) Recepción de pedido por el Dpto. de Ventas Internacionales.
- 2) Dpto. Ventas Internacionales envía notificación al Dpto. de Producción sobre el pedido, en el cual se indican monto y cantidades.
- 3) Dpto. de Producción envía respuesta al Dpto. Ventas Internacionales sobre el tiempo aproximado que tomará completar el pedido.
- 4) Dpto. Ventas Internacionales ingresa el pedido a NAFF, lo cual se debe realizar al día siguiente de recibir el pedido por parte del cliente.
- 5) Dpto. Ventas Internacionales envía notificación del ingreso del pedido a las áreas involucradas: producción, bodega, contabilidad, sistemas, comercio exterior, calidad.
- 6) Se genera Proforma en el sistema NAFF, por consiguiente, el Dpto. Ventas Internacionales debe enviar al cliente lo detallado:
 - Proformas de Producto terminado, testers y merchandising.
 - Orden de pedido actualizada con el A&P incluido.
 - Indicar tiempo que tomará la preparación del pedido para que el cliente pueda cotizar fletes.

Una vez recibida la información, el cliente deberá confirmar que las proformas enviadas se encuentren OK para facturación e indica las fechas aproximadas de embarque de las cotizaciones de fletes.

- 7) El Jefe de Bodega debe realizar el Packing List y de ser necesario proceder a reservar el pedido en la Bodega de Exportaciones para evitar faltantes al momento de facturación, una vez emitido el Packing List debe ser enviado a todas las áreas involucradas.

- 8) Dpto. de Comercio Exterior realiza revisión y envío de Packing List al cliente para coordinar retiro del pedido.
- 9) Para efectos de evitar errores en factura, el Dpto. de Ventas Internacionales deberá realizar la revisión del picking impreso por parte de bodega y sumillar para constancia.
- 10) Facturación de pedidos.
- 11) Revisión y sumilla de Packing List por parte del Dpto. de Calidad, proceso que se debe realizar máximo 48 horas antes de la entrega.

Nota: Información compartida por la empresa de Laboratorios Beautik S.A.

La operatividad del pedido se basa en la gestión que se determina durante la llegada de orden de compra del cliente que por ende la producción, lead time, más el tránsito a cada país de destino es un factor que determina al distribuidor para el abastecimiento de los puntos de venta de Walmart. Con lo que se demuestra en la siguiente tabla 3 se puede observar la cantidad de pedidos, los productos designados y los valores en costos de Beautik S.A.

TABLA 3

Productos, cantidades y valores facturados para países de Centro América.

1er Pedido de Distribuidores de centro América para abastecer a Walmart

País	Productos	Cantidades	Dólares
Costa Rica	Perfumeria, Set Barber, Splah	9848	\$56.132,40
El salvador	Set Barber, Perfumeria, Set Locion corporal	8532	\$36.944,76
Guatemala	Locion Corporal, Perfume, splash, Set Barberia	10544	\$67.286,80
Honduras	Set Barberia, Perfumeria, Set Barber	9370	\$26.763,16
Nicaragua	Perfumeria, locion corporal, Set barberia	5890	\$17.405,36
TOTAL		44184	\$204.532,48

Nota: Se visualiza las cantidades Total del primer pedido siendo Guatemala con mayor pedido en cantidad e inversión con un total de \$ 204 532, 48 total facturado para Laboratorios Beautik S.A.

El primero pedido indicado por la empresa y su vez llegar al punto de distribución más comercializado de Centroamérica es un punto para crecer en mercado internacional llevando a cabo la producción ecuatoriana, siendo eficientes con valor facturado a \$

204532,48 para tener la rentabilidad de la empresa y mantener el buen funcionamiento de conciliar distribuidores en mercados internacionales.

A su vez esto se puede determinar junto los términos de negociación impartido en su primicia con Incoterms EXW (Ex worksen) en el que el cliente se hace responsable del flete y seguro desde las bodegas del proveedor con el inicio del transporte interno en origen, hasta el puerto, así como la aduana en origen, gastos locales, fletes internacionales, gastos en destino, aduana en destino, transporte local con el que se considera que el proveedor se hace responsable hasta el producto terminado y documentación correspondiente cómo: certificado de origen, sí en el caso el País de destino recurre con acuerdos comerciales y a su vez aranceles preferenciales. Teniendo en cuenta que el proveedor en laboratorios beautik indica el control del seguimiento de la carga y a su vez velar por la optimización del despacho hacia las exportaciones comunicando al cliente de los sucesos ocurridos durante la coordinación con el agente de carga asignado.

Nota: Información otorgada por Laboratorios Beautik S.A

A su vez, las exportaciones en Ecuador se basa en principales productos ya mencionados en los que no se ha determinado que son materias primas para otros países poder fabricarlos aun así laboratorios beautik tuvo la iniciativa de tener una visión amplia hace los mercados internacionales de Latinoamérica y Centroamérica con el que se hoy tiene buenas negociaciones y a su vez llegando a obtener méritos como exportadores de producto terminado como lo es perfumes, agua de tocador, champús, barbería para caballeros, velas, etcétera. Desde este punto se puede comercializar producto terminado desde la mano de obra ecuatoriana. Por lo que al realizar una buena efectividad de exportación y coordinación de despacho se puede visualizar a continuación los pasos que la empresa realiza al gestionar la coordinación de exportación.

1. Inspección y revisión de calidad de la mercancía más packing list.
2. Empacar, etiquetar y marcar la mercancía
3. Orden de Envío
4. Generar Certificado de origen (Sí el país lo amerita)
5. Coordinación con el agente de carga para obtener reserva
6. Llenar y sellar los contenedores

7. Transferencia de los bienes al punto de carga
8. La mercancía llega al puerto
9. Indicar al Puerto el ingreso de mercancía a través de AISV (Documento de Aviso de ingreso/salida de vehículo)
10. Despacho de aduanas, documentación y verificación física.
11. Pago de cualquier cargo portuario
12. Entrega de documentación a la naviera para generar carta de porte, BL o Guía.
13. Envía el documento de transporte.
14. La mercancía sale del puerto de Origen.
15. Indicar al cliente la salida del transporte desde Ecuador.

Nota: Información impartida por la empresa Laboratorios Beautik S.A

METODOLOGÍA

La empresa Laboratorios Beautik S.A se caracteriza por participar en un mercado competitivo donde existen empresas locales, nacionales e internacionales, es por eso por lo que la empresa requiere utilizar diferentes estrategias para diferenciarse de las otras empresas, integrando nuevos canales de comercialización, por lo que en esta sección se concibe el tipo de método de estudio que será utilizado para despejar los propósitos de investigación determinado por la introducción. En base a lo indicado, se planteó un diseño no experimental, debido a que no hay manipulación de variables, por ende, no hay una intervención en una experiencia y los datos son recolectados bajo el origen propio de su naturaleza, en el que se implementa un método descriptivo.

El estudio es focalizado en que los casos sean de manera explicativos, tanto el propósito es dar a conocer la situación problemática en términos de la logística centrada en el análisis primero del sujeto/objeto de estudio, en el que se determina los tipos Ilustrativo, en indica el caso de estudio de carácter descriptivo y tiende el propósito de añadir realismo y ejemplos de la información acerca de un programa u proyecto. De la misma forma exploratorio, dando a continuar el caso descriptivo, pero demuestra antes de ilustrar a generar hipótesis para nuevas investigaciones. A su vez situación crítica, que examina la situación singular de interés único o como prueba

crítica de una confirmación acerca de un problema o estrategia de trabajo. La metodología mixta: combina los dos anteriores ante mencionada. (CAMPOS, 2021)

La finalidad de esta metodología y su implementación se deriva de poder definir y caracterizar los sucesos dentro de la entidad Laboratorios Beautik S.A., para reconocer el estudio en base a la exportación de perfumes y cosméticos como el reconocimiento de nuevos mercados para el consumo de producto terminado generado por empresa de mano de obra ecuatoriana.

Además, se implementa estudio exploratorio en el que deriva para preparar el terreno, antecedentes de investigación con alcances descriptivos, correlacionados o explicativos, es decir, que muestra el fenómeno ha sido poco estudiado o la información existente es en poca proporción (Sampieri, 2018), por lo que se aplica para el presente artículo con la necesidad de reconocer ciertos datos desde la percepción personal como realiza la gestión logística y externa de la organización.

Por el tipo de metodología se considera en la aplicación de una investigación básica, dado a que, el origen del estudio se centraliza en estudiar el problema y ampliar la información sobre la exportación de perfumes a nivel internacional y a su vez el propósito del artículo por lo que muestra relación a esta perspectiva.

El enfoque de la investigación se puede mitigar como mixto por ende permite obtener datos de aspectos cuantitativos como las cifras de ventas por distribuidor autorizado o cliente en los países de centro América en base a un estudio de mercado, por lo tanto, también se muestra la parte cualitativa se origina por un instrumento de recolección de datos para la información de la gestión de buena práctica de logística internacional para el método de exportación. (Müggenburg Rodríguez V., 2007)

Indicado la metodología se deriva a explicar que la técnica de recolección de datos será la entrevista destinada al Gerente de ventas internacionales de la empresa, coordinadora de ventas internacionales y Jefe de Comercio Exterior Laboratorios Beautik S.A., con dicha finalidad de generar un diálogo para obtener de una correcta información y caracterización de la gestión en los procesos de obtención de cierres de negociación con países internacionales y clientes potenciales para ingresos de nuevos mercados.

Además, otra técnica implementada es la revisión documental sostenida en los informes de gestión y financieros de la empresa Laboratorios Beautik S.A, que se examina y se tabula para crear el análisis respectivo para los acontecimientos dado en sus metodologías indicadas en su organización.

Por otro lado, la población se considera al personal de forma directa e indirecta de la empresa Laboratorios Beautik S.A, por lo que es la entidad objeto a estudio. En la muestra se implementa el muestro no probabilístico por conveniencia, con lo que se selecciona a los participantes por un criterio de disponibilidad, por lo que son profesionales en área de comercialización y a su vez, área de comercio exterior, en donde se consigue con accesibilidad al personal siendo la muestra de 5 personas para aplicar la entrevista cuyo cuestionario se puede observar en anexo 1.

RESULTADOS

El uso de perfumes y productos de cosméticos con relación al embellecimiento físico en la condición humana, por lo que se mantiene presente a lo largo de la existencia de las civilizaciones existentes, de una forma u otra. El concepto de la cosmética ha ido variando durante años en función a los valores sociales y las costumbres de cada época, evolucionando en los que se basan en la innovación, la satisfacción de sus fórmulas y la adaptación a las necesidades individuales de cada persona.

Es así como a su vez los mercados a consumir este tipo de productos en la actualidad crece cada vez frecuente y el consumidor es más exigente referente a los precios y calidad del producto por lo que la elaboración de dichos productos de origen ecuatoriana hace mención con sus precios para competir en mercados como centro América y llegar a puntos de venta óptimos para que su distribución sea efectuado de mejor forma por lo que podemos notar que Laboratoris Beautik y sus principales acciones en base a encuestas realizadas son las siguientes:

- Se encontró la estrategia de búsqueda de potenciales clientes como a su vez tener un socio estratégico internacional.

- Los tipos de canales de distribución se realizó en diferentes países de centro américa como Honduras, Guatemala, Costa Rica, El Salvador, Nicaragua.
- Un buen proceso de exportación se encontró bajo parámetros por carga peligrosa como la buena manipulación y rotulación de la mercancía.

PARAMETRO	PREGUNTAS	E1	E2	HALLAZGOS	REQUERIMIENTO
<i>Acuerdos y Negociacion internacional</i>	1.¿De qué forma se realiza los acuerdos con distribuidores de países de centro América?	Business model es un contrato exclusiva de dsitribucion en un territorio determinado bajo una estructura de precios que vaya de acorde al mercado	margenes de rentabilidad margen de retail y margen de producto final	Contrato exclusivo para distribuidores, con listas de precios establecido por país incluyendo los márgenes de rentabilidad al igual que se considera los registros sanitarios por PT Final	Crear modelo externos en el que aumente las posibilidades de negocios con diferentes clientes que cuentan coon focalizaciones sectoriales
	2.¿Cuáles son los principales acuerdos con países como Nicaragua, Honduras, Costa Rica, Guatemala y El Salvador?	Establecer una lista de precios con vigencias de 1 año con 10% con A&P via estructura y 10% A&P del total facturado en probadores	Dossire completos con registro sanitario de los productos		
<i>Terminos y gestion de venta</i>	3. Con los productos de Perfumería y cosméticos ¿Cuáles son los tipos de negociación para proceder a la exportación?	En su mayoría el tipo de negoacion es EXW y muy pocos FOB	En su mayoría el tipo de negoacion es EXW y muy pocos FOB	Terminologia de Venta EXW y a su vez la gestion que realiza el distribuidor en pais de venta	Determinar diferentes tipos de negociaciones como FOB y CIF que aumenten la demanda
	¿Cuáles son la gestión que realiza el Proveedor y cliente para asegurar la venta?	Comercializar y promocionar los productos en su territorio asignado un buen servicio de venta y logística	Visitar puntos de venta con regularidad y garantizar que los productos esten bien establecidos		
<i>Financiacion corporal</i>	7. ¿Cómo consideraria la ganacia financiera que tuvo la empresa Laboratorios Beautik S,A?	Actualimente contamos con la region de centro america, en el que involucra una venta de 3 a 4 meses por rotacion con una primera venta alrededor de los \$ 200.000	Gracias a la consolidacion de paises de centro america hemos tenido un aumento de ventas favorables	Financiera mente por la llegada a centro america a crecido considerablemente	La cartera de cliente aumente al igual que las ventas obtenidas
<i>Distribucion Internacional</i>	8. ¿Qué acciones determinaron ante este contexto para crear dicha distribución en Centro America?	La relacion comercial es entre beautik y el distribuidor por lo que la cobertura es más grande para venta en el pais que maneje la categoria de perfumes y cosmeticos, es decir, la llegada al consumidor final.	La relacion comercial es entre beautik y el distribuidor por lo que la cobertura es más grande para venta en el pais que maneje la categoria de perfumes y cosmeticos, es decir, la llegada al consumidor final.	La comercializacion hacia esta region se ha fortalecido para llegar al la demanda	Crear Expoferias para que conozcan más el producto
<i>Logistista Externa</i>	4 ¿Cómo es el proceso de Exportación de Laboratorios Beautik S.A?	Envia la factura hacia el departamento a comercio exterior y realiza la coordinacion de despacho contactanto al forwarder designado por el cliente, una vez teniendo la reserva con la naviera se deriva a indicar fecha de recoleccion	Se envia los documetos al aera de comex en el que se encarga de gestionar el despacho con las naviera y llegue a destino	El proceso de exportacion para perfumes considerando que es carga IMO con los terminos EXW y poder realizar el cargue	Tenga certifiacion de especialista de carga DGR
<i>Consecuencia del manejo eficaz por la distribucion Internacional</i>	6. ¿Qué beneficio llevo a tener la empresa como marca de Laboratorios Beautik S.A?	Llegar a nuevos mercados internacionales y más a la region de centro america inclusive considerando al supermercado más grande a nivel mundial como lo es Walmart	El consumidor Final de diferentes países puedan considerar una marca como Beautik London una de las mejores y así crecer internacionalmente	Crecimiento de la marca y operatividad de la empresa se ha beneficiado por la llegada a más países internacionales	Reconocimiento de la marca tenga auge a nivel internacional.

DISCUSION

Ingresar a los mercados internacionales cuenta con amplia búsqueda de información y análisis económico para poder realizar una oferta o inversión para amplificar la marca o producto terminado hacia diferentes consumidores que a su vez buscan la optimización de calidad en productos uso/contacto con la piel. Por lo que el siguiente artículo podemos dar a conocer la perspectiva de la empresa ecuatoriana y la gestión realizada para ingresar a nichos de mercados internacionales inclusive a un punto de distribución y consumo alto como lo es Walmart a través de distribuidores focalizados y exclusivos para la rotación del producto hacia el consumidor final.

Es así como la gestión administrativa y operativa desde el ingreso de nuevos pedidos, la fabricación del producto ofrecido, la coordinación de exportación hace que la logística interna y/o externa sea beneficioso para crear una relación muy buena entre proveedor y cliente. Por lo que a su vez generar el crecimiento financiero de la empresa como también el empoderamiento de la marca “Beautik London” en el producto final hacia nuevos mercados internacionales en el que ahora es centro América y en posterior futuro sea más mercados alcanzables.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- CAMPOS, V. J. (2021). ESTRATEGIA DE MULTINACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA WALMART EN. *UNIVERSIDAD NACIONAL POSGRADO PROFESIONAL EN GERENCIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL*, 22.
- Corp, C. (2023). *Claight Enterrice* . Obtenido de Mercado centro america : <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-latinoamericano-de-cosmeticos/solicitar-una-muestra>
- ENTREPRICE, A. (11 de NOVIEMBRE de 2021). *INFORMES DE EXPERTO*. Obtenido de EMR: <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-latinoamericano-de-cosmeticos/solicitar-una-muestra>
- Gallegos-Zúñiga, J. (2021). *La Alianza del Pacífico y su relacionamiento con*. Chile: Universidad de Chile.
- Müggenburg Rodríguez V., M. C. (2007). Tipos de estudio en el enfoque. *Universidad Nacional Autónoma de México*, 36.
- Pérez, R. O. (2023). *Análisis de la integración comercial centroamericana desde la perspectiva del valor agregado intrarregional*. Mexico: CEPAL .
- Rey, S. V. (2021). *EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS COSMÉTICOS*. Cordoba: Universidad de Cordoba.
- SAMPIERI, R. H. (2018). Metodología de investigacion las rutas cualitativa, cuantitativa y mixta . *Mc Graw Hill* , 106.
- VIEYRA, P. G. (2021). *Panorama de la industria cosmética en América Latina*. MEXICO : R & D TECH MKT .

ANEXOS

Anexo 1. Guía de entrevista

Propósito: Académico, busca reconocer la gestión de negociación con clientes potenciales y métodos de exportación de perfumes y cosméticos de la empresa Laboratorios Beautik S.A.

Participante: _____

Interrogantes:

1. **¿De qué forma se realiza los acuerdos con distribuidores de países de centro América?**

 2. **¿Cuáles son los principales acuerdos con países como Nicaragua, Honduras, Costa Rica, Guatemala y El Salvador?**

 3. **Con los productos de Perfumería y cosméticos ¿Cuáles son los tipos de negociación para proceder a la exportación?**

 - 4 **¿Cómo es el proceso de Exportación de Laboratorios Beautik S?A?**

 - 5 **¿Cuáles son la gestión que realiza el Proveedor y cliente para asegurar la venta?**

 - 6 **¿Qué beneficio llego a tener la empresa como marca de Laboratorios Beautik SA?**

-

7. ¿Cómo consideraría la ganancia financiera que tuvo la empresa Laboratorios Beautik S, A?

8. ¿Qué acciones determinaron ante este contexto para crear dicha distribución en Centro America?
