

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL

“ Oportunidades de mercado en Montreal-Canadá y la comercialización
de Papas chips caseras sabor a pollo desde el cantón Montúfar de la provincia del
Carchi. ”

Trabajo de titulación previo a la obtención del
título de Ingeniera en Comercio Exterior y
Negociación Comercial Internacional

AUTORA: Maricela Elizabeth Ayala Hualpa

ASESOR: Msc. Héctor Chuquín

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2016

CERTIFICADO.

Certifico que la estudiante Maricela Elizabeth Ayala Hualpa con el número de cédula 040164460-4 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “Oportunidades de mercado en Montreal-Canadá y la comercialización de Papas chips caseras sabor a pollo desde el cantón Montúfar de la Provincia de Carchi.”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el reglamento de grado del título a obtener, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

Msc. Héctor Chuquín

Tulcán, 14 de agosto de 2016

AUTORÍA DE TRABAJO

La presente tesis constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Maricela Elizabeth Ayala Hualpa con cédula de identidad número 040164460-4 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

.....

Maricela Elizabeth Ayala Hualpa

Tulcán, 14 de agosto de 2016

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO

Yo Maricela Elizabeth Ayala Hualpa, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la resolución del consejo de investigación de la universidad politécnica estatal del Carchi de fecha 21 de junio del 2012 que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la Universidad”.

Tulcán, 14 de agosto de 2016

Maricela Elizabeth Ayala Hualpa
CI 040164460-4

AGRADECIMIENTO.

*Primeramente, me gustaría agradecerle a tí papito **DIOS** por ser un ser maravilloso que me dio fuerza y valor para lograr este reto y hacer posible el sueño de mi vida.*

*A la **UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI** quien me brindó la oportunidad de estudiar y adquirir nuevos conocimientos para llegar ser un profesional.*

*A mis profesores y tutor **Héctor Chuquín** que durante estos cinco años me han sabido entregar sus conocimientos y experiencias, a ellos que más que docentes fueron amigos que con sus consejos y paciencia permitieron ser realidad el terminar mis estudios académicos éxito.*

*También me gustaría agradecer a mis compañeros a mis compañeros que en momentos más difícil me apoyaron con sus palabras y hechos a ellos que en estos cinco años más que amigos se convirtieron como unos hermanos, mis mejores amigas **Alexandra** y **Patricia** que estuvieron siempre apoyándome con sus consejos y su voz de aliento.*

*Como no agradecer a una persona especial en mi vida que con su voz de aliento durante estos cinco años estuvo junto a mí, a mi hija **Anghy Ruano** que desde muy pequeña supo el sacrificio que era este reto, mi madre **Filomena Ayala** y hermano **Edison Ayala** quienes siempre estuvieron pendientes de todo este proceso, con sus consejos y apoyo en todo lo que era necesario para lograr este sueño de mi vida.*

DEDICATORIA.

Dedico este proyecto de investigación a una persona que está en cielo y que sé que desde a ya él siempre estuvo conmigo en cada paso de mi vida, de la misma manera a papito Dios quien fue mi mayor motivación.

*A mi hija **Anghy Ruano** quien sintió cada pasó de este logro, con mi ausencia, pero siempre pensando que esto será por una oportunidad para nuestras vidas a ella por ser mi motivación de cada día y mi inspiración de cada mañana a ti que estuviste en las noches de desvelo y los días de soledad.*

*A mi madrecita **Filomena Ayala** que con su apoyo y cuidado estuvo en los momentos que más la necesitaba, a ella que es un ejemplo a seguir que con sus palabras duras siempre me motiva a sacar y terminar este reto a ella que me enseñó a ser la persona que soy hoy en día.*

*A una persona especial en mi vida (**R.D**) quien estuvo en los momentos más importante con sus recomendaciones y siempre dándome esa confianza en las tomas de mis decisiones.*

*“Nunca consideres el estudio como una obligación, sino como una oportunidad para penetrar en el bello y maravilloso mundo del saber.” **Albert Einstein***

CONTENIDO

| | |
|--|------|
| CERTIFICADO..... | i |
| ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO..... | iii |
| AGRADECIMIENTO..... | iv |
| DEDICATORIA..... | v |
| RESUMEN EJECUTIVO..... | xiii |
| ABSTRACT..... | xv |
| INTRODUCCIÓN..... | xvii |
| CAPITULO I..... | 1 |
| I. EL PROBLEMA..... | 1 |
| 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 1 |
| 1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..... | 4 |
| 1.3 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN..... | 4 |
| 1.4 JUSTIFICACIÓN..... | 5 |
| 1.5 OBJETIVOS..... | 7 |
| 1.5.1 OBJETIVO GENERAL..... | 7 |
| 1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:..... | 7 |
| CAPITULO II..... | 8 |
| II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA..... | 8 |
| 2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS..... | 8 |
| 2.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL..... | 12 |
| 2.2.1 Fundamentación legal de Canadá..... | 14 |
| 2.2.2 Fundamentación legal planificación nacional..... | 15 |
| 2.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA..... | 16 |
| 2.4 FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL..... | 17 |
| 2.5 VOCABULARIO TÉCNICO..... | 22 |
| 2.6 IDEA A DEFENDER..... | 24 |
| 2.6.1 Identificación de Variables..... | 24 |
| CAPITULO III..... | 25 |
| III. MARCO METODOLÓGICO..... | 25 |
| 3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN..... | 25 |
| 3.2 MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN..... | 25 |
| 3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN..... | 26 |
| 3.4 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN..... | 26 |

| | |
|---|----|
| 3.5 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN..... | 27 |
| 3.6 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN | 27 |
| 3.7 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES..... | 29 |
| 3. 8 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN..... | 31 |
| 3.9 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS..... | 31 |
| 3.9.1 Análisis productores del Cantón Montúfar 2016 | 33 |
| 3.10 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS | 35 |
| 3.10.1 Diagnóstico de los mercados internacionales..... | 35 |
| 3.10.2 Estudio de Mercados | 35 |
| 3.10.2.1 Exportaciones ecuatorianas de snacks al mundo..... | 35 |
| 3.10.2.2 Comercio bilateral entre Venezuela y Ecuador..... | 36 |
| 3.10.2.3 Exportaciones por producto..... | 37 |
| 3.10.2.4 Países importadores de partida 200520 | 38 |
| 3.11 ESTUDIO DE MERCADOS INTERNACIONALES | 39 |
| 3.11.1 Factores y elementos del entorno | 39 |
| 3.11.1.1 Factor económico | 39 |
| 3.11.1.2. Factor político | 40 |
| 3.11.1.3. Acuerdos comerciales | 41 |
| 3.11.1.4 Factores demográficos | 42 |
| 3.11.1.5 Factores culturales y tecnológicos | 43 |
| 3.12. MATRIZ POAM | 44 |
| 3.13 ANÁLISIS SITUACIONAL DE POAM (ECUADOR-CANADA) | 45 |
| 3.13.1 Factores Socioeconómicos..... | 45 |
| 3.13.2 Factores Demográficos..... | 47 |
| 3.13.3 Factores Políticos | 48 |
| 3.13.4 Factor Legal | 49 |
| 3.13.5 Factor Cultural | 54 |
| 3.14 ANÁLISIS MERCADO | 56 |
| 3.14.1 Perfil del consumidor | 56 |
| 3.14.2 Condiciones de compra | 56 |
| 3.14.3 Tendencia de Canadá: | 57 |
| 3.14.4 Condiciones de pago | 58 |
| 3.15 OFERTA MUNDIAL | 58 |
| 3.15.1 Exportaciones de partida 200520..... | 58 |
| 3.15.2 Importaciones y Exportaciones | 59 |
| 3.15.3 Oferta y Demanda de papa en Canadá | 61 |

| | |
|--|-----|
| 3.16 ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR..... | 61 |
| 3.16.1 Factores Político y Legal..... | 61 |
| 3.16.2 Factores Socioeconómicos..... | 63 |
| 3.16.3 Acuerdo comerciales..... | 65 |
| 3.16.4 Balanza Comercial..... | 66 |
| 3.17 ANÁLISIS DEL PRODUCTO..... | 68 |
| 3.17.1 Balanza comercial de la papa..... | 68 |
| 3.17.2 Análisis mercado producto Ecuador..... | 72 |
| 3.17.3 Modo de producción..... | 74 |
| 3.17.4 Definición de mercado..... | 78 |
| 3.18 PROYECCIONES DEL ESTUDIO..... | 79 |
| 3.18.1 Consumo nacional aparente..... | 82 |
| 3.18.2 Oferta exportable..... | 83 |
| 3.18.3 Demanda insatisfecha..... | 84 |
| 3.18.4 Producción de papa en el Cantón Montufar..... | 87 |
| CAPÍTULO IV..... | 90 |
| IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 90 |
| 4.1 Conclusiones..... | 90 |
| 4.2 Recomendaciones..... | 92 |
| CAPITULO V..... | 93 |
| V. PROPUESTA..... | 93 |
| 5.1 TITULO..... | 93 |
| 5.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA..... | 93 |
| 5.3 JUSTIFICACIÓN..... | 94 |
| 5.4 OBJETIVOS..... | 96 |
| 5.4.1 Objetivo General..... | 96 |
| 5.4.2 Objetivo Especifico..... | 96 |
| 5.5 ESTUDIO TÉCNICO..... | 96 |
| 5.5.1 Localización Óptima del Proyecto..... | 96 |
| 5.5.2 Datos de la Industrializadora..... | 98 |
| 5.5.3 Slogan..... | 98 |
| 5.5.4 Análisis FODA..... | 99 |
| 5.5.5 Propuesta Administrativa..... | 101 |
| 5.5.6 Distribución y Ubicación del Proyecto..... | 102 |
| 5.5.7 Diseño de envasado y empaçado de la empresa..... | 106 |
| 5.5.8 Determinación de la organización humana..... | 107 |

| | | |
|-------------------------------------|---|-----|
| 5.5.6 | Diseño organizacional..... | 108 |
| 5.5.7 | Manual de funciones..... | 109 |
| 5.5.8 | Procesos del departamento de exportaciones..... | 111 |
| 5.5.9 | Manual de procedimiento..... | 112 |
| 5.6 | INGENIERÍA DEL PROYECTO..... | 115 |
| 5.6.1 | Plan logístico..... | 116 |
| 5.6.1.1 | Diseño operativo..... | 116 |
| 5.6.1.2 | Datos básicos de embarque..... | 116 |
| 5.6.1.3 | Diseño de red..... | 119 |
| 5.6.1.4 | Proceso de cálculo de cubicaje..... | 121 |
| 5.6.1.5 | Costos de Transporte Interno..... | 124 |
| 5.7 | ESTUDIO FINANCIERO..... | 130 |
| 5.7.1 | Activos Fijos..... | 130 |
| 5.7.2 | Capital de operación..... | 132 |
| 5.7.3 | Gastos de constitución..... | 132 |
| 5.7.4 | Inversión inicial..... | 133 |
| 5.7.6 | Proyección de costos y gastos..... | 134 |
| 5.7.6.1 | Costos de producción..... | 134 |
| 5.7.6.2 | Gastos Administrativos..... | 134 |
| 5.7.6.3 | Gastos de exportación..... | 135 |
| 5.8 | ESTADOS FINANCIEROS..... | 136 |
| 5.8.1 | Estado de resultados..... | 136 |
| 5.8.2 | Flujos de efectivo VAN y TIR..... | 137 |
| 5.8.3 | Punto de equilibrio..... | 139 |
| 5.6 | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 141 |
| 5.6.1 | Conclusiones..... | 141 |
| 5.6.2 | Recomendaciones..... | 142 |
| CAPÍTULO VI..... | | 143 |
| VI. BIBLIOGRAFÍA..... | | 143 |
| 6.1 Bibliografía y Linkografía..... | | 143 |
| ANEXOS | | 146 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|-----|
| Tabla 1: Delimitación de la Investigación..... | 4 |
| Tabla 2: Fundamentación Legal del Ecuador..... | 12 |
| Tabla 3: Acuerdos y Tratados Comerciales de Canadá | 14 |
| Tabla 4: Planificación Nacional | 15 |
| Tabla 5: Teorías utilizadas en la investigación..... | 16 |
| Tabla 6: Instrumento de la investigación..... | 26 |
| Tabla 7 Población destinada a ofertar materia prima..... | 27 |
| Tabla 8 Tamaño de la población..... | 28 |
| Tabla 9 Operacionalización de las variables | 29 |
| Tabla 10: Productores de papa en la provincia del Carchi..... | 32 |
| Tabla 11: Comercio Bilateral Venezuela-Ecuador periodo 2011-2013 valor FOB miles USD | 36 |
| Tabla 12: Factores socioeconómicos | 39 |
| Tabla 13: Factores políticos..... | 40 |
| Tabla 14: Acuerdos Comerciales | 41 |
| Tabla 15 Factores demográficos..... | 42 |
| Tabla 16: Factores culturales y tecnológicos | 43 |
| Tabla 17: Matriz perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM) | 44 |
| Tabla 18: Transporte de Canadá | 48 |
| Tabla 19: Barreras arancelarias a las importaciones de Canadá..... | 50 |
| Tabla 20: Incremento de Exportaciones Ecuador – Canadá..... | 60 |
| Tabla 21 Indicadores Económicos..... | 63 |
| Tabla 22: Indicadores Básicos de Ecuador | 67 |
| Tabla 23: Requisitos de Sanidad | 69 |
| Tabla 24: Ficha técnica de la papa..... | 70 |
| Tabla 25: Industrializadores de papa chips | 73 |
| Tabla 26: Exportadores de partida 2005200000 | 73 |
| Tabla 27: Etapas fenológicas del cultivo de papa..... | 74 |
| Tabla 28: Ficha técnica del producto a exportar | 75 |
| Tabla 29: Proceso de elaboración de papas chips sabor a pollo | 76 |
| Tabla 30 Importaciones..... | 80 |
| Tabla 31 Importaciones proyectadas | 80 |
| Tabla 32 Exportaciones..... | 81 |
| Tabla 33: Exportaciones proyectadas | 82 |
| Tabla 34: Demanda Efectiva | 83 |
| Tabla 35: Oferta exportable | 83 |
| Tabla 36: Rango de edad de consumo | 84 |
| Tabla 37: Proyección del estudio de la demanda insatisfecha | 85 |
| Tabla 38: Lista de Brokers-Montreal-Canadá | 86 |
| Tabla 39: Estimación del precio en Ecuador..... | 88 |
| Tabla 40: Precio Referencial de Canadá | 89 |
| Tabla 41: FODA..... | 99 |
| Tabla 42 Factores ubicación del proyecto | 103 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 43: Distribución de plataforma..... | 104 |
| Tabla 44: Presupuesto de activos de la industria | 105 |
| Tabla 45: Activos Diferidos - Gastos de Constitución | 105 |
| Tabla 46: Talento humano | 108 |
| Tabla 47: Técnicas de negociación proveedor..... | 112 |
| Tabla 48: Ficha industrialización de papas chips | 113 |
| Tabla 49: Logística y comercialización | 114 |
| Tabla 50: Características del Producto | 115 |
| Tabla 51: Diseño operativo de la propuesta | 116 |
| Tabla 52 Información básica de comercialización | 117 |
| Tabla 53 Información Básica del Embarque..... | 117 |
| Tabla 54 Información Adicional..... | 118 |
| Tabla 55 Actividades del transporte Logístico..... | 119 |
| Tabla 56 Proceso de diseño de red..... | 120 |
| Tabla 57 Simbología del método | 120 |
| Tabla 58 Cubicaje de container de 40 pies” | 121 |
| Tabla 59: Calculo del contenedor | 122 |
| Tabla 60: Estimación de Ventas..... | 123 |
| Tabla 61 Costos de documentación | 124 |
| Tabla 62 Costos de Transporte Interno..... | 124 |
| Tabla 63 Costos de agente de aduana | 125 |
| Tabla 64 Costos internacionales de flete y seguro..... | 125 |
| Tabla 65: Seguro internacional..... | 126 |
| Tabla 66: Incoterms | 126 |
| Tabla 67: Matriz General..... | 127 |
| Tabla 68: Precio en Fábrica (Ex work) | 128 |
| Tabla 69 Precio en puerto para la entrega a Brokers | 128 |
| Tabla 70 Precio en país de destino-Montreal Canadá..... | 128 |
| Tabla 71 número de envíos mensuales al país de destino | 128 |
| Tabla 72: Presupuesto de activos de la industria | 130 |
| Tabla 73: Activos diferidos | 131 |
| Tabla 74: Capital de Operación..... | 132 |
| Tabla 75 Gasto de constitución..... | 132 |
| Tabla 76: Inversión inicial..... | 133 |
| Tabla 77 Estructura de Financiamiento..... | 133 |
| Tabla 78 Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento | 133 |
| Tabla 79 Costos de producción con proyección | 134 |
| Tabla 80: Gastos Administrativos | 135 |
| Tabla 81: Proyección Gastos de Exportación | 135 |
| Tabla 82 Balance General | 136 |
| Tabla 83: Estado de resultados..... | 137 |
| Tabla 84: Flujos de Efectivo, VAN, TIR..... | 138 |
| Tabla 85: Flujo efectivo | 138 |
| Tabla 86: Punto de Equilibrio..... | 140 |

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

| | |
|--|-----|
| Ilustración 1 Fundamentación Conceptual..... | 17 |
| Ilustración 2: Exportaciones ecuatorianas de snacks al mundo | 35 |
| Ilustración 3 Exportaciones ecuatorianas de snack por producto | 37 |
| Ilustración 4: Lista de los países importadores para el producto seleccionado según la partida 200520..... | 38 |
| Ilustración 5: Balanza comercial Ecuador - Canadá..... | 45 |
| Ilustración 6: Exportaciones de partida 2005200000 | 58 |
| Ilustración 7: Importaciones y exportaciones de partida 200520 miles de USD (FOB) | 59 |
| Ilustración 8: Balanza Comercial no Petrolera Ecuador-Canadá | 66 |
| Ilustración 9: Balanza Comercial de la papa del Ecuador | 68 |
| Ilustración 10 Formas de consumo..... | 71 |
| Ilustración 11: Proceso de transformación de la papa chips | 77 |
| Ilustración 12: Empaque y etiquetado | 78 |
| Ilustración 13: Tamaño de la población de Canadá | 79 |
| Ilustración 14: Productores de papa del Carchi | 87 |
| Ilustración 15: Localización Optima del Proyecto | 97 |
| Ilustración 16 Logo de papas chips | 98 |
| Ilustración 17 Canal de distribución Ecuador–Canadá | 102 |
| Ilustración 18 Localización de la Industria | 103 |
| Ilustración 19 Distribución de planta Industrializadora | 104 |
| Ilustración 20: Diseño de envase y empaque | 106 |
| Ilustración 21: Estructura organizacional | 108 |
| Ilustración 22: Diagrama de procesos | 111 |
| Ilustración 23 Dimensiones del contenedor..... | 118 |
| Ilustración 24: Dimensiones del contenedor..... | 121 |

RESUMEN EJECUTIVO

El Ecuador actualmente se encuentra experimentando grandes cambios y desarrollos en los procesos de producción, comercialización y exportación en el mercado nacional e internacional, debido al incremento de la demanda externa de productos agrícolas transformados, la papa la cual tiene una gran apreciación en el mercado internacional, debido a las múltiples utilidades que se le puede dar a este producto en el sector alimenticio. La papa es uno de los principales cultivos tradicionales en Ecuador, este producto es cultivado en las siguientes zonas de nuestro país como son; Carchi 26%, Pichincha 11%, Cotopaxi 15%, Tungurahua 14%, Chimborazo 15% y otros 19%; se determina que, en el Ecuador, un total del 0.4% del territorio de uso agropecuario se dedica a la producción de papa, lo que corresponde a 49.719 ha. Esta actividad concentra a 88.130 productores, que corresponde al 10.46% de los productores agrícolas del país.

El presente estudio se desarrolló bajo un diagnóstico para identificar la mejor oportunidad de mercado internacional, realizado un estudio a los factores internos y externos de cada país utilizando la matriz de oportunidades y amenazas del medio conocido como (POAM) en el que se ejecutó una investigación previa a tres países como son: Canadá, Venezuela y Estados Unidos. Se realizó un estudio interno de Ecuador el que por décadas ha sido considerado un país agropecuario, gracias a los recursos climáticos, biodiversidad y por su ubicación geográfica lo hace un extraordinario país de productividad.

Para esta investigación está destinada desde el cantón Montúfar de la Provincia de Carchi, en donde se realizó un estudio para identificar la capacidad de producción y estándares de calidad. La producción se encuentra ubicada en un sitio geográfico privilegiado, sus principales productos agrícolas son: papa, maíz suave, trigo, fréjol, cebada y habas.

El objetivo fundamental de este proyecto es la propuesta de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una industrializadora de papas chips desde el cantón Montufar, que permita atender parte de la demanda de este producto en la ciudad de Montreal - Canadá, donde se encuentra la mayor parte de bróker u comercializadores, esta estrategia tiene como finalidad que nuestro país ingrese en el mercado internacional con productos no tradicionales especialmente con papas chips, llegando de esta forma a mejorar la calidad y competitividad en los precios, para esto es necesario contar con la ayuda de las instituciones públicas como son: FEDEXPOR, AGROCALIDAD, PROEXPORT, MIPRO, entre otros para promover este tipo de exportaciones las cuales generan desarrollo económico para el país.

Este proyecto ha sido desarrollado de acuerdo a la recopilación de información documental, descriptiva y de campo; la principal fuente de información ha sido las entrevistas realizadas a importadores, exportadores, productores de jengibre y entidades públicas que se encargan de realizar el control y autorización de los procesos de exportación.

Se identificó que Canadá tiene oportunidades de mercado, se determinó los requisitos necesarios para ingresar el producto al mercado canadiense, cumpliendo con las normas de empaque, embalaje, y etiquetado y la documentación como registros sanitarios y certificado de origen para gozar de las preferencias arancelarias.

Analizando este proyecto desde el punto de vista financiero, resulta rentable por ser un producto altamente consumido por lo cual las expectativas de crecimiento comercial son muy posibles, obteniendo un VAN positivo con un valor de 36491.16 dólares; y un TIR de 31.82% indicando esto que por cada dólar que se invierta se lograra tener una ganancia de 4.04 dólares lo cual hace que este proyecto se rentable y factible para su ejecución, con un periodo recuperable en 4 años.

ABSTRACT.

Ecuador is currently going through important changes and development in processes such as production, distribution and exports in domestic and international markets due to an increased demand for processed agricultural products, particularly potato which is appreciated in international markets for the multiple uses in the food industry. Potato is one of the main traditional crops in Ecuador, this product is grown in different areas of our country such as Carchi 26%, Pichincha 11%, Cotopaxi 15%, Tungurahua 14%, Chimborazo 15% and others 19%; it is determined that in Ecuador, a total of 0.4% of agricultural land is devoted to potato production, which corresponds 49.719 hectares. This activity involves 88.130 producers, which corresponds to 10.46% of agricultural producers in the country.

This study was conducted under a diagnosis to identify the best opportunity in international markets, this study focused in internal and external factors in each country using the matrix known as "POAM", the countries studied are three: Canada, Venezuela and the United States. An internal study was also performed in Ecuador because for decades it has been considered an agricultural country, and its climate resources, biodiversity and geographical location makes it an extraordinary and productive country.

This research focused in Canton Montúfar in Carchi province, where a study was conducted to identify production capacity and quality standards. Production is located in a privileged geographical location, its main agricultural products are: potatoes, sweet corn, wheat, barley and beans.

The main objective of this project is to propose a feasibility study for the creation of a potato chips industry in Canton Montúfar, which allows to satisfy the need for this product in Montreal - Canada, where most of brokers or marketers are located, this strategy looks for our country to enter in international markets with non-traditional products especially with potato

chips, improving quality and price. In order to do that, it is necessary the contribution of public institutions such as: FEDEXPOR, AGROCALIDAD, PROEXPORT, MIPRO, among others to promote such exports which generate economic development for the country.

This project has been developed based on documentary, descriptive and field information collected; the main source of information were interviews with importers, exporters, ginger producers and public institutions in charge of control and authorization for export process.

Canada was identified as the best market option, requirements to enter into this market were determined, some of them had to do with packaging standards, packaging and labeling as well as documentation such as sanitary registration and origin certificates in order to be beneficiaries of tariff preferences.

Analyzing this project from the financial point of view, it is profitable because potato is highly consumed and its commercial growth expectations are very likely, a positive NPV with a value of \$ 36.491.16 was obtained; and an IRR of 31.82%, which indicates that for every dollar invested, there will be a profit of \$ 4.04 which makes this project profitable and feasible for implementation with an investment recovery period of 4 years.

INTRODUCCIÓN

Las oportunidades de mercados internacionales generan espacios favorables para la comercialización de un producto con valor agregado como papas chips caseras sabor a pollo en funda de polietileno-aluminio, aprovechando la materia prima que nos brinda la provincia del Carchi en especial el cantón Montufar, además de los acuerdos y el fomento a las exportaciones como lo identifica el Plan Nacional del Buen Vivir.

La presente investigación contiene información de fuentes primarias a través de la realización de una entrevista, e información secundaria donde se recopilan datos históricos de importaciones, exportaciones, que nos ayudan a identificar la competencia del producto y del mercado.

Capitulo I. EL PROBLEMA, respalda la realidad a través del planteamiento y la justificación del mismo, además de que se proponer los objetivos motivo de estudio durante esta investigación.

Capitulo II. Se analiza FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA describiendo los antecedentes investigativos, fundamentación legal y conceptual incluido el vocabulario técnico, la idea defender y las variables de investigación los datos de la investigación que tenga mayor relevancia con el proyecto a investigar, como oferta, demanda, comercialización, entre otros.

Capitulo III. Se realiza la METODOLOGÍA a seguir utilizando el enfoque cualitativo y cuantitativo, también se utiliza la investigación documental, de campo y exploratoria; se estudia a tres mercados internacionales como Canadá, Venezuela y EE.UU. manejando la matriz de oportunidades y amenazas del medio (POAM) identificando la mejor opción de mercado, para la comercialización de Papas chips caseras sabor a pollo en fundas de polietileno-aluminio.

Para desarrollar el capítulo IV. Se determinan las CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES que se identificó en la matriz de perfil de POAM para determinar la mejor oportunidad de mercado a exportar desarrollada en el capítulo III.

Finalmente, en el Capítulo V. Se detalla la PROPUESTA identifica claramente el proyecto a realizar, previamente elaborando un estudio técnico, logístico y financiero que permita determinar la rentabilidad y viabilidad del proyecto.

CAPITULO I

I. EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Se identificó como un principal problema para la realización de la investigación que en Ecuador los papicultores no cuentan con las herramientas necesarias, en lo que se refiere al volumen y la estandarización del cultivo de la papa, tomando en cuenta que existen 88.130 mil productores en los 90 cantones, en especial en la zona sierra.

En las provincias de Carchi 26%, Pichincha 11%, Cotopaxi 15%, Tungurahua 14%, Chimborazo 15% y otros 19%; del área cultivada por lo cual existe un alto porcentaje de producción pero hay que tomar en cuenta que la venta de papa en el cantón de Canchaguano-Provincia del Carchi se da a bajos costos y por ende representa ganancias mínimas para los productores, sin embargo si la producción de papa se comercializa externamente, generara mayores ganancias para las personas dedicadas a la producción. Otra problemática estas no toman en cuenta las temporadas, de la misma manera que esto no permite que los agricultores no tengan productos de óptima calidad, ya sea por las heladas, sobreproducción, precios bajos, entre otros factores, que inciden en su economía.

El poco compromiso que tienen los agricultores de la papa al no crear gremios o asociaciones que permita la estandarización del producto, otra desventaja es el desbalance de precios o adecuados que permita la comercialización interna y externa, de la misma manera una parte dificultosa es competir con los países aledaños como Colombia y Perú los cuales son sus mayores competidores, los cuales tienen tarifas o precios establecidos para una mayor competitividad.

En el Cantón Montúfar, existen productores que no tienen conocimientos necesarios para realizar negociaciones locales e internacionales, la forma de

comercialización es empírica que la vienen realizando de generación en generación, la industrialización de la papa no es muy común ya que los agricultores más se dedican a la producción para el consumo y no al proceso de industrialización siendo esto una desventaja, los países aledaños al Ecuador tienen mayor capacitación en el proceso de industrialización .

La falta preparación técnica y tecnológica hace que los agricultores no tengan una mayor proceso de comercialización por lo cual los campesinos no puedan ofertar su productos hacia otros mercados internacionales, por ende se han negado la oportunidad de conocer nuevos clientes que existen fuera de las fronteras ecuatorianas, lo que incide directamente en la economía del sector productivo del cantón Montúfar provincia del Carchi, siendo los mayores beneficiarios los intermediarios quien consumen los productos a intereses convenientes y no permitiendo que los agricultores puedan abrir nuevas competencia a mercados internacionales.

Sin embargo, debido a la falta de apoyo gubernamental para las pequeñas y medianas micro empresas y más aun a los agricultores esto no permite la tecnificación necesaria para la producción y elaboración de pulpas, de ahí la necesidad importante de fortalecer esta actividad ya que sin duda alguna con la mejora y fortalecimiento de la agricultura se contribuye enormemente a mejorar la calidad y las condiciones de vida que esta población tiene en la actualidad. (CAPEIPI, 2014)

Uno de los mayores motivos es la falta de interés que tienen los campesinos que no toman en cuenta el crecimiento productivo de la papa, de la misma manera no logran identificar la problemáticas que tienen tales como no se aplican asociaciones y rotaciones de cultivos en las áreas cultivadas para incrementar el uso eficiente del suelo, por falta de capacitación; uso inadecuado de la distancia de plantación motivada por la falta de asesoría y mecanismos de extensión que logre una mejor comprensión sobre las distancias de plantación adecuadas a las condiciones forma climáticas existentes y las variedades de papa que se utiliza; uso indiscriminado de la fertilización química por falta de conocimientos adecuados y problemas financieros de los productores; Mala conservación del producto final por falta de tecnologías adecuadas. al momento de realizar los cultivos ya que la mayoría de agricultores no utilizan las herramientas necesarias, ni sus

materias primas adecuadas, de la misma manera la falta de incentivos y de capacitación en el campo organizativo, el tener ese desconocimiento de las exigencias de mercados internacionales el de no poder lograr sacar el costo de lo que directamente invierten es su producción.

Otra debilidad existente en los productores es la insatisfacción ocasionada al no vender fácilmente el producto, creándose la necesidad de expandirse a mercados a nivel nacional, así como también a nivel internacional; esta no puede ser ofertada por parte de los agricultores, ya que ellos desconocen las necesidades de otros países, como también desconocen trámites y normas sanitarias, impidiendo la exportación de este producto.

Los agricultores se quejan de problemas como mala productividad, heladas, sobreproducción, precios bajos, entre otros factores, que inciden en su economía, por lo que urge que se organicen cadenas productivas que ya existen para otros productos como el fréjol, café, leche, aguacate, etc. El prefecto Mandón subrayó la necesidad de definir si la papa será para consumo interno, exportación, derivados a través de industrialización y demás. Agregó que, por parte del Ministerio de Agricultura y Ganadería, MAGAP, ha existido descuido en el manejo para la mejora de la producción, no solo en Carchi, sino en otros sectores de la Sierra. El dirigente agrícola señaló que además de que los productores trabajan de manera desorganizada, sin calendario de producción, no buscan primero los mercados para luego producir, indicó. A toda esta situación se agrega la falta de incentivos y de capacitación en el campo organizativo, por lo que desean de manera urgente asegurar un mercado. “Nosotros producimos, pero trabajamos a pérdida, pues no se logra sacar el costo de lo que directamente invertimos”. (comercioPPDIGITAL, 2016)

El desconocimiento que tienen los papicultores al no adquirir la ayuda que brinda el gobierno, con el cambio de la transformación de la matriz productiva la cual permite el desarrollo de procesos de innovación en las empresas ecuatorianas, a través del diseño e implementación de herramientas que ayuda a la empresa a ser más eficientes e innovadoras, haciendo esto una oportunidad para poder ingresar a mercados nacionales e internacionales con una mayor facilidad.

Es necesario exportar porque fomenta ingresos económicos al país, hay que determinar las oportunidades del mercado internacional y así generar trabajo interno y externo para el país, de la misma manera siempre hay que tomar muy en cuenta los tratados y convenios internacionales exigidos por el país a importar, se deberá cumplir las exigencias sanitarias y fitosanitarias exigidas.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El desconocimiento de las oportunidades de los mercados internacionales, restringen la comercialización de papas chips caseras sabor a pollo, desde el cantón Montúfar de la provincia de Carchi.

1.3 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación tiene a la finalidad de determinar las oportunidades de comercialización de papas chips, desde el cantón Montúfar de la provincia de Carchi – Ecuador, hacia mercados internacionales en el que se identificó los siguientes datos:

Tabla 1: Delimitación de la Investigación

| | |
|---|---|
| SUJETO DE ESTUDIO | Oportunidades de mercados internacionales |
| OBJETO DE ESTUDIO | Comercialización de papas chips |
| TIEMPO DE ESTUDIO | 2015-2016 |
| ÁREA O ESPACIO GEOGRÁFICO | Provincia del Carchi, Cantón Montufar, Parroquia de Canchaguano y mercados internacionales. |
| GRUPO OBJETIVO | Papicultores de la asociación de Canchaguano |
| Fuente: Estudio Investigativo Autora: Maricela Ayala | |

1.4 JUSTIFICACIÓN

La investigación a realizarse se considera importante porque genera oportunidades de comercialización e interés económico para el Ecuador, en especial a la provincia del Carchi donde existe la mayor producción de papa, de acuerdo a los datos del INEN podemos identificar que el Carchi se cubre un 26% de cultivo, en base a la información del MAGAP según el Ing. Pablo Gómez de la Torre, Gerente Comercial de Sangrenta , “manifiesta que en el Ecuador tenemos alrededor de 60.000 hectáreas dedicadas a este cultivo, cuyo rendimiento promedio es de 14 toneladas por hectárea, con un valor total bruto de 60 millones de dólares anuales” siendo esto una buena alternativa para el desarrollo de esta investigación.

Considerando las alternativas que genera el gobierno con el Plan Nacional del Buen Vivir en base al objetivo 10 que es impulsar la transformación de la Matriz Productiva donde orienta a la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, en este caso la creación de la nueva industrializadora de papas chips del cantón Montufar, esto permitirá fortalecer el desarrollo socio económico a través del emprendimiento con el fin de incrementar las posibilidades de crear fuentes de empleo explotando factores de producción (tierra, trabajo, capital y tecnología) , de un modo capaz de otorgar una rentabilidad económica en beneficio de los productores e industrializadores, siendo esto una alternativa para crear un nuevo producto con valor agregado el cual generara nuevas aperturas de mercados internacionales apoyándonos en base al artículo 4 literal (o); donde manifiesta “ fomentar y diversificar las exportaciones de acuerdo al COPCI 2010.

En la actualidad existen instituciones y organismos que permiten al agricultor poder establecer precios comparativos permitiendo la igualdad de competitividad con los países aledaños, de la misma manera el estado ecuatoriano por medio del (IEPS) Instituto de Economía Popular y Solidaria, quien se encarga de establecer y coordinar con los agricultores la formación legal de cada una de las organizaciones en este caso la asociación de Canchaguano que está conformada por 20 socios suscritos en la

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, igualmente con la participación del (MAGAP –BNF) permite a los agricultores o asociaciones productoras de papa se beneficien con los proyectos planteados por dichas instituciones las cuales brindan asesoramiento financiero, innovación tecnológica ,maquinaria y herramientas que permiten el manejo adecuado de los suelos , esto beneficia, a los pequeños agricultores en aspectos de competitividad en calidad y procesos productivos e industrialización.

Con la ayuda y facilidad que presta el (MIPRO – PRO ECUADOR) al orientar y brindar capacitaciones y asistencia técnica individualizada a las empresas agricultoras, especialmente micro, pequeñas y medianas, mejorando sus procesos y oferta exportable, con el fin de alcanzar de manera más efectiva su interés de comercialización e industrialización de papas dando un valor agregado que permita que su producto pueda expandirse a mercados internacionales con seguridad sin ningún riesgo.

En lo referente a la información obtenida por el MAGAP manifiesta el Ing. Diego Fernando Arcos Mejía que en la provincia del Carchi existe un total de 2.299.00 productores los cuales cuentan con un total de 5.926.37 hectáreas destinadas a la producción de la papa, tomando en cuenta que nuestro estudio está dirigido al cantón Montúfar el cual cuenta con 428.00 productores con un total de 1.518.80 hectáreas, considerando que existe un gran potencial de producción de papas lo cual hace que la industrializadora tenga su materia prima disponible para la transformación de las papas chips , siendo esto una oportunidad para fomentar la comercialización de la misma manera con la ayuda del Pro Ecuador quien fomenta la apertura de nuevos mercados promocionando el producto en ferias internacionales y de la misma manera permite conocer cuáles normas técnicas de comercialización de otros países.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar las oportunidades de mercados internacionales y la comercialización de papas chips caseras con sabor a pollo desde el cantón Montufar, provincia del Carchi - Ecuador.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ❖ Fundamentar bibliográficamente las oportunidades de mercado y la comercialización papas chips caseras con sabor a pollo desde el cantón Montúfar de la provincia del Carchi - Ecuador.
- ❖ Realizar un diagnóstico que permita determinar las oportunidades de comercialización, de la industrializadora de papas chips caseras con sabor a pollo desde el Cantón Montúfar provincia del Carchi
- ❖ Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de papas chips caseras sabor a pollo desde Cantón Montúfar provincia del Carchi al mercado de Montreal – Canadá.

CAPITULO II

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Existen trabajos relacionados al presente estudio que pueden servir como referencia y soporte para la facilitación del proyecto, como antecedentes de diferentes autores existentes en la exportación, comercialización, producción, elaboración y distribución de papa.

A. En primer lugar se identificó información en Tulcán-Ecuador del (2014) fue presentada en la Facultad de Dirección de empresas Carrera de Administración y Negocios de la Universidad Regional Autónoma de los Andes (Unidades) con el tema: ***Estudio de factibilidad para la creación de una empresa industrializadora y comercializadora de snacks de papa en el Cantón Tulcán.*** Por Erika Alexandra Pantoja Reina., como requisito para la obtención del título de ingeniero en administración de empresas y negocios.

Análisis; Esta investigación permite identificar el origen de la papa, su comercialización valoración crítica de los conceptos principales de las distintas posiciones teóricas sobre producción y comercialización, factores de producción área de producción pasos para la creación de la empresa unipersonal, estudio ambiental y planes de inversión fija, así mismo conocer cuáles son productores de papas chips en el Ecuador y cuáles son los países que requieren este producto, el saber cuál es el proceso de industrialización.

B. En esta investigación y consulta se encontró el trabajo de tesis de la Universidad Técnica del Norte–Ibarra (2011), el tema de tesis con el nombre de ***“Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa industrializadora y comercializadora de Papas chips en el Cantón***

Montufar, Provincia del Carchi.” Por Luna & Vaca., como requisito para la obtención del título de ingeniero comercial.

***Análisis:** Esta investigación permitirá identificar el proceso de industrialización de la papa el conocer los recursos necesarios, así como también se encuentra la realización de estudios técnico, económico y financiero, el desarrollo del direccionamiento estratégico de la microempresa y los posibles impactos que se generaran en el desarrollo del proyecto. Concluyendo que la creación de la microempresa es factible por tener la materia prima, insumos y mano de obra disponibles, además un mercado en expansión que permite aumentar su productividad dependiendo de la demanda existente en este caso en el cantón Montúfar y de la misma manera nos permite saber e identificar el proceso de cultivo desde su siembra hasta su cosecha.*

C. De acuerdo a la investigación realizada documentalmente en la “Universidad Politécnica Estatal del Carchi” en el año 2013 con su tema **“Los Mercados Internacionales Estados Unidos y Venezuela y la oferta de papa de la Provincia del Carchi-Ecuador”** realizada por la señorita Diana Vallejo., previa a la obtención del título ingeniera en comercio exterior y negociación comercial internacional.

***Análisis:** Esta investigación permite identificar el estudio técnico de oferta y mercados internacionales, de Estados Unidos, Venezuela para poder analizar el proceso de la exportación y comercialización de la papa, identificar los factores políticos, demográficos, económicos, culturales y tecnológicos, conocer la producción del Ecuador e identificar cual es la mayor zona de producción de la papa , identificar el diagnóstico situacional del macro y micro entorno de los países categorizados como mayores importadores de papa a nivel mundial, para de esta manera poder determinar el óptimo mercado internacional que puede ser atendido por la oferta de papa producida en Carchi – Ecuador.*

D. En la Universidad Politécnica estatal del Carchi, se encontró la tesis de Grado (2013), teniendo como título **“La demanda de papa lavada, variedad Capiro en las industrias venezolanas y la comercialización desde el cantón Montúfar Provincia del Carchi.”** Por Fernanda Guadalupe López Nasamues., previa a la obtención del título ingeniera en comercio exterior y negociación comercial e internacional.

Análisis: De acuerdo a la información obtenida se puede identificar datos de pérdidas registradas anualmente que alcanzan a un 20 % de la producción de papas, y esto se debe principalmente a las carencias de medios adecuados de conservación, así como a deficiencias en el manejo, transporte y empaque de la papa, en el que también nos da a conocer que los factores socioeconómicos, políticos y legales, como segundo punto nos da a conocer la variedad de papa que se produce en el Carchi como es chola, Superchola, Gabriela, Esperanza, María, Fripapa-99, ICA Capiro, Margarita, Ormus, Yema de huevo (Chaucha), en la que permite identificar la temporada de producción, también nos da a conocer los canales de distribución de la papa. En segunda instancia habla de investigaciones que han ayudado al aporte de la actual investigación, fundamentándose y siguiendo lineamientos legales de una manera jerárquica como es la Constitución, Plan del Buen Vivir, COPCI también tomadas en cuenta las teorías tomadas en cuenta en dicha investigación como es la Teoría Nueva del Comercio Internacional, David Ricardo y Paul Krugman que es esencial para el desarrollo de la presente investigación.

E. Tomando en cuenta la información que brinda Pro Ecuador en el año 2014, con el tema referente a mi investigación como es **“El Perfil Sectorial de SNACKS de sal gourmet”** los cuales fueron Autor : el Instituto Sectorial de Alimentos Procesados y Dirección de Promoción de Exportaciones, este estudio se realizó mediante a la información de los productos considerados como snacks a base de raíces, vegetales y frutas, (principalmente chips de plátano, papas, yuca, malanga, zanahoria, entre otros).

Análisis.- Esta información permite identificar estrategias de innovación para el sector productivo, dando a conocer mercados internacionales, países exportadores e importadores de estos productos principalmente de los productos procesados en este caso como Estados Unidos, España, Holanda, Canadá son países que requieren productos procesados y de la misma manera el identificar las normas técnicas, el conocer las empresas del sector quienes mantienen permanentemente estrategias de innovación, adaptando sus productos a las exigencias de los mercados internacionales. Empaques llamativos y de material más duradero, amplia gama de sabores; son algunas de las características con las que cuentan estos productos y han hecho que se diferencien y ganen mayor popularidad en mercados internacionales.

F. Igualmente para la realización de este proyecto tomaremos en cuenta información que permita saber la situación actual del país a donde va dirigida la investigación por lo cual nos hemos basado en la información adquirida por Pro Ecuador 2014 con el tema **“Perfil Logístico de Canadá-”** donde nos indica el panorama general de Canadá.

Análisis: este perfil logístico nos permite conocer el panorama general de Canadá su ubicación geográfica los aspectos políticos, económicos, culturales, acuerdos comerciales que tienen Canadá y Ecuador, el acceso físico desde Ecuador hacia Canadá, el conocer cuales es su proceso logístico de ingreso al país la documentación necesaria y los requisitos fundamentales para realizar una exportación a Canadá.

2.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Tabla 2: Fundamentación Legal del Ecuador

| DOCUMENTO | DESCRIPCIÓN | RELACIÓN CON LA INVESTIGACIÓN |
|---|--|---|
| Constitución Política de la República del Ecuador 2008 | <p>Art. 306.- El Estado promoverá de calidad.</p> <p>Art. 337.- El Estado las exportaciones ambientalmente responsables, que un valor agregado tomando en cuenta principalmente a pequeños y medianos productores y del sector artesanal.</p> <p>Art. 307.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades.</p> | Fomenta las exportaciones buscando activar nuevos mercados dando valor agregado a los productos en el que el Estado promueve proyectos de exportación de productos con valor agregado, ya que la agroindustria, genera mayor empleo y mayor producción y por ende existe el aumento las exportaciones de los pequeños y medianos productores. |
| Decisión 416 del Acuerdo de Cartagena | Art. 1 El origen de la mercancía deberá ser comprobada con el certificado de origen. | Este documento permite que el producto que es de origen ecuatoriano sea aceptado en el país de destino con los tratados comerciales que actualmente estén en vigencia. |
| Acuerdo de Complementación económica ACE No.61 | Este acuerdo de complementación económica está dado de conformidad con las disposiciones del tratado de Montevideo de 1980 | Este acuerdo comercial intensifica las relaciones económicas y comerciales entre los dos países, y estimula la expansión y la diversificación del comercio entre ellos; también elimina los obstáculos al comercio y facilita la circulación transfronteriza de mercancías y servicios entre los dos países. |
| SGP El sistema general de preferencias | Este concede a los países menos desarrollados (LDC, por sus siglas en inglés) generalmente reciben tratamiento preferencial para ciertos productos y reducciones arancelarias significativas. Como se establece en la Resolución 21 (ii) adoptada en la II Conferencia de la UNCTAD en Nueva Delhi en 1968, los objetivos del sistema generalizado de preferencias, sin reciprocidad, en favor de los países en desarrollo, a) aumentar los ingresos de exportación de esos países; b) promover su industrialización; y c) acelerar el ritmo de su crecimiento económico." | Son tratamientos arancelarios especiales que otorga Canadá a países en vías en desarrollo, en el que Ecuador se encuentra incluido esto hace más favorable para poder ingresar al país de destino. |

| | | |
|---|--|--|
| <p>Cláusula De La Nación Más Favorecida (NMF):</p> | <p>La Cláusula de Nación Más Favorecida se instrumentó con el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), de tal forma que en el artículo 1 se afirma que “cualquier ventaja, favor, privilegio o inmunidad concedido por una parte contratante a un producto originario de otro país o destinado a él, será concedido inmediata e incondicionalmente a todo producto similar originario de los territorios de todas las demás partes contratantes, o a ellos destinado”.</p> | <p>En la que se prohíbe la discriminación de las mercancías procedentes de distintos países. Las empresas exportadoras cuyo país goce de algún tratamiento preferencial NMF, SGP.</p> |
| <p>Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones y su Reglamento (COPCI, 2010)</p> | <p>Art. 4.- Fines. -La presente legislación tiene, como principales fines o. Fomentar y diversificar las exportaciones;</p> <p>p). Facilitar las operaciones de comercio exterior. Impulsar mecanismos al comercio justo y un mercado transparente; y,</p> <p>t.) Fomentar y apoyar la investigación industrial y Científica.</p> <p>Art. 59.- Objetivos de democratización. -la política de democratización de la transformación productiva tendrá los siguientes objetivos:</p> <p>Art. 93.- Fomento a la Exportación. - el estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y se promoverán mediante mecanismos.</p> <p>a) Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales,</p> | <p>En el COPCI ayuda a fomentar las exportaciones y apoyar a las empresas a ser más eficientes y atractivas tanto en el mercado nacional como internacional, mediante mecanismos de programas de preferencias arancelarias.</p> <p>Las empresas exportadoras cuyo país goce de algún tratamiento preferencial tal es el caso de Canadá como es NMF, SGP u otros, deben gestionar el correspondiente certificado de origen, para acceder al correspondiente beneficio arancelario.</p> |
| <p>Fuente: Constitución 2008, (COPCI) 2010 con su reglamento, FIPA 2015 Canadian Autor: Maricela Ayala</p> | | |

2.2.1 Fundamentación legal de Canadá

Tabla 3: Acuerdos y Tratados Comerciales de Canadá

| DOCUMENTO | DESCRIPCIÓN | RELACIÓN |
|--|--|--|
| Acuerdo de Protección y Promoción de Inversiones (FIPA) | El acuerdo para evitar la doble tributación y prevenir la evasión fiscal en términos de impuesto a la renta y fomentar importaciones, | Canadá-Ecuador la federación iberoamericana de productores de áridos - Foreign Investment Promotion and Protection Agreement' – (FIPA Canadá abre sus puertas a pequeñas y medianas empresas ecuatorianas. |
| Canadian FOOD Inspección Agency | Protección fitosanitaria, así como el cumplimiento de Regulations la Food and Drugs Act. | Esta institución permitirá que el producto ingrese a Canadá cumpliendo todas las normas sanitarias y fitosanitarias. |
| TFO Trade Facilitation Office Canadá | TFO Canadá enfrenta el desafío de la pobreza global promoviendo el desarrollo económico sostenible a través de la información consejo y contacto en exportación, que facilita el acceso a mercado canadiense para beneficiar a los PYMES exportadores en países en desarrollo. | Esta institución favorecerá a la industrializadora de papas chips a que tenga un mayor acceso a mercado canadiense juntamente con la guía y supervisión de Pro-Ecuador quien de la misma manera fomenta las exportaciones de pequeñas empresa. |
| <p>Fuente: FIPA 2015, Canadian FOOD Inspección Agency Autor: Maricela Ayala</p> | | |

2.2.2 Fundamentación legal planificación nacional

Tabla 4: Planificación Nacional

| DOCUMENTO | DESCRIPCIÓN | RELACIÓN |
|---|--|---|
| <p>Plan Nacional del Buen Vivir (2009-2013)</p> | <p>12.3 Profundizar una política comercial estratégica y soberana, para desarrollo económico y social del país de acuerdo al literal (d) impulsar la a pequeños productores tanto, así como del sector de la economía popular y solidaria en las exportaciones a través de asociaciones o identificando segmentos de mercado mundial para sus productos.</p> <p>10.1 Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional como manifiesta el literal (e) fortalecer el marco institucional y regulatorio que permitirá una gestión de calidad en los procesos productivos y garantice los derechos de consumidores y productores.</p> <p>10.3 Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores priorizados que provén servicio como expone el literal (c).</p> | <p>Impulsa a los pequeños productores tal es el caso a productores de papa a través de asociaciones e identificando segmentos de mercados internacionales tal es el caso como el estudio realizado a tres mercados internacionales en el que se buscó la mejor oportunidad de mercado que es Canadá diversificando y logrando mayor valor agregado en la producción nacional como es la transformación de la papa en hojuelas para ser exportada.</p> |
| <p>Fuente: Plan Nacional del Buen Vivir 2013. Autor: Maricela Ayala</p> | | |

2.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Tabla 5: Teorías utilizadas en la investigación

| TEORÍA | CARACTERIZACIÓN | RELACIÓN CON LA INVESTIGACIÓN |
|---|---|--|
| <p>Ventaja comparativa Autor: David Ricardo.</p> | <p>La ventaja comparativa es la capacidad que tiene una empresa o país para producir un bien utilizando relativamente menos recursos que otro. Es uno de los fundamentos básicos del comercio entre países, asumiendo como decisivos los costes relativos de producción y no los absolutos.</p> | <p>Según la teoría de la ventaja comparativa, dicha ventaja procederá del coste de oportunidad al que se enfrente en la producción en este caso podemos identificar que existe una alta oferta de producción de papa en el Ecuador especialmente en la provincia del Carchi que tiene mayor volumen del producción, es una ventaja comparativa con Canadá ya que es un país que por sus problemas demográfico tiene un bajo porcentaje en la agricultura del 2.4% , Canadá importa gran cantidad de alimentos procesados de otros países, lo cual permitirá a Ecuador tener una oportunidad de comercialización de papas chips, esto es un pilar fundamental en el estudio del comercio internacional.</p> |
| <p>Teoría de ventaja competitiva (Michael Porter)</p> | <p>De acuerdo con el modelo de la ventaja competitiva de Porter, la estrategia competitiva toma acciones ofensivas o defensivas para crear una posición defendible en una industria, con la finalidad de hacer frente, con éxito, a las fuerzas competitivas y generar un Retorno sobre la inversión.</p> | <p>El determinar estrategias competitivas hace que la industrializadora de papas chips tiene que estar atenta a los mercados competitivos con costos bajos productos de alta calidad y siempre tener una estrategia que genere un valor agregado a su producto, es muy importante tomar en cuenta que la industrializadora tiene que estar capacitada para ofrecer en el mercado un producto a un precio inferior comparado a la oferta de las empresas oponentes, contar con materias primas de mayor valor y calidad ,con relación al servicio al cliente tiene que ser más específico y capacitado para proporcionar más seguridad a los compradores en el tiempo- ofrecer un diseño del producto exclusivo que sea un atractivo muy fuerte para los clientes.</p> |
| <p>La Nueva Teoría del Comercio Internacional Paul Krugman (2008)</p> | <p>Esta teoría parte del concepto de las economías en escala, la cual expresa que a mayor volumen de producción, menores serán los costos que a su vez facilitan la oferta de productos, beneficiando a los consumidores, incluyendo en la formulación de la especialización y la producción a gran escala.</p> | <p>Los mercados internacionales son competitivos no solamente por la disponibilidad de los factores de producción , sino por la adaptación y asimilación de nuevos elementos constitutivos de los factores como son los correspondientes al capital y a la mano de obra, esto hace que la industrializadora de papas chips a crearse tenga mejores alternativas de comercialización de su producto en mercados internacionales en base a la preparación, calificación y especialización de su producto, por tener un nivel demográfico que permite que Ecuador cuente con altos factores de producción del 6.05 % en la agricultura tomando en cuenta que en la provincia del Carchi en especial en el cantón Montúfar cuenta con 428.00 productores de papa con un total de 1.518.80 hectáreas.</p> |
| <p>Fuente: Introducción al Comercio Internacional Juan B. García-Sordo Editorial: Mc Graw Hill Autor: Maricela Ayala</p> | | |

2.4 FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.

Ilustración 1 Fundamentación Conceptual



Fuente: Investigación
Autor: Maricela Ayala

Toda investigación requiere de una fundamentación conceptual que permita hacer explicaciones sus bases conceptuales que implica el desarrollo de la investigación al conjunto de ideas, conceptos, antecedentes y teorías que permiten sustentar y comprender e interpreta los resultados.

Negociación Internacional

Es poder identificar los factores internos y externos de un mercado que nos permitan identificar el ingreso de cierto producto a país determinado analizado los siguientes puntos como es Incoterms, precios, condiciones comerciales, transporte, responsabilidades mutuas, seguros, entre otros.

La negociación internacional se enfoca en empresas que proviene de países diferentes y buscan acuerdos de comercialización de bienes y servicios en países distintos al del proveedor de un cierto bien o servicio en el que se identifica factores políticos, económicos, culturales, geográfico, demográficos y legales que permita llegar a concretar un acuerdo de compra y venta en beneficio de ambas partes.

Mercado meta de exportación

Para identificar un mercado meta de exportación es necesario realizar una investigación de fuentes secundarias (acervo bibliográfico e internet), para obtener la información inicial que permita localizar si algún mercado de interés es viable para poder ingresar cierto bien o servicio en el que se pueda identificar que existe necesidad, deseo, gusto o interés por cierto tipo de producto, en el que también exista suficiente poder de compra e identificar barreras arancelarias y no arancelarias tomando en cuenta que exista un tratado o acuerdo comercial que facilite nuestro ingreso que se disponga con facilidades logísticas para la mercancía y el pago identificando la cultura comercial de negocios y acceso amigable al mercado que el volumen y valor del negocios sea atractivo para obtener un buen mercado meta.

Marketing Internacional

En la aplicación del marketing internacional el producto es el bien o servicio que se comercializa o se desea comercializar en el mercado exterior en el que primeramente debemos identificar los bienes y servicios que sean necesarios en el mercado meta, y que presenten alguna ventaja competitiva significativa y observable respecto a otras opciones que tengan los consumidores. Es obligatorio que la empresa analice el entorno del mercado internacional seleccionado para poder identificar su potencial, las amenazas y oportunidades que deberá enfrentar si desea operar en ese mercado, ya que no debe esquivar las diferencias de los mercados internacionales entre unos y otros. En el que también servirá para elaborar y aplicar de forma adecuada las estrategias de comercialización.

Precio

Es importante identificar los costos de cierto producto que nos ayuda a determinar el precio de venta al país de destino, tomando en cuenta costos fijos y variables, que son de vital importancia para fijar los precios de exportación, como también determinar la rentabilidad, es importante

identificar la competencia de precios en el mercado de destino para fijar un precio.

Producto

La empresa que desee exportar deberá primeramente analizar y considerar muy seriamente qué le conviene hacer para lograr que el producto a exportar pueda ser aceptado y deseado por los compradores en el mercado meta, ya que cada mercado puede presentar necesidades, características, normas, gustos y el tipo de idioma o algún diseño o imagen que no sea adecuado que ofenda al consumidor final y la forma adecuada del producto como lo requiera el cliente final.

El envase o empaque es parte fundamental del producto constituye un elemento importante, no sólo por la serie de normas que al respecto existen a nivel internacional, tampoco por su función primordial de unir y proteger al producto, sino también porque en muchas ocasiones es el componente que llama la atención del comprador y, en cierta forma, le sugiere que su contenido vale la pena y debe comprarlo y consumirlo.

Perfil del consumidor

Es la clave para el éxito de un producto, se puede decir que es el conjunto de características y rasgos de conducta de los individuos el cual reúne ciertas características socioeconómico, rango de edad, nivel educativo, procedencia u origen, ocupación, subcultura, hábitos de vida, estado civil, posesiones, etc. Definir el perfil del consumidor meta hace más puntual la labor de aproximación. El consumidor está situado en un tiempo y lugar introducido en una colectividad mayor, presentando diversos elementos importantes a considerar, con el fin de fincar una relación de operaciones estable y productiva en la que se puede decir que es el conjunto de características que, con base en el análisis de las variables de un mercado, describe al cliente meta.

Normativa Internacional

El segundo aspecto estratégico es la normatividad para realizar operaciones dentro del marco legal y aprovechar las normas internacionales, nacionales del mercado meta como son etiqueta, técnica, toxicidad, envase y embalaje, calidad, y las que surgen de los acuerdos y tratados comerciales bilaterales y multilaterales.

Es primordial tomar en cuenta las normas de etiquetado esta regulación incorpora los requerimientos que deben cumplir los fabricantes, los exportadores y los distribuidores de un producto, sobre todo cuando su destino es el consumidor final. La etiqueta sirve para que el consumidor conozca no sólo la marca del producto sino también otros aspectos como el contenido, los ingredientes y el país donde fue elaborado en las condiciones que lo requiera el país de destino.

Antes de realizar algún gasto en el etiquetado, es importante conocer las regulaciones específicas que el mercado meta establece al producto que se va a comercializar. Para ello puede consultar por medio de páginas oficiales de la web, recurrir a un consultor especializado en regulaciones o instituciones que tiene mayor conocimiento, o bien solicitar la opinión y aprobación de su etiqueta directamente a las entidades normativas que establecen estas regulaciones en el país importador.

Podemos mencionar que en algunos países se utiliza la etiqueta ecológica, logotipo que se muestra en un producto y que indica la fabricación con el menor perjuicio posible para el ambiente. En Europa la Etiqueta Ecológica Europea (E.E.E) tiene como objetivo principal promover que los productos se fabriquen con el menor daño ambiental y son de muy buena acogida normas que se deberán tomar en cuenta antes de realizar la elaboración de cierto producto y normas técnicas que deben cumplir la caja al momento de realizar dicha exportación como es pictogramas normas de señalización.

Comercialización Internacional

La comercialización internacional va más allá de vender o hacer publicidad sino intercambio comercial entre dos o más naciones, o en su defecto entre diferentes regiones económicas. El indicado intercambio consiste en comprar y vender bienes, servicios o productos, entre otros, y por los cuales se deberá pagar un derecho aduanero, ya sea en concepto de exportación o de importación, según corresponda.

Productividad

El incremento de la productividad de un país es el único camino que conduce a un mayor nivel de vida de la población en el largo plazo (Krugman 1992.)

La productividad va de la mano con la economía en el que esta debe ser mejorar cada vez más para poder competir y vender más al mercado extranjero. En el que la productividad es buscar mercados para nuevos productos que cambien nuestra matriz productiva. La atracción de más inversiones que traiga consigo nueva tecnología merece la dación de incentivos tributarios eficaces, siempre que las nuevas industrias o servicios generen ingresos de divisas vía exportaciones.

2.5 VOCABULARIO TÉCNICO.

SGP: El sistema general de preferencias son tratamientos arancelarios especiales que otorga Canadá a países en vías en desarrollo, en el que Ecuador se encuentra incluido. % ad valorem. (Ministerio de Comercio exterior, 2014)

Cláusula De La Nación Más Favorecida (NMF): Igual trato para todos los demás, en virtud de los acuerdos de la OMC. (Comercio, 2015) .en la que se prohíbe la discriminación de las mercancías procedentes de distintos países. Las empresas exportadoras cuyo país goce de algún tratamiento preferencial NMF, SGP u otros, deben gestionar el correspondiente certificado de origen, para acceder al correspondiente beneficio arancelario. (Ministerio de Comercio exterior, 2014)

CFIA: Agencia Canadiense inspección de Alimentos: Depende del Ministerio de Salud de Canadá y es el encargado de hacer cumplir las normas y políticas en materia de inocuidad y calidad nutricional de los alimentos establecidas por el Ministerio, y de todos los servicios de inspección, conformidad y cuarentena de los productos alimenticios bajo mandato federal. El CFIA establece y aplica reglamentos sobre sanidad animal y protección fitosanitaria, así como el cumplimiento de la Food and Drugs Act and Regulations, Ley que regula la calidad de los alimentos, drogas, cosméticos y vitaminas. (siicex, 2015)

CIF: (Cost, Insurance and Freight) - Costo, Seguro y Flete (puerto de destino convenido) Significa que el vendedor entrega la mercadería cuando esta sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido. (BussinesCol.com, 2016)

Carta de crédito. - Es una forma de pago entre las instituciones bancarias del exportador e importador, con lo que el exportador obtiene garantía de pago y el importador asegura el cumplimiento de las obligaciones asumidas por el exportador. (Alejandro Lerma ,2010)

Nomenclatura arancelaria: Lista o nómina de mercancías, objetos del comercio internacional, ordenadas sistemáticamente a base de determinados principios, por su naturaleza, origen, destino, etc. Si frente a cada una de las mercancías de una nomenclatura hacemos figurar los derechos de importación, esta se transforma en un arancel. (Arman, 2011)

B/L.- Conocimiento de embarque o B/L (por sus iniciales en inglés, Bill of Lading) es un documento propio del transporte marítimo que se utiliza en el marco de un contrato de transporte de las mercancías en un buque en línea regular. La finalidad de este documento es proteger al cargador y al consignatario de la carga frente al naviero y dar confianza a cada parte respecto al comportamiento de la otra. (Comercio exterior, 2015)

Bróker. - es un agente de comercio internacional que relaciona una demanda con una oferta entre sujetos (exportador e importados) de diferentes lugares; en algunos países también se llama bróker a los agentes aduanales. (Alejandro Lerma ,2010)

TFO Trade Facilitation Office Canadá. - (Oficina de Facilitación del Comercio de Canadá) TFO confronta el desafío de la pobreza global promoviendo el desarrollo económico sostenible a través de la información consejo y contacto en exportación, que facilita el acceso a mercado canadiense para beneficiar a los PYMES exportadores en países en desarrollo. (Trade Facilitation Office Canadá, 2016)

2.6 IDEA A DEFENDER

El conocimiento de las oportunidades de mercados internacionales permite la comercialización de papas chips caseras sabor a pollo, desde el cantón Montúfar de la provincia de Carchi.

2.6.1 Identificación de Variables.

Variable independiente: Oportunidades de mercados internacionales

Variables dependientes: Comercialización de papas chips desde el cantón Montufar.

CAPITULO III

III. MARCO METODOLÓGICO

3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Cualitativa. - Esta permite analizar datos referentes a características nutricionales del producto, de la misma manera diagnosticar la situación actual del país de origen como de destino, perfil del consumidor, y todos los factores que sean referente y fundamente a la investigación.

Cuantitativa. - Esta permite recopilar información para conocer y analizar la oferta, demanda y comercialización de la papa chips, realizando un estudio de cálculos de datos referentes a su comercialización y determinar el proceso logístico del punto de origen al lugar de destino.

3.2 MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN

Para realizar el presente proyecto se tomará en cuenta los siguientes tipos de investigación: descriptiva, documental y de campo.

Investigación Bibliográfica - Documental: Mediante la investigación se obtendrá información de textos informativos, libros, revistas, que permitan comprender la realidad del proceso de comercialización internacional del producto a si también el poder conocer los entornos políticos, económicos culturales y tecnológicos de los países relacionados para la comercialización de las papas chips, de la misma manera podremos enfocarnos a los requerimientos y normas técnicas exigidas por el país de destino.

La investigación de campo: Se aplicará este tipo de investigación porque se interactúa directamente con los papicultores del cantón Montúfar en este caso con la asociación Canchaguano y así poder determinar la problemática que existe con relación a la comercialización de papa nacional e internacional, utilizando una guía como es la entrevista donde podemos identificar la cantidad ofertante.

3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Investigación Exploratoria: Esta investigación permitirá reconocer información verídica sobre antecedentes de producción, el número de socios que conforma la asociación de Canchaguano, el determinar los procesos de comercialización de la papa, como materia prima y su situación actual.

Investigación Descriptiva: Esta investigación permitirá identificar las prácticas y actitudes que identifiquen las relaciones entre la variable dependiente e independiente y así el poder determinar las causas y efectos que se relaciones con el problema de la investigación.

3.4 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para la realización de esta investigación se utilizará instrumentos que permitirá conocer la información, métodos generales, globales y técnicos los cuales permitirán al investigador conocer los hechos reales.

Tabla 6: Instrumento de la investigación

| TÉCNICA | INSTRUMENTO | PROCESO |
|-------------|--------------------|---|
| Observación | Fichas | Se utilizará para la recolección de datos e información de artículos relacionados a la investigación para poder identificar las variables de estudio. |
| Entrevista | Guía de entrevista | Se la realizará de acuerdo a la necesidad del investigador en este caso se tomará en cuenta la producción y comercialización de papa. |

Fuente: Investigación de campo
Autor: Maricela Ayala

3.5 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN

Para la realización de esta investigación se utilizará las técnicas adecuadas que permitan conocer la información de la producción, comercialización y el proceso logístico de nuestra investigación. Se utilizará diferentes técnicas como son: bibliográfica, entrevista y el análisis documental.

Entrevista. - A través de esta técnica se pudo recolectar información directa con la asociación “Canchaguano” que está ubicada en el Cantón Montúfar en la comunidad Canchaguano con su representante el Sr. Segundo Gabriel Burgos Arcos el cual cuenta con información que permitirá conocer y determinar con respecto a la oferta de la papa del Cantón Montufar.

3.6 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

Para identificar la población de nuestra investigación se tomará en cuenta a la asociación de papicultores Canchaguano del cantón Montufar, para poder identificar la oferta de nuestro producto en materia prima.




Tabla 7 Población destinada a ofertar materia prima

| Grupo Ofertante |
|--|
| País: Ecuador Provincia: Carchi Parroquia: Montufar-San Gabriel Productores: Producto: Papa |
| Técnicas: <ul style="list-style-type: none">➤ Observación➤ Entrevista |
| Instrumentos: <ul style="list-style-type: none">➤ Fichas➤ Guía de entrevista. |
| Para el estudio de la oferta se ha considerado tomar en cuenta a la asociación de Canchaguano quien consta de 20 papicultores los cuales están registrados legalmente en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) y en el MAGAP. |
| Observación: Cuando el universo por estudiarse es menor a treinta unidades, se aplicará un censo; y cuando el universo sobrepasa las treinta unidades, se puede emplear una fórmula estadística para determinar la muestra”. (Posso, 2009, pág. 67) |
| Fuente: Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca. Autor: Maricela Ayala |

Ciudad: Montreal según estudios realizados por la USAID manifiesta que en Montreal-Canadá es la población donde existen los mayores proveedores,, siendo esto una gran oportunidad para ingresar a este mercado, de acuerdo a “Canadian Society of Customs Brokers” – en español "Sociedad Canadiense de compradores & brokers " encargados de distribuir a las demás ciudades que conforma Canadá, como supermercados, mercados de alimentos, tiendas de conveniencia alimentaria y no alimentaria, tales como Loblaws, Iga, Metro, Maxi, Walmart.

La población demandante que abarca tres países: Canadá, Venezuela y EE.UU.

Tabla 8 Tamaño de la población

| TAMAÑO DE LA POBLACIÓN | | |
|--|---|--|
|  Canadá |  Venezuela |  Estados Unidos |
| 35.825.000 | 31.419.189 | 321.601.000 |
| Toronto (5.100.000); Montreal (3.636.000); Vancouver (2.120.000); Ottawa (1.131.000); Calgary (1.080.000); Edmonton (1.035.000); Quebec (717.000). | Caracas (1,942,652); Maracaibo (1,898,770); Valence (1,378,958); Barquisimeto (936,065); Ciudad Guayana (672,651); Maturín (447,283); Maracay (401,294) | Los Ángeles (17.718.858); Nueva York (16.713.992); Chicago (9.655.015); San Francisco (6.989.419); Houston (6.519.358); Miami (5.805.883); Washington DC (6.022.391); Atlanta (4.762.159) |
| Poder Adquisitivo: El nivel de vida de los canadienses es uno de los más altos del mundo. Se observa un cambio de las tendencias de compra sobre todo entre los jóvenes canadienses. El objetivo para la mayoría es terminar sus estudios, comprar una vivienda y tener hijos. Los canadienses están acostumbrados a comprar productos que se sean rápidos de consumir sobre todo que sean abre fácil, todo lo relacionado con el confort y el bienestar tiene mucha importancia. (Stander Trade, 2016) | Poder Adquisitivo: La escasez de alimentos y productos de primera necesidad más la elevada inflación han ocasionado la caída de 40% del poder de adquisitivo de los venezolanos en lo que va de año, el índice más alto de la historia del país, afirmó el economista Henkel García, director de la firma Econométrica. (Banca&negocios, 2015) | Poder Adquisitivo: El consumidor estadounidense se muestra muy abierto a adquirir productos extranjeros. El suministro de productos es muy diverso en Estados Unidos. El consumidor estadounidense es rico y muy diverso en sus intereses y sus gustos. Sin embargo, la recesión ha cambiado el panorama económico y parece que ha modificado radicalmente el comportamiento de los numerosos consumidores de EE.UU., que ahora están aprendiendo a vivir con menos productos caros. (StanderTrade, 2016) |
| Fuente: Stander Trade 2016; Bancanegocios 2015. Autor: Maricela Ayala | | |

3.7 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla 9 Operacionalización de las variables

| IDEA A DEFENDER: El conocimiento de las oportunidades de mercados internacionales permite la comercialización de papas chips caseras sabor a pollo, desde el cantón Montufar de la provincia de Carchi. | | | | | | |
|---|--|--|---|--|-------------|---|
| VARIABLES | ÍNDICES | INDICADORES | ÍTEMS | TÉCNICA | INSTRUMENTO | INFORMANTE |
| Vi: Oportunidades de mercado | Amenazas y oportunidades de Canadá | <ul style="list-style-type: none"> Socioeconómicos | <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la situación del PIB Canadá? ¿Cuál es el índice de riesgo país de Canadá? ¿Cuál es el índice inflacionario de Canadá? ¿Cómo está constituida la población de Canadá? ¿Cuál es el índice de crecimiento de la población de Canadá? ¿Cuál es la distribución de los ingresos de los habitantes? | Fichaje (Análisis linkográfico, bibliográfico) | Fichas | Internet: archivos, sitios web. Acervo documental: libros, revistas, catálogos, periódicos, etc. |
| | | <ul style="list-style-type: none"> Políticos | <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la política comercial frente a las importaciones (Acuerdos comerciales)? ¿Cuál es la política económica? ¿Cuál es la balanza comercial? | | | |
| | | <ul style="list-style-type: none"> Legales (medidas arancelarias, no arancelarias) | <ul style="list-style-type: none"> ¿Existen barreras arancelarias para la importación papa chips? ¿Existen barreras no arancelarias para la importación de papa chips? ¿Cuál es sistema de envase, empaque y embalaje requerido para comercializar el producto? | | | |
| | MERCADO | <ul style="list-style-type: none"> Perfil del consumidor (necesidades, motivaciones, Hábitos de compra, etc.) | <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es el perfil del consumidor? ¿Cuáles son los potenciales consumidores? | | | |
| PRODUCTO | <ul style="list-style-type: none"> Importaciones Exportaciones Producción nacional Demanda insatisfecha Precios del producto Competencia | <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la situación actual de las importaciones y exportaciones? ¿Existe producción nacional / local? ¿Cuál es la demanda insatisfecha? ¿Cuál es el precio referencial del producto en el mercado de destino? ¿Cuál es la competencia internacional? ¿Cuál es el Canal de distribución? | | | | |

Fuente: Formato Taller Escuela de Comercio Exterior (2014)
Autor. Maricela Ayala

IDEA A DEFENDER: El conocimiento de las oportunidades de mercados internacionales permite la comercialización de papas chips caseras sabor a pollo, desde el cantón Montufar de la provincia de Carchi.

| VARIABLES | INDICES | INDICADORES | ÍTEMS | TÉCNICA | INSTRUMENTO | INFORMANTE |
|----------------------|-------------------------|---|---|---|---------------------|--|
| VD: COMERCIALIZACIÓN | ENTORNO | <ul style="list-style-type: none"> Político / legal (medidas arancelarias, arancelarias no) | <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la política económica / comercial? ¿Existen barreras arancelarias para la exportación papa chips? ¿Existen barreras no arancelarias para la exportación papa chips? ¿Cuál es la balanza comercial? | Entrevista (Análisis linkográfico, bibliográfico) | Fichas cuestionario | Internet: archivos, sitios web. Acervo documental |
| | | <ul style="list-style-type: none"> Factores socio económico Grupo ofertante | <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la situación actual de Ecuador? ¿Cuál es la situación actual del sector ofertante? ¿Cuál es el tamaño de la población ofertante? | | | |
| | PRODUCTO | <ul style="list-style-type: none"> Características del producto Costos de producción Oferta exportable | <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál son las características del producto? ¿Cuáles son los proveedores del sector? ¿Cómo se calcula el costo de producción del producto? ¿Cuál es la oferta del sector productor en unidad de mediada y tiempo para la exportación? | Fichaje Observación Entrevista | Fichas Cuestionario | Productores |
| 1 | LOGÍSTICA | <ul style="list-style-type: none"> Canal de distribución Red de transporte Proceso logístico | <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuáles son las características del embarque? ¿Cuál es la red de transporte adecuada para llegar a Montreal? ¿Cuáles son los costos en origen? ¿Cuáles son los costos en transporte? ¿Cuáles son los costos en destino? | PROPUESTA | | |
| 2 | ESTUDIO DE FACTIBILIDAD | | Estudio técnico Estudio financiero Proceso logístico | PROPUESTA | | |

Fuente: Formato Taller Escuela de Comercio Exterior (2014)

Autor: Maricela Ayala

3. 8 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

La presente investigación se ha realizado de forma técnica a través de análisis linkográfico, fichas de observaciones, utilizando la presente información para conocer la producción de papa de la provincia de Carchi-Cantón Montúfar y las diferentes opciones de comercialización a los mercados internacionales.

Para alcanzar información confiable se utilizó información primaria en el que se concurrió directamente instituciones como: (ver anexo nº 7-14) al Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PRO ECUADOR -TULCÁN), Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca (MAGAP –TULCÁN).

Para obtener información de fuentes secundarias se utilizó las siguientes páginas confiables: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROE-ECUADOR), Banco Mundial (BM), Banco Central del Ecuador (BCE), Santander Trade, Unión Europea (UE).

De la misma manera se utilizó el programa informático Excel para la realización de graficas estadísticas y proyecciones para ser analizados e interpretados para una mejor elección de oportunidades de mercado internacionales.

3.9 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

Para el análisis e interpretación de resultados se ha ejecutado una entrevista al presidente de la asociación de Canchaguano: Sr. Segundó Gabriel Burgos Arcos y se logró obtener información necesaria para el estudio de la presente investigación de forma metódica para posteriormente realizar el análisis e interpretación de resultados.

El análisis y la interpretación se la realizo con el siguiente procedimiento, Se revisó la información recogida por parte del MAGAP y en base a la entrevista previamente planteada al presidente de la asociación de Canchaguano se obtuvo el siguiente resultado

Tabla 10: Productores de papa en la provincia del Carchi

| Nro. | CI_RUC_PROP | APELLIDOS_PROP | NOMBRES_PROP | ESTADO_ | NOMBRE CULTIVÓ | SUP_CULTIVO HECTÁREAS | PROD. TN (1H- 15TN) | PROD.qq (1tn- 10qq) | OFERTA qq | PROVINCIA | CANT. | PÁRR. | DIRECCION_PREDIO |
|------|-------------|---------------------------|--------------------------|---------|------------------|--------------------------|------------------------------|---------------------------|--------------|-----------|----------|----------|------------------|
| 1 | 0401431192 | CHIPU PULISTAR | ROSA DEL CARMEN | ACTIVO | Papa Capiro | 4,00 | 60,00 | 600,00 | 90 | CARCHI | MONTÚFAR | SAN JOSÉ | CANCHAGUANO |
| 2 | 0400952495 | JENNY TAMAR | HURTADO BURGOS | ACTIVO | Papa Capiro | 3,00 | 45,00 | 450,00 | 72 | CARCHI | MONTÚFAR | SAN JOSÉ | CANCHAGUANO |
| 3 | 0400601514 | MARCO RAMIRO | ULCUANGO NARVÁEZ | ACTIVO | Papa Capiro | 3,00 | 45,00 | 450,00 | 72 | CARCHI | MONTÚFAR | SAN JOSÉ | CANCHAGUANO |
| 4 | 0401145727 | EDGAR VINICIO | CABRERA VALENCIA | ACTIVO | Papa Capiro | 4,00 | 60,00 | 600,00 | 90 | CARCHI | MONTÚFAR | SAN JOSÉ | CANCHAGUANO |
| 5 | 0400879193 | EDGAR ERNESTO | CALDERÓN LLORE | ACTIVO | Papa Capiro | 5,00 | 75,00 | 750,00 | 113 | CARCHI | MONTÚFAR | SAN JOSÉ | CANCHAGUANO |
| 6 | 1707869408 | SEGUNDO GILBERTO | RUANO PÉREZ | ACTIVO | Papa Capiro | 30,00 | 450,00 | 4500,00 | 675 | CARCHI | MONTÚFAR | SAN JOSÉ | CANCHAGUANO |
| 7 | 0400750774 | JORGE OSWALDO | SUAREZ VALENCIA | ACTIVO | Papa Capiro | 3,00 | 45,00 | 450,00 | 72 | CARCHI | MONTÚFAR | SAN JOSÉ | CANCHAGUANO |
| 8 | 0400483897 | CLARA LUZ | ZAMBRANO PASPUEL | ACTIVO | Papa Súper chola | 2,50 | 37,50 | 375,00 | 56 | CARCHI | MONTÚFAR | SAN JOSÉ | CANCHAGUANO |
| 9 | 0400584355 | VÍCTOR HERNÁN | ROSERO CHAMORRO | ACTIVO | Papa Súper chola | 1,50 | 22,50 | 225,00 | 34 | CARCHI | MONTÚFAR | SAN JOSÉ | CANCHAGUANO |
| 10 | 0400155404 | JOSÉ MIGUEL | BURGOS ARCOS | ACTIVO | Papa Súper chola | 5,00 | 75,00 | 750,00 | 113 | CARCHI | MONTÚFAR | SAN JOSÉ | CANCHAGUANO |
| 11 | 0400328308 | JORGE IGNACIO | CABRERA MAYANQUER | ACTIVO | Papa Súper chola | 4,00 | 60,00 | 600,00 | 90 | CARCHI | MONTÚFAR | SAN JOSÉ | CANCHAGUANO |
| 12 | 0400563466 | JIMÉNEZ RAMÍREZ | MARÍA DEL CARMEN | ACTIVO | Papa Súper chola | 0,50 | 7,50 | 75,00 | 11 | CARCHI | MONTÚFAR | SAN JOSÉ | CANCHAGUANO |
| 13 | 0400532867 | AIDA CASILDA | GUTIÉRREZ ORTEGA | ACTIVO | Papa Súper chola | 2,50 | 37,50 | 375,00 | 56 | CARCHI | MONTÚFAR | SAN JOSÉ | CANCHAGUANO |
| 14 | 0400533121 | CRISTÓBAL HERMENEGILDO | CHAMORRO MUÑOZ | ACTIVO | Papa Gabriela | 4,00 | 60,00 | 600,00 | 90 | CARCHI | MONTÚFAR | SAN JOSÉ | CANCHAGUANO |
| 15 | 0400601514 | MARCO RAMIRO | ULCUANGO NARVÁEZ | ACTIVO | Papa Gabriela | 1,50 | 22,50 | 225,00 | 34 | CARCHI | MONTÚFAR | SAN JOSÉ | CANCHAGUANO |
| 16 | 0400328308 | JORGE IGNACIO | CABRERA MAYANQUER | ACTIVO | Papa Gabriela | 3,00 | 45,00 | 450,00 | 68 | CARCHI | MONTÚFAR | SAN JOSÉ | CANCHAGUANO |
| 17 | 0401799986 | CRISTIAN XAVIER | CHAMORRO LÓPEZ | ACTIVO | Papa Gabriela | 3,00 | 45,00 | 450,00 | 68 | CARCHI | MONTÚFAR | SAN JOSÉ | CANCHAGUANO |
| 18 | 0400906319 | MANUEL ISIDRO | BOLAÑOS BEDON | ACTIVO | Papa Única | 1,50 | 22,50 | 225,00 | 34 | CARCHI | MONTÚFAR | SAN JOSÉ | CANCHAGUANO |
| 19 | 0400322806 | SUSANA MARÍA | ENRÍQUEZ CARRILLO | ACTIVO | Papa Única | 4,00 | 60,00 | 600,00 | 90 | CARCHI | MONTÚFAR | SAN JOSÉ | CANCHAGUANO |
| 20 | 0400071866 | PASPUEL VÍCTOR MANUEL | PASPUEL VÍCTOR MANUEL | ACTIVO | Papa Única | 1,50 | 22,50 | 225,00 | 34 | CARCHI | MONTÚFAR | SAN JOSÉ | CANCHAGUANO |
| | | | | | | 86,5 | 1297,5 | 12975 | 1962 | | | | |

Fuente: Investigación Directa, Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca (MAGAP-Carchi).

Autor: Maricela Ayala

3.9.1 Análisis productores del Cantón Montúfar 2016

De acuerdo a la entrevista realizada al Sr. Presidente de la asociación de Canchaguano supo manifestar que se cultiva tres tipos de papa capiro, Gabriel y única entre otras en el que manifestó que la súper chola y la única, dos variedades del tubérculo que se producen en Carchi, son las que se comercializan fuera de la provincia y abastecen los mercados de Quito y Guayaquil.

El agricultor Segundo Gilberto Ruano Pérez manifiesta haber sembrado 30 hectáreas de papa capiro en su terreno, ubicado en San José de Canchaguano, en el cantón Montúfar. “Esta papa es la que nos da mejor rendimiento. El costo de producción es elevado, pero pagan más por el quintal en el mercado de Quito”.

El presidente de asociación el Sr. Segundo Burgos explica que una de las ventajas de la papa capiro es que se cosecha cada cuatro meses, también manifiesta que un quintal de papas capiro lo oferta en los mercados locales a un precio de 20\$ dólares ,y por venta al mayor su costo varía ,para la “Industrializadora Papas chips caseras sabor a pollo Cía. Ltda. ” será fijado a un precio de 15\$ dólares en el que se acuerda realizar un contrato para fijar un precio estable durante un año, mismo que será entregado en sacos de yute y está dispuesto a ofertarnos 100 quintales de papas mensuales de papa capiro en las condiciones sanitarias de calidad que son fijadas por el MAGAP.

La entrevista realizada al Sr Segundo Burgos Presidente de la asociación de Canchaguano, se determinó que existe variedad de semillas de papa, pero las más cultivadas y comercializadas son la papa capiro y súper chola por ser una papa duradera que no se verdea fácilmente y se las utilizan más para la industrialización de papas chips.

También se pudo identificar que los socios de Canchaguano cuentan con 86,5 hectáreas de las cuales 37,5 hectáreas se encuentran sembradas de papa capiro de las cuales están dispuestos a ofertarnos un 10 Tn, la cosecha de papa capiro la realizan bimestralmente las cuales los productores de Canchaguano cuentan con la producción mensual porque el sembrío lo realizan en diferentes fechas cada uno disponiendo mensualmente 10 Tn para la industrializadora de papas chips caseras sabor a pollo, en el que también manifiesta que hoy por las exigencias de los mercados internacionales, MAGAP y el IEPS proponen con sus capacitaciones implementar para el cultivo de la papa utilizar abonos orgánicos para que el producto tenga una mejor calidad.

La asociación no tiene nichos establecidos, su comercialización se la realiza dependiendo del comprador y la demanda del mercado, sin embargo, el 16% de nuestro producto se vende en mercado local para diferentes usos como restaurantes, hoteles industrializadores entre otros, pero en general nuestro producto es comercializado a los mercados como Quito y Guayaquil por ser mercados que tienen poca producción de este tubérculo considerando que los precios en dichas ciudades son mejores pagadas.

La forma de pago se la realizara al contado ya que de eso se paga a los jornaleros. El producto no es almacenado porque siempre se lo tiene ofrecido a los diferentes nichos con anticipación. Esto depende de cómo este la demanda hay días que el precio baja y días el precio sube, pero en lo general si es capiro se la vende a 20\$ las de más varían.

En el declara que la asociación de Canchaguano está legalmente constituida ya que con las exigencias del gobierno hoy pertenecemos a la SEPS (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria).

3.10 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.10.1 Diagnóstico de los mercados internacionales

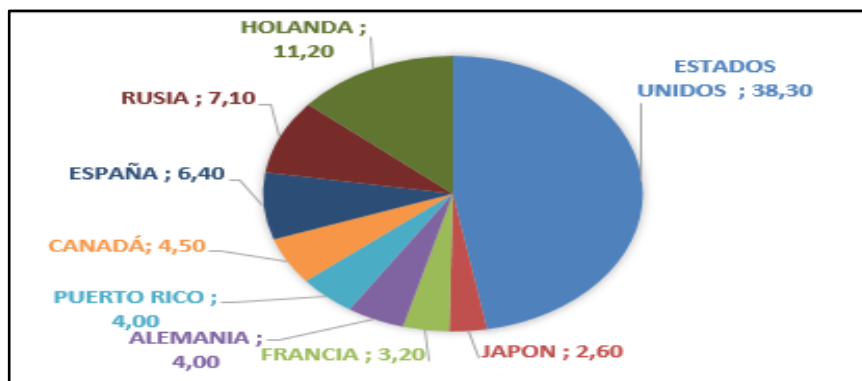
Para la realización de esta investigación se tomará en cuenta tres países como Canadá, Estados Unidos y Venezuela, a los cuales se les realizará un estudio de mercado que permita determinar el mercado más alternativo para la comercialización de papas chips, de la misma manera conocer las oportunidades de mercado, la situación económica, las relaciones políticas y acuerdos comerciales y situación geográfica.

3.10.2 Estudio de Mercados

Países consumidores de snacks: Estados Unidos, Canadá y Venezuela

3.10.2.1 Exportaciones ecuatorianas de snacks al mundo

Ilustración 2: Exportaciones ecuatorianas de snacks al mundo
Periodo: 2008-2013
Valor FOB miles USD-%participación



Fuente: PRO ECUADOR.
Autor: Maricela Ayala

Análisis. - Los principales países de destino de las exportaciones de snacks en anteriores años, de acuerdo al boletín de Pro Ecuador hasta julio del 2014, podemos identificar que Estados Unidos tiene una mayor participación con 38.3% al igual que Canadá con 4.5% indicando que existe un crecimiento de la demanda de los consumidores europeos, siendo estos los países que reconocen este producto y tienen inclinación por volver a consumirlo.

3.10.2.2 Comercio bilateral entre Venezuela y Ecuador

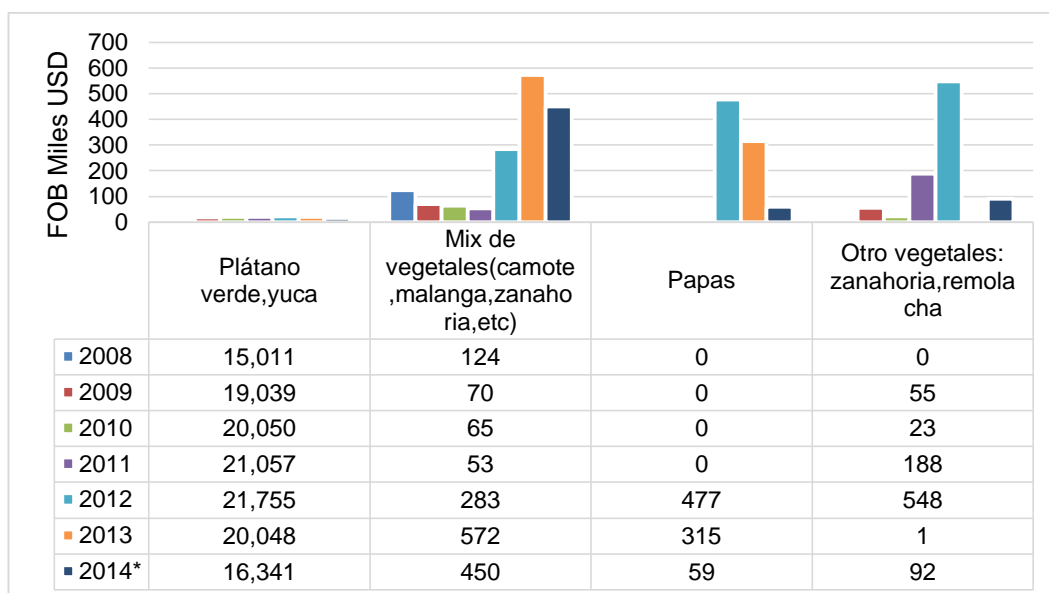
**Tabla 11: Comercio Bilateral Venezuela-Ecuador periodo 2011-2013
valor FOB miles USD**

| Código del producto | Descripción del producto | Venezuela, República Bolivariana de importa desde Ecuador | | | Venezuela, República Bolivariana de importa desde el mundo | | |
|--|--|---|---------------|---------------|--|---------------|---------------|
| | | Valor en 2011 | Valor en 2012 | Valor en 2013 | Valor en 2011 | Valor en 2012 | Valor en 2013 |
| 2004100000 | Las demás hortalizas (incluso «silvestres») preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), congeladas, excepto los productos de la partida 20.06: Papas (patatas) | 0 | 0 | 0 | 21.805 | 29.727 | 33.5 |
| Fuente: TRADEMAP Autor : Maricela Ayala | | | | | | | |

Análisis.- De acuerdo a la información otorgada por TRADEMAP, Venezuela no registra importaciones desde Ecuador en los últimos años, sin embargo podemos identificar que Venezuela si realiza importaciones de otros países como de Bélgica, países bajos Argentina, Canadá, Estados Unidos, Colombia, España, Perú, y Francia, de la misma manera se considera que Venezuela no cuenta con la misma nomenclatura la cual ase que se encuentre registrada con partida arancelaria 2004100000 Las demás hortalizas (incluso «silvestres») preparadas o conservadas (excepto en vinagre o en ácido acético), congeladas, excepto los productos de la partida 20.06: Papas (patatas).

3.10.2.3 Exportaciones por producto

**Ilustración 3 Exportaciones ecuatorianas de snack por producto
Periodo 2008-2014
Valor FOB miles de USD**



Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones Extranjeras

Autor: Maricela Ayala

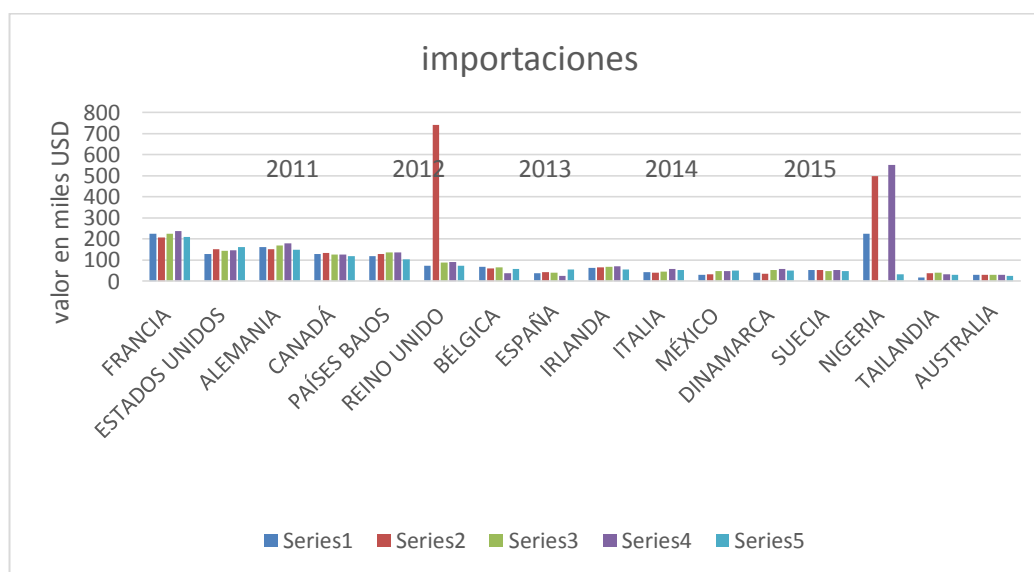
Exportaciones por productos

El principal producto dentro del grupo de partidas analizadas es el a los chips de plátano verde conocidos como chifles, este producto representa el 96.4% de las exportaciones del sector durante el primer semestre de 2014, bajo esta partida también se comercializan los chips de raíces como yuca y malanga. Otros productos que se incluyen en esta sección, con una menor participación son los snacks de otros vegetales (zanahoria blanca, camote, remolacha, etc.) con un 2.7% de participación, los mix de vegetales con 0.54% y las papas con 0.35% de participación en el periodo en mención Los snacks de otros vegetales si bien tienen una menor participación, han presentado un importante crecimiento pasando de USD \$124,000 en 2008 a USD \$460,000 en 2013, una tasa de crecimiento promedio anual de 35.7%.

Análisis: De acuerdo a los datos proporcionados hemos identificado a tres países consumidores de Papas chips caseras sabor a pollo y otros productos como se tales como: Canadá, EE.UU. y Venezuela en donde encontramos un porcentaje de consumo bajo de Venezuela porque es un país que produce papa, EE.UU. es un potencial país para el consumo de Papas chips caseras sabor a pollo pero existe una alta competencia y en Canadá es un país que no cuenta con una buena agricultura esto se debe al factor climático en el que les hace necesario realizar importaciones logrando mayor apertura de nuevos mercados internacionales.

3.10.2.4 Países importadores de partida 200520

Ilustración 4: Lista de los países importadores para el producto seleccionado según la partida 200520



Fuente: TRADEMAP.

Autor: Maricela Ayala


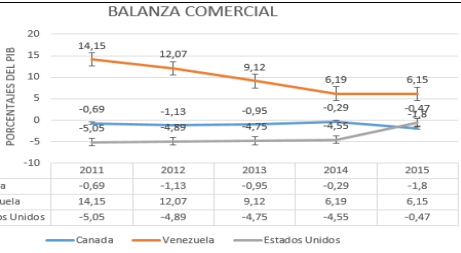
Análisis. - De acuerdo a la lista de países importadores identificamos que Estados Unidos ocupa el segundo lugar y es uno de los países que más importa, de la misma manera Canadá que encuentra en el cuarto lugar con un valor de 8335,565 miles de USD de acuerdo a la gráfica anteriormente ilustrada que la partida arancelaria 200520 de patatas, preparadas o conservadas exacto en vinagre etc.

3.11 ESTUDIO DE MERCADOS INTERNACIONALES

3.11.1 Factores y elementos del entorno





3.11.1.1 Factor económico

Tabla 12: Factores socioeconómicos

| FACTORES SOCIO ECONÓMICOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|-----------|----------------|------|-------|-------|-------|------|-------|-------|-------|------|-------|------|-------|------|-------|------|-------|------|------|------|-------|--|--|------|-----------------|-----------------|--------|------|-----|-----------|------|-----|----------------|------|------|
| Es muy importante tomar en cuenta información socioeconómica que permita conocer el sector donde va ser comercializado dicho producto. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PAÍS | CANADÁ  | VENEZUELA  | ESTADOS UNIDOS  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PIB (2015) | 1.592,350,00 | 133.530.00 | 18.697,920,00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PIB PER CÁPITA | 44,095.00 | 4,251.00 | 57,766.00 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CRECIMIENTO DEL PIB | 1,7% | -6.0% | 2,8% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TASA DE INFLACIÓN | 1,497 % | 204.1 % | 1,022 % | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Considerando la situación económica de cada uno de los países podemos indicar que Estados Unidos y Canadá son países económicamente activos, los cuales de acuerdo a su ranking Canadá está en la posición 18 y Estados Unidos en un puesto 7 de los 196 países , estos países son considerados como un mercado potencial por su estilo de vida de calidad, un bienestar económico esto hace que sean países consumidores de bienes y servicios , en relación a Venezuela está en un ranking 51 siendo un país que está en un parámetro bajo a nivel por sus condiciones de vida siendo un país que tiene un sinnúmero de problemas económicos. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PRINCIPALES SECTORES ECONÓMICOS | Agricultura | 2,10% | 7.40% | 1,60% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Industria | 19.80% | 21.3% | 17,20% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Servicios | 78.20% | 71,10% | 81,20% | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| De acuerdo a los sectores económicos de cada país se ha considerado el sector agrícola, industrial y de servicios los cuales abarcar a la economía de los países, en relación a los tres países Venezuela tiene un mayor porcentaje en la agricultura siendo sus principales productos el maíz, soya, caña de azúcar, arroz, algodón, plátanos, verduras, café, carnes de cerdo y carne de vaca, leche, huevos y pescado, sin embargo Estados Unidos y Canadá por sus estaciones climáticas en relación a la agricultura tienen un porcentaje bajo lo cual es una buena oportunidad para el Ecuador, de la misma manera en los sectores industriales y de servicio se encuentran en mismo nivel, considerando que estos países tienen una mayor producción en petróleo. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| BALANZA COMERCIAL  <table border="1"> <caption>BALANZA COMERCIAL (Porcentaje del PIB)</caption> <thead> <tr> <th>Año</th> <th>Canadá</th> <th>Venezuela</th> <th>Estados Unidos</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2011</td> <td>-0,69</td> <td>14,15</td> <td>-5,05</td> </tr> <tr> <td>2012</td> <td>-1,13</td> <td>12,07</td> <td>-4,89</td> </tr> <tr> <td>2013</td> <td>-0,95</td> <td>9,12</td> <td>-4,75</td> </tr> <tr> <td>2014</td> <td>-0,29</td> <td>6,19</td> <td>-4,55</td> </tr> <tr> <td>2015</td> <td>-1,8</td> <td>6,15</td> <td>-0,47</td> </tr> </tbody> </table> | | Año | Canadá | Venezuela | Estados Unidos | 2011 | -0,69 | 14,15 | -5,05 | 2012 | -1,13 | 12,07 | -4,89 | 2013 | -0,95 | 9,12 | -4,75 | 2014 | -0,29 | 6,19 | -4,55 | 2015 | -1,8 | 6,15 | -0,47 | TASA DE DESEMPLEO  <table border="1"> <caption>Taza de Desempleo Por Edad (Rango en porcentajes)</caption> <thead> <tr> <th>País</th> <th>Menores (24-25)</th> <th>Mayores (25-45)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Canadá</td> <td>13,5</td> <td>6,7</td> </tr> <tr> <td>Venezuela</td> <td>12,2</td> <td>4,8</td> </tr> <tr> <td>Estados Unidos</td> <td>10,7</td> <td>11,9</td> </tr> </tbody> </table> | | País | Menores (24-25) | Mayores (25-45) | Canadá | 13,5 | 6,7 | Venezuela | 12,2 | 4,8 | Estados Unidos | 10,7 | 11,9 |
| Año | Canadá | Venezuela | Estados Unidos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2011 | -0,69 | 14,15 | -5,05 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2012 | -1,13 | 12,07 | -4,89 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2013 | -0,95 | 9,12 | -4,75 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2014 | -0,29 | 6,19 | -4,55 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2015 | -1,8 | 6,15 | -0,47 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| País | Menores (24-25) | Mayores (25-45) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Canadá | 13,5 | 6,7 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Venezuela | 12,2 | 4,8 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Estados Unidos | 10,7 | 11,9 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tomando en cuenta el estudio de los tres países, Canadá registró un déficit en su Balanza comercial de 25.144,0 millones de euros, un 1,80% de su PIB, en relación a Venezuela registró un superávit de 3.334,8 millones de euros, un 6,19% de su PIB, debido a la incrementación de las importaciones y Estados Unidos registró un déficit en su Balanza comercial de 723.777,6 millones de euros, un 4,47% de su PIB. | | De acuerdo a la tasa desempleo el porcentaje de Canadá con 7.6% , Estados Unidos con 5.2% y Venezuela con 6% de desempleo se puede analizar de acuerdo al grafico en rango en edades desde 24 a 25 años son los que mas se dedican a trabajar para poder satisfacer sus necesidades, mientras los mayores 25 a 45 se dedican a recibir bonos o estan desempleados . | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fuente: Santandertrade (2015) Pro-Ecuador, Datos-macro (2015) Autor: Maricela Ayala | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

3.11.1.2. Factor político

Tabla 13: Factores políticos

| FACTORES POLÍTICOS | | | |
|--|--|---|--|
| Es muy importante considerar este factor porque permite importaciones de ciertos bienes y servicios para proteger a su industria, equilibrar su intercambio comercial con el exterior, proteger las fuentes de empleo, evitar conflictos de orden social o por cuestiones de orden nacionalista, y todo esto influye negativa o positivamente . | | | |
| PAÍS | CANADÁ  | VENEZUELA  | ESTADOS UNIDOS  |
| ECONÓMICA | La economía se ve beneficiada por un sistema bancario sobresaliente. Los sectores más dinámicos son las telecomunicaciones, el turismo, Internet y la aeronáutica. | Con mayores reservas de petróleo la economía de este país depende de las fluctuaciones del precio del petróleo ya que es un país que su mayor potencial económico es el petróleo. | Tiene una principal economía mundial, al dinamismo en la creación de trabajo y al bajo endeudamiento de los hogares, |
| POLÍTICA | Es monarquía constitucional ,democracia parlamentaria y de federación | Su constitucionalidad es de partido socialista, sistema multipartidista donde los partidos trabajan juntos para formar gobiernos de coalición. | Una república federal basada en democracia representativa de poder entre las ramas del gobierno. |
| RIESGO PAÍS |  <p>← Mínimo</p> <p>Máximo →</p> | | |
| De acuerdo a las tablas anteriores podemos identificar que Canadá es un país que tiene el mínimo riesgo en relación a los aspectos económicos,comerciales ,politicos siendo este un país muy confiable para cualquier tipo de relaciones comerciales, Estados Unidos esta en un promedio regular en relación al aspecto comercial por ende no es un país que nos de una confiabilidad comercial,tomando en cuenta que politicamente es un país estable, de la misma manera se puede analizar que venezuela en relación a los aspectos politicos economicos y comerciales tiene un maximo riesgo siendoun país que en aspectos politicos es muy inestable y enrelacoin a lo comercial y economico un es un país confiable . | | | |
| Fuente: Santandertrade (2015), Pro-Ecuador, Datos-macro (2015), CESCE, 2015) Autor: Maricela Ayala | | | |




3.11.1.3. Acuerdos comerciales

Tabla 14: Acuerdos Comerciales

| ACUERDOS COMERCIALES | | | |
|--|--|---|---|
| Estos permitirán en nuestra investigación poder identificar cuáles son los acuerdos bilaterales, multilaterales y los intercambios comerciales que tiene Ecuador con los países relacionados a la investigación. | | | |
| PAÍS | CANADA  | VENEZUELA  | ESTADOS UNIDOS  |
| ACUERDOS Y TRATADOS CON EL MUNDO | Pertenece a: G20, G8, FMI, TLCAN, OTAN, OEA, OCDE, ONU, OSCE | Pertenece a: FMI, MERCOSUR, OEA, ONU, OPEP, UNASUR | Pertenece a: G20, G8, FMI, TLCAN, OTAN, OEA, OCDE, ONU, OSCE |
| ACUERDOS CON ECUADOR | TFO. - (Trade Facilitation Office), (oficina de facilitación del comercio Canadá) este ayuda a los exportadores de países en desarrollo para entrar en el mercado canadiense. Nación Más Favorecida (NMF): este permite a Ecuador tener igual trato para todos los demás, en virtud de OMC. | Acuerdo Macro de Cooperación Entre UE y la CAN –MERCOSUR está integrado por cinco países: Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay, y Venezuela y Bolivia se encuentra en las etapas finales de la adhesión para convertirse en el sexto miembro | Acuerdos multilaterales: OMC , Tratados Bilaterales de Inversión Relaciones Bilaterales Entre los Estados Unidos y Ecuador” Tratado de Libre Comercio de América del Norte(TLCAN) |
| ASPECTOS LEGALES | | | |
| ARANCELARIOS | Liberación (SGP) Sistema de Preferencias Generalizadas tomando en cuenta que tiene tres tipos de aranceles: un arancel DM, uno aplicado a los beneficiarios del SGP y el otro a los países de menor desarrollo económico. | NMF sistema que permite consolidar un arancel de promedio general con relación a OMC a los distintos productos del sistema arancelario. | MFN tasas convencionales, tasas generales y tasas de cuota de tarifa, etc. Nomenclatura Original del Régimen NMF |
| NO ARANCELARIOS | La CFIA es la que otorga certificado de importación” En este ámbito Canadá toma en consideración los estándares internacionales contemplados en normativas como HACCAP , ISO 9001, ISO 22000, ISO 14.000 entre | INSOPESCA es quien otorga Los certificados fitosanitarios y zosanitarios. SENCAMER depende de MINCOMERCIO (Ministerio del Poder Popular para el Comercio quien fija las normas de comercialización del producto u m n | Sistema de análisis de peligros y de puntos de control crítico (HACCP) Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM por sus siglas en español o GMP por las siglas en inglés. |
| Fuente: Santandertrade (2015), Pro-Ecuador, Datos-macro (2015), Autor: Maricela Ayala | | | |

3.11.1.4 Factores demográficos

Tabla 15 Factores demográficos

| FACTORES DEMOGRÁFICOS | | | | | | |
|---|--|--------------|---|--------------|--|--------------|
| Estos elementos se toman en cuenta porque proporcionan información, del tamaño, composición y distribución de la población en relación a los tres países. | | | | | | |
| PAÍS | CANADÁ  | | VENEZUELA  | | ESTADOS UNIDOS  | |
| CAPITAL | OTTAWA | | CARACAS | | WASHINGTON | |
| UBICACIÓN GEOGRÁFICA | AMÉRICA DEL NORTE Superficie: 9.984.670 km ² | | AMÉRICA DEL SUR Superficie: 912.050 km ² | | AMÉRICA DEL NORTE Superficie: 9.831.510 km ² | |
| TRANSPORTE | TIEMPO | VALOR | TIEMPO | VALOR | TIEMPO | VALOR |
| AÉREO | 1 día | 3,85 c/km | 4 h 6 m | 5.35 C/km | 25 h 40 m | 4.21/KM |
| MARÍTIMO | 20-22 | 2500 USD | 26 -28 | 850 USD | 30-36 | 800 USD |
| POBLACIÓN | 35.825.000 | | 31.419.189 | | 321.601.000 | |
| Tasa de crecimiento poblacional anual (2015) | 0,79% | | 1,49% | | 32% | |
| Población económicamente activa | 65,60% | | 55% | | 61,35% | |
| TASA DE MORTALIDAD | 7,20% | | 5,53% | | 8,20% | |
| TASA DE NATALIDAD | 11% | | 2,40% | | 12,50% | |
| | CANADA | | VENEZUELA | | ESTADOS UNIDOS | |
| | De acuerdo a su superficie es uno de los países más grandes de América del Norte su lengua oficial es el inglés y francés de la misma manera Canadá por el número de habitantes extranjeros utiliza la lengua china por sus relaciones comerciales, según Datos macro manifiesta que Canadá se encuentra en la 37º posición de la tabla de población, compuesta por 196 países y mantiene una muy baja densidad de población, 4 habitantes por Km ² . | | Según su superficie se encuentra en la 44º posición de la tabla de población, compuesta por 196 países de América del Sur y presenta una moderada densidad de población, 34 habitantes por Km ² , su idioma es el español considerando que en Venezuela por tener relaciones fronterizas con Colombia el número de habitantes varía. | | Es un país que tiene una población muy alta de acuerdo a su superficie ya que es uno de los países más poblados del mundo y presenta una moderada densidad de población, 33 habitantes por Km ² , su idioma es el inglés, su índice de IDH es de 0,915 puntos en 2014 según Datos macro, con lo que se situó en el puesto 8 de la tabla de 187 países que publicamos. | |
| Fuente: Santandertrade (2015) Pro-Ecuador, Datos-macro (2015) Autor: Maricela Ayala | | | | | | |


3.11.1.5 Factores culturales y tecnológicos

Tabla 16: Factores culturales y tecnológicos

| FACTORES CULTURALES Y TECNOLÓGICOS | | |
|--|--|---|
| CANADÁ  | VENEZUELA  | ESTADOS UNIDOS  |
| CULTURALES | | |
| <p>En Canadá, como en muchos países desarrollados, la afiliación religiosa es muy importante por el cual su religión oficial es católica pero los canadienses tienen más afín al cristianismo su cultura depende de las costumbres de sus antiguas culturas.</p>  | <p>Existe una absoluta libertad religiosa y de cultos. Además de las religiones tradicionales el cristianismo, el islam, el judaísmo, pero la más común es la católica Existen diferentes culturas y de alguna manera de la información que pasa de generaciones en generaciones.</p>  | <p>La sociedad de los Estados Unidos está construida sobre la base de una diversidad de grupos étnicos y culturas su religión es diversa ya que por ser un país que sus habitantes son de diferentes países, pero su religión oficial es la católica.</p>  |
| TECNOLÓGICOS | | |
| <p>Canadá es una nación industrial, con un sector de ciencia y tecnología altamente desarrollado. Casi el 1,88% del PIB nacional se asigna a la investigación y desarrollo (id). 18 canadienses han ganado un premio Nobel en física, química y medicina. Es considerado el 12° país con más usuarios de Internet en el mundo, ya que cuenta con 28 millones de usuarios, es decir, el 84,3% de la población total. según (Juliana Caro 2015)</p> | <p>El acceso a las telecomunicaciones, varió notablemente de 273 suscriptores a internet que existían hace diez años en la actualidad se contabilizan más de dos millones de usuarios a la web. El proceso de transformación del país emprendido por el Presidente de la República en el aspecto tecnológico apunta a una política de masificación de la tecnología, es decir, al alcance de todas y todos los venezolanos. Según (Normes Tablante 2014)</p> | <p>Estados Unidos es el País primero en tecnología a nivel mundial, por el proceso de construcción de capacidades científicas y tecnológicas. Estados Unidos señala que la diversidad de instituciones, la multiplicidad de objetivos y el apoyo estatal hacia la investigación básica representan pilares fundamentales para el desarrollo de capacidades científicas y tecnológicas en el largo plazo de un país. (CEPAL 2015)</p> |
| <p>Fuente: Santandertrade (2015), Pro-Ecuador, Datos-macro (2015), Autor:Maricela Ayala</p> | | |

3.12. MATRIZ POAM

Tabla 17: Matriz perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM)

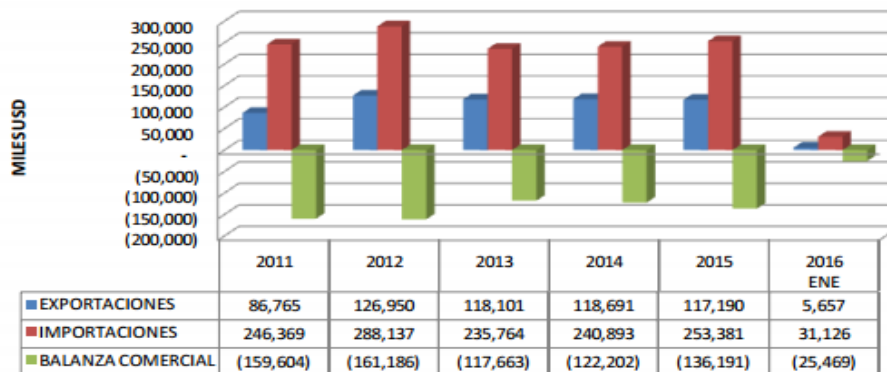
| TABULACIÓN | CANADÁ | | | | VENEZUELA | | | | ESTADOS UNIDOS | | | |
|---------------------------------|---|--------------|---------|------------|---|-------------|---------|-----------|---|--------------|----------|------------|
| |  | | | |  | | | |  | | | |
| | Oportunidad | | Amenaza | | Oportunidad | | Amenaza | | Oportunidades | | Amenazas | |
| | Nivel | Pts | Nivel | Pts | Nivel | Pts | Nivel | Pts | Nivel | Pts | Nivel | Pts |
| FACTORES SOCIOECONÓMICOS | | | | | | | | | | | | |
| Balanza Comercial | Bajo | 1 | Bajo | 1 | Bajo | 1 | Alto | 3 | Medio | 2 | Medio | 2 |
| Inflación | Alto | 3 | | | Medio | 2 | | | Bajo | 1 | | |
| PIB per capital | Alto | 3 | | | Medio | 2 | | | Medio | 2 | | |
| Tasa de desempleo | Medio | 2 | | | Bajo | 1 | | | Medio | 2 | | |
| Distribución de ingresos | Bajo | 1 | | | Medio | 2 | | | Medio | 2 | | |
| Suma | | 10 | | | | 8 | | | | 9 | | |
| Promedio | | 2 | | | | 1,6 | | | | 1,8 | | |
| FACTORES DEMOGRÁFICOS | | | | | | | | | | | | |
| Tamaño de población | Alto | 3 | | | Medio | 2 | | | Medio | 2 | | |
| Tasa de mortalidad | Medio | 2 | | | Bajo | 1 | | | Medio | 2 | | |
| Tasa natalidad | Bajo | 1 | | | Medio | 2 | | | Bajo | 1 | | |
| Transporte | Alto | 3 | | | Bajo | 1 | | | Medio | 2 | | |
| SUMA | | 9 | | | | 6 | | | | 7 | | |
| Promedio | | 2,25 | | | | 1,5 | | | | 1,75 | | |
| FACTORES POLÍTICOS | | | | | | | | | | | | |
| Riesgo país | Alto | 3 | | | Bajo | 1 | Alto | 3 | Medio | 2 | Medio | 2 |
| Acuerdos comerciales | Medio | 2 | Bajo | 1 | Bajo | 1 | Medio | 2 | Bajo | 1 | Bajo | 1 |
| Suma | | 5 | | | Medio | 2 | | | 3 | | | |
| Promedio | | 2,5 | | | | 1 | | | 1,5 | | | |
| FACTOR LEGAL | | | | | | | | | | | | |
| Barreras arancelarias | Bajo | 1 | | 1 | Medio | 2 | Medio | 2 | Bajo | 1 | Bajo | 1 |
| Barreras no arancelarias | Medio | 2 | | 1 | Bajo | 1 | Medio | 2 | Medio | 2 | Bajo | 1 |
| Suma | | 3 | | | 0 | 3 | | | 3 | | | |
| Promedio | | 1,5 | | | 0 | 1,5 | | | 1,5 | | | |
| FACTOR CULTURAL | | | | | | | | | | | | |
| Valores | Alto | 3 | | | Medio | 2 | | | Medio | 2 | | |
| Religiosos | Medio | 2 | | | Bajo | 1 | | | Bajo | 1 | | |
| Suma | | 5 | | | | 3 | | | 3 | | | |
| Promedio | | 2,5 | | | | 1,5 | | | 1,5 | | | |
| FACTOR TECNOLÓGICO | | | | | | | | | | | | |
| Industrialización | Alto | 2 | | | Bajo | 1 | | | Medio | 2 | | |
| Tecnología | Alto | 3 | | | Bajo | 1 | | | Alto | 3 | | |
| Suma | | 6 | | | | 2 | | | 5 | | | |
| Promedio | | 3 | | | | 1 | | | 2,5 | | | |
| Suma total | | 14,25 | | 4 | | 9,6 | | 10 | | 12,05 | | 7 |
| Promedio total | | 2,85 | | 0,8 | | 1,92 | | 2 | | 2,41 | | 1,4 |
| Fuente : Investigación | | | | | | | | | | | | |
| Autor: Maricela Ayala | | | | | | | | | | | | |

3.13 ANÁLISIS SITUACIONAL DE POAM (ECUADOR-CANADA)

3.13.1 Factores Socioeconómicos

- ✓ **Balanza Comercial:** La relación entre Ecuador y Canadá en los últimos cinco años es negativa, debido a que Canadá realiza más exportaciones a Ecuador sin embargo Canadá por ser un país exigente las empresas ecuatorianas tiene temor a que su producto sea rechazado, pero con la ayuda de las cadenas comerciales como en Ecuador es Pro- Ecuador y en Canadá es TFO (Trade Facilitation Office) quien en la actualidad permiten a los productores e industrializadores tengan una mejor oportunidad de negocios a Canadá tomando en cuenta que los consumidores canadienses tienen un atractivo por los alimentos procesados por su calidad de vida.

**Ilustración 5: Balanza comercial Ecuador - Canadá
Periodo 2011-2016
MILES USD FOB**



Fuente: Pro-Ecuador, Datos-macro (2016)

Autor: Maricela Ayala

Análisis.- Considerando la gráfica anterior podemos identificar que las exportaciones en el año 2016 son de 5.657 en valor FOB en miles USD, las cuales han disminuido con relación al 2015, de la misma manera se puede analizar que las importaciones han disminuido con relación al 2015, por lo cual la balanza comercial ha decaído en el año 2016 con un valor de 25.469 de miles de USD FOB.

- ✓ **Inflación:** De acuerdo al comportamiento del mercado en Canadá su inflación es de 1.49% ha disminuido décimas en comparación a años anteriores debido a la variación de precios de alimentos y bebidas en comparación a Estados Unidos y Venezuela siendo este el más riesgoso en relación al consumo y la variación de precios.

- ✓ **PIB :** Canadá siendo un país de una excelente posición económica ocupando el puesto 10 de ranking de los 196 países en la economía los canadienses están en un buen nivel de vida en relación al consumo de bienes y servicios durante un año en la economía, ocupando el puesto número 18 del ranking, sin embargo Canadá utiliza sus gastos en la educación un 12,19%, a sanidad un 18,77% y a defensa un 6,91%, considerando que la tasa de desempleo ha ido a aumento en relación al año anterior con el 7,6 %, es por ello que el gobierno canadiense considera nuevas medidas comprometiéndose a invertir masivamente en el desarrollo de infraestructuras para reactivar la economía

- ✓ **Distribución de ingresos:** De acuerdo a la distribución de ingresos económicos Canadá se encuentra dividido en tres sectores como en la agricultura que es del 2.10% de la población en relación a Ecuador que está en un promedio de 6% esto es una ventaja para que Ecuador tenga mejores oportunidad de mercado considerando que Canadá es uno de los grandes exportadores de trigo y de recursos minerales, de la misma manera cuenta con 19.80% del sector industrial y el 78.20% en servicios, tomando en cuenta los 6 sectores importantes de la industria primaria: energías renovables (principalmente eólica), sector forestal, hidrógeno y pilas, minas, metales y minerales, pesca (en inglés), petróleo y gas.

3.13.2 Factores Demográficos

- ✓ **Tamaño de la población:** La población de Canadá es muy extensa que se compone de varias ciudades incluyendo suburbios, Montreal es la segunda ciudad con mayor densidad de población y se encuentra conformada por británicos y franceses, varios inmigrantes de EE.UU., América, Europa, África y Asia. Montreal cuenta con una población (3.636.000), en donde existen los mayores índices de proveedores, que se encargan de distribuir a la demás ciudad conocidos como "Canadian Society of Customs Brokers" – en español "Sociedad Canadiense de compradores & brókers " encargados de distribuir de productos a las demás ciudades que conforma Canadá.
- ✓ **Tasa de mortalidad:** De acuerdo a los datos identificados se indica que la tasa de mortalidad es del 7,20% indica con precisión el impacto actual de mortalidad en el crecimiento de la población. Este indicador es significativamente afectado por la distribución por edades, en el que existe una disminución en la tasa de fecundidad esto se debe al resulta en un envejecimiento de la población.
- ✓ **Tasa natalidad:** La población es creciente, cuenta con el 11% en la tasa de natalidad porcentaje significativo en el que se puede decir que existe 10,29 nacimientos/1.000 habitantes, la población se encuentra cada vez en aumento.
- ✓ **Transporte:** Canadá cuenta con una infraestructura logística excelente en el que sus vías de acceso que ofrece son terrestre, marítima aéreo, ferroviaria, tomando en cuenta los datos de la presente tabla como es tiempos y costos:

Tabla 18: Transporte de Canadá

| TRANSPORTE | INFRAESTRUCTURA | TIEMPO Y COSTOS |
|--|---|--|
| MARÍTIMO | 15 puertos los más principales son: Montreal, Toronto. | Duración por vía marítima es de 22-23 días con un costo de 2500 USD /40 t. |
| AÉREO | 500 aeropuertos los más importantes son: aeropuerto Montreal (Quebec) y Pearson internacional (Toronto) | Duración por vía aérea es de un día con un costo de 3.85 c/km un valor aproximado de 3600 USD. |
| TERRESTRE | Redes de carreteras de 1042300 km que tiene interconexión con Estados Unidos. | No utiliza por distancias establecidas de continentes. |
| Fuente: Pro Ecuador Autor: Maricela Ayala | | |

3.13.3 Factores Políticos

Riesgo país: Es indicador que nos permite medir el grado de riesgo Canadá es un país que tiene el riesgo mínimo en relación a los aspectos económicos, comerciales, políticos siendo este un país muy confiable para cualquier tipo de relaciones comerciales, en que existe confiabilidad comercial, tomando en cuenta que políticamente es un país estable en el que existe un sistema político consolidado, con instituciones sólidas y fiables. En comparación con Venezuela de riesgo máximo, desfavorable la situación de los principales indicadores macroeconómicos es mala. Existen factores estructurales que impiden la mejora de la situación económica es negativa y se prevé un empeoramiento con respecto a la situación actual. Si hablamos de EE.UU es un país que se encuentra en un riesgo comercial medio, la economía interna y externa es regular en el que la evolución es estable.

Acuerdos comerciales: En relación acuerdos comerciales entre los dos países son muy escasos pero con el pasar de los años el gobierno ecuatoriano ha tomado iniciativa, pero con relación a Canadá permite a los países con su apoyo a incrementar la economía siendo miembro de las Naciones más favorecida (NMF) con relación a la OMC y de la misma manera la Federación Iberoamericana de productores (foreign investment

promotion and protection agreement') FIPA la cual permite a pequeñas y medianas empresas a ejercer negocios en Canadá.

- Acuerdos multilaterales de países miembros de la OMC fecha de suscripción 21 de enero 1996 aún vigente en el cual prohíbe la discriminación de las mercancías.
- Uniones Aduaneras de países de los miembros Comunidad Andina fecha de suscripción 26 de mayo 1969 aún vigente.

De la misma manera Ecuador tiene relaciones enfocadas a facilitar el ingreso a mercado canadiense para el desarrollo de pequeñas empresas mediante el convenio con TFO (Trade Facilitation Office Canadá la cual sigue vigente desde 2012 con la orden estipulada a fomentar las exportaciones para el ingreso a mercado canadiense. (Ministerio de Comercio Exterior 2014)

Existe (CCEC) cámara de comercio ecuatoriano-canadiense en la ciudad de Quito la que se encarga de promover y desarrollar vínculos comerciales entre estos dos países, para dar a conocer los productos ecuatorianos.

3.13.4 Factor Legal

Barreras arancelarias: Liberación **(SGP)** Sistema de Preferencias Generalizadas tomando en cuenta que tiene tres tipos de aranceles: un arancel DM, uno aplicado a los beneficiarios del SGP y el otro a los países de menor desarrollo económico.

Tabla 19: Barreras arancelarias a las importaciones de Canadá

| CAPÍTULO 20 SEGUNDA PARTE PREPARACIONES DE HORTALIZAS FRUTAS U OTROS FRUTOS O DEMÁS PARTES DE PLANTAS | | | |
|--|---|---|---------------------------------|
| Partida arancelaria | Descripción | Arancel General a Nación Más Favorecida | Sistema General de Preferencias |
| 2005 | Las demás hortalizas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o ácido acético), sin congelar excepto los productos de la partida No. 2006 | | |
| 2005.10.00 | Hortalizas homogeneizadas | 8,0% | 8,0% |
| 2005.20.00 | Patatas: | 6,0% | 6,0% |
| Por General se entiende que existen relaciones normales de comercio sin tratamientos especiales de aranceles. NMF: Nación Más Favorecida, El Sistema General de Preferencias son tratamientos arancelarios especiales que otorga Canadá a los Países en Vías de Desarrollo % Ad valoren. | | | |
| Fuente: World Tariff; (www.hscode.pbb.com) | | | |
| Autor : Maricela Ayala | | | |

Las empresas exportadoras cuyo país goce de algún tratamiento preferencial NMF, SGP u otros, deben gestionar el correspondiente certificado de origen, para acceder al correspondiente beneficio arancelario. Para dicho proceso deberán acercarse al MIPRO para obtener el respectivo certificado de origen, en el que deberá ser enviado directamente sin escala de un país a otro país para poder gozar de este beneficio arancelario.

SGP “Sistema General de Preferencia Arancelaria “o conocido en inglés en Canadá como “General Preferential Tariff (*GPT*) “en el que un producto o bien importado debe satisfacer ciertos requisitos, debe ser exportado por un país elegido y debe ser enviado directamente a Canadá con una nota de embarque marítimo dirigido a un consignatario en ese país. Que debe ir acompañado de un certificado de origen.

El certificado de origen preferencial es el documento que acredita que un producto de exportación cumple los criterios de origen, según el destino, para ser considerado originario de un territorio y obtener un trato arancelario preferencial. Esto quiere decir que el Certificado de origen no es obligatorio para todas las exportaciones.

El Certificado de origen se podrá utilizar solo para los mercados que le dan una preferencia arancelaria a las mercancías ecuatorianas.

Barreras no arancelarias:

- ✓ **Etiquetado: Toda** la información presente en las etiquetas debe ser fácil de leer y presentarse de manera clara y visible. Dado que Canadá reconoce al francés y al inglés como sus idiomas oficiales, toda la información deber estar escrita en ambos idiomas. En lo que a las unidades de medición se refiere deben responder al sistema métrico internacional.

La Ley de Empaquetado y Etiquetado para el Consumidor (Consumer Packaging and Labelling Act; R.S. 1985, c. C-38) define los requisitos de etiquetado para los productos procesados que se comercializan en Canadá.

Los elementos por considerar en el etiquetado general son los siguientes:

- Nombre común del producto. –
 - Declaración de la cantidad neta.
 - Nombre y dirección del fabricante, envasador o distribuidor.
 - Lista de ingredientes, enumerados en orden descendente según la cantidad presente en el alimento. –
 - Vida útil. Se requiere una declaración “Best-before”, para aquellos productos que tienen una vida útil igual o menor a 90 días.
 - País de origen. –
 - Tabla nutricional.
-
- ✓ **Etiquetado Nutricional:** Las enmiendas realizadas a ley de medicamentos y alimentos (Food and Drug Act) establecieron que, a partir del 12 de diciembre del 2005, la presencia de información nutricional en las etiquetas de los alimentos será obligatoria. Los componentes que se deben indicar en esa información para el ingreso a mercado canadiense son los siguientes: porción, calorías, grasa, grasa saturada, ácidos grasos, colesterol, sodio, vitaminas, entre otros.

- ✓ **Envases:** Los tamaños aceptables de fundas para alimentos específicos están listados en la Reglamentación para Alimentos Procesados, para la comercialización de productos empaquetados es aceptados los diferentes tamaños ya que es lo exige el consumidor canadiense en base a las normas que exigen CFIA. Una creciente cantidad está siendo empaquetada en bolsas plásticas de 28g y 250g. La CFIA monitorea la inocuidad y la seguridad del suministro de alimentos a Canadá por medio de su programa de mejoramiento de inocuidad de los alimentos. (Ministerio de comercio exterior). Canadá toma muy en cuenta la normativa y la reglamentación internacional orientadas a la protección de la salud humana y ambiental. Como es embalaje, etiquetado, transporte, manejo y almacenamiento de productos entre otros, se ajusta a las disposiciones establecidas por la OMC, medidas sanitarias y fitosanitarias.

- ✓ **Requerimiento para proceso de exportación a Canadá:** La CFIA, puede inspeccionar arbitrariamente cualquier producto alimenticio para garantizar que los requerimientos mínimos (estándares de clasificación, etiquetado, envases y de salud) se cumplan.

- ✓ **Requisitos Fitosanitario:** A fin de prevenir el ingreso de plagas a Canadá, los ingresos de productos están sujetos a la presentación de un Certificado Fitosanitario. Adicionalmente para productos que vayan a ser importados por primera vez y que puedan presentar un riesgo, la CFIA puede solicitar una evaluación de riesgo de plagas y prohibir su importación hasta que se cuente con los resultados.

- ✓ **Requisitos para el Ingreso de Productos Procesados:** Todos los productos alimenticios que se comercializan en Canadá deben cumplir con los patrones de salud y seguridad de alimentos establecidos por la CFIA, que prohíben el comercio de alimentos adulterados o mal etiquetados. El mercado canadiense se encuentra provisto de productos de primera calidad de todos los tipos, los países

exportadores deben establecer un sistema estricto de clasificación y control de calidad.

✓ **Productos frescos**

1. La información debe presentarse en inglés y en francés, ya que ambos son idiomas oficiales.
2. Nombre común del producto y variedad.
3. Cantidad neta, por número, peso o volumen. En Canadá, se utiliza el sistema métrico internacional.
4. Nombre y dirección del productor o de la persona que comercializa los productos en Canadá.
5. Grado de calidad, si aplica.
6. País de origen con la leyenda Producto.

- ✓ **Análisis de Peligros en Puntos Críticos de Control (HACCP):** Este sistema ayuda a los productores de alimentos procesados a revisar todos los riesgos potenciales para la salud y la seguridad en la operación de sus plantas y concentrarse en controlar los puntos que son críticos para la inocuidad del producto terminado. Las ventajas del empleo del sistema HACCP incluyen:

La aceptación internacional de sus productos dado que el sistema se adopta en todo el mundo.

1. La aceptación nacional que le permite convertirse en un líder de la industria Nacional
2. La definición de las responsabilidades entre el gobierno y la industria.
3. Una mejor posibilidad de comercialización, con el empleo de logotipos y símbolos.
4. Reconocidos internacionalmente.
5. Reducción de retiro y destrucción de productos, lo que es de vital importancia para la reputación de calidad del exportador.

Con la ayuda de PRO-ECUADOR podemos ayudar a obtener la certificación de la HACCP:

El HACCP no es un sistema de gestión de calidad, sino un sistema de gestión de seguridad alimentaria que debe estar definido como premisa para la implantación de un sistema de gestión de calidad, como requisito legal obligatorio aplicable a todo establecimiento alimentario necesario para la obtención de la certificación. (PRO-ECUADOR, 2014 Pág., 3, Parr.4)

Un sistema de gestión de calidad se supone que debe valorar todas las actividades desarrolladas en una empresa para producir un producto además de cumplir la legislación que le aplique, es por ello que cuando una empresa de alimentación desea obtener un certificado tipo ISO 9001, debe demostrar que cumple la legislación y por ende que posee un HACCP. (PRO ECUADOR, 2014 Pág., 3, Párr. 4)

Aunque algunas entidades certificadoras ofrecen la posibilidad de certificar el sistema de autocontrol (HACCP), su verdadera aptitud será determinada por los Servicios Oficiales de Inspección bien por el Ministerio de Sanidad y Consumo o por los organismos que tengan la competencia en cada Comunidad Autónoma.(PRO-ECUADOR 2014 Pág,3,Parr.6)

Norma técnica: En el Ecuador las normas técnicas para alimentos industrializados tienen que basarse por el Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN. Estas normas hacen referencia al rotulado de productos alimenticios para el consumo humano y al rotulado nutricional. Establece los requisitos mínimos que debe cumplir el rotulado nutricional de los alimentos procesados, envasados y empaquetados, que se ofrecen como tal para la venta directa al consumidor. Comprende solo la declaración de nutrientes y no obliga a declarar la información nutricional complementaria, de acuerdo a las definiciones de la Norma Técnica Ecuatoriana Obligatoria.

3.13.5 Factor Cultural

- ✓ **Valores:** Se trata de un país con una buena calidad de vida que se refleja en sus modos de vida pacíficos y sencillos pero cordiales, los canadienses viven en un ambiente de tranquilidad y amabilidad muy agradable, Canadá fue construida a través de los años por tres culturas importantes: la inglesa, la francesa y la indígena, en general la ética de los canadienses es muy relevante en el trabajo y cultura es por ello que el país tiene un alto nivel de vida por ser desarrollado en la industria y en

la tecnología de la misma manera su mentalidad está íntimamente ligada a la naturaleza y el clima, su gastronomía se elabora con productos naturales, los canadienses por su estilo de vida con relación a la alimentación son acostumbrados a consumir productos abarcando desde comidas fáciles o comidas rápidas.

- ✓ **Religiosos:** Canadá no tiene una religión oficial, pero aproximadamente el 46% de la población es católica-romana y siendo la más importante. En menor medida podemos encontrar protestantes, otros cristianos y musulmanes. En el último censo realizado, el 16% de la población admitió no tener religión alguna. “La denominación protestante más grande es la Iglesia Unida de Canadá (el 9,5% de los canadienses), seguidos por los anglicanos (6,8%), los bautistas (2,4%) y los luteranos (2%). El 4,4% restante pertenecía a otras corrientes cristianas. Cerca del 16,5% de los canadienses declararon no tener ninguna afiliación religiosa y el 6,3% restante están afiliados con las religiones no cristianas, de las cuales las más importantes son el Islam (2%) y el judaísmo (1,1%).”(Julia Caro, pág. 1, párr. 3)

- ✓ **Tecnología:** Los canadienses en relación a la industria tiene el 19.80% siendo esto una oportunidad para los canadienses como una fuente de trabajo, por lo cual es un gran potencial que ofrecen los acuerdos de colaboración con socios y los usuarios potenciales de sus descubrimientos, tomando en cuenta que la industria viene a la par con la tecnología que tiene el 78.20% del PIB y un fuerte tejido empresarial en torno a sectores como biotecnología, aeronáutica o TICS, Canadá se ha convertido en el paradigma de país comprometido con la innovación tecnológica, en los últimos años y en la actualidad más del 90% de las plantas industriales cuentan con al menos una tecnología avanzada que mejora sus procesos productivos.
Canadá cuenta con un mayor interés en los sectores de infraestructura, energía renovable, energía eólica y toma como una estrategia en algunas regiones como Ontario para promover la industrialización, tecnologías relacionadas al medio ambiente, industrias, energía,

productos farmacéuticos, biotecnología, aeronáutico, ya que estos son una fuente muy importante para la economía de este país.

Dentro del índice Connectivity Scorecard Nokia-Siemens, Canadá consiguió una puntuación global de 6.88 durante 2011, ascendiendo un puesto en el ranking hasta la posición N.º 8, ubicada dentro del grupo de las economías impulsadas por la innovación del índice. En el año 2010, Canadá ostentaba la novena posición con una puntuación de 7.02.

3.14 ANÁLISIS MERCADO

3.14.1 Perfil del consumidor

El nivel de vida de los canadienses es uno de los más altos del mundo ya que consideran que los alimentos tienen que ser saludables, naturales y biológicos, de la misma manera están sensibilizados con respecto a los problemas ambientales y derivados del excesivo consumo, por lo cual se fija en lo que es precio, calidad y origen del producto, tomando en cuenta que de acuerdo al ritmo de vida canadiense cuentan con poco tiempo para cocinar, por ello muestran preferencias por la gastronomía las comidas rápidas.

El consumidor canadiense tiene altos ingresos; está conformado por una presencia fuerte de grupos étnicos-migrantes y por una población vieja lo que le permite ser parte de un mercado multicultural en expansión. Este intercambio cultural y generacional ha forjado un consumidor abierto y receptivo a probar nuevos productos. (Pro Ecuador 2015)

3.14.2 Condiciones de compra

Los compradores canadienses tienen mucha importancia en visitar a las instalaciones del exportador para poder conocer la capacidad y calidad del producto y así poder establecer una relación comercial sólida. Tomando en cuenta que los canadienses en su primer contacto es posible que requieran muestras del producto donde puedan validar las normas y reglamentos, de la misma manera el comprador realiza una inspección al producto internamente para poder identificar la satisfacción del mercado canadiense.

Conocer los hábitos de consumo, las preferencias por los productos y la aceptación de los mismos. El perfil del consumidor canadiense se caracteriza principalmente por:

- El nivel de vida de los canadienses es uno de los más altos del mundo.
- Hoy en día, el consumidor canadiense está cada vez más sensibilizado respecto a los problemas ambientales y derivados del excesivo consumismo. Se fija más en la calidad de un producto, su origen, composición.
- Productos fáciles de preparar y comer y de alta calidad frescos y empacados que sean orgánicos y amigables con el medio ambiente, para el cuidado de su salud y cuidado personal.
- Servicios y productos en general con los más altos estándares de calidad.
- Los baby boomers, el 85% de este grupo de consumidores ya no trabajan, su dinero de retiro lo utilizan en salud, nutrición y cuidados apropiados que necesitan.
- Altos ingresos comprobados, interesados por la salud y el medio ambiente. (cámara canadiense de comercio de el Salvador 2012)

3.14.3 Tendencia de Canadá:

- La falta de tiempo para cocinar.
- La necesidad de soluciones sanas y rápidas hace que sea importante ofrecer conveniencia y comodidad a los consumidores canadienses.
- Salsas, mezclas de vegetales, productos empacados son productos que resultan atractivos para los canadienses.
- La creciente población de la tercera edad, junto a la demanda por bebidas naturales y productos frescos se ha incrementado.
- En este país, tres de cada cuatro productos son importados. El consumidor busca productos con una presentación excelente, envases fáciles y cómodos de usar y ecológicos. (Colombiatrade, 2014)

3.14.4 Condiciones de pago

El canadiense toma muy en cuenta las condiciones de pago, y un aspecto vital para cerrar una negociación es la comunicación constante y transparencia para establecer las relaciones de largo plazo, de esta manera el canadiense exige un contrato de compra-venta y algunos aspectos importantes.

“Fecha, identificación de las partes, productos, descripción, cantidad, precio, envases, arreglos de transporte, vía de envío, bodegaje, momento de embarque, costos, aranceles e impuestos, seguros, manejo y transporte, plazos, seguro o riesgo, pagos, métodos de pagos, moneda, tipo de cambio, documentos de importación, derechos de inspección, garantía, indemnización, legales, vencimientos, modificaciones, cancelaciones, contingencias, ley que gobierna el contrato, arbitraje de controversias y lugar de arbitraje” (Pro Ecuador 2015).

3.15 OFERTA MUNDIAL

Las exportaciones de snacks se han ido incrementando cada año a continuación se presenta el crecimiento que atenido este producto.

3.15.1 Exportaciones de partida 200520

**Ilustración 6: Exportaciones de partida 2005200000
Periodo 2011-2016
Valor FOB – Toneladas**



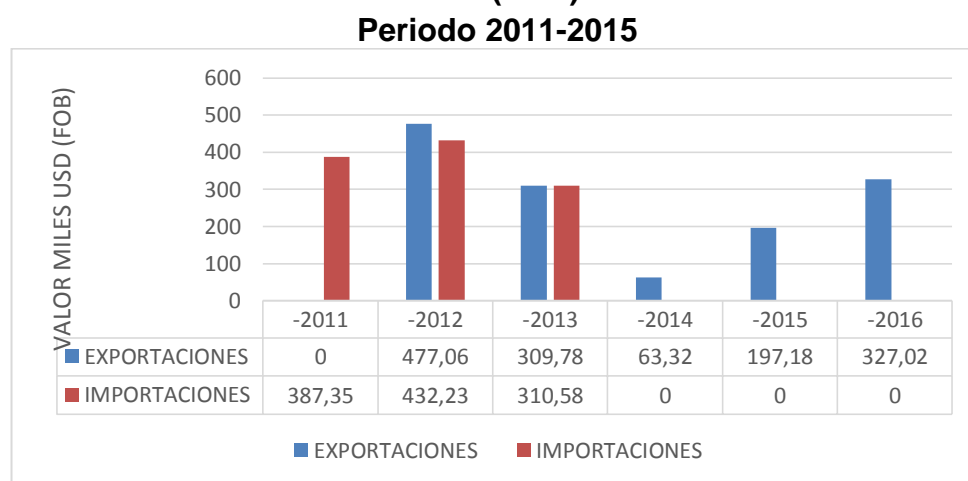
Fuente: Banco Central del Ecuador
Autor: Maricela Ayala

Análisis.- Durante el periodo 2011-2015 las exportaciones de la partida 200520, han sufrido un alto y bajo crecimiento en relación a los últimos años, sin embargo se puede mirar en la gráfica que en los años 2015-2016 la exportaciones han incrementado en un valor a 129.840 en miles USD.

El principal producto dentro del grupo de partidas analizadas es el correspondiente a los chips de plátano verde conocidos como chifles, este producto representa el 96.4% de las exportaciones del sector durante el primer semestre de 2014, bajo esta partida también se comercializan los chips de raíces como yuca y malanga. Otros productos que se incluyen en esta sección, con una menor participación son los snacks de otros vegetales (zanahoria blanca, camote, remolacha, etc.) con un 2.7% de participación, los mix de vegetales con 0.54% y las papas con 0.35% de participación en el periodo en mención. (PRO-ECUADOR 2015)

3.15.2 Importaciones y Exportaciones

Ilustración 7: Importaciones y exportaciones de partida 200520 miles de USD (FOB)



Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Maricela Ayala

Análisis: De acuerdo a la tabla e ilustración anterior se puede analizar que las exportaciones entre el 2011 al 2016 han sufrido una variación, el año 2013 las exportaciones de acuerdo a la partida arancelaria 2005.20.00.00, se puede observar que Ecuador ha exportado una cantidad considerada y la más alta en relación a los tres últimos años, proporcionando oportunidades a los productores y comercializadores de dicho producto, pero a partir del año 2014 se considera que dicho producto ha sufrido una

caída del del 80% de las exportaciones, pero a partir del año 2015 con la ayuda del gobierno al fomentar las exportaciones del producto tubo una subida del 40%, esto permite comercializar el producto asía Canadá y de la misma manera con la ayuda que proporciona Pro-Ecuador al fomentar las ferias internacionales dando a conocer productos con el valor agregado y así asiendo que las exportaciones crezcan en beneficio del país y empresas.

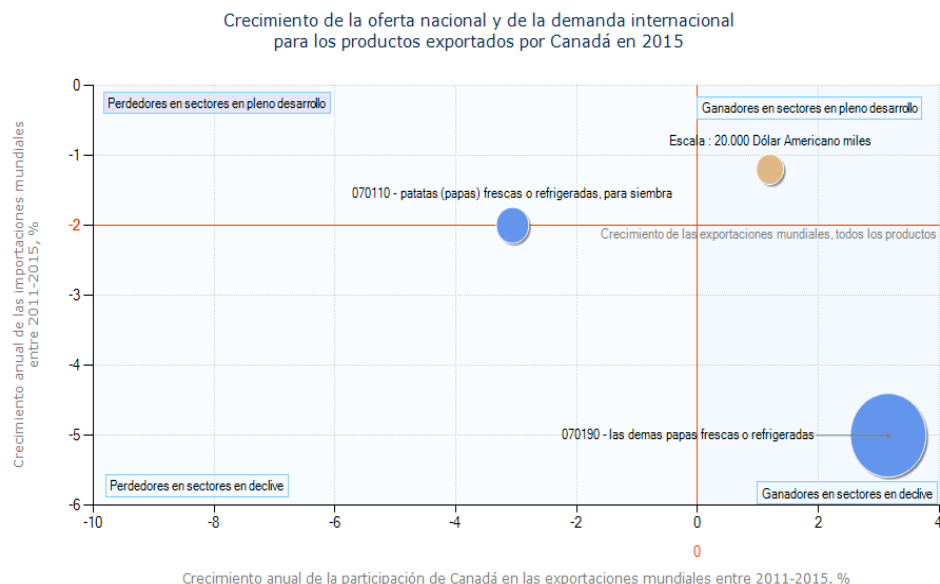
Tabla 20: Incremento de Exportaciones Ecuador – Canadá

| PRINCIPALES INCREMENTOS DE LOS PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR A CANADÁ MILES USD | | | | |
|---|---|----------|-----------|---------------------|
| SUBPARTIDA | DESCRIPCIÓN | 2015 ENE | 2016 ENE | Variación 2015-2016 |
| 1801001900 | Cacao en grano crudo, los demás excepto para siembra | 2.001 | 2.536 | 536 |
| 0306171900 | Los demás langostinos (género de las familia penalidad) congelados | | 258 | 258 |
| 0811909900 | Las demás frutas y otros frutos con adición de edulcorante | 20 | 188 | 168 |
| 1604141000 | Atunes en conserva | | 119 | 119 |
| 1008509000 | Los demás | | 96 | 96 |
| 2005200000 | Papas (patatas) | | 93 | 93 |
| 2008999000 | Las demás frutas o frutos preparados o conservados de otro modo, incluidas las mezclas, no contempladas en otra parte | 42 | 105 | 63 |
| 0603199090 | Las demás flores y capullos frescos, cortados, no contemplados en otra partida | 165 | 224 | 59 |
| 2008910000 | Palmitos en conserva | 52 | 105 | 53 |
| 0810904000 | Pitahayas (cereus spp.) | 2 | 47 | 45 |
| Fuente: (Pro-Ecuador 2016) | | | | |
| Autor : Maricela Ayala | | | | |

Análisis.- De acuerdo al incremento de los productos en Ecuador en el último año ha incrementado en un 78% en sus exportaciones en especial en lo que es los alimentos procesados de acuerdo a la partida 200520000, de las papas (patatas) la cual en años anteriores su comercialización era muy baja, pero a partir del 2016 su variación es de 93 en miles de USD o cual es un oportunidad para incrementar la comercialización de este producto, sin embargo el crecimiento abarca a los productos de agricultura, acuicultura y pesca.

3.15.3 Oferta y Demanda de papa en Canadá

Ilustración 8: Crecimiento de la oferta y demanda de Canadá



Fuente: TRADEMAP

Autor: Maricela Ayala

Análisis.- Considerando el crecimiento anual del periodo 2011-2015 Canadá tiene un decrecimiento del (-3.06 %) de la participación del mercado mundial, en el que se pudo analizar que el (-2 %) de las importaciones mundiales de papa tuvo un caída, y de la misma manera se identificó un valor de 28.912 dólar americano miles de exportaciones, considerando que Canadá en anteriores años su producción era más elevada, siendo esto una oportunidad para Ecuador que tiene un alto rendimiento en el cultivo de papas.

3.16 ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR

3.16.1 Factores Político y Legal

Factor Político.- El actual estado ecuatoriano está conformado por cinco poderes, los cuales están obligados a llevar adelante al país, y cada uno de ellos cumplen funciones estos poderes son: legislativo, judicial, electoral, transparencia y control social. El actual gobierno de la revolución ciudadana

liderado por el presidente Rafael Correa impulsó al cambio de especialización productiva, la que permite al Ecuador generar un mayor valor agregado a la producción tomando en cuenta que Ecuador posee tres cuartas partes de las cuotas de producción de petróleo, el plan del buen vivir a desarrollado gran importancia a los sectores industriales dando un valor a la materia prima, con la ayuda de las entidades públicas que permiten el desarrollo económico del país como son Pro-Ecuador (Instituto de Promoción Exportaciones e Inversiones), MIPRO (Ministerio de Productividad), IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual), MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca), INIAP (Instituto Nacional de Investigación Agropecuaria) e IEPS (Instituto de Economía Popular y Solidaria) siendo estos encargados de fomentar la producción y comercialización a países extranjeros, sin embargo en los últimos años en el actual gobierno dada la situación económica lenta, Ecuador se vio obligado a reducir el gasto público y aumentar su nivel de deuda al 40%, con China como el principal acreedor.

Fomento a las exportaciones de productos nuevos, provenientes de actores nuevos -particularmente de la economía popular y solidaria-, o que incluyan mayor valor agregado -alimentos frescos y procesados, confecciones y calzado, turismo-. Con el fomento a las exportaciones buscamos también diversificar y ampliar los destinos internacionales de nuestros productos. (SNPD, pág. 12)

Factor legal.- El Ecuador para la realización de las exportaciones deberá regirse la normativa exigida por diferentes instituciones que velen la seguridad y transparencia del producto a exportarse en este caso deberán a cogerse al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones quien se encarga de la promoción de las exportaciones de bienes y servicios fomentando la desconcentración y diversificación de exportadores, productos y mercados, Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro (AGROCALIDAD) quien se encarga de certificar las condiciones y requisitos del producto en este caso permisos sanitarios, fitosanitarios los cuales respaldarán la calidad del producto. De la misma manera el exportador deberá regirse las barreras arancelarias y no arancelarias que exija el producto.

Mediante 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, publicado en el Registro Oficial No. 459 de fecha 31 de mayo del 2011, que instaura en su artículo 2 sus objetivos conforme el siguiente detalle “1. Alcanzar una adecuada promoción de la oferta exportable de bienes y servicios del Ecuador consolidando las exportaciones actuales y fomentando la desconcentración y diversificación de exportadores, productos y mercados 2. Lograr la diversificación y empoderamiento de la oferta exportable a través de la inversión que genere encadenamiento productivo e innovación tecnológica 3. Alcanzar una adecuada cultura exportadora, con énfasis en los nuevos actores del comercio exterior 4. Lograr la inserción estratégica en el comercio internacional de todos los productos nacionales, con especial énfasis en los bienes y servicios ofertados por las pequeñas y medianas empresas, y los actores de la economía popular y solidaria. “(Pro-Ecuador, 2015 pág. 1, Párr. 2-3)

3.16.2 Factores Socioeconómicos

Es muy importante conocer los factores sociales que tiene el Ecuador para poder comprender en qué condiciones se encuentra y poder realizar cualquier tipo de negociación, tomando en cuenta que el Ecuador en los últimos años atenido un cambio que beneficia al sector económico.

Tabla 21 Indicadores Económicos

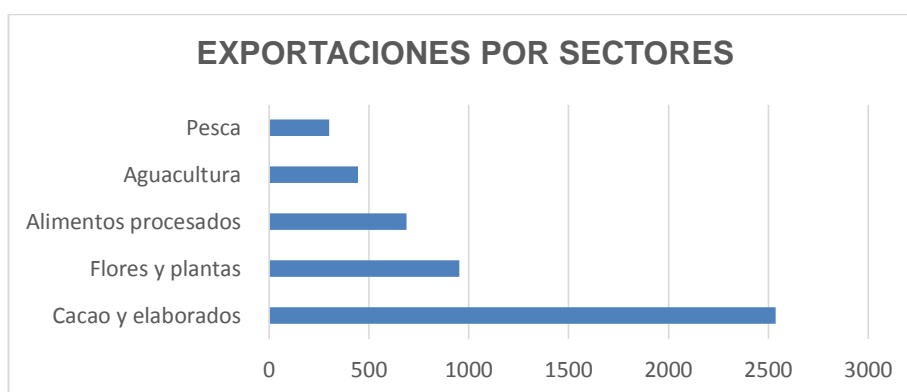
| CUENTAS NACIONALES | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 e |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|
| PIB (En miles de millones de dólares) | 87.62 | 94.47 | 100.54 | 98.93 | 101.70 |
| PIB per Cápita (US\$) | 5.645 | 5.989 | 6,273 | 6.077 | 6.153 |
| Inflación | 5.1% | 2.7% | 3.6% | 4.1% | 3.09% |
| Fuente: Santandertrade Autor: Maricela Ayala | | | | | |

Con relación a la economía ecuatoriana durante los últimos cinco años, ha ido intercalando de acuerdo al estimado al 2016 el PIB es de 101.70 en miles de dólares en base al consumo aparente de la población tomando encuesta que el PIB de Ecuador se compone esencialmente de los ingresos del petróleo y las exportaciones agrícolas ya que es mayor exportador mundial de banano y el segundo mayor exportador de camarón de cultivo.

Comercial

El Ecuador frente a la política comercial cuenta con una normativa que regula la oportunidad de establecer y regular los negocios internacionales en base al Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones COPCI (2010), y su reglamento, este permitirá a todo el sector económico productivo tener muy en claro el procedimiento a cual debe regirse al momento de hacer una exportación o negociación internacional, de acuerdo a lo expuesto en el Art. 93.- Fomento a la Exportación.- el estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y se promoverán mediante mecanismos de acuerdo al literal a) Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales.

Ilustración 9 Exportación de Ecuador a Canadá por sector



Fuente: PRO-ECUADOR 2016

Autor: Maricela Ayala

Análisis.- Según las estadísticas de Pro-Ecuador el rubro de exportaciones de Ecuador a Canadá, como mayor potencial es el cacao y sus derivados en valor FOB 2.535, de la misma manera las flores, plantas con un valor 954 en FOB, alimentos procesados con 688 valor FOB siendo esto algo muy favorable para las empresas procesados de alimentos, tomando en cuenta que Canadá es un país muy exigente en normas y técnicas de calidad, por otra parte Canadá aun siendo un país que tiene un gran potencial en acuicultura y pesca exporta desde Ecuador 746 en valor FOB, esto refleja el importante crecimiento de las exportaciones de Ecuador.

3.16.3 Acuerdo comerciales

En relación acuerdos comerciales entre los dos países son muy escasos pero con el pasar de los años el gobierno ecuatoriano ha tomado iniciativa, pero con relación a Canadá permite a los países con su apoyo a incrementar la economía siendo miembro de las Naciones más favorecida (NMF) con relación a la OMC y de la misma manera la Federación Iberoamericana de productores ('foreign investment promotion and protection agreement') FIPA la cual permite a pequeñas y medianas empresas a ejercer negocios en Canadá.

- Acuerdos multilaterales de países miembros de la OMC fecha de suscripción 21 de enero 1996 aún vigente en el cual prohíbe la discriminación de las mercancías.
- Uniones Aduaneras de países de los miembros Comunidad Andina fecha de suscripción 26 de mayo 1969 aún vigente.
- Tratado de libre comercio de América del Norte (TLCAN o NAFTA por sus siglas en inglés) en vigencia desde el primero de enero de 1994.

El acuerdo de libre comercio contempla la eliminación de tarifas y barreras para bienes y servicios entre los 12 países signatarios. Hay diferentes carteras de desgravación, pero se entiende que es el tratado de libre comercio más grande y amplio firmado. En julio de 2015 finalizó las negociaciones con Ucrania y el tratado se encuentra en el proceso de ratificación de los respectivos parlamentos. En agosto de 2014, Canadá finalizó las negociaciones con la Unión Europea. El acuerdo se encuentra en proceso de ratificación por parte de los parlamentos de ambas partes. (PRO-ECUADOR 2016)

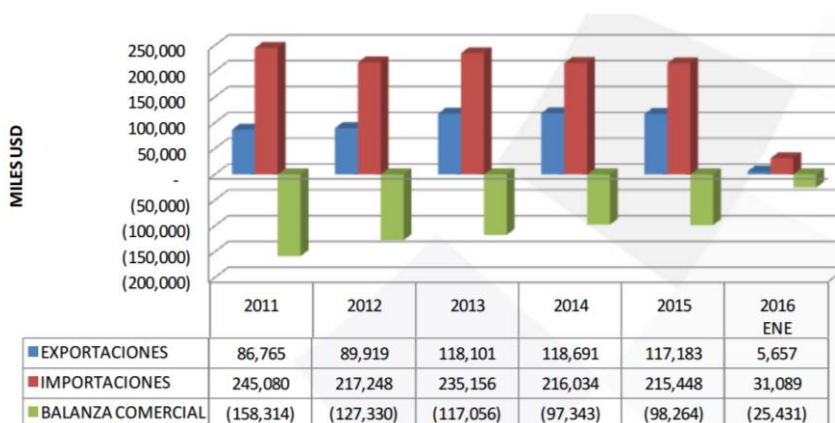
De la misma manera Ecuador tiene relaciones enfocadas a facilitar el ingreso a mercado canadiense para el desarrollo de pequeñas empresas mediante el convenio con TFO (Trade Facilitation Office Canadá la cual sigue vigente desde 2012 con la orden estipulada a fomentar las exportaciones para el ingreso a mercado canadiense. (Ministerio de Comercio Exterior 2015)

3.16.4 Balanza Comercial

Balanza comercial no petrolera Canadá y Ecuador

La balanza comercial no petrolera entre los dos países atenido una tendencia alta y baja de acuerdo a la gráfica, en la cual se puede observar a tendencia desde 2012 a Enero 2016.

Ilustración 8: Balanza Comercial no Petrolera Ecuador-Canadá



Fuente: Pro ecuador

Autor: Maricela Ayala

Análisis.- Como se puede analizar la gráfica anterior en relación a los últimos 5 años Ecuador y Canadá tienen una variación en relación a las importaciones y exportaciones, Ecuador importa en su valor máximo el 10% en trigo duro excepto para siembra, Canadá importa cacao en grano crudo, los demás excepto para siembra en mayor porcentaje 10.5 %, considerando que con la ayuda de Pro Ecuador de acuerdo a los datos estimados en lo referente a alimentos procesados y de acuerdo a la partida 2005.20.00.00 de papas (patatas) siendo uno principales productos que incrementan las exportaciones a Canadá por exigencias que tiene en relación a la calidad del producto y la manera como es procesado y enviado a lugar de destino, y de la misma manera la economía ecuatoriana se identifica por ser un país proveedor de materias primas de calidad , hoy en la actualidad con la ayuda de gobierno y Pro-ecuador Ecuador oferta productos procesados que garantizan la calidad del producto por lo cual se considera a Canadá como

un potencial de comercialización ya que se encuentra en el puesto 160 de los países que facilitan realizar negociaciones internacionales.

De acuerdo con los datos presentados en el perfil Pro Ecuador 2015 podemos analizar que la balanza comercial de nuestro país tiene, presenta el año 2014 un superávit en la balanza comercial total de 337 USD\$ millones, tomando en cuenta que las exportaciones ascendieron con el 6.6% a comparación de años anteriores y las importaciones descendieron a 0.3%.(PRO-ECUADOR, 2015-pág. -11)

Indicadores básicos de Ecuador

Los indicadores básicos nos permiten conocer el ámbito situacional del Ecuador identificando su población, el territorio e, de la misma manera verificar el crecimiento y decrecimiento inflacionario que tiene nuestro país, el analizar la situación del desempeño laboral.

Tabla 22: Indicadores Básicos de Ecuador

| | |
|---|-------------------------------|
| Población Total | 15, 100,000 habitantes (est.) |
| Territorio | 276,840 km ² |
| Moneda local | Dólar Norteamericano (USD) |
| Tasa de Alfabetización | 92.5% |
| Población econ. Activa | 6,719,500 habitantes |
| Tasa de desempleo | 4.7% (urbano - dato CEPAL) |
| Fuente: TRADEMAP Autor: Maricela Ayala | |

Tecnología en el Ecuador

El gobierno de la Revolución Ciudadana ha dado pasos importantes hacia un nuevo orden económico y social equitativo e inclusivo, impulsando decididamente la transformación del patrón de especialización productiva de la economía. Existen mejoras sustanciales en los indicadores de formación de capacidades en el marco de la educación y en el uso de tecnologías de conectividad y telecomunicaciones, asimismo se han alcanzado logros en infraestructura para la productividad sistémica como carreteras, desarrollo científico, cambio de matriz energética y dotación de bienes y servicios

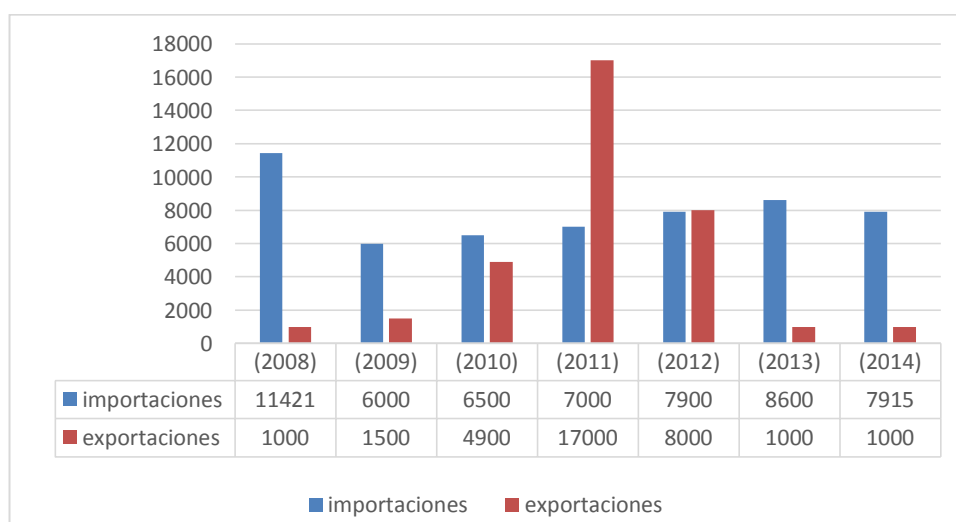
esenciales. De acuerdo al diario el comercio el “Ecuador mejoró su posicionamiento en el Índice de disponibilidad de Tecnología (NRI) en red, ocupando, actualmente, el puesto 82 entre 144 países estudiados.” (Diario El Comercio, 2014, Párr. 10).

Desde el punto de vista agrícola, de acuerdo a lo publicado en Pro Ecuador (2013), para el cultivo de papa “el MAGAP por intermedio de las Escuelas de la Revolución Agraria, realiza eventos de transferencia de tecnología, fortalecimiento de la asociativa y de procesos de gestión socio-empresarial” (párr. 3), que permiten crear cadenas productivas comprometidas con el ambiente, así como el aprovechamiento de los conocimientos técnicos para el manejo adecuado de huertos, que permitan reducir la pérdida de las cosechas por plagas y enfermedades de la planta.

3.17 ANÁLISIS DEL PRODUCTO

3.17.1 Balanza comercial de la papa

**Ilustración 9: Balanza Comercial de la papa del Ecuador
Toneladas
Periodo 2008-2014**



Fuente: MAGAP 2014

Autor: Maricela Ayala

Análisis.-De acuerdo a la grafica anterior podemos identificar que Ecuador en el año 2014 incrementó sus exportaciones de papa fresca en 31.18% con respecto al año 2013, sin embargo con relación a las importaciones tiene una tendencia al alza, año de mayor importación fue el 2008 con un valor de 11,421 t. Las importaciones del año 2014.

Producto Papa: Originaria de América del Sur, pero cultivada por todo el mundo la papa se destina principalmente para el consumo humano como un producto fresco este, producto tiene muchas variedades y maneras de consumirlas.

La papa se origina en los valles montañosos de América Latina, comenzando en la región de los Andes con pobladores de Ecuador, Perú y Bolivia. Las papas nativas son el resultado de un proceso de domesticación, selección natural y conservación, gracias al uso de tecnologías ancestrales inculcadas por los Incas. La creación de nuevas variedades de papas se debe al intercambio de polen y el flujo genético constante.

Ecuador, es uno de los centros de origen de variedades nativas, las cuales, 100 son conservadas en el INIAP. De estas, 10 variedades tienen presencia comercial dentro de los mercados rurales del país, otras son para el autoconsumo de los agricultores o para ocasiones especiales.


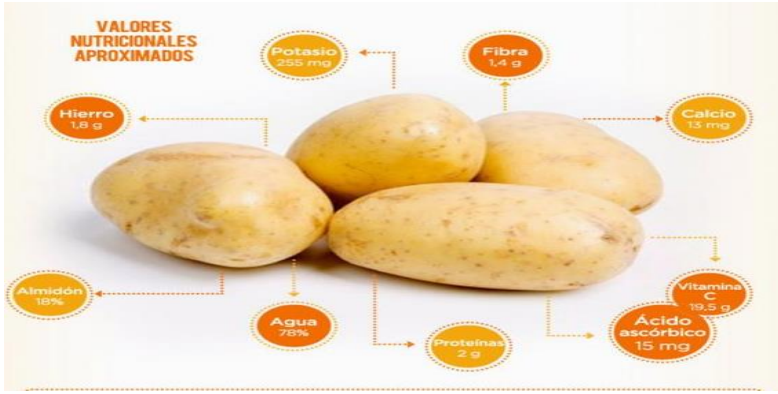
Residuos de plaguicidas: El producto deberá cumplir con los límites máximos permisibles de residuos por la autoridad competente o en su defecto por el MAGAP.

Tabla 23: Requisitos de Sanidad

| CARACTERÍSTICAS | GRADO DE CALIDAD | | |
|---|------------------|----------|-----------|
| | Primera | Segunda | Tercera |
| Desprendimiento de la piel | 1 | 1 | 3 |
| Cortes, cicatrices, magulladuras, grietas, rajaduras | 2 | 2 | 3 |
| Brotamiento, máximo | 0 | 0 | 2 |
| Pudrición seca, máximo | 0 | 0 | 2 |
| Pudrición húmeda, máximo | 0 | 0 | 1 |
| Comeduras, perforaciones, galerías (daños causados por insectos y roedores), máximo | 0 | 0 | 0 |
| Mezclas varietales | 2 | 2 | 2 |
| MÁXIMO PORCENTAJE ACUMULADO | 5 | 5 | 15 |
| Fuente: INIAP | | | |
| Autor: Maricela Ayala | | | |

Es muy importante tomar en cuenta cual es el proceso de cultivo de la papa el conocer todas las características y los valores nutricionales que tiene este producto para así dar a conocer a nuestro cliente que la materia prima disponible para la industrialización es de óptima calidad, ya que el producto es netamente natural, utilizando abonos orgánicos los cuales hacen que este producto sea muy atractivo para el comprador.

Tabla 24: Ficha técnica de la papa

| | | |
|---|----------------------------------|--|
| Nombre: | Papa Capiro |  |
| Familia: | Solanáceas | |
| Nombre Científico | Solanum Tuberosum | |
| Categoría: | Tubérculo | |
| CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL BIEN | | |
| Características físicas – | Organolépticas | |
| Aspecto físico: | Tubérculo carnoso con almidones | |
| Color: | Blanco amarillento | |
| Olor: | Característico | |
| Tamaño promedio: | Entre 8 a 10 cm de diámetro. | |
| Peso promedio: | Entre 100 y 200 gr. de diámetro. | |
| Características química nutricionales | | |
|  <p>VALORES NUTRICIONALES APROXIMADOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Potasio: 255 mg Fibra: 1.4 g Calcio: 15 mg Vitamina C: 19.5 g Acido ascórbico: 15 mg Proteínas: 2 g Agua: 75% Almidón: 19% Hierro: 1.5 g | | |
| Fuente: INIAP | | |
| Autor: Maricela Ayala | | |

Descripción

Es muy importante conocer del producto, y poder determinar la variedad que exige el consumidor ya que existe diversidad de presentaciones, gustos, sabores, cantidad calidad, y es muy importante resaltar los tipos de envases, diseños .

En general, los envases del sector de snack están orientados a entregar un producto bajo el concepto de “snack saludable” y “ready-to-eat”. El envase, el etiquetado, certificaciones, la información sobre las propiedades nutricionales del producto, etc., son todos elementos que pueden contribuir de una manera efectiva a posicionar el producto en relación a sus competidores. (MIFIC 2014)

Formas de consumo

El consumo de este producto tiene diversidad de formas, este producto se ha ido transformando con el pasar de los años, hoy lo consumen de diferentes maneras, las que más se destacan fundamentalmente son las Papas chips caseras sabor a pollo congeladas, Papas chips en forma de hojuelas, otros productos como la harina de papa y al puré deshidratado.

Ilustración 10 Formas de consumo



Fuente: Collage of some pictures
Autor: Maricela Ayala

Beneficios: La papa tiene muchos beneficios nutricionales como minerales, proteínas, vitaminas hidrosolubles, y fibra, estas son una de las mejores fuentes de hierro que cuando se consumen aportan más hierro que cualquier otro vegetal, este producto fortalece a los huesos por ser fuente de vitamina

C y de la misma manera es muy importante porque contiene cantidad de carbohidratos que son fuente de energía.

3.17.2 Análisis mercado producto Ecuador

Características del producto

Nuestros productores comercializan en el mundo papas chips con sus propias marcas, sin embargo también se elaboran productos con marcas solicitadas por los clientes, una modalidad que ha dado buenos resultados a nivel comercial. Los exportadores ecuatorianos con el paso del tiempo se han ido especializando en elaborar papas chips de calidad. Ellos han identificado las oportunidades en diferentes mercados y han desarrollado productos para que se adapten a esas necesidades. La gran mayoría de ellos cuenta con certificaciones de calidad que garantizan el ingreso de un producto óptimo para satisfacer los requerimientos de consumidores en todo el mundo.

Papas chips

Las Papas chips de bolsa, al ser un alimento rico en potasio, ayuda a una buena circulación, regulando la presión arterial por lo que es un alimento beneficioso para personas que sufren hipertensión. El potasio que contiene este aperitivo ayuda a regular los fluidos corporales y puede ayudar a prevenir enfermedades reumáticas o artritis.

Productores de papa chips y snack en el Ecuador

Las principales empresas ecuatorianas que exportan chifles y snacks de otros vegetales son las siguientes:

Tabla 25: Industrializadores de papa chips

| LISTA DE PRODUCTORES | PAGINA WEB |
|---|---|
| •The Exotic Blends-Samari S.A. | http://www.theexoticblends.com/ |
| •Ecofrut S.A. | http://www.ecofrut.com/ |
| •República del plátano EXPORTPLANTAIN S.A. | http://www.plantainrepublic.com |
| •Industrias alimenticias ecuatorianas s.a. INALECSA | http://www.inalecsa.com/ |
| •PlatayuccompañíaLimitada | http://www.platayuc.com/platayucesp/index.html |
| •Industria de alimentos procesados INALPROCES S.A. | http://www.kiwalife.com/en/ |
| •Procesadora de alimentos KUCKER | http://www.kucker.com/ |
| Fuente: TRADEMAP Autor: Maricela Ayala | |

Tabla 26: Exportadores de partida 2005200000

| CÓDIGO DE PRODUCTO | DESCRIPCIÓN | NOMBRE DE EXPORTADOR |
|---|--------------------|--|
| 2005200000 | PAPAS (PATATAS) | PEPSCICO ALIMENTOS ECUATORIANOS CÍA.LTDA |
| 2005200000 | PAPAS (PATATAS) | ALIMENTOS TAWA S.A |
| 2005200000 | PAPAS (PATATAS) | INDUSTRIALIZADORA DE ALIMENTOS PROCESADOS INALPROCES S.A |
| Fuente: TRADEMAP Autor: Maricela Ayala | | |

Como se puede observar en la tabla anterior podemos identificar que existen tres industrias que realizan exportaciones de papas chips con partida arancelaria 2005200000 de las papas (patatas).

3.17.3 Modo de producción

Tabla 27: Etapas fenológicas del cultivo de papa

| Etapas de producción | PAPA | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|--------|-----|-----|----------|-----|-----|------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| | MESES | | | | | | | | | | | |
| | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
| Siembra | ■ | | | | ■ | ■ | ■ | | | | ■ | ■ |
| Formación de estolones | ■ | ■ | ■ | | | ■ | ■ | | | | | |
| Floración | | ■ | ■ | ■ | | | | ■ | ■ | | | |
| Tuberización | | | ■ | ■ | ■ | | | | ■ | ■ | | ■ |
| Madurez fisiológica (cosecha) | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| | Carchi | | | Cotopaxi | | | Chimborazo | | | | | |
| | ■ | | | ■ | | | ■ | | | | | |

Fuente: SINAGAP, Zona 1
Autor: Maricela Ayala

Análisis.- De acuerdo a tabla de etapas de cultivo podemos identificar que la producción de la papa se la realiza semestralmente, ya que su siembra se la realizara en Enero y Junio, la formación o crecimiento será en el mes de Febrero y al transcurso de Marzo y Abril se realizará la floración, tuberización de la papa, para su terminación de madurez y cosecha serán en los últimos meses Mayo y Junio lo cual estar listas para su comercialización.

Tabla 28: Ficha técnica del producto a exportar

| DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO | | LOGOTIPO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|---|--|-----------------|--|------------------|--|---------------------------|--|------------------------------------|--|--------|--|--|---------------|--------------------------------|--|---------------------------|------|-------------------------|-----|-------------------|-----|---------------------------------------|-----|-------------------------------|------|-------------------------------------|-----|--------------------|-----|---------------------|-----|--------------------------------|-----|------------------------|-----|------------------------|------|-------------------|-----|------------|-----|
| Denominación del producto: | Papas chips |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Nombre Específico: | Patata, papas | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Nombre Comercial: | Tu caserita chips | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Partida Arancelaria: | 2005.20.00.00 (de las demás) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Descripción arancelaria: | En rodadas, finas ,fritas incluso, saladas o aromatizadas, idóneas para su consumo inmediato | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PROPIEDADES GENERALES | | ETIQUETADO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO: | | Denominación del producto. | Papas Chips | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Características organolépticas: | Aspecto, textura, color, olor y sabor propias del producto | Lista de ingredientes. | Papas en hojuela , sal ,aromatizante sabor a pollo, | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Características físico-químicas: | Humedad: < 3% ,Sal: < 5% | Condiciones de conservación. | Mantener el producto en lugar fresco y seco , consumir todo una vez abierto | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Características nutricionales: | Valor energético: 539 kcal/100g | Peso neto. | 28 g | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PROCESO DE ELABORACIÓN: | | Lote. | Fecha de fabricación Fecha de vencimiento | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1º. Lavado del tubérculo |  | Código de barras: |  414533 043847 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2º Pelado de patata cruda. | | Vida útil del producto: | 100 días en su envase original | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3º. Selección por tamaño y cortado | | INFORMACIÓN NUTRICIONAL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4º. Fritura y cocción | | <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Nutrition Facts</th> </tr> <tr> <th colspan="2">Valeur nutritive</th> </tr> <tr> <td colspan="2">Per about 28 chips (50 g)</td> </tr> <tr> <td colspan="2">pour environ 28 croustilles (50 g)</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Teneur</td> </tr> <tr> <td></td> <td>% Daily Value</td> </tr> <tr> <td>Calories / Calories 200</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Fat / Lipides 15 g</td> <td>30 %</td> </tr> <tr> <td>Saturated / Saturés 1 g</td> <td>2 %</td> </tr> <tr> <td>Trans / Trans 0 g</td> <td>0 %</td> </tr> <tr> <td>Cholesterol / Cholestérol 0 mg</td> <td>0 %</td> </tr> <tr> <td>Sodium / Sodium 110 mg</td> <td>17 %</td> </tr> <tr> <td>Carbohydrate / Glucides 28 g</td> <td>6 %</td> </tr> <tr> <td>Fiber / Fibres 2 g</td> <td>4 %</td> </tr> <tr> <td>Sugars / Sucres 2 g</td> <td>4 %</td> </tr> <tr> <td>Protein / Protéines 3 g</td> <td>6 %</td> </tr> <tr> <td>Vitamin A / Vitamine A</td> <td>0 %</td> </tr> <tr> <td>Vitamin C / Vitamine C</td> <td>20 %</td> </tr> <tr> <td>Calcium / Calcium</td> <td>2 %</td> </tr> <tr> <td>Iron / Fer</td> <td>0 %</td> </tr> </thead> </table> | | Nutrition Facts | | Valeur nutritive | | Per about 28 chips (50 g) | | pour environ 28 croustilles (50 g) | | Teneur | | | % Daily Value | Calories / Calories 200 | | Fat / Lipides 15 g | 30 % | Saturated / Saturés 1 g | 2 % | Trans / Trans 0 g | 0 % | Cholesterol / Cholestérol 0 mg | 0 % | Sodium / Sodium 110 mg | 17 % | Carbohydrate / Glucides 28 g | 6 % | Fiber / Fibres 2 g | 4 % | Sugars / Sucres 2 g | 4 % | Protein / Protéines 3 g | 6 % | Vitamin A / Vitamine A | 0 % | Vitamin C / Vitamine C | 20 % | Calcium / Calcium | 2 % | Iron / Fer | 0 % |
| Nutrition Facts | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Valeur nutritive | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Per about 28 chips (50 g) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| pour environ 28 croustilles (50 g) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Teneur | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | % Daily Value | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Calories / Calories 200 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fat / Lipides 15 g | 30 % | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Saturated / Saturés 1 g | 2 % | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Trans / Trans 0 g | 0 % | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Cholesterol / Cholestérol 0 mg | 0 % | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sodium / Sodium 110 mg | 17 % | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Carbohydrate / Glucides 28 g | 6 % | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fiber / Fibres 2 g | 4 % | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sugars / Sucres 2 g | 4 % | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Protein / Protéines 3 g | 6 % | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Vitamin A / Vitamine A | 0 % | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Vitamin C / Vitamine C | 20 % | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Calcium / Calcium | 2 % | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Iron / Fer | 0 % | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5º. Secado | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6º. Condimentar y salar | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7º. Enfriado | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8º. Pesado y envasado. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CONTROL DE CALIDAD DE PRODUCTO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| El producto está sometido a continuos controles que garantizan la calidad del producto final, y periódicamente un laboratorio externo autorizado realiza analíticas microbiológicas del producto | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Autor :Maricela Ayala | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Tabla 29: Proceso de elaboración de papas chips sabor a pollo

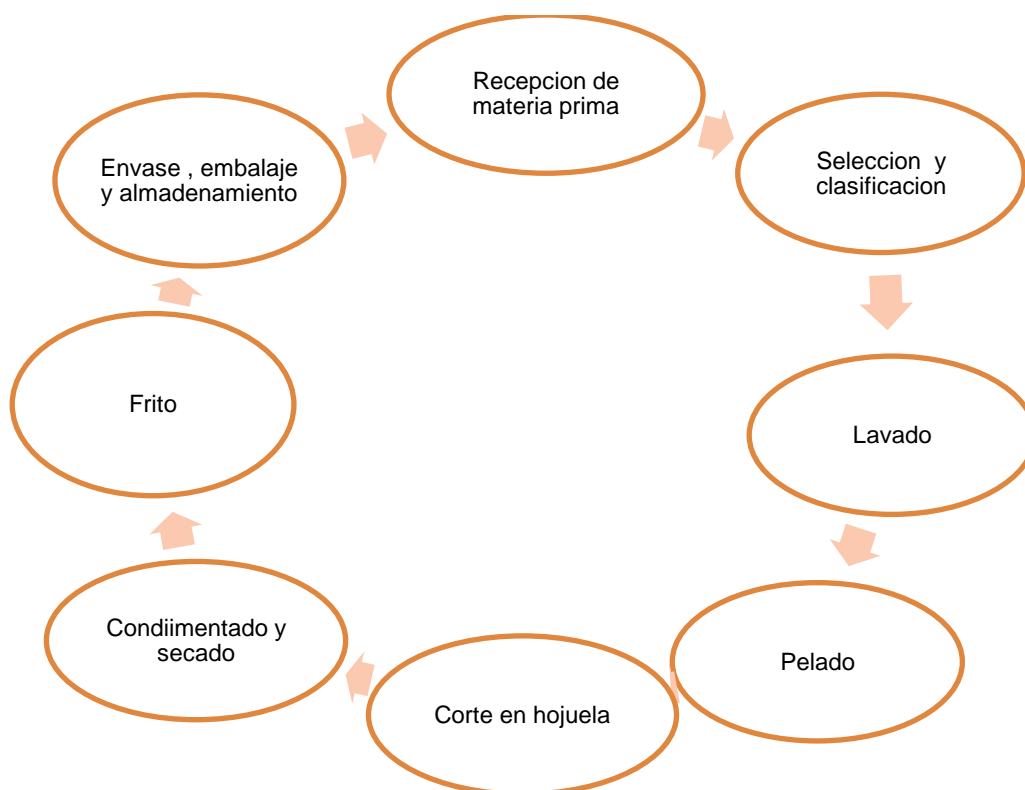
| PROCESO DE ELABORACIÓN DE PAPAS CHIPS CASERAS SABOR A POLLO | |
|---|--|
| Al momento de comprar la materia prima se realiza la elección de la variedad adecuada, previo una prueba de fritura, luego se realiza la compra pesando el producto. | |
| Lavado | |
| El lavado se realiza simplemente en agua, sin el uso de doro u otros detergentes, luego se hace el enjuagado para meter a la peladora. Al momento de realizar el lavado se van eliminando o seleccionando aquellos productos dañados. | |
| Pelado | |
| El pelado en la mayor parte de los talleres es con máquinas rotatorias con discos de carborundo, es decir que es un pelado abrasivo. Esta operación se realiza con ayuda de agua, que va eliminando la cáscara. Esta etapa es muy crítica, ya que con las papas nativas (con tubérculos de ojos profundos), en el pelado se pierde mucha pulpa. | |
| Cortado en hojuelas | |
| El cortado en rodajas se hace con pequeñas máquinas electrodomésticas de cocina, ya sean manuales o eléctricas. En esta operación algunas variedades comienzan a sufrir procesos de oscurecimiento de tipo enzimático y no enzimático. | |
| Segundo lavado | |
| El lavado de la papa ya cortada en rodajas tiene dos finalidades, el alejar el almidón que provoca que se adhieran dos rodajas entre sí en la fritura y el aprovechamiento del almidón. En sólo cuatro industrias se aprovecha la precipitación del almidón como sub producto comercial, en la mayoría de los casos éste se desecha. Este lavado se realiza generalmente en fuentes de plástico. | |
| Fritura | |
| Cuando el aceite está caliente, se echan las papas en la fritadora, que es un Recipiente grande calentado con quemadores a gas (barriles metálicos cortados por la mitad) .Luego de la cocción se saca el producto con coladeras para que se escurra el aceite. En general la mayor parte de los artesanos prefieren usar aceite Sao o Rico que tienen mayor grado de hidrogenación menor posibilidad de enrancia miento). El aceite generalmente se re-usa de cuatro a seis días, filtrando sus impurezas. Cada día. En esta etapa, algunos fabricantes aprovechan para colocar algunos Saborizantes y sal, otros lo hacen después del enfriado. | |
| Envases | |
| Luego de haber salado y aromatizado el producto se procede al enfriamiento, al término de su enfriamiento se utiliza la empacadora la cual envasara el producto con la cantidad necesaria de acuerdo a lo requerido por el comprador. | |
| Empaque | |
| Luego de haber envaso el producto se procede a lo que es el empaque, en este caso las fundas de polipropileno-aluminio las papas se las colocara en cajas donde de la misma manera deberá ir con normas exigidas en el país de destino como son pictogramas datos de orden de embarque, país de origen y de destino cantidad de peso neto total de la caja y especificar el número de unidades, nombre de la industria o empresa que lo envía. | |
| Etiquetado | |
| El etiquetado ya viene impreso en las fundas de acuerdo a la exigencia del país de destino como es en inglés y francés, contenido neto fecha de caducidad y valores nutricionales, | |
| Autor : Maricela Ayala | |

La anterior ficha detalla las características más importantes de las Papas chips caseras sabor a pollo en valor nutritivo en proteínas, grasas saturadas, energía por ser un producto natural concientiza a los consumidores hacia un estilo de vida más saludable ya que las papas del cantón Montúfar su abono es orgánico lo que hace que la papa capiro para su procesamiento sea natural y así tenga mayor acogida con los canadienses. El siguiente ilustración grafica se indica cómo debe ir las Papas chips caseras sabor a pollo etiquetada y específico idioma: en inglés y francés, tales como nombre, cantidad y volumen netos, ingredientes, vida útil, etc.

Procesos de transformación Procesos de transformación

La totalidad de las industrias procesadoras de papa frita en hojuelas, deberá cumplir con el siguiente proceso:

Ilustración 11: Proceso de transformación de la papa chips



Autor: Maricela Ayala

Beneficios.- La papa tiene muchos beneficios nutricionales como minerales, proteínas, vitaminas hidrosolubles, y fibra, estas son una de las mejores fuentes de hierro que cuando se consumen aportan más hierro que cualquier otro vegetal, este producto fortalece a los huesos por ser fuente de vitamina C y de la misma manera es muy importante porque contiene cantidad de carbohidratos que son fuente de energía.

Ilustración 12: Empaque y etiquetado

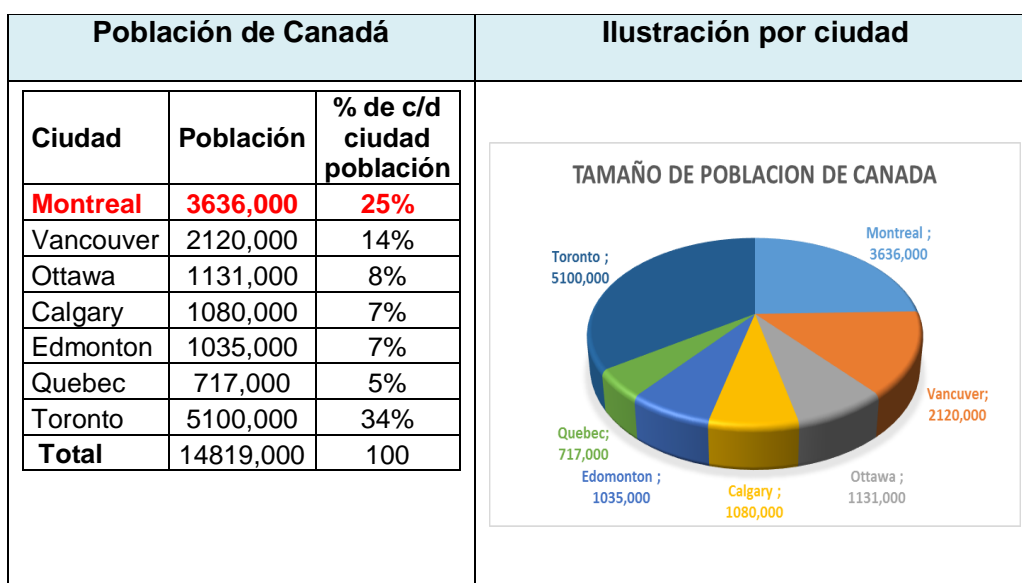


Autor: Maricela Ayala

3.17.4 Definición de mercado

Cabe mencionar que de acuerdo al estudio realizado se ha determinado como mercado objetivo Montreal –Canadá el cual tiene una población de 3.636.000 habitantes donde representa el 25% de total de su población, a la que vamos a bastecer con el 1.06% de la población de Montreal ya que esto será dirigida a los brokes quien se encargaran de distribuir el producto destinada como son “TU CASERITA CHIPS”.

Ilustración 13: Tamaño de la población de Canadá



Fuente: TRADEMAP

Autor: Maricela Ayala

3.18 PROYECCIONES DEL ESTUDIO

Producción Nacional

En el año 2015 la producción de papa en Canadá fue 32 Tn/h área cosechada 158.927 por hectárea en cantidad 4. 970 .938 Toneladas ,para los siguientes años se estima que se incrementa este valor en un 15%, siendo este un porcentaje constante, debido a que esta tasa de crecimiento anual en la producción de papa se ha mantenido desde 1990- (FAOSTA, 2015)

Importaciones

Se toman en cuenta las importaciones en toneladas desde el año 2010 a 2014, para proyectar los valores de los próximos años se lo realiza a través del método de mínimos cuadrados quedando de la siguiente manera.

Tabla 30 Importaciones

| | Año (X) | Importaciones (Y) | XY | X² |
|------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|----------------------|
| 2011 | 1 | 34.666,00 | 34.666,00 | 1 |
| 2012 | 2 | 36.687,00 | 73.374,00 | 4 |
| 2013 | 3 | 36.908,00 | 110.724,00 | 9 |
| 2014 | 4 | 32.866,00 | 131.464,00 | 16 |
| 2015 | 5 | 35.471,20 | 177.456,00 | 25 |
| N | 15 | 176.598,20 | 1747461 | 55 |
| Autor: Maricela Ayala | | | | |

Realizado el cálculo anterior se obtiene N que corresponde a la sumatoria total, luego se calculan las variables a y b con la siguiente formula:

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum y \cdot \sum x^2 - \sum x \cdot \sum xy}{N \sum x^2 - (\sum x)^2} = \frac{1.799.141}{170} = 10.583,18$$

$$b = \frac{N \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2} = \frac{2.121.389}{170} = 12.478,75$$

Para realizar la proyección se aplica la formula **Y = a + bx** teniendo en cuenta que x toma el valor de los años siguientes donde x= 6, 7, 8, 9, 10, 11 para proyectar los años del 2015 a 2020.

Tabla 31 Importaciones proyectadas

| Proyección Importaciones | |
|---------------------------------|-----------|
| 2015 | 35.471,20 |
| 2016 | 35.695,40 |
| 2017 | 35.919,60 |
| 2018 | 36.143,80 |
| 2019 | 36.368,00 |
| 2020 | 36.592,20 |
| Autor: Maricela Ayala | |

Exportaciones

Para este cálculo se consideran las exportaciones en toneladas desde el año 2012 a 2016, para proyectar los valores de los próximos años también se aplica el método de mínimos cuadrados tal y como en la importaciones.

Realizado el cálculo anterior se obtiene N que corresponde a la sumatoria total, luego se calculan las variables a y b con la siguiente formula:

Tabla 32 Exportaciones

| | Año (X) | Exportaciones (Y) | XY | X² |
|------------------------------|----------------|--------------------------|-----------------|----------------------|
| | 2011 | 15.765,10 | 15765,1 | 1 |
| | 2012 | 13.852,00 | 55408 | 4 |
| | 2013 | 11.940,00 | 107460 | 9 |
| | 2014 | 10.027,60 | 160441,6 | 16 |
| | 2015 | 8.115,10 | 202877,5 | 25 |
| | N | 15 | 6.202,60 | 55 |
| Autor: Maricela Ayala | | | | |

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum y \cdot \sum x^2 - \sum x \cdot \sum xy}{N \sum x^2 - (\sum x)^2} = \frac{4.776.002}{170} = 28094,12$$

$$b = \frac{N \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2} = \frac{248.104}{-170} = -1459,43$$

Para realizar la proyección se aplica la formula $Y = a + bx$ teniendo en cuenta que x toma el valor de los años siguientes donde x= 6, 7, 8, 9, 10, 11 para proyectar los años del 2015 a 2020.

Tabla 33: Exportaciones proyectadas

| Proyección Exportaciones | |
|--------------------------|-----------|
| 2015 | 15.765,10 |
| 2016 | 13.852,00 |
| 2017 | 11.940,00 |
| 2018 | 10.027,60 |
| 2019 | 8.115,10 |
| 2020 | 6.202,60 |
| Autor: Maricela Ayala | |

3.18.1 Consumo nacional aparente

“El consumo nacional aparente es un indicador base que equivale a la suma de la producción nacional más importaciones menos exportaciones”. (Pozo, 2013, p.62” De acuerdo con instituto de nutrición centro americana (INCA 2016) indica que el consumo aparente constituye una forma rápida para conocer el consumo de los hogares. Para el cálculo del consumo aparente se utilizara la siguiente:

$$\text{CNA} = \text{PN} + \text{M} - \text{X}$$

Demanda efectiva

Para realizar este cálculo se tomó como datos la población de Montreal-Canadá, tomando como referencia la distribución de la edad en el rango de 5 a 64 años, siendo el 79%, que es donde se encuentran los consumidores potenciales de bebidas alcohólicas.

Además se tuvo en cuenta el consumo recomendado de licor según la FAO que es de 4,5 kg. Para obtener el consumo real en kilogramos se dividió el consumo nacional aparente para la población de Canadá, de igual manera se resta el consumo real al recomendado obteniendo así el déficit por habitante que existe en el mercado Canadá.

Tabla 34: Demanda Efectiva

| Año | CNA | Población Canadá 79% | Consumo Per cápita Anual | | Déficit |
|------|-----------|----------------------|--------------------------|------------|---------|
| | Tn. | | Real Kg. | Recom. Kg. | Kg. |
| 2011 | 52.108,00 | 34.342.780,00 | 2,83 | 4,50 | 1,67 |
| 2012 | 58.907,00 | 34.754.312,00 | 3,01 | 4,50 | 1,49 |
| 2013 | 50.889,00 | 35.030.609,00 | 3,18 | 4,50 | 1,32 |
| 2014 | 49.805,26 | 35.317.954,47 | 3,36 | 4,50 | 1,14 |
| 2015 | 56.115,31 | 35.703.707,70 | 3,53 | 4,50 | 0,97 |
| 2016 | 59.084,46 | 36.043.571,68 | 3,71 | 4,50 | 0,79 |
| 2017 | 62.052,52 | 36.383.435,66 | 3,89 | 4,50 | 0,61 |
| 2018 | 65.020,97 | 36.723.299,64 | 4,07 | 4,50 | 0,43 |
| 2019 | 67.989,52 | 37.063.163,62 | 4,24 | 4,50 | 0,26 |
| 2020 | 70.958,07 | 37.403.027,60 | 4,41 | 4,50 | 0,09 |

Fuente: Investigación, FAO
Autor: Maricela Ayala

3.18.2 Oferta exportable

Para determinar la oferta nos basamos la asociación de Canchaguano la cual consta de veinte productores, pero se consideró los 7 principales que tienen mayor producción.

Tabla 35: Oferta exportable

| N° | C.I | LISTA DE PRODUCTORES | TIPO DE PAPA | HECTÁREAS DE CULTIVO | PROD. TN (1H-15TN) | PRODUCCIÓN QUINTALES (1-10 qq) | OFERTA PARA INDUSTRIALIZADORA QQ | OFERTA PARA INDUSTRIALIZADORA EN (TN) |
|----|----------------|----------------------|--------------|----------------------|--------------------|--------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|
| 1 | 0401431 192 | CHIPU PULISTAR | Papa Capiro | 4,00 | 60,00 | 600,00 | 90 | 9 |
| 2 | 0400952 495 | JENY TAMAR | Papa Capiro | 3,00 | 45,00 | 450,00 | 72 | 7,2 |
| 3 | 0400601 514 | MARCO RAMIRO | Papa Capiro | 3,00 | 45,00 | 450,00 | 72 | 7,2 |
| 4 | 0401145 727 | EDGAR VINICIO | Papa Capiro | 4,00 | 60,00 | 600,00 | 90 | 9 |
| 5 | 0400879 193 | EDGAR ERNESTO | Papa Capiro | 5,00 | 75,00 | 750,00 | 113 | 11,3 |
| 6 | 1707869 408 | SEGUNDO GILBERTO | Papa Capiro | 30,00 | 450,00 | 4500,00 | 675 | 67,5 |
| 7 | 0400750 774 | JORGE OSWALDO | Papa Capiro | 3,00 | 45,00 | 450,00 | 72 | 7,2 |
| | | | | 52 | 780 | 7800 | 1184 | 118,4 |

Fuente: Investigación Directa
Autor: Maricela Ayala

De acuerdo a los datos proporcionados por la asociación de Canchaguano se pudo identificar que cada productor puede ofertar un 16% de la producción obteniendo 118,4Tn para el procesamiento de papas chips, de las cuales se están destinadas para el procesamiento 114 Tn anual de las cuales se procesara 9.50Tn mensualmente de acuerdo a lo requerido por el brokers tomando en cuenta contradicciones como desperdicios y papas en mal estado.

3.18.3 Demanda insatisfecha

Obtenido el déficit en kilogramos por habitante es necesario multiplicar este resultado por la población objeto de estudio como es la ciudad de Montreal-Canadá, teniendo en cuenta que los consumidores potenciales se encuentran en un rango de edad de 5 a 64 años.

Tabla 36: Rango de edad de consumo

| Uno de cada siete canadienses pertenecen a la tercera edad | | |
|---|---------------------------|--------------------------|
| Edad | Personas(millones) | % de la población |
| Menor de 14 | 5.6 | 17% |
| 15-24 | 4.5 | 14% |
| 25-44 | 8.4 | 25% |
| 45-64 | 8.7 | 23% |
| 65+ | 5.5 | 14% |

Fuente: Investigación TFO Canadá
 Autor: Maricela Ayala

Tabla 37: Proyección del estudio de la demanda insatisfecha







| AÑOS | X (-) | M (+) | PRODUC T (+) | CNA | POBLACIÓN NACIONAL DE CANADÁ | CONSUMO PER CAPITAL ANUAL | | DÉFICI T | POBLACIÓN ESTRATIFIC ADO MONTREAL | DÉFICIT TOTAL MONTREAL (KG) | DEMANDA INSATISFECHA EN (TN) | |
|-------|-----------|-----------|--------------|-----------|------------------------------|---------------------------|-------------------|----------|-----------------------------------|-----------------------------|------------------------------|----------|
| | TM | TM | TM | TM | | REAL (KG) | RECOMEND ADO (KG) | (KG) | | | (KG) | (TN) |
| 2011 | 19.907,00 | 34.666,00 | 37.349,00 | 52.108,00 | 34.342.780,00 | 2,83 | 4,50 | 1,67 | 2.448.180,02 | | | |
| 2012 | 18.832,00 | 36.687,00 | 41.052,00 | 58.907,00 | 34.754.312,00 | 3,01 | 4,50 | 1,49 | 2.477.516,74 | | | |
| 2013 | 18.414,00 | 36.908,00 | 32.395,00 | 50.889,00 | 35.030.609,00 | 3,18 | 4,50 | 1,32 | 2.497.213,01 | | | |
| 2014 | 15.765,00 | 32.866,00 | 32.704,26 | 49.805,26 | 35.317.954,47 | 3,36 | 4,50 | 1,14 | 3.596.709,85 | | | |
| 2015 | 15.765,10 | 35.471,20 | 36.409,21 | 56.115,31 | 35.703.707,70 | 3,53 | 4,50 | 0,97 | 2.545.200,00 | 2.468.844,00 | 2.468,84 | 241 |
| 2016 | 13.852,00 | 35.695,40 | 37.241,06 | 59.084,46 | 36.043.571,68 | 3,71 | 4,50 | 0,79 | 2.569.427,79 | 2.029.847,95 | 2.029,85 | 253 |
| 2017 | 11.940,00 | 35.919,60 | 38.072,92 | 62.052,52 | 36.383.435,66 | 3,89 | 4,50 | 0,61 | 2.593.655,57 | 1.582.129,90 | 1.582,13 | 278 |
| 2018 | 10.027,60 | 36.143,80 | 38.904,77 | 65.020,97 | 36.723.299,64 | 4,07 | 4,50 | 0,43 | 2.617.883,36 | 1.125.689,84 | 1.125,69 | 320 |
| 2019 | 8.115,10 | 36.368,00 | 39.736,62 | 67.989,52 | 37.063.163,62 | 4,24 | 4,50 | 0,26 | 2.642.111,15 | 686.948,90 | 686,95 | 354 |
| 2020 | 6.202,60 | 36.592,20 | 40.568,47 | 70.958,07 | 37.403.027,60 | 4,41 | 4,50 | 0,09 | 2.666.338,93 | 239.970,50 | 239,97 | 377 |
| TOTAL | 138.820,4 | 357.317,2 | 374.433,3 | 592.930,1 | | | | | | 8.133.431,10 | 8.133,43 | 1.823,10 |

Fuente: Statis Canadá – TRADEMAP
Autor: Maricela Ayala

Análisis: Mediante la demanda insatisfecha podemos identificar que la Canadá requiere de 253(Tn) anuales siendo esto un valor positivo en el que a partir del año 2016 - 2020 se puede identificar un gradual crecimiento de adquisición del producto estudiado, permitiendo el ingreso al mercado canadiense, siendo esto una oportunidad para las empresas industrializadoras de Papas chips caseras sabor a pollo. Sin embargo podemos identificar que el consumo nacional aparente es de 4,5% según los habitantes de la población de Montreal-Canadá, en el que se determinó los datos expuesto en base a las exportaciones e importaciones que realiza Canadá.

Considerando que Montreal-Canadá por ser una ciudad con un alto nivel de población y de acuerdo al TFO podemos identificar que “Canadian Society of Customs Brokers” – en español "Sociedad Canadiense de compradores & brokers " encargados de distribuir a las demás ciudades que conforma Canadá identificamos a los siguientes:

Tabla 38: Lista de Brokers-Montreal-Canadá


| BROKERS | MARCA | CORREO DE CONTACTO | LOGO |
|---|--------------------------------------|-----------------------------------|---|
| NONG SHIM | POTATO SNACK | www.nongshimus a.com |  |
| KETTE | BRAND UNSALTED CHIPS | http://www.kettleb rand.com |  |
| STACY'S | PITA CHIPS | http://www.stacys snacks.com |  |
| POPCHIPS | SOUR CREAM | www.popchips.co m |  |
| GLUTEN GIBEAU | PROTEIN CHIPS ORANGE JULEP INC | www.glennys.com www.gibeau.com |  |
| ALIMENTS CIBONA | FOODS INC | www.alimentsciob ona.com |  |
| Fuente: Statis Canadá – TRADEMAP Autor: Maricela Ayala | | | |

Análisis.- Luego de identificar diversos brokers de Montreal-Canadá hemos identificado a siete de los cuales cuentan con páginas web en donde se puede ingresar datos de contacto y correos electrónicos en el cual se obtuvo una respuesta mediante email con la empresa “KETTE” que es una empresa importadora de diversos productos procesados como snack u otros. (Ver en anexos)

Motivos de consumo La frecuencia diaria del consumo de snacks tiene tendencia creciente. Como ejemplo, un 43% de los consumidores prefieren tener un snack entre 3 a 4 veces al día, en relación al 24 en el 2015.*55% de consumidores prefieren comer algo que tenga buen sabor a algo que sea saludable.*60% de los consumidores pican por gusto ,más no por hambre*32% de consumidores consumen snacks por satisfacer cierto deseo específico*4% Consumen snacks por diversión e indulgencia Alrededor del 75% prefieren consumir sus marcas favoritas 40% de estos consumidores los prefieren cuando están oferta.*10.3% decrecimiento han tenido los snacks naturales y orgánicos en los últimos tres años, según el Nutrición Business Jornal 2015.*87% de los consumidores tienen intención de comer más sano, según el estudio de State of the Snack Industry 2015.(PRO-ECUADOR ,2015. Pág. 12-13. Párr.-2)

3.18.4 Producción de papa en el Cantón Montufar

Ilustración 14: Productores de papa del Carchi

|  Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca Dirección Provincial Agropecuaria del Carchi | | | |
|--|----------|------------------|----------|
| RESUMEN DE PRODUCTORES DE PAPA EN LA PROVINCIA DEL CARCHI | | | |
| NRO. | CANTON | NRO. PRODUCTORES | NRO.HAS |
| 1 | TULCAN | 874 | 2.044,54 |
| 2 | HUACA | 339 | 959,6 |
| 3 | MONTUFAR | 428 | 1518,80 |
| 4 | BOLIVAR | 197 | 318,3 |
| 5 | ESPEJO | 399 | 838,73 |
| 6 | MIRA | 62 | 246,4 |
| TOTAL | | 2.299,00 | 5.926,37 |

Elaborado por: Edison Paguay
 Fuente: Sistema CONPA
 Actualizado al: 31-03-2016
 Fecha de elaboracion: 24 -05-2016

Fuente: Dirección provincial agropecuaria del Carchi
Autor: Maricela Ayala

Competencia nacional




En el Ecuador existe diversidad de empresas que son dedicadas a la comercialización y exportación de productos elaborados como la papa, el plátano la zanahoria yuca entre otros vegetales. Ya que los snacks y chifles son sus primordiales productos de exportación.

Algunas empresas exportadoras:

- CARNELSA S.A.
- SUNWORK S.A.
- Artesanía agrícola ARTEAGRÍCOLA Ltda.
- PREVALECÍA Ltda. Productos alimenticios ecuatorianos
- Sociedad de hecho EXOTIC CHIPS Co.
- Agrícola MONTEBELLO S.A.

Tomando en cuenta que muchas empresas ecuatorianas exportadoras fabrican este producto bajo la modalidad de marcas blancas. Es decir, fabrican el producto y lo empacan para alguna empresa privada en el extranjero con dicha marca extranjera.

Tabla 39: Estimación del precio en Ecuador.






| PRODUCTO | MARCA | PRECIO |
|---|-------------|------------|
|  | Ruffles 28g | 0,35 ctvs. |
|  | Rizadas 28g | 0,35 ctvs. |
|  | Lays 28g | 0,50 ctvs. |

Fuente: Investigación directa comercial AKI
Autor: Maricela Ayala

Precios del producto en país destino

Según Canadá es un mercado de precio en multitud de productos. Un 75% de los canadienses declaran ahorrar habitualmente en la compra de productos de alimentación y consumo mediante ofertas de descuento y paquetes, frente a un 57% de la población.

Tabla 40: Precio Referencial de Canadá

| PRODUCTO | MARCA | PESO | PRECIOS | | |
|---|---|--------|---------|-------|------------|
| | | | CANT. | VALOR | VAL. UNIT. |
|  | NONG SHIM POTATO SNACK www.nongshimusa.com | 0.45 g | 30 | 39.99 | 1.33 |
|  | KETTE BRAND UNSALTED CHIPS http://www.kettlebrand.com | 0.50 g | 15 | 34.99 | 2.33 |
|  | STACY'S PITA CHIPS http://www.stacyssnacks.com/ | 0.28 g | 12 | 26.99 | 2.24 |
|  | POPCHIPS SOUR CREAM www.popchips.com | 0.35g | 12 | 30.49 | 2.54 |
|  | GLUTEN PROTEIN CHIPS www.glennys.com/ | 0,28g | 6 | 5.99 | 0.99 |
| VALOR PROMEDIO EN PAIS DE ORIGEN | | | | | 1.88 |
| Fuente: Investigación directa comercial AKI | | | | | |
| Autor: Maricela Ayala | | | | | |

Considerando los precios estimados por industrializadoras canadienses podemos determinar que los precios son muy altos en comparación a los precios ecuatorianos siendo esto una oportunidad más para la comercialización de papas chips.

CAPÍTULO IV

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

Una vez terminada la investigación y determinado el país donde nuestro producto tiene la viabilidad de exportación, podemos concluir que Canadá es un país que al tener una economía estable permite que la empresa a crearse tenga una posibilidad de comercializar su producto al mercado canadiense.

- En el Ecuador en especial en la provincia de Montúfar al tener una producción alta de papas, garantiza a la industrializadora contar con la materia prima suficiente para la transformación de su producto ya que la asociación de Canchaguano está dispuesta ofertar 10 Tn de papa Capiro mensualmente.
- La comercialización de “papas chips” caseras sabor a pollo a Canadá es una buena alternativa, porque este producto ofrece beneficios nutritivos como es energías, proteínas, grasa, carbohidratos, fibras calcio, fosforo y hierro, los cuales son esenciales para el consumo siendo esto un atractivo para mercados canadienses por ser un producto que puede diversificar sabores.
- El alto poder adquisitivo de los canadienses, ofrecen una amplia posibilidades de exportación, considerando que Canadá no cuenta con factores demográficos favorable que permitan un óptimo rendimiento para el cultivo de papa, en el que se identifica 2,10% en la agricultura, siendo esto una ventaja para Ecuador porque cuenta con el 6,5% en agricultura
- Canadá y Ecuador al tener acuerdos comerciales que permiten la comercialización de alimentos procesados como son los snacks, las

industrializadoras tendrán una oportunidad de ofertar un producto con valor agregado en este caso “papas chips”, las cuales ingresarán con partida arancelaria 2005200000 de las demás y con un valor arancelario del 6% establecido por la SGP Sistema General de Preferencias arancelarias que otorga a los países en desarrollo.

- De la misma manera podemos concluir que las papas chips son una de las categorías de mayor crecimiento en el sector de la alimentación en los últimos años y actualmente pueden ser adquiridos en todo tipo de establecimientos
- Canadá cuenta con la TFO (Trade Facilitation Office), (oficina de facilitación del comercio Canadá) este ayuda a los exportadores de países en desarrollo para entrar en el mercado canadiense y con Nación Más Favorecida (NMF) que permite a Ecuador tener igual trato para todos los demás, en virtud de OMC, siendo esto una oportunidad para la industrializadora de “Papas chips” caseras sabor a pollo Cía. Ltda.

4.2 Recomendaciones

- Es muy importante reconocer que la provincia del Carchi al tener una oferta alta de producción de papas, la asociación de Canchaguano utilice Buenas Practicas de Manufactura (BPM) para cumplir con las exigencias del mercado canadiense y así poder obtener una materia prima de alta calidad para su industrialización como es la “Industrializadora de Papas chips caseras sabor a pollo Cía. Ltda.”
- El mercado de Canadá requiere productos fáciles de consumo en él se recomienda enviar el empaque de acuerdo a la las exigencias TFO como es el idioma en inglés y francés en el que se debe especificar los valores nutricionales cantidad y peso del producto.
- La empresa tendrá que ofrecer un producto de óptima calidad que cumpla las exigencias del consumidor canadiense, ya que requieren productos con envase que no dañe el medio ambiente y así tener conforme a su cliente en este caso se utilizará fundas polipropileno de aluminio.
- Al realizar un estudio de mercado para poder identificar los requerimientos que exige el comprador como cumplir con normas técnicas sanitarias y fitosanitarias exigidas por el mercado canadiense CFIA en que se deberá con cumplir con el certificado de origen para gozar del benéfico arancelario que otorga Canadá como es el de la NMF (Nación Más Favorecida) como es el 6%, y cumplir con la certificación internacional que son la BPM (Buenas Practicas de Manufactura.)

CAPITULO V

V. PROPUESTA

Los resultados del estudio de mercado determina la demanda de papas chips en Montreal-Canadá, por lo que se sugiere realizar un estudio de factibilidad para la creación de una industrializadora de papas chips sabor a pollo, que se dedique a la producción y exportación desde el sector productivo con la asociación de Canchaguano ubicada en el Cantón-Montúfar, Provincia del Carchi.

5.1 TITULO

Estudio de factibilidad para la comercialización de papas chips caceras con sabor a pollo del sector productivo del Cantón Montúfar provincia del Carchi para atender en parte las oportunidades de mercado en Montreal - Canadá.

5.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

Una vez realizado el estudio de mercado, a los productores de la asociación de Canchaguano del Cantón-Montufar, se deduce que la papa capiro es de mayor afluencia en el mercado local, pero debido al desconocimiento de tecnificación, de las propiedades que contiene este producto, las personas aún no han desarrollado propuesta de negocio como creación de nuevos productos, los productores solo lo venden como materia prima y muchas veces a valores bajos, como resultado de esto se observa la oportunidad de negocio mediante una apertura de mercado, con la finalidad de ayudar a promover la Matriz Productiva, incentivando a los pequeños y medianos productores a la innovación de sus productos, de esta manera contribuir a elevar el nivel de vida del sector.

De acuerdo con la investigación que se realizó se ha determinado la demanda insatisfecha, la cual permitirá cubrir las estrategias de

comercialización de Papas chips caseras sabor a pollo en el mercado de Montreal-Canadá.

Considerando que en el Ecuador hay una gran cantidad de producción de materia prima la cual permitirá que la empresa a realizarse tenga la oferta necesaria para comercializar asía Canadá con las exigencias necesarias de dicho país.

De la misma manera se ha considerado luego de realizar un estudio de mercado donde se puede identificar las fortalezas y debilidades de Canadá se ha identificado que es un mercado donde nos permite ingresar nuestro producto con una acogida de consumo muy alto en alimentos procesados y rápidos de consumir.

Por otro lado la industrializadora a crear se acogerá a las técnicas y normas exigidas por el país de destino llevando a cabo el correcto proceso de exportación, con la ayuda del Pro-Ecuador el cual nos asesorara para tener mayor acogida a las oportunidades del mercado canadiense.

De la misma manera tomando datos de TRADEMAP (2015) las importaciones crecieron en un 9% en los últimos cinco años, considerando que las exportaciones decrecieron por un 0.89% (párr. 2) por tal motivo al ver estos datos estadísticos negativos se beben impulsar la comercialización internacional a Canadá especialmente a la provincia de Montreal – Canadá en el que existe apertura de demanda de productos transformados.

5.3 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se la realiza en el Cantón Montufar, Provincia del Carchi, con la Parroquia de San José en donde existe la asociación Canchaguano que se dedica a la producción de papa capiro entre otras, misma que se cosecha cada cuatro meses, en muchas ocasiones la oferta interna es muy grande, esto hace que cierta parte de la producción se dañe, por tal motivo se ve la necesidad de expandir este producto a otros mercados pero añadiéndole un valor agregado, exportando como papas

chips, esto ayudará a contribuir a la economía de los pequeños y medianos productores de papa dinamizando así la economía de estas familias de igual manera con el plan de buen vivir, que se trata de mejorar los niveles de vida los ciudadanos.

Se puede destacar mediante esta investigación que en Ecuador en la provincia del Carchi en cantón Montúfar existe una producción significativa en lo que es el cultivo de la papa en este caso “papa-capiro”, tomando en cuenta que por falta de conocimiento los productores no han optado por realizar micro empresas o industrializadoras que realicen la transformación del tubérculo en este caso a Papas chips caseras sabor a pollo. Tomando en cuenta a lo establecido por el MAGAP (2015) de acuerdo a las exportaciones de papa en relación a la partida 2005.20.00.00 papas y (patatas) en los últimos años se ha incrementado en un 15.57%, lo que hace que se abra nuevas oportunidades de mercados internacionales.

De acuerdo al estudio de mercado realizado podemos determinar que existe una demanda insatisfecha favorable que permitirá el desarrollo a la nueva “Industrializadora de Papas chips caseras sabor a pollo Cía. Ltda.” que se va a emprender misma que tendrá que cumplir con normas técnicas, sanitarias que exige la TFO y CFIA en el mercado de destino y normas que exige el Ecuador acogiéndose a las instituciones que permiten la otorgación del certificación internacional a la “Industrializadora de Papas chips caseras sabor a pollo Cía. Ltda.” validadas por las normas HACCP –mediante la ayuda del MAGAP y PRO ECUADOR para cumplir estándares de calidad.

Las certificaciones son el sistema establecido para identificar un producto con ciertas características específicas. Existen un sin número de agencias gubernamentales, internacionales y empresariales (algunas claramente transnacionales) dedicadas a certificar que las prácticas y procesos de producción se ajusten a los estándares particulares propios de cada una de ellas: de calidad, origen, comercio justo, sustentabilidad, orgánico, amigable con las aves, biodinámica, de relación, etc.(PROECUADOR,2016.Pág.3-Párr.-1).

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General

Diseñar un estudio de factibilidad para la comercialización de papas chips caseras sabor a pollo por parte de la industrializadora del cantón Montúfar que se va a crear, la cual permitirá cubrir la demanda de Montreal-Canadá.

5.4.2 Objetivo Especifico

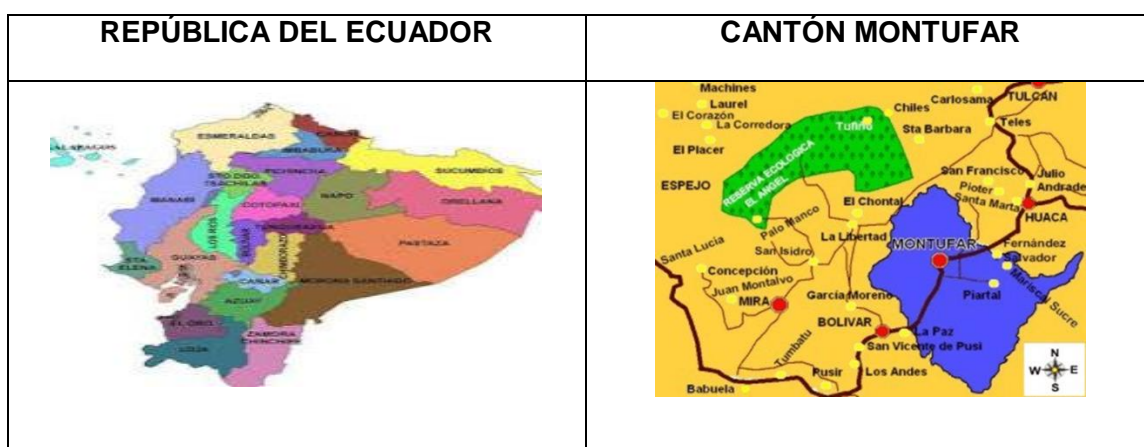
- Determinar un estudio técnico que permita la comercialización de papas chips caseras sabor a pollo, por parte de la industrializadora del cantón Montúfar que se va a crear, la cual permitirá cubrir la demanda de Montreal-Canadá.
- Establecer un estudio de mercado que permita la comercialización correcta del producto desde cantón Montúfar a mercado de Montreal Canadá.
- Diseñar un estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto.

5.5 ESTUDIO TÉCNICO

5.5.1 Localización Óptima del Proyecto

El estudio de localización del proyecto comprende niveles progresivos de aproximación, que van desde una integración al medio o lugar exacto donde se va ubicar la empresa productora de papas.

Ilustración 15: Localización Óptima del Proyecto



Fuente: Google.Map
Autor: Maricela Ayala

Para la localización de la empresa se tendrá que analizar dos aspectos: macro y micro localización de la empresa exportadora, hasta llegar a establecer la ubicación exacta.

Macro localización

La macro localización se refiere a especificar una zona, región, provincia o área geográfica donde se ubicará la empresa para su operación.

- **País:** Ecuador
- **Provincia:** Carchi
- **Cantón:** Montúfar
- **Parroquia:** San José

De acuerdo a la metodología utilizada para evaluar la ubicación de la industrializadora, se determina que el mejor espacio es en la Parroquia San José, establecida como zona rural, es la más adecuada para cumplir con todos los requerimientos de cercanía del cliente, disponibilidad de mano de obra, de materia prima, vías de acceso y servicios básicos siendo rentable para la ubicación de la misma.

5.5.2 Datos de la Industrializadora

Nombre de Industrializadora: Industrializadora de papas chips sabor a pollo desde el Cantón-Montufar". El nombre "TU CASERITA CHIPS", fue seleccionado ya que la Industria se dedicara a vender un producto en este caso papas chips, específicamente sabor a pollo que tiene una gran cantidad de beneficios y un gran valor nutritivo.

5.5.3 Slogan

El slogan va relacionado al producto en este caso se utilizara un eslogan donde llame la atención del cliente, ofreciendo propiedades propias del producto, como su cálida, sabor en variedad. "TÚ CASERITA CHIPS"

Ilustración 16 Logo de papas chips



Fuente: propia
Autor: Maricela Ayala

5.5.4 Análisis FODA

Tabla 41: FODA

| | |
|--|--|
| <p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Clima estable y favorable para la producción.• Buena calidad del producto• Rendimiento adecuado para la producción.• Talento humano capacitado• Capacidad de comercializar el producto internacional• Disponibilidad de medios de transporte y vías de acceso. | <p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• Limitación de financiamiento.• Falta de capacitaciones y transferencia tecnológica.• Regateo de precios en mercados locales. |
| <p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• Incremento de la demanda internacional.• Demanda alta del producto.• Ventajas de aranceles en el país de destino.• Factor geográfico y vías de acceso. | <p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Exigencias de calidad estrictas para ciertos mercados.• Costos de insumos agrícolas.• Costos de transporte en alza continúa.• Variación del tipo de cambio.• Restricciones a las exportaciones. |
| <p>Fuente: Investigación de campo Autor : Maricela Ayala</p> | |

El análisis FODA nos permite evaluar el desempeño de la nueva industrializadora su mercado, además ayuda a identificar lo que sucede en el entorno, para tomar las mejores decisiones viables y diferenciarse de la competencia, con la implementación de estrategias que permitan un mejor desarrollo de la industrializadora. Es como si se tomara una “radiografía” de una situación puntual de lo particular que se esté estudiando. Las variables analizadas y lo que ellas representan en la matriz son particulares de ese momento. Luego de analizarlas, se deberán tomar decisiones estratégicas para mejorar la situación actual en el futuro.

ESTRATEGIAS

Estrategias FA

- Capacitación a los agricultores de la asociacion de Canchaguano para la aplicación de insumos agrícolas amigables con el ambiente.
- Con la capacidad de comercialización se lograra incentivar a los agricultores a producir tubérculos de calidad.
- Con la disponibilidad de terrenos fértiles para la producción de papa, se lograran alianzas con instituciones que colaboren con incentivos económicos.

Estrategias FO

- Realizar estudio técnico, económico, logístico, para la creación de una industrializadora de papas chips.
- Con la existencia de demanda alta en el mercado canadiense, la responsabilidad de la industrializadora es buscar más proveedores con la misma calidad del producto.
- Con la ventaja de la preferencia arancelaria es posible expandir el producto (papas chips) a diferentes mercados internacionales.

Estrategias DO

- Al determinar que el producto es constante, se ve la oportunidad de exportar papas de diferentes sabores para la industria.
- Mediante capacitaciones recibidas por instituciones como PRO ECUADOR, IEPS se puede emprender con la creación de nuevos productos con valor agregado.
- Se garantizará a los clientes un producto con diferentes presentaciones, de acuerdo a gustos y preferencias de los consumidores.

Estrategias DA

- Con la mediación de préstamos en instituciones financieras se logrará incrementar la producción.
- Capacitación a los agricultores en la tecnificación del producto para la aplicación de insumos agrícolas orgánicos beneficiarios para el medio ambiente.
- Unión entre las distintas asociaciones de los cantones Tulcán, Huaca, Bolívar, Espejo y Mira con el propósito de tener más áreas de cultivo y prolongar su producción a mercados internacionales.

5.5.5 Propuesta Administrativa

Objetivo de industrialización

Ser una industrializadora líder en el mercado de papas chips creando un mayor reconocimiento de este producto a nivel local e internacional, logrando un amplio y sólido mercado en el exterior donde va destinado gran parte de nuestra producción.

Misión

“Somos una empresa exportadora de Papas chips caseras sabor a pollo de excelente calidad, a través de nuestro servicio responsable y puntual en sus entregas, obteniendo el reconocimiento a nivel nacional e internacional, aportando al crecimiento de la economía nacional.”

Visión

“Ser para el 2020 una empresa líder en la exportación Papas chips caseras sabor a pollo, y convertirse en uno de los principales proveedores del tubérculo en Canadá con lo cual generar una alta rentabilidad de los productores carchenses.”

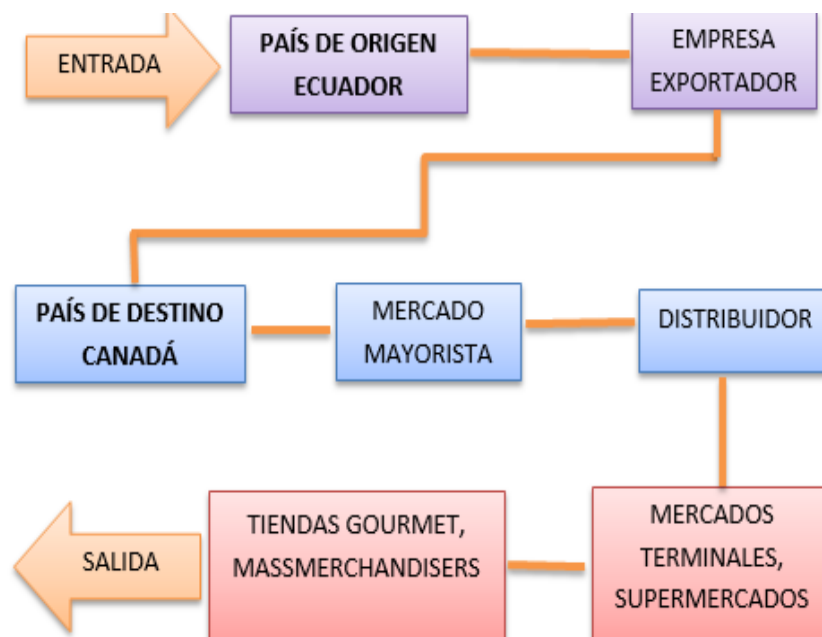
5.5.6 Distribución y Ubicación del Proyecto

Canal de distribución

Es muy importante que el distribuidor ecuatoriano seleccione un distribuidor adecuado para su producto en este caso será los snack (papas chips) posicionando geográficamente el mercado seleccionado. Tomando en cuenta que si se escoge un mercado minorista los productos alimenticios no son su actividad principal.

Para la exportación y comercialización de dicho producto se selecciona a un distribuidor mayorista quien se encargara de distribuir y comercializar a sus clientes minoristas.

Ilustración 17 Canal de distribución Ecuador–Canadá



Autor: Maricela Ayala

Para la creación de la industrializadora se tomará muy en cuenta las mejores alternativas del territorio del cantón Montufar, tomando en cuenta la seguridad que tendría el cliente al momento de su compra y de la misma manera ver la facilidad de comercializar el producto. Por lo cual se debe considerar los siguientes servicios.

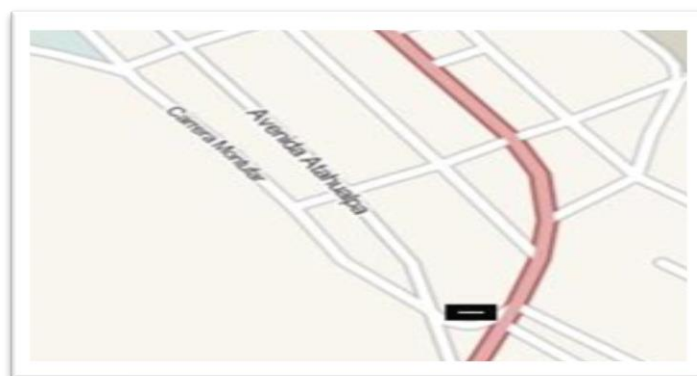
Tabla 42 Factores ubicación del proyecto

| VÍAS DE ACCESO | SERVICIOS BÁSICOS | CERCANÍA AL MERCADO |
|---|---|---|
| El lugar donde se ubicará la industrializadora tiene fácil acceso, puesto que cuenta con varias vías para su ingreso. | El Cantón cuenta con los servicios básicos requeridos como son Policía, Bomberos, Salud, Electricidad, Telefonía, Control de Carreteras, Código Postal, Prefijo Telefónico, Periódicos, Radios, Revistas, Canales de TV, etc. | Los clientes a los cuales va dirigido el producto se encuentran en Montufar, en la mayoría se encuentran ubicado en diferentes parroquias de este Cantón por tal motivo este factor es una oportunidad para el presente proyecto. |
| Fuente : Propia Autor : Maricela Ayala | | |

Micro-localización

La Micro localización de este proyecto, conjuga los aspectos relativos y las actividades productivas, para la determinación de centros de desarrollo, es por esto que la planta se localizara y operara en el cantón Montúfar y estará ubicada en la avenida Atahualpa e intercepción con la Carrera Montufar.

Ilustración 18 Localización de la Industria



Autor :Maricela Ayala

Distribución de la plataforma

Se considera importante para realizar la comercialización y exportación del producto establecer oficinas en la cual se desarrollara el proceso de despacho y exportación en la cual constaran los departamentos de operaciones, departamentos administrativos, área de producción, garaje y tendrá una dimensión de alrededor de 650 m².

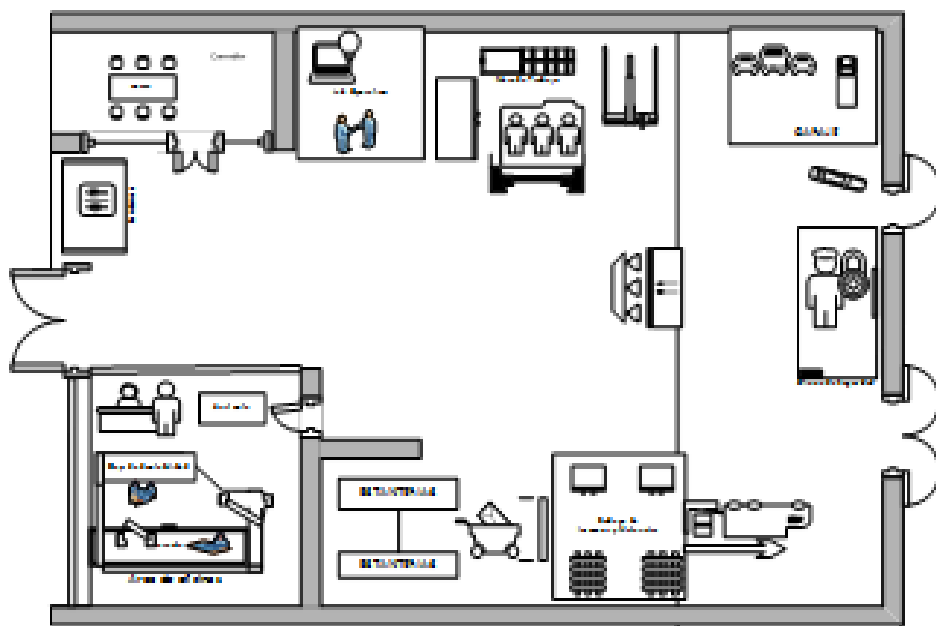
Tabla 43: Distribución de plataforma

| Nº | Actividad por departamento | Amplitud EN M ² |
|----------|----------------------------|----------------------------|
| 1 | Operativo | 200 |
| 1 | Producción | 300 |
| 1 | Administrativo | 100 |
| 1 | Estación y seguridad | 50 |
| 5 | Total | 650 m² |

Autor :Maricela Ayala

Con plataforma diseñada podemos visualizar la manera como va distribuida cada área de acuerdo con las necesidades de la empresa.

Ilustración 19 Distribución de planta Industrializadora



Autor: Maricela Ayala

Tabla 44: Presupuesto de activos de la industria

| Activos Fijos - Inversión Fija | | | 2015 |
|---|-----------------|------------------|---------------|
| Concepto | Cantidad | Valor Un. | Total |
| Edificios - Infraestructura | | | 10.000 |
| Galpón | 1 | 8.000,00 | 8.000 |
| Adecuamiento | 1 | 2.000,00 | 2.000 |
| Maquinaria y Equipo | | | 6.200 |
| Montacargas | 1 | 1.200,00 | 1.200 |
| Freidora completa | 1 | 5.000,00 | 5.000 |
| Muebles y Enseres | | | 1.190 |
| Estación de trabajo | 2 | 350,00 | 700 |
| Archivadores | 1 | 170,00 | 170 |
| Sillas metálicas | 4 | 80,00 | 320 |
| Equipo de Computo | | | 1.250 |
| Computadores de escritorio | 2 | 500,00 | 1.000 |
| Impresora | 1 | 250,00 | 250 |
| Total Activos Fijos - Inversión Fija | | | 18.640 |
| Autor: Maricela Ayala | | | |

Tabla 45: Activos Diferidos - Gastos de Constitución

| Activos Diferidos - Gastos de Constitución | | | Total |
|---|-----------------|------------------|--------------|
| Concepto | Cantidad | Valor Un. | 2016 |
| Investigación | 1 | 1.500 | 1.500 |
| Registro toquen | 1 | 150 | 150 |
| Registro de exportador | 1 | 120 | 120 |
| Certificado Internacional | 1 | 5.600 | 5.600 |
| Licencia de Exportación | 1 | 250 | 250 |
| Total Activos Diferidos - Gastos de Constitución | | | 7.620 |
| Autor: Maricela Ayala | | | |

5.5.7 Diseño de envasado y empaclado de la empresa

La empresa tendrá un sistema de medidas sanitarias para la realización del envasado y empaclado del producto, de la misma manera se considera un proceso donde el producto no sufra ningún daño al momento de su manipulación por ser un producto muy frágil.

Ilustración 20: Diseño de envase y empaque



Autor: Maricela Ayala

Envase

Luego de haber realizado el correcto proceso de producción la empresa se en carga de verificar el envase que contiene las “papas chips” caseras sabor a pollo en este caso se utilizara fundas plásticas de polipropileno de aluminio de 28 g con dimensiones de 17 cm largo x 11 cm de ancho, las cuales deben de regirse a las normas y técnicas de acuerdo a lo exigido en el mercado internacional.

Empaque

Luego de haber envaso las “papas chips” caseras sabor a pollo se procederá a empacarlas en fundas transparentes de plástico las cuales contendrán 72 unidades de fundas de Papas chips caseras sabor a pollo de 28 g, la cual será sellada correctamente.

Embalaje

El embalaje a utilizar son cajas de cartón en la cual ingresan 72 unidades de Papas chips caseras sabor a pollo de 28 g las dimensiones a utilizar son de 50 cm de largo, 32 cm de alto y de ancho 32 cm la caja deberá llevar todo las normas que exige el país importador como pictogramas, tomar en cuenta la tabla de cálculo de cubicaje.

El conocimiento de las normas internacionales específicas para el empaque y manipulación de mercancías es de vital importancia al momento de preparar el producto para su exportación. Entre las normas técnicas de mayor consulta y aplicación se encuentran: Norma ISO 3394: aplicada a las dimensiones de las cajas, pallets y plataformas. Normas ISO 780 y 7000: hacen referencia a las instrucciones sobre manejo y advertencia de la carga. Son los símbolos pictóricos que se deben ubicar en los empaques y que indican fragilidad, toxicidad, etc. Si se cuenta con la tecnología adecuada se pueden incorporar códigos de identificación electrónica tales como: el upc, siglas de universal product code y el eran, sigla de europea articule numbering. (Guía logística internacional 2014. Pág. 16, párr.1-4)

5.5.8 Determinación de la organización humana

Para la creación de nuestra empresa es necesario poder determinar cuántas personas son necesarias para la creación de nuestra empresa en relación a la industrialización y comercialización.

Tabla 46: Talento humano

| Personal | Número |
|-----------------------------|---------------|
| Departamento administrativo | |
| Gerente | 1 |
| Secretaria | 1 |
| Departamento de producción | |
| Obreros | 2 |
| Total | 4 |

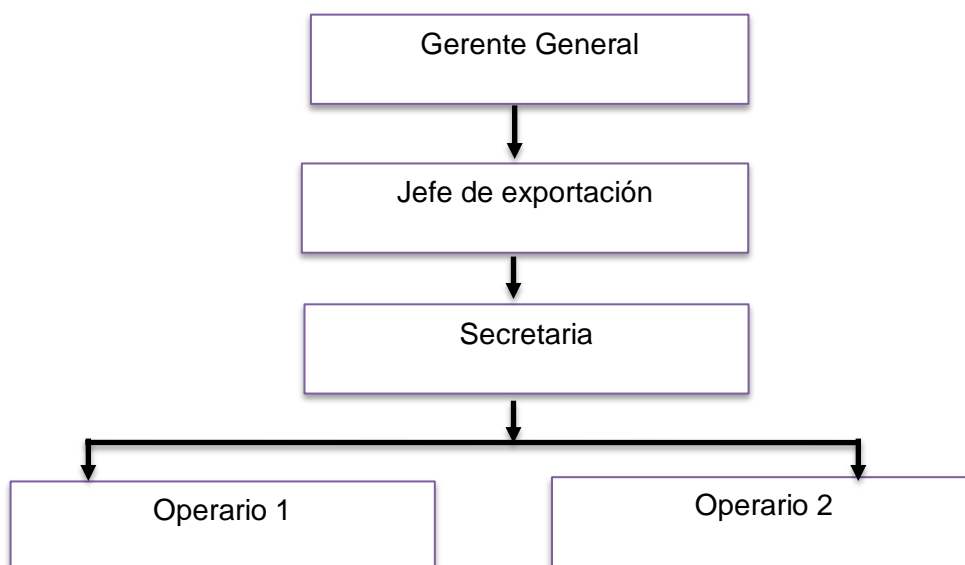
Fuente: Maricela Ayala

5.5.6 Diseño organizacional

La empresa contará con mano de obra calificada, así como con el personal necesario, mismo que se detalla en el organigrama siguiente:

Ilustración 21: Estructura organizacional

“INDUSTRIALIZADORA DE PAPAS CHIPS SABOR A POLLO CÍA.LTDA”



Autor: Maricela Ayala

5.5.7 Manual de funciones

Es muy importante para una empresa saber y conocer las funciones que deben cumplir las personas que están relacionadas con la empresa, su desempeño laboral dependerá del buen funcionamiento interno y externo.

El departamento administrativo se encontrará el gerente, secretaria que cumplirá las funciones siguientes:

Gerente general

Misión: Planear, administrar y vigilar el proceso correcto de la industrialización y comercialización del producto

| NOMBRE DE LA INDUSTRIALIZADORA | | TU CASERITA CHIPS | |
|--|--|---|--|
| PERFIL PROFESIONAL | | | |
| REQUERIMIENTOS | | | |
| DENOMINACIÓN DEL PUESTO | PROPÓSITOS | ATRIBUCIONES RESPONSABILIDAD | PERFIL REQUERIDO |
| GERENTE GENERAL Experiencia: en cargos afines al comercio exterior. Conocimientos de los procesos y documentación aduanera, y otras funciones como contador hasta emprender la industrializadora. | Capacidad de liderazgo. Integridad y profesionalismos, ético y moral. Capacidad para tomar decisiones. Responsable | Velar por el buen funcionamiento y prestigio de todas las actividades y funciones que desempeña cada funcionario. | Profesional graduado en Comercio exterior, Marketing Internacional. Estudios complementarios en: Administración de empresas o Ingeniería Comercial. Idioma: Español (lengua materna) dominio del inglés. |

Elaborado: Maricela Ayala

Secretaria

Misión: Realizar actividades designadas por el gerente

| NOMBRE DE LA INDUSTRIALIZADORA | | TU CASERITA CHIPS | |
|--|---|--|--|
| PERFIL PROFESIONAL | | | |
| REQUERIMIENTOS | | | |
| DENOMINACIÓN DEL PUESTO | PROPÓSITOS | ATRIBUCIONES RESPONSABILIDAD | PERFIL REQUERIDO |
| Secretaria: Experiencia en cargos afines ala la recepción de documentos y archivos de empresa. | Recepción de llamadas, documentos y capacidad para coordinar con lo expuesto por el gerente | Velar por el buen funcionamiento y prestigio de todas las actividades generadas por el gerente | Experiencia de un año En secretariado ejecutivo. Debe saber el idioma español e ingles |

Elaborado: Maricela Ayala

Departamento de producción

Misión :Elaborar el correcto proceso de industrialización de las Papas chips caseras sabor a pollo.

| NOMBRE DE LA INDUSTRIALIZADORA | | TU CASERITA CHIPS | |
|--|---|--|---|
| PERFIL PROFESIONAL | | | |
| REQUERIMIENTOS | | | |
| DENOMINACIÓN DEL PUESTO | PROPÓSITOS | ATRIBUCIONES RESPONSABILIDADES | PERFIL REQUERIDO |
| Obreros Experiencia: en cargos Similares y afines a lo establecido. Conocimientos en, administración y producción. | Resolver problemas y ser capaz de tomar decisiones cuando resulte necesario. Apostar por la innovación en los productos y los procesos de producción. Actuar como un líder y saber dar ejemplo al resto del equipo. | Tener buenas actitudes ante toda persona y en todo lugar, compromiso, determinación, responsabilidad, coraje, honradez, la cual implica ser una persona recta, incorruptible y leal. | Tener capacitaciones en la elaboración de productor procesados ,el poder determinar un producto de óptima calidad |

Elaborado: Maricela Ayala

Departamento operativo

Misión: Ofertar a nuevos mercados el producto mediante la comercialización

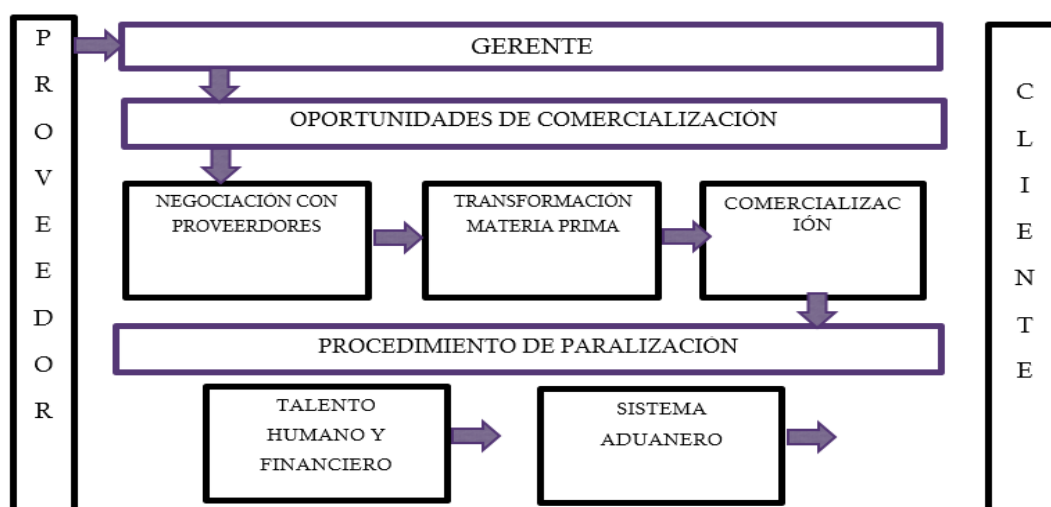
| NOMBRE DE LA INDUSTRIALIZADORA | | TU CASERITA CHIPS | |
|--|---|--|--|
| PERFIL PROFESIONAL | | | |
| REQUERIMIENTOS | | | |
| DENOMINACIÓN DEL PUESTO | PROPÓSITOS | ATRIBUCIONES RESPONSABILIDADES | PERFIL REQUERIDO |
| Jefe operativo Experiencia: en cargos afines a finanzas Conocimientos de ley aduaneras, tributarias afines a la actividad a realizar Habilidad para la organización | Capacidad de liderazgo. Integridad y profesionalismos, ético y moral. Capacidad para tomar decisiones. Responsable | Búsqueda de los mecanismos de comercio exterior para un adecuado Proceso de exportación. Planificación y administración de procesos logísticos para exportación de a corto y largo plazo. | Profesional graduado en Comercio exterior, Marketing Internacional. Estudios complementarios en: Administración de empresas o Ingeniería Comercial. Idioma: Español (lengua materna) dominio del inglés |

Elaborado: Maricela Ayala

5.5.8 Procesos del departamento de exportaciones

Para realizar este proceso tomaremos muy en cuenta cada paso establecido por el gerente y el operario quienes son encargados de realizar la comercialización de Papas chips caseras sabor a pollo al mercado canadiense para la cual detallamos a continuación el proceso siguiendo como guía el diagrama de procesos , y realizando fichas técnicas de cada proceso.

Ilustración 22: Diagrama de procesos



Autor: Maricela Ayala

5.5.9 Manual de procedimiento

Tabla 47: Técnicas de negociación proveedor

| TU CASERITA CHIPS | | Negociación Proveedor | | Código: | NC: 001 |
|---|--|----------------------------------|--|---------------------------|--|
| | | | | Versión: | 1-1 |
| | | | | Páginas: | 1-1 |
| Responsable: | Gerente | | | | |
| Objetivo: | Establecer proveedores que garanticen la materia prima de óptima calidad | | | | |
| Alcance: Cotizar proformas de proveedores de materia prima que garanticen la calidad del producto y genera la oferta requerida por la empresa ,estableciendo contratos, tiempo de entrega , logística, aplicando normas de calidad del producto | | | | | |
| 1 DETALLE | | | | | |
| Responsable | Detalle | | | | Documento |
| Gerente | 1. Búsqueda de proveedores mediante la información requerida por PRO ECUADOR, MAGAP, los cuales permitirán verificar la certificación de rentabilidad del proveedor. | | | | Páginas web |
| Gerente y proveedor | 2. Establecer los contratos pertinentes con los proveedores, donde conste. el tiempo de entrega, precios, calidad de producto y variedad. | | | | Contratos |
| Gerente | 3. Establece proveedor que garantice sus expectativas | | | | Aprobación de proveedor |
| Proveedor | 4. Firma de contrato y envía factura proforma | | | | Factura proforma |
| Gerente | 5. Gerente verifica y aprueba factura y envía pedido. | | | | Envío de aprobación de factura proforma y pedido |
| Proveedor | 6. Respetar factura aprobada y despacha mercancía con factura comercial | | | | Factura comercial |
| Gerente | 7. Recibir factura comercial y recibe mercancía o materia prima en departamento de procesos. | | | | Tarjeta kardes |
| Gerente | 8. Verifica pedido | | | | |
| Departamento de procesos | n. Fin | | | | |
| 2. FLUJOGRAMA | | | | | |
| <pre> graph TD Start((Gerente)) --> 1[1 Búsqueda proveedor] 1 --> 2[2 establecer contrato] 1 --> 3[3 establece proveedor garantizado] 3 --> 2 2 --> 4[4 Firma contrato] 4 --> 5{5 Proforma de factura} 5 -- SI --> 6[6 Aprobación y factura comercial] 5 -- N --> 1 6 --> 7[7 Recepción de factura comercial] </pre> | | | | | |
| MEDICION Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO | | | | | |
| INDICADOR | FORMA DE CÁLCULO | ESTÁNDAR /META | PERIODICIDAD DE CÁLCULO | RESPONSABLE | |
| Nombre: | Porcentajes. | valor mínimo aceptable | Diario, mensual, quincenal, anual | Del cálculo del indicador | |
| Cumplimiento proveedor | Número de envíos de materia prima /producto terminado | 100% | Mensual | Gerente | |
| Cumplimiento gerente | Número de envíos de materia prima / número de entregas a tiempo | 100% | Mensual | Gerente | |
| Clientes | Clientes aprobados | 5 | | Gerente | |
| DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO | | | | | |
| RECURSO HUMANO | INFRAESTRUCTURA | | AMBIENTE DE TRABAJO | | |
| Gerente Secretaria | Equipos informáticos, vehículos, teléfono. Etc. | | Seguridad de traslado de materia prima | | |
| REVISADO | | APROBADO | | FECHA | |
| Gerente | | Gerente | | | |


Elaborado: Maricela Ayala

Tabla 48: Ficha industrialización de papas chips

| | | | | | | |
|--|--|------------------------|-----------------------------------|---------------------------|--|--|
| TU CASERITA CHIPS | INDUSTRIALIZACIÓN O PROCESO DE PAPAS CHIP SABOR A POLLO | | | Código: | P: 002 | |
| | | | | Versión: | 1-1 | |
| | | | | Páginas: | 1-1 | |
| Responsable: | Supervisor Operativo de procesos | | | | | |
| Objetivo: | Controlar los procesos en la elaboración de papas chip sabor a pollo mediante normas de calidad establecidas en la empresa | | | | | |
| Alcance: Realizar el proceso de la transformación y elaboración de las papas chip sabor a pollo controlando cada uno de los procesos y verificando la calidad y garantía del producto terminado. | | | | | | |
| 1 DETALLE | | | | | | |
| Responsable | Detalle | | | | Documento | |
| Personal auxiliar en procesos operativos Personal capacitado | <ol style="list-style-type: none"> 1. Recepción de la materia prima de proveedor garantizado 2. Selección de materia prima por tamaño, en esta parte se selecciona el tamaño de la papa para poder establecer una uniformidad del producto terminado. 3. Lavado de la materia prima seleccionada por tamaños. 4. Pelado de materia prima. 5. Enjuague de papa. 6. Corte e de la papa en hojuelas, en esta parte se corta la papa en hojuelas con dimensiones correctas. 7. Enjuague de eliminación de residuos por corte. 8. Secado de papas cortadas en hojuelas 9. Condimentación de hojuelas de papa con receta de empresa 10. Calentamiento de aceite vegetal 11. Fritura de papas en hojuelas con sabor a pollo casero 12. Enfriamiento de papas en hojuelas con sabor a pollo casero 13. Envasado de hojuelas de papas sabor a pollo. 14. Embalado de pacas de 12 unidades de fundas de papas sabor a pollo caseras. 15. Enviadas a departamento de despacho de producto terminado. <p>n. Fin</p> | | | | Manual de procesos Fichas de recepción de materia prima Fichas de patria prima desperdicios Ficha de productos terminados | |
| 2. FLUJOGRAMA | | | | | | |
| <pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> R1[Recepción de materia prima] R1 --> R2[Separado de la materia prima] R2 --> R3[Lavado de materia prima] R3 --> R4[Pelado] R4 --> R5[Corte] R5 --> R6[Lavado] R6 --> R7[Secado] R6 --> R8[Embace embalaje y Almacenamiento] R7 --> R9[Condimentado] R9 --> R10[Frito] R10 --> R11[Embace embalaje y Almacenamiento] R11 --> Fin([Fin]) </pre> | | | | | | |
| MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO | | | | | | |
| INDICADOR | FORMA DE CÁLCULO | ESTÁNDAR /META | PERIODICIDAD DE CÁLCULO | RESPONSABLE | | |
| Nombre: | Unidades | valor mínimo aceptable | Diario, mensual, quincenal, anual | Del cálculo del indicador | | |
| Producción total | Producción semanal /cantidad estimada | 100% | Mensual | Supervisor Operativo | | |
| Capacidad de producción | Producción / cantidad de desperdicio | 100% | Mensual | Supervisor Operativo | | |
| Número de unidades | Total producidas /cantidad comercializada | 100% | Mensual | Supervisor Operativo | | |
| DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO | | | | | | |
| RECURSO HUMANO | INFRAESTRUCTURA | | AMBIENTE DE TRABAJO | | | |
| Supervisor operativo Auxiliares en proceso de transformación | Equipos de producción, equipos informáticos, | | NINGUNO | | | |
| REVISADO | | APROBADO | | FECHA | | |
| Supervisor Operativo | | Gerente | | DIA. MES. AÑO | | |

Elaborado: Maricela Ayala

Tabla 49: Logística y comercialización

| | | | | |
|--|---|--|-----------------------------------|---------------------------|
| TU CASERITA CHIPS | LOGÍSTICA Y COMERCIALIZACIÓN | | Código: | L: 002 |
| | | | Versión: | 1-1 |
| | | | Páginas: | 1-1 |
| Responsable: | Exportador | | | |
| Objetivo: | Realizar el proceso de exportación cumpliendo con lo estimado por el cliente y la normativa vigente de los países | | | |
| Alcance: Reunir documentación necesaria para el proceso logístico de exportación, desde el momento de salida hasta el lugar acordado en los términos de negociación. | | | | |
| 1 DETALLE | | | | |
| Responsable | Detalle | Documento | | |
| Exportador | <ol style="list-style-type: none"> 1. Elaboración de documentos. 2. Transmitir declaración aduanera ECUAPAS Factura Autorizaciones previas Lista de empaque Documentos de transporte Certificado de origen 3. Aprobación de la declaración aduanera (número refrendo) Ingreso a zona primaria Verificación de mercancías Asignación de aforo Aprobación de estatus de salida 4 Llegada del medio de transporte a destino n. Fin | Manual de procesos Fichas de recepción de materia prima Fichas de patria prima desperdicios Ficha de productos terminados | | |
|  | | | | |
| MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO | | | | |
| INDICADOR | FORMA DE CÁLCULO | ESTÁNDAR /META | PERIODICIDAD DE CÁLCULO | RESPONSABLE |
| Nombre: Exportación | Porcentajes | valor mínimo aceptable | Diario, mensual, quincenal, anual | Del cálculo del indicador |
| Numero exportaciones | Producción mensual/ exportaciones realizadas | 100% | semestralmente | Exportador |
| Exportaciones proyectadas | Producción /comercialización proyectada | 100% | Semestralmente | Exportador |
| Numero de exportación est. | Total producidas | 1 | | Exportador |
| DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO | | | | |
| RECURSO HUMANO | INFRAESTRUCTURA | | AMBIENTE DE TRABAJO | |
| Exportador | Equipos informáticos, vehículos, teléfono. | | NINGUNO | |
| REVISADO | APROBADO | | FECHA | |
| Exportador | Gerente | | DIA. MES. AÑO | |

Elaborado: Maricela Ayala

Volumen de Producción

El tamaño dispuesto para la empresa de acuerdo a su capacidad, tiene el propósito de desarrollar estratégicamente una oferta que permita al comprador o cliente satisfacer sus necesidades, tomando en cuenta que en la provincia del Carchi hay una producción de papa del 28% a nivel nacional por que se ha determinado que a nuestra industrializadora de papas chips nos abastecerá el cantón Montúfar ya que cuenta con 428 productores de papas de todo tipo y existe un número de hectáreas de 1518,80 lo cual hemos considerado que nuestra industrializadora no tendrá ningún problema para el abastecimiento de su materia prima, en el que se acordó que la Asociación de Canchaguano quien nos ofertara mensualmente 10 Tn mensuales que equivalen 100 qq de papas de las cuales se utilizará 9.5 Tn.

5.6 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Tabla 50: Características del Producto

| | | |
|-------------------|---|---|
| PRODUCTO | Es un producto elaborado en base de papa, el cual viene presentado en formas diferentes ya sean en rebanadas, o bastones. |  |
| SLOGAN | Su eslogan es atractivo para el cliente | Tu caserita chips  |
| ETIQUETADO | Cumple con los requisitos indispensables como fecha de caducidad, ingredientes, código de barras. |  |
| EMPAQUE | Su empaque está elaborado de bolsas de polipropileno de aluminio. |  |
| EMBALAJE | Cajas de cartón ondulado que permitan la manipulación del producto. |  |

Autor :Maricela Ayala

5.6.1 Plan logístico

5.6.1.1 Diseño operativo

Es un componente muy importante que permite dirigir el proyecto de manera eficaz determinando cada actividad a realizar desde su lugar de origen hasta el de destino.

Tabla 51: Diseño operativo de la propuesta

| PRODUCCIÓN | TRANSPORTE INTERNO | TRANSPORTE EXTERNO |
|---|--|---|
| LUGAR DE ORIGEN | | LUGAR DE DESTINO |
| <p>Cultivo de papas</p>  <p>Produccion</p>   <p>Manipulación interna de la empresa</p>  | <p>Manipulación al transporte.</p>  <p>Transporte Interno</p>  <p>Proceso Aduanero en lugar de destino</p>  | <p>Transporte externo</p>  <p>Lugar de Destino</p>  <p>Distribucion del producto</p>  |

Fuente: Estudio Investigativo
Autor: Maricela Ayala

5.8.1.2 Datos básicos de embarque

Dentro de la distribución física internacional utilizaremos componentes que permitan determinar el tiempo, distancia y costos que tendrá la comercialización de Papas chips caseras sabor a pollo.

Tabla 52 Información básica de comercialización

| INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO: | |
|--|-----------------|
| Nombre técnico o comercial del producto | Patatas - Papas |
| posición arancelaria en el país exportador | 2005,2 |
| posición arancelaria en el país importador | 2005.20.00.00 |
| unidad comercial de venta | Cajas |
| Moneda de transacción. | Usd |
| Valor ex-work de la unidad comercial. | 10,47 |

Fuente: Investigación

Autor: Maricela Ayala

En la tabla de Información Básica del producto identificamos la posición arancelaria de país de Origen Ecuador y la del país de destino Canadá, podemos identificar que el valor de la papa chips en Fabrica (Ex work) tiene de 10.87 Usd. El precio de la caja de papas chip sabor a pollo cuenta con 72 Unidades de 28g cada empaque a un costo de 11.21 ctvs.

Tabla 53 Información Básica del Embarque

| INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE | |
|---|-----------|
| País de origen | Ecuador |
| Ciudad de punto de embarque | Guayaquil |
| País de destino | Canadá |
| Ciudad de punto de destino | Montreal |
| Nº de unidades comerciales por embarque | 656 |
| Valor inicial del embarque (EXW) | 6874 |

Fuente: Investigación

Autor: Maricela Ayala

La información básica del embarque será enviado desde el Puerto de Guayaquil en contenedor de 40 pies hasta el puerto de Montreal en el que se enviaran 656 cajas de papas chips mensuales, con un valor inicial 7134 \$USD este tipo de unidad de carga es en contenedor de 40" pies estándar (**Dry cargo o estándar**) en el que se toma en cuenta las siguientes especificaciones:

Ilustración 23 Dimensiones del contenedor



| MEDIDAS | EXTERNA | | INTERNA | | PUERTA ABIERTA | |
|---------|---------|------|---------|-------|----------------|------|
| | Metros | Pies | Metros | Pies | Metros | Pies |
| LARGO | 12.19 | 40' | 12.03 | 39'6" | | |
| ANCHO | 2.43 | 8' | 2.34 | 7'8" | 2.33 | 7'8" |
| ALTO | 2.59 | 8'6" | 2.40 | 8'6" | 2.29 | 7'6" |

Fuente: Investigación
Autor: Maricela Ayala

Los servicios regulares de transporte marítimo desde Ecuador se centralizan principalmente en los puertos del este: Halifax (Nueva Escocia), **Montreal** (Quebec) y Toronto (Ontario); y el puerto del oeste, Vancouver (Columbia Británica). (PRO ECUADOR Pág. 8 Párr. 3 2015)

Guayaquil es el puerto principal de la República del Ecuador, administrado por la Autoridad Portuaria de Guayaquil, localizado en un brazo de mar, el Estero Salado. El puerto de Guayaquil es el puerto más grande de terminales en el país y la única que opera bajo dos concesionarios: Andipuerto S.A y **Contecon S.A.** (Guía logística internacional Pág. 37 Párr. 3 ,2015)

Tabla 54 Información Adicional

| INFORMACION ADICIONAL | |
|--|------------------|
| Termino de negociación | CIF |
| Forma de pago | Carta de Crédito |
| Plazo | X |
| Tipo de Cambio | 1 |
| % de tasa de seguro | 2% |
| Porcentaje de tasa pasiva de interés anual | 8,66% |
| Tasa promedio de inflación anual | 3,99% |
| Inflación anual país de destino | 1,60% |

Fuente: Investigación
Autor: Maricela Ayala

De acuerdo a la información adicional, se identificó que el mejor término de negociación es CIF De acuerdo a esta especificación para realizar la negociación se identifica conveniente el término CIF, y el pago atreves de una carta de crédito

CIF Cost, Insurance and Freight 'coste, seguro y flete (puerto de destino convenido). El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Aunque el seguro sea contratado por el vendedor, el beneficiario del seguro es el comprador. (Guía logística internacional Pág. 6 Párr. 4 ,2015)

El INCOTERM CIF es uno de los más usados en el comercio internacional porque las condiciones de un precio CIF son las que marcan el valor en aduana de un producto que se importa. Se debe utilizar para carga general o convencional. El INCOTERM CIF se utiliza para cualquier transporte, pero sobretodo barco, ya sea marítimo o fluvial (Guía logística internacional Pág. 6 Párr. 5,2015)

5.6.1.3 Diseño de red

Este diseño permitió establecer los tiempos estimulados en lo referente al proceso de exportación desde su lugar de origen hasta el de destino optimizando costo como pueden ser: seguros, almacenes, transporte.

Tabla 55 Actividades del transporte Logístico

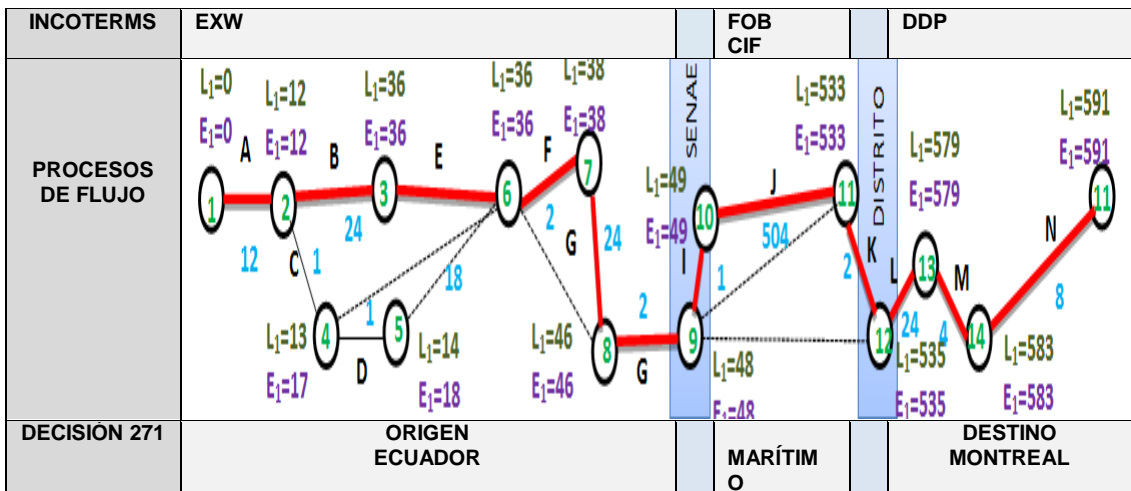
| ANTES | | ACTIVIDAD | DESPUÉS | TIEMPO HORAS |
|-----------------------|---|---|---------|--------------|
| | A | Procesamiento de pedido | B, C | 12 |
| A | B | Documentación | E | 24 |
| A | C | Seguro nacional | D ,E | 2 |
| C | D | Cargue en el transporte | E | 1 |
| B, C ,D | E | Transporte interno | F, G | 12 |
| E | F | Agentes | G, H | 2 |
| E, F | G | Almacenamiento (puerto Guayaquil) | H | 24 |
| G, F | H | Sello aduana de ecuador | I, J | 1 |
| H | I | Seguro internacional | J | 1 |
| H, I | J | Transporte puerto de Guayaquil Montreal (Quebec) | K | 504 |
| H, J | K | Presentación de documentos aduana destino Montreal Canadá | L | 2 |
| K | L | Almacenamiento temporal | M | 24 |
| L | M | Nacionalización Montreal | N, O | 8 |
| M | N | Transporte interno Montreal | | 8 |
| TOTAL DE HORAS | | | | 625 |

Fuente : Estudio Logístico

Autor :Maricela Ayala

Para la realización del diseño se realizó el método PERT (técnica de evaluación y revisión de programas este método sirve para planificar los proyectos y actividades sin coordinación. El método permite representar gráficamente las actividades y calcular los tiempos de ejecución.

Tabla 56 Proceso de diseño de red



Fuente: Investigación
 Autor: Maricela Ayala

Tabla 57 Simbología del método

| ACTIVIDADES | SIMBOLOGÍA |
|---------------------------------|----------------------|
| Ruta crítica | — |
| Ocurrencia más temprana | E₁ |
| Ocurrencia más tardía | L₁ |
| Actividades | A |
| Tiempo en horas entre actividad | 12 |
| Tiempo máximo | 625 HORAS |
| Tiempo mínimo | 683 horas |
| Tiempo de holgura | 591 horas |
| Fuente: Investigación | |
| Autor: Maricela Ayala | |

Análisis.- En las tablas anteriores e ilustraciones se identificó la distribución que tiene cada actividad al momento de realizar la exportación, pudiendo determinar los tiempos y distancias desde las instalaciones hasta el lugar de destino, considerando desde el momento de producción, empaçado, etiquetado y manipulado y así mismo todo el proceso de documentación de exportación, tomando en cuenta los datos anteriores se considera que la distancia requerida para este proyecto es de 591 horas desde la empresa hasta el lugar de destino Montreal - Canadá.

5.6.1.4 Proceso de cálculo de cubicaje

Este permite determinar el volumen exacto de cajas que ingresan en un container optimizando espacio, tiempo y recursos.

Tabla 58 Cubicaje de container de 40 pies”

| CALCULO DE CUBICAJE | | | | | | | | | | | |
|---------------------|------------------------------------|----------------------------|--------------------------|------------------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---|
| Pallet | CALCULO DE CUBICAJE | Empaque / Embalaje (cajas) | Unidad de carga (pallet) | Estimación del espacio | Nº de pallet | Nº de pallet 1 | Nº de pallet 2 | Nº de pallet 3 | Nº de pallet 4 | Nº de pallet 5 | |
| | Nº de unidades | 72 | 18 | | 36 | 38 | 40 | 42 | 44 | 47 | |
| | Largo mts | 0,5 | 1,2 | 2 | | | | | | | |
| | Alto mts | 0,32 | 1 | 3 | | | | | | | |
| | Ancho mts | 0,32 | 1 | 3 | | | | | | | |
| | Volumen total del embarque m3 | | 1,2 | 23,438 | | | | | | | |
| | Peso por unidad kg | 14 | 260,496 | 18 | | | | | | | |
| | Peso total del embarque ton | 0,01 | 0,260 | 18 | | | | | | | |
| | SALDOS PARA OTRO TIPO DE VEHICULOS | | | | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Fuente: Investigación

Autor: Maricela Ayala

Como podemos observar en la tabla del cálculo del cubicaje de 40' pies vamos a enviar 72 unidades de papas chips en una caja de las siguientes medidas largo 0,50cm (largo)*0,32 cm (alto)*0,32cm (ancho) y en un pallet de las siguientes medidas 1,20 cm (largo)*1 cm (alto)*1 cm (ancho).

Ilustración 24: Dimensiones del contenedor



Fuente: Investigación
Autor: Maricela Ayala

El conocimiento de las normas internacionales específicas para el empaque y manipulación de mercancías es de vital importancia al momento de preparar el producto para su exportación. Entre las normas técnicas de mayor consulta y aplicación se encuentran: Norma ISO 3394: aplicada a las dimensiones de las cajas, pallets y plataformas. Normas ISO 780 y 7000: hacen referencia a las instrucciones sobre manejo y advertencia de la carga. Son los símbolos pictóricos que se deben ubicar en los empaques y que indican fragilidad, toxicidad, etc. Si se cuenta con la tecnología adecuada se pueden incorporar códigos de identificación electrónica tales como: el upc, siglas de universal product code y el eran, sigla de europea article numbering. (Guía logística internacional 2016. Pág. 16, párr.1-4).

Tabla 59: Calculo del contenedor

| Cálculo del Cubicaje | Empaque / Embalaje | Unidad de carga | estimacion del espacio | Nº de contenedores a utilizar año 0 | Nº de contenedores a utilizar año 1 | Nº de contenedores a utilizar año 2 | Nº de contenedores a utilizar año 3 | Nº de contenedores a utilizar año 4 | Nº de contenedores a utilizar año 5 |
|------------------------------------|--------------------|-----------------|------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Nº de unidades | 18 | 40 | 638,44 | 0,91 | 0,96 | 1,01 | 1,06 | 1,11 | 1,16 |
| Largo mts | 1,2 | 12,03 | 10 | | | | | | |
| Alto mts | 1 | 2,4 | 2 | | | | | | |
| Ancho mts | 1 | 2,34 | 2 | | | | | | |
| volumen total del embarque m3 | 1,2 | 67,56 | 56,300 | | | | | | |
| Peso por unidad kg | 260,496 | 10420 | 40 | | | | | | |
| Peso total del embarque ton | 0,260 | 10,420 | 40 | | | | | | |
| SALDOS PARA OTRO TIPO DE VEHICULOS | | | | -620 | -651 | -684 | -718 | -754 | -791 |

Fuente: Investigación

Autor: Maricela Ayala

El contenedor conveniente para la exportación de papas chips se lo realizar en un contenedor estándar (**Dry cargo**) de 40 pies, que sirve para exportar el producto en las mejores condiciones, hasta que lleguen al lugar de destino. Este contenedor tiene una capacidad de peso de 29 Tn, y en nuestro proyecto se determinó una cantidad de 10,420 Tn, esto quiere decir que nuestra mercadería no pesa en comparación a otra en que podemos decir que la carga es más por volumen.

Carga máxima de un contenedor 40 pies: Un contenedor 40 pies vacío tiene un peso o tara de 3.750 kg y admite una carga de alrededor de 29 toneladas (29.000 kg). Aunque ésta carga máxima varía según la empresa naviera y el tipo de contenedor. Los más normalizados internacionalmente pueden llegar a aceptar un peso bruto máximo de 32,5 toneladas. (icotainers, 2016)

Tabla 60: Estimación de Ventas

| Datos | AÑOS | | | | | |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Oferta Exportable Tn | 114 | 120 | 126 | 132 | 139 | 145 |
| Demanda insatisfecha | 7.942 | 7.892 | 7.827 | 7.762 | 7.696 | 7.631 |
| % de cobertura de la demanda | 1,44% | 1,52% | 1,61% | 1,70% | 1,80% | 1,91% |
| Frecuencia de envío | Mensual | Mensual | Mensual | Mensual | Mensual | Mensual |
| Número de envíos al año | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Tamaño del embarque en Tn | 9,50 | 9,98 | 10,47 | 11,00 | 11,55 | 12,12 |
| Nº de empaques / embalajes | 656 | 689 | 724 | 760 | 798 | 838 |
| Nº de Pallets | 36 | 38 | 40 | 42 | 44 | 47 |
| Nº de vehiculos 30 Tn por mes | 0,91 | 0,96 | 1,01 | 1,06 | 1,11 | 1,16 |
| Nº de empaques / embalajes / envío | 656,4 | 689,3 | 723,7 | 759,9 | 797,9 | 837,8 |
| Estimación de ventas según envases por envío | 47.263,7 | 49.626,9 | 52.108,2 | 54.713,6 | 57.449,3 | 60.321,8 |
| Estimación de ventas según empaques/ embalajes al año | 7.877,3 | 8.271,1 | 8.684,7 | 9.118,9 | 9.574,9 | 10.053,6 |
| Estimación de ventas según embalaje x kg año | 114,0 | 119,7 | 125,7 | 132,0 | 138,6 | 145,5 |
| sobrante kg | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |

Fuente: Investigación

Autor: Maricela Ayala

De acuerdo a la oferta exportable por parte de la asociación de Canchaguano del Cantón Montúfar nos ofertan 10 Tn ,la demanda insatisfecha de Montreal-Canadá es de 7.942 Tn en el que solo se lograra cubrir 1,44% que equivale a 9.50 Tn ,se realizara 12 envíos mensuales de 9,50 Tn la producción de la asociación de Canchaguano del Cantón-Montúfar nos ofertan 10 Tn de las cuales de enviaran 9,50 Tn de acuerdo a lo requerimiento del bróker-Montreal, en el que se enviara 36 pallets y 1 contenedor mensual.

Documentación de exportación

Para el proceso de exportación de toma en cuenta los siguientes documentos:

- Certificado de origen
- Certificado sanitario
- Factura comercial
- Lista de empaques

Tabla 61 Costos de documentación

| DOCUMENTACIÓN | | | | | | |
|----------------------------|--------------------|----------|------------|-----------------|----------------|------------------------------|
| DESCRIPCIÓN | Costo unitario USD | Cantidad | RR.HH. | Tiempo en Horas | Tiempo en Días | Costo total de operación USD |
| Factura Comercial | 0,25 | 1 | 2 personas | 1 | 0,125 | 0,25 |
| Lista de empaque | 0,15 | 1 | | 0,5 | 0,0625 | 0,15 |
| Certificado de Origen | 11,2 | 1 | | 3 | 0,375 | 11,2 |
| Certificados Fitosanitario | 15 | 1 | | 1 | 0,125 | 15 |
| B/L | 45 | 1 | | 3 | 0,375 | 45 |
| | | | | 2 | 0,25 | 0 |
| | | | | 6 | 0,75 | 0 |
| Otros | 50 | 1 | | 0 | 0 | 50 |
| TOTALES | | | | 16,5 | 2,0625 | 121,6 |

Fuente: Investigación

Autor: Maricela Ayala

En la tabla anterior podemos identificar los pagos al realizarse al momento de hacer la tramitación de documentos para la exportación estos precios son realizados en cada envió.

5.6.1.5 Costos de Transporte Interno

Tabla 62 Costos de Transporte Interno

| TRANSPORTE INTERNO | | | | |
|----------------------------------|-----------------------------|-----------------------|----------------|------------------------------|
| DESCRIPCIÓN | Costo unitario por vehículo | Cantidad de vehículos | Tiempo en días | Costo total de operación USD |
| Flete interno vehículos de 30 Tn | 650 | 1,00 | 1 | 650 |
| | | | | 0 |
| TOTALES | | | 1 | 650 |

Fuente: Investigación

Autor: Maricela Ayala

El transporte interno su ruta logística es a partir la planta de la “Industrializadora de papas chips sabor a pollo Cía. Ltda.” En el cantón Montúfar hasta el puerto de Guayaquil su costo es de 650 por envió el tiempo en días en el que se demorará será de 1 día.

5.6.1.6 Agende de aduanas

Tabla 63 Costos de agente de aduana

| AGENTES | | | | | |
|------------------|--------------------------|---------------------|-----------------|----------------|------------------------------|
| Descripción | HONORARIOS PROFESIONALES | RR.HH.DE LA EMPRESA | Tiempo en Horas | Tiempo en Días | Costo total de operación USD |
| Agente de carga | 120 | 2 | 2 | 0,25 | 120 |
| Agente de aduana | 150 | | 6 | 0,75 | 150 |
| Otros | 50 | | 1 | 0,125 | 50 |
| TOTALES | | | 9 | 1,125 | 320 |

Fuente: Investigación

Autor: Maricela Ayala

En la tabla anterior podemos identificar el valor total al pago de tramitación aduanera desde el puerto de Guayaquil al puerto de Montreal-Canadá su costo total será de 320 por cada exportación mensual que se realice.

Tabla 64 Costos internacionales de flete y seguro

| FLETE INTERNACIONAL | | | | |
|---|-----------------------------|-----------------------|-----------------------------|------------------------------|
| Descripción | Costo unitario por embarque | Cantidad de vehículos | Tiempo en días de operación | Costo total de operación USD |
| Flete interno contenedor 40' pies carga seca Guayaquil-Canadá | 2500 | 1,00 | 22 | 2500 |
| | | | | 0 |
| TOTALES | | | 22 | 2500 |

Fuente: Investigación

Autor: Maricela Ayala

Desde el puerto de Guayaquil varias operadoras ofrecen el servicio de flete marítimo, con frecuencia semanal, el tiempo de tránsito es aproximadamente 15 días hacia Halifax, el precio de enviar un contenedor seco de 40 es aproximadamente USD **2.500,00** variable y sujeta a negociaciones específicas. (PRO ECUADOR, Pág. 10, Párr.6, 2016)

Tabla 65: Seguro internacional

| SEGURO INTERNACIONAL | | | | | |
|--------------------------|-----------------|-------|---------------------------------|----------------|--------------------|
| Descripción | Valor asegurado | Prima | tiempo de contratación en horas | tiempo en días | costo de operación |
| cobertura de todo riesgo | 8151,45 | 2% | 2 | 0,25 | 163,03 |

Fuente: Investigación

Autor: Maricela Ayala

Los costos internacionales de flete y seguro los cuales el exportador tendrá que cubrir para la realización de su comercialización de acuerdo a lo establecido en contrato de compra venta el porcentaje de cobertura serán de 2%.

Para realizar el tránsito internacional y dando cumplimiento a las reglas del incoterms CIF, se contratará una póliza de seguro de mercancías contra posibles riesgos, este seguro se lo calcula sobre el término CFR de los INCOTERMS.

Tabla 66: Incoterms

| INCOTERMS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Valor del embarque | 6.874 | 7.464 | 8.069 | 8.680 | 9.365 |
| EXW | 6.874 | 7.464 | 8.069 | 8.680 | 9.365 |
| Manipulación local X | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Unitarización | 306 | 334 | 366 | 399 | 436 |
| FCA/FAS | 7.181 | 7.798 | 8.435 | 9.079 | 9.801 |
| Transporte interno(Flete interno vehículos de 30 Tn) | 0 | 676 | 1.406 | 1.462 | 1.520 |
| Manipuleo Embarque | 100 | 104 | 216 | 225 | 234 |
| Agentes (Carga/Aduanas) | 320 | 333 | 360 | 405 | 473 |
| Documentación | 122 | 126 | 137 | 154 | 180 |
| Capital e inventario país | 20 | 23 | 27 | 29 | 31 |
| Bancarios | 144 | 156 | 169 | 182 | 196 |
| FOB | 7.886 | 9.216 | 10.749 | 11.534 | 12.434 |
| Flete Internacional | 0 | 2.600 | 5.406 | 5.622 | 5.846 |
| CFR | 7.886 | 11.816 | 16.155 | 17.156 | 18.280 |
| Seguro Internacional | 158 | 236 | 323 | 343 | 366 |
| CIF | 8.043 | 12.052 | 16.479 | 17.499 | 18.646 |
| Capital e inventario tránsito internacional | 44 | 65 | 89 | 95 | 101 |
| Manipuleo desembarque | 274 | 11.945 | 13.043 | 14.240 | 15.548 |
| DAT | 8.360 | 24.063 | 29.610 | 31.835 | 34.295 |
| Almacenamiento temporal | 150 | 152 | 155 | 157 | 160 |
| Documentación | 100 | 102 | 103 | 105 | 107 |
| Agentes | 320 | 333 | 360 | 405 | 473 |
| Transporte interno | 300 | 312 | 649 | 675 | 702 |
| DAP | 9.230 | 24.962 | 30.877 | 33.176 | 35.736 |
| Aduaneros | 748 | 1.121 | 1.533 | 1.628 | 1.735 |
| Capital e inventario país de destino | 8 | 22 | 27 | 29 | 31 |
| DDP | 9.987 | 26.105 | 32.437 | 34.833 | 37.502 |

Fuente: Investigación

Autor: Maricela Ayala

Luego de analizar cada uno de los costos del plan de exportación por envío, se realiza una proyección de los incoterms para los siguientes 5 años, para lo cual se tomó en cuenta la tasa promedio de inflación del país de origen que es de 3,99% anual y para la matriz del país importador la inflación que es del 1,60 %.

Tabla 67: Matriz General

| COSTOS DIRECTOS PAÍS DE EXPORTACION | | |
|--|--------------|-----------------------|
| DESCRIPCIÓN | COSTO | TIEMPO DÍAS |
| Empaque (Fundas de propileno de aluminio) | 1891 | 2,0 |
| Embalaje (Cajas de cartón) | 85 | 2,0 |
| Unitarización (Pallets, sunchos amarras) | 306 | 4,0 |
| Manipuleo en el local del exportador (Cargue de los pallets al vehiculo 40 pies Refrigerado) | 0 | 0,0 |
| Documentación | 122 | 0,0 |
| Transporte interno(Flete interno vehículos de 30Tn) | 650 | 1,0 |
| Manipuleo Embarque (Carga de contenedor al Transporte internacional) | 100 | 0,1 |
| Agentes (Carga/Aduanas) | 320 | 1,1 |
| COSTOS INDIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN | | |
| Bancarios (Costos Carta de Crédito) | 144 | 0,3 |
| Capital e inventario país de origen | 20 | 10,5 |
| TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR | 3637 | 10,5 |
| Valor Ex-Work | 6874 | 4,0 |
| Valor FCA | 7181 | 8,3 |
| Valor FOB | 7886 | 10,5 |
| ANÁLISIS DE COSTOS EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL | | |
| COSTOS DIRECTOS | COSTO | TIEMPO EN DÍAS |
| Flete Internacional | 2500 | 22,0 |
| Valor CFR | 7886 | 32,5 |
| Seguro Internacional (Cobertura de todo riesgo) | 158 | 0,3 |
| Valor CIF | 8043 | 32,7 |
| Manipuleo Desembarque | 274 | 0,3 |
| COSTOS INDIRECTOS | | |
| Capital e inventario | 44 | 22,5 |
| COSTO DE LA DFI EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL | 2975 | 22,5 |
| VALOR DAT | 8360 | 33,0 |
| ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS IMPORTADOR | | |
| COSTOS DIRECTOS IMPORTACION | COSTO | DÍAS |
| Almacenamiento temporal | 150 | 1,0 |
| Manipuleo desembarque | 274 | 0,3 |
| Documentacion | 100 | 0,3 |
| Agentes | 320 | 1,1 |
| Transporte interno | 300 | 1,0 |
| VALOR DAP | 9230 | 36,6 |
| Aduaneros | 748 | Incluido en agentes |
| COSTOS INDIRECTOS IMPORTACION | | |
| Capital e Inventario | 8 | 3,6 |
| COSTO DE LA DFI EN EL PAÍS IMPORTADOR | 1900 | 3,6 |
| VALOR DDP | 9987 | 36,6 |
| Precio (c/u) en pais de destino | 15 | 0,21 |
| Margen de Ventas | 2 | |
| Precio de ventas | 17 | 0,24 |

Fuente: Investigación

Autor: Maricela Ayala

Tabla 68: Precio en Fábrica (Ex work)

| Precio(caja 72 unidades) (paquetes de 28g) | Precio(c/u) en Fabrica |
|--|------------------------|
| 10,87 | 0,15 |
| Fuente: Investigación Autor: Maricela Ayala | |

Tabla 69 Precio en puerto para la entrega a Brokers

| Precio(caja 72 unidades 28g) en país de destino(Puerto-Guayaquil) | Precio(c/u) |
|--|-------------|
| 16 | 0,22 |
| Fuente: Investigación Autor: Maricela Ayala | |

Tabla 70 Precio en país de destino-Montreal Canadá

| Precio (caja 72 unidades) (paquetes de 28g) en país de destino | Precio(c/u) en país de destino | Precio de venta al público en país de destino |
|---|-----------------------------------|---|
| 17 USD | 0,24 USD | 1-1.50 USD |
| Fuente: Investigación Autor : Maricela | | |

Tabla 71 número de envíos mensuales al país de destino

| N contened or 40" | N de pallet s | Numer o de cajas) | N de cajas | N de Tn que oferta" | N de Tn a | N de qq a |
|---|---------------------|-------------------------|---------------|------------------------|--------------|--------------|
| 1 mensual | 36 | 18 | 648 | 10 TN | 9.5 TN | 950 qq |
| Fuente: Investigación Autor : Maricela | | | | | | |

Los costos directos del país exportador se muestran de forma detallada en cada uno de los indicadores que forman parte del proceso de exportación, la cual realiza un análisis de las tres partes principales como son: país exportador, tránsito internacional y país importador incluyendo costos directos e indirectos de cada uno.

En cuanto a los indicadores en el país exportador involucra los costos directos e indirectos que sirven para determinar el costo de las papas chips en el país de origen, los cuales serán devengados una vez realizada la correcta comercialización.

De igual forma se muestran los costos que se generan durante el tránsito internacional de la carga, los cuales incluyen el flete internacional marítimo, manipulación y seguro; estos cargos corren por cuenta del exportador.

Finalmente se muestra los costos generados en el país importador obteniendo como resultado 10.285 dólares, además se debe mencionar que el estudio se lo realiza con un margen de utilidad del 12% que representa 2 dólares; obteniendo un producto con precio de venta al público de 17 dólares la caja de papas chips que contiene 72 unidades de 28g. Este valor se encuentra por debajo del precio de venta en Canadá-Quebec, considerando que una papa de 28g en dicho país se comercializa a un precio de 1- 1,50 dólar Canadiense valor promedio lo cual representa gran competitividad en el mercado objetivo.

5.7 ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero no es más que los costos y gastos a utilizarse para la infra estructura de la industria y el proceso de comercialización internacional; con este estudio permitirá la viabilidad del proyecto.

5.7.1 Activos Fijos

Son bienes de una empresa ya sea tangible o intangible. Los cuales no pueden convertirse en líquido a corto plazo, los cuales son necesarios para el funcionamiento de la “Industrializadora de papas chips sabor a pollo desde el cantón –Montúfar Cía. Ltda.”

La siguiente tabla identificamos los siguientes activos fijos los cuales de acuerdo a la investigación realizada a la asociación de Canchaguano cuenta con una infraestructura la cual será adecuada para la industrializadora de papas chips sabor a pollo desde el Cantón –Montúfar en el que no incurriremos en gastos de edificio se realizará adeudamiento necesario y una restructuración.

Tabla 72: Presupuesto de activos de la industria

| Activos Fijos - Inversión Fija | | | 2015 |
|---|----------|-----------|---------------|
| Concepto | Cantidad | Valor Un. | Total |
| Edificios - Infraestructura | | | 10.000 |
| Galpón | 1 | 8.000,00 | 8.000 |
| Adecuamiento | 1 | 2.000,00 | 2.000 |
| Maquinaria y Equipo | | | 6.200 |
| Montacargas | 1 | 1.200,00 | 1.200 |
| Freidora completa | 1 | 5.000,00 | 5.000 |
| Muebles y Enseres | | | 1.190 |
| Estación de trabajo | 2 | 350,00 | 700 |
| Archivadores | 1 | 170,00 | 170 |
| Sillas metálicas | 4 | 80,00 | 320 |
| Equipo de Computo | | | 1.250 |
| Laptops | 2 | 500,00 | 1.000 |
| Impresora | 1 | 250,00 | 250 |
| Total Activos Fijos - Inversión Fija | | | 18.640 |
| Fuente: Investigación Autor : Maricela Ayala | | | |

Tabla 73: Activos diferidos

| Activos Diferidos - Gastos de Constitución | | | Total |
|---|----------|-----------|--------------|
| Concepto | Cantidad | Valor Un. | 2012 |
| Investigación | 1 | 1.500,00 | 1.500 |
| Registro token | 1 | 150,00 | 150 |
| Registro de exportador | 1 | 120,00 | 120 |
| Certificado Internacional | 1 | 5.600,00 | 5.600 |
| Licencia de Exportación | 1 | 250,00 | 250 |
| Otros doc... | 1 | 1.500,00 | 1.500 |
| Total Activos Diferidos - Gastos de Constitución | | | 9.120 |

Fuente: Investigación

Autor: Maricela Ayala

| ACTIVOS DIFERIDOS | | | |
|-------------------|-------|-----------|---------|
| Detalle | Valor | Vida Útil | % Amort |
| Activos Diferidos | 9.120 | 5 | 20% |
| TOTAL | 9.120 | | |

Fuente: Investigación

Autor: Maricela Ayala

Para la realización de la industrializadora se tendrá que incurrir en gastos de constitución los mismos que se muestran en la tabla anterior que serán de 9.120 USD.

NOTA. - En el caso de la licencia de exportación depende de la inversión del proyecto, según Resolución Nro. SENAE-DGN-2015-0003-RE; misma que declara que si la inversión sobrepasa los \$100.000 dólares americanos, la licencia de exportación tendrá un valor de \$6000.00 dólares americanos, caso contrario si es menor a este valor, la licencia tiene un valor de \$250.00 dólares americanos.

En el caso de la presente investigación se tiene una inversión de \$67.905 dólares americanos, lo que equivale el valor de la licencia de exportación en \$250.00 dólares americanos.

5.7.2 Capital de operación

También denominado capital de trabajo o capital circulante, este capital para la “Industrializadora de papas chips sabor a pollo desde el Cantón-Montufar” está dividido en capital de operaciones, administrativos y los gastos de exportación, los mismos que se los utilizara en el funcionamiento de la industrializadora, en el que se trabajara en un ciclo de caja de 30 días.

Tabla 74: Capital de Operación

| Capital de Operación | |
|--|---------------|
| Concepto | Valor |
| Costos de Producción | 53.159 |
| Gastos Administrativos | 12.910 |
| Gastos de Exportación | 20.006 |
| Total Costo Anual | 86.075 |
| Total Costo Diario | 359 |
| Ciclo de caja | 30 |
| Capital de Operación | 10.759 |
| Fuente: Investigación Autor: Maricela Ayala | |

5.7.3 Gastos de constitución

Estos gastos se determinan mediante todo el proceso de constitución y comercialización del producto, es decir son todos los gastos administrativos que se utilizan para el desenvolvimiento normal de cada actividad que tiene la empresa.

Tabla 75 Gasto de constitución

| Activos Diferidos - Gastos de Constitución | | | Total |
|--|-----------------|------------------|--------------|
| Concepto | Cantidad | Valor Un. | 2012 |
| Investigación | 1 | 1.500,00 | 1.500 |
| Registro token | 1 | 150,00 | 150 |
| Registro de exportador | 1 | 120,00 | 120 |
| Certificado Internacional | 1 | 5.600,00 | 5.600 |
| Licencia de Exportación | 1 | 250,00 | 250 |
| Otros doc. | 1 | 1.500,00 | 1.500 |
| Total Activos Diferidos - Gastos de Constitución | | | 9.120 |
| Fuente: Investigación Autor: Maricela Ayala | | | |

5.7.4 Inversión inicial

Es el capital que se utilizará para poner en funcionamiento la industrializadora de papas chips desde el Cantón-Montufar, tomando en cuenta que la inversión será de 67.905 USD los cuales están divididos en inversión fija, de operaciones y de en documentación para la constitución de la empresa.

Tabla 76: Inversión inicial

| Inversión Inicial | |
|---|---------------|
| Concepto | Valor |
| Inversión Fija | 18.640 |
| Capital de Operación | 10.759 |
| Gastos de Constitución | 9.120 |
| Total Inversión Inicial | 38.519 |
| Fuente: Investigación Autor : Maricela Ayala | |

5.7.5 Estructura de financiamiento

Se considera que para la creación de la “Industrializadora de papas chips sabor a pollo desde le Cantón-Montúfar Cía.Ltda” se trabajara con el 1% de capital fijo y la diferencia con capital adquirido a instituciones financieras en el que se necesitara para su constitución y exportación un valor de 38.519 USD.

Tabla 77 Estructura de Financiamiento

| Estructura de Financiamiento | | |
|---|---------------|---------------|
| Concepto | Participación | Valor |
| Capital Propio | 1% | 385 |
| Capital Ajeno | 99% | 38.134 |
| Total | 100% | 38.519 |
| Fuente: Investigación Autor : Maricela Ayala | | |

Tabla 78 Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento

| Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento | | | |
|--|---------------|--------|---------------|
| Recursos | Participación | Costo | Ponderación |
| Propios | 1% | 8,25% | 0,08% |
| Ajenos | 99% | 11,20% | 11,09% |
| Total | 100% | | 11,17% |
| Fuente: Investigación Autor: Maricela Ayala | | | |

5.7.6 Proyección de costos y gastos

5.7.6.1 Costos de producción

En los costos de producción se tomará en cuenta todo lo requerido en la producción de a las Papas chips caseras sabor a pollo, como es la materia prima que se utilizara en este caso papa capiro, y de la misma manera todo lo requerido para el producto final como es obreros, envases y embalajes.

Tabla 79 Costos de producción con proyección

| Costos de Producción | | | Total | Proyección Costos de Producción | | | | |
|---|---------|-----------|---------------|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|--|
| Concepto | Can | Valor Un. | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | |
| Materia Prima | | | 5.577 | 5.806 | 6.056 | 6.328 | 6.625 | |
| Papas | 7.877 | 0,30 | 2.457 | 2.683 | 2.929 | 3.199 | 3.492 | |
| Aceite 10 galones mensuales | 12 | 260,00 | 3.120 | 3123 | 3126 | 3129 | 3132 | |
| Mano de Obra | | | 23.871 | 26.876 | 29.392 | 31.636 | 34.052 | |
| Obreros | 2 | 23.871 | 23.871 | 26.876 | 29.392 | 31.636 | 34.052 | |
| Costos Indirectos de Fabricación: | | | 23.711 | 25.888 | 28.266 | 30.862 | 33.696 | |
| Envases(Fundas) | 567.164 | 0,04 | 22.687 | 24770 | 27045 | 29529 | 32241 | |
| Embalajes(Cajas) | 7.877 | 0,13 | 1.024 | 1.118 | 1.221 | 1.333 | 1.455 | |
| Total Costo de Producción | | | 53.159 | 58.570 | 63.713 | 68.826 | 74.373 | |
| Fuente: Investigación Autor : Maricela Ayala | | | | | | | | |

5.7.6.2 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son sueldos a los empleados como es una secretaria y 2 operarios que se necesitara para la industrializadora de papas chips sabor a pollo desde el Cantón-Montúfar Cía.Ltda, los envíos se realizaran mensualmente y no se necesitara más personal para esta pequeña Industrializadora y todo lo que incurre en gastos de suministros como servicios básicos, suministros de oficina y limpieza.

Tabla 80: Gastos Administrativos

| Gastos Administrativos | | | Total | Proyección Gastos Administrativos | | | | |
|-------------------------------------|-----|-----------|---------------|-----------------------------------|---------------|---------------|---------------|--|
| Concepto | Can | Valor Un. | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | |
| Sueldos | 1 | 12.190 | 12.190 | 13.515 | 15.010 | 16.156 | 17.390 | |
| Servicios Básicos | 12 | 25,00 | 300 | 312 | 324 | 337 | 351 | |
| Suministros de Oficina | 12 | 15,00 | 180 | 187 | 195 | 202 | 210 | |
| Suministros de Limpieza | 12 | 20,00 | 240 | 250 | 260 | 270 | 281 | |
| Total Gastos Administrativos | | | 12.910 | 14.263 | 15.789 | 16.966 | 18.232 | |

Fuente: Investigación
Autor : Maricela Ayala

5.7.6.3 Gastos de exportación

Para los gastos de exportación se a tomado en cuenta unitarización lo que corresponde a gastos a pallets,sunchos,documentación de exportación y transportación de internacional del vehiculo y embarque al pais de destino en esta caso Montreal-Canadá.

Tabla 81: Proyección Gastos de Exportación

| Gastos de Exportación (Ventas) | | | Total | Proyección Gastos de Exportación (Ventas) | | | | |
|---|----------|-----------|---------------|---|---------------|---------------|---------------|--|
| Concepto | Cantidad | Valor Un. | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | |
| Unitarización | 12 | 306,34 | 3.676 | 3.735 | 3.855 | 4.043 | 4.308 | |
| Documentación | 12 | 121,60 | 1.459 | 1.483 | 1.530 | 1.605 | 1.710 | |
| Transporte interno | 12 | 650,00 | 7.800 | 7.925 | 8.180 | 8.579 | 9.142 | |
| Manipuleo de embarque | 12 | 100,00 | 1.200 | 1.219 | 1.259 | 1.320 | 1.406 | |
| Agentes | 12 | 320,00 | 3.840 | 3.901 | 4.027 | 4.224 | 4.501 | |
| Costos bancarios | 12 | 148,81 | 1.786 | 1.814 | 1.873 | 1.964 | 2.093 | |
| Capital e inventario - país de origen | 12 | 20,46 | 245 | 249 | 257 | 270 | 288 | |
| Total Gastos de Exportación (Ventas) | | | 20.006 | 20.327 | 20.982 | 22.006 | 23.448 | |

Fuente: Investigación
Autor: Maricela Ayala

5.8 ESTADOS FINANCIEROS

Nos ayuda a la toma de decisiones sobre los resultados de la operación de la industrializadora en un periodo determinado este se lo realiza anualmente, mediante este podemos determinar la utilidad o pérdida del periodo de la industrializadora de papas chips sabor a pollo desde el Cantón-Montufar.

Tabla 82 Balance General

| Balance General - Con Financiamiento | | | |
|---|---------------|----------------------------------|---------------|
| Activos Corrientes | | Pasivos Corto Plazo | |
| Bancos | 10.759 | Deudas <1 Año | 0 |
| Total Activos Corrientes | 10.759 | Total Pasivos Corto Plazo | 0 |
| Activos Fijos | | Pasivos Largo Plazo | |
| Edificios - Infraestructura | 10.000 | Préstamos Bancarios | 38.134 |
| Maquinaria y Equipo | 6.200 | Total Pasivos Largo Plazo | 38.134 |
| Muebles y Enseres | 1.190 | | |
| Equipo de Computo | 1.250 | Total Pasivos | 38.134 |
| Total Activos Fijos | 18.640 | | |
| Activos Diferidos | | Patrimonio | |
| Gastos de Constitución | 9.120 | Capital Social | 385 |
| Total Activos Diferidos | 9.120 | Total Patrimonio | 385 |
| Total Activos | 38.519 | Total Pasivo + Patrimonio | 38.519 |

Fuente: Investigación

Autor: Maricela Ayala

5.8.1 Estado de resultados

Muestra la rentabilidad o la capacidad de producir utilidades de la industrializadora de papas chips sabor a pollo desde el Cantón -Montúfar durante un período determinado, así mismo se trata de determinar el monto por el cual los ingresos contables superan a los gastos.

Tabla 83: Estado de resultados

| Estado de Resultados - Con Financiamiento | | | | | |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Detalle | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Ingreso por ventas | 109751,08 | 125170,02 | 145402,99 | 155773,70 | 167656,49 |
| Cantidad | 7877,28 | 8271,14 | 8684,70 | 9118,94 | 9574,88 |
| Precio (FOB_ejemplo) | 13,93 | 15,13 | 16,74 | 17,08 | 17,51 |
| - Costo de Ventas | 53159,05 | 58570,27 | 63713,26 | 68825,94 | 74373,17 |
| Utilidad Bruta en Ventas | 56592,02 | 66599,75 | 81689,73 | 86947,76 | 93283,32 |
| - Gastos Operacionales | 32916,30 | 34589,93 | 36770,89 | 38971,51 | 41680,08 |
| Gastos de Exportación | 20006,48 | 20326,58 | 20982,23 | 22005,58 | 23448,10 |
| Gastos Administrativos | 12909,83 | 14263,35 | 15788,66 | 16965,93 | 18231,98 |
| Otros Gastos | 2974,00 | 2974,00 | 2974,00 | 2557,38 | 2557,38 |
| Depreciación | 1150,00 | 1150,00 | 1150,00 | 733,38 | 733,38 |
| Amortización | 1824,00 | 1824,00 | 1824,00 | 1824,00 | 1824,00 |
| Utilidad Operacional | 20701,72 | 29035,82 | 41944,84 | 45418,87 | 49045,87 |
| - Gastos Financieros | 3701,46 | 2366,05 | 873,16 | | 0,00 |
| Interés Bancario | 3701,46 | 2366,05 | 873,16 | | 0,00 |
| U.A.T.I | 17000,26 | 26669,77 | 41071,68 | 45418,87 | 49045,87 |
| - 15% Particip. Trabajadores | 2550,04 | 4000,47 | 6160,75 | 6812,83 | 7356,88 |
| Utilidad Antes de Impuestos | 14450,22 | 22669,31 | 34910,92 | 38606,04 | 41688,99 |
| - 22% Impuesto a la Renta | 3179,05 | 4987,25 | 7680,40 | 8493,33 | 9171,58 |
| Utilidad Neta | 11271,17 | 17682,06 | 27230,52 | 30112,71 | 32517,41 |
| Fuente: Investigación | | | | | |
| Autor : Maricela Ayala | | | | | |

5.8.2 Flujos de efectivo VAN y TIR

Este tipo de indicadores permiten tomar de decisiones en base a los resultados obtenidos, así como también permiten determinar la factibilidad del proyecto, tomando en cuenta que el VAN y TIR dos herramientas financieras que nos permiten evaluar la rentabilidad de un proyecto de inversión o para la adquisición de maquinaria o la creación de un nuevo producto.

- El valor actual neto (V.A.N.)
- La tasa de rentabilidad interna(T.I.R.)

Tabla 84: Flujos de Efectivo, VAN, TIR

| Flujo de Efectivo Neto - Con Fincanciamiento | | | | | | |
|--|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Entradas de efectivo | Año 0 | Año 2016 | Año 2017 | Año 2018 | Año 2019 | Año 2020 |
| Utilidad Neta | | 11.271 | 17.682 | 27.231 | 30.113 | 32.517 |
| + Depreciaciones | | 1.156 | 1.156 | 1.156 | 1.156 | 1.156 |
| + Amortizaciones | | 1.824 | 1.824 | 1.824 | 1.824 | 1.824 |
| Liquidación del Proyecto | | | | | | 21.378 |
| Recuperación Capital de Operación | | | | | | 0 |
| | | | | | | |
| Total Entradas | 0 | 14.251 | 20.662 | 30.210 | 33.092 | 56.875 |
| Salidas de Efectivo | Año 0 | Año 2016 | Año 2017 | Año 2018 | Año 2019 | Año 2020 |
| Inversión Inicial | 38.519 | | | | | |
| Amortización de la Deuda | | 11.324 | 12.659 | 14.152 | | |
| Reposición de Activos | | | | 1.300 | | |
| Total Salidas | 38.519 | 11.324 | 12.659 | 15.452 | 0 | 0 |
| = Flujo de efectivo Neto | -38.519 | 2.927 | 8.003 | 14.759 | 33.092 | 56.875 |

Fuente: Investigación

Autor: Maricela Ayala

Tabla 85: Flujo efectivo

| Año | FE | Fat. Act | FE Descontado |
|-----|-------------|------------|------------------|
| 0 | - 38.519,42 | | |
| 1 | 2.927,33 | 0,8995 | 2.633,19 |
| 2 | 8.002,81 | 0,8091 | 6.475,35 |
| 3 | 14.758,57 | 0,7278 | 10.741,76 |
| 4 | 33.092,38 | 0,6547 | 21.665,55 |
| 5 | 56.875,35 | 0,5889 | 33.494,72 |
| | | ΣFE | 75.010,58 |
| CCP | 11.17% | - I.I. | 38.519,42 |
| TIR | 31.82% | VAN | 36.491,16 |
| VAN | 36.491% | TIR | 31,82% |
| | | PR | 4,04 |
| | | C/B | 1,95 |

Fuente: Investigación
 Autor : Maricela Ayala

En un proyecto empresarial es muy importante analizar la rentabilidad de la industrializadora de papas chips sabor a pollo desde le Cantón-Montúfar al

momento de invertir el capital para ver identificar su viabilidad en la que se ha determinado, que la industrializadora tiene un VAN positivo, y un TIR de 31.82% este valor supera el pago de interés en la institución bancaria, considerando que este permitirá la recuperación en 4 año cuatro meses con un costo beneficio de 4,04 que nos quiere decir que por cada dólar invertido ganaremos 1,95\$ valor efectivo para la “Industrializadora de papas chips sabor a pollo desde el cantón Montufar” a largo plazo este ira creciendo y será más efectivo para la industrializadora.

5.8.3 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio permitirá a una organización o industrializadora determinar la posible rentabilidad de comercializar su producto, este utilizará los ingresos totales que se recibe al momento de vender el producto, y de la misma manera se identifica el costo, tomando en cuenta si el producto puede ser vendido en mayores cantidades de las que arroja el punto de equilibrio tendremos entonces que la empresa percibirá beneficios. Si, por el contrario, se encuentra por debajo del punto de equilibrio, tendrá pérdidas.

El punto de equilibrio nos indica que se debería vender como mínimo de 2.040 cajas de papas chips cada caja a un precio de 45.46 USD mismas que cada una tendrá un precio de 0,63 con la finalidad de no tener ni pérdidas ni ganancias, es decir lograr cumplir con las obligaciones contraídas.

Tabla 86: Punto de Equilibrio

| Punto de Equilibrio - Con Financiamiento | | | | | | | | | | | | |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| | Año 0 | | Año 2015 | | Año 2016 | | Año 2017 | | Año 2018 | | Año 2019 | |
| Costo de Producción | Fijos | Variables | Fijos | Variables | Fijos | Variables | Fijos | Variables | Fijos | Variables | Fijos | Variables |
| MPD | | 5.577 | | 5.806 | | 6.056 | | 6.328 | | 6.625 | | 6.803 |
| MOD | | 23.871 | | 26.876 | | 29.392 | | 31.636 | | 34.052 | | 36.652 |
| Costos Indirectos Fabricación | | | | | | | | | | | | |
| Envases(Fundas) | | 22.687 | | 24.770 | | 27.045 | | 29.529 | | 32.241 | | 35.202 |
| Embalajes(Cajas) | | 1.024 | | 1.118 | | 1.221 | | 1.333 | | 1.455 | | 1.589 |
| Depreciaciones | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | |
| Total Costo de Producción | 0 | 53.159 | 0 | 58.570 | 0 | 63.713 | 0 | 68.826 | 0 | 74.373 | 0 | 80.246 |
| Gastos Operacionales | 12.910 | 20.006 | 14.263 | 20.327 | 15.789 | 20.982 | 16.966 | 22.006 | 18.232 | 23.448 | 19.594 | 39.093 |
| Gastos Administrativos | 12.910 | | 14.263 | | 15.789 | | 16.966 | | 18.232 | | 19.594 | |
| Gastos de Exportación | | 20.006 | | 20.327 | | 20.982 | | 22.006 | | 23.448 | | 39.093 |
| Gastos Financieros | 0 | | 3.701 | | 2.366 | | 873 | | 0 | | 0 | |
| Interés Bancario | | | 3.701 | | 2.366 | | 873 | | | | | |
| Costos y Gastos Totales | 12.910 | 73.166 | 17.965 | 78.897 | 18.155 | 84.695 | 17.839 | 90.832 | 18.232 | 97.821 | 19.594 | 119.339 |
| Unidades | 7.877 | | 8.271 | | 8.685 | | 9.119 | | 9.575 | | 10.054 | |
| Costos y Gastos Unitarios | 1,64 | 9,29 | 2,17 | 9,54 | 2,09 | 9,75 | 1,96 | 9,96 | 1,90 | 10,22 | 1,95 | 11,87 |
| Total Costos y Gastos Unitarios | 10,93 | | 11,71 | | 11,84 | | 11,92 | | 12,12 | | 13,82 | |
| % Utilidad | 10% | | 10% | | 10% | | 10% | | 10% | | 10% | |
| Precio de venta Unitario | 12,02 | | 12,88 | | 13,03 | | 13,11 | | 13,33 | | 15,20 | |
| P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV) | 4.726 | | 5.374 | | 5.544 | | 5.667 | | 5.851 | | 5.882 | |

Fuente: Investigación
 Autor: Maricela Ayala

5.6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.6.1 Conclusiones

- Este proyecto de investigación permitirá conocer la viabilidad de comercialización de papas chips a sí Canadá, tomando en cuenta las oportunidades de mercado.
- Considerando que la producción de papas es muy alta en el cantón Montúfar, la industrializadora de papas chips a crearse tiene oportunidades de producción y comercialización, esto genera beneficios económicos
- Las papas chips por ser un producto atractivo en mercados nacionales e internacionales y por tener un alto nivel de consumo por sus propiedades nutritivas, proteínicas, vitamínicas y minerales, permitirán la comercialización a mercado canadiense.
- El plan logístico permitirá conocer cuál es el proceso a seguir para el ingreso a mercados canadienses, siguiendo las normas y técnicas que exige al momento de ser exportado el producto.
- El estudio de mercado y financiero permitirán que la industrializadora de papas chips tenga oportunidades de comercialización, determinando su oferta y demanda las cuales hacen que este proyecto tenga una viabilidad de ingresar a mercados internacionales, identificando los indicadores de rentabilidad en un periodo determinado.

5.6.2 Recomendaciones

- Tomar muy en cuenta las relaciones comerciales y logísticas de acuerdo al análisis de localización del proyecto, tomando en cuenta las normas y técnicas exigidas por el país de destino.
- Considerar las exigencias del mercado canadiense, las cuales permitirán ingresar sin ningún problema el producto ya que esto traerá mejores oportunidades en la economía del país y de la misma manera generar oportunidades de trabajo.
- Hay que tomar muy en cuenta la inversión que requiere este proyecto, como es en su infraestructura, producción y comercialización, estos recursos permitirán que la industrializadora se lleve a cabo y así se podrá generar ingresos económicos para el país.
- De la misma manera se considera que es muy importante conocer la ayuda que hoy está generando el gobierno por medio de sus instituciones relacionadas al comercio exterior.
- Así mismo se considera que para la creación de la empresa el gobierno presta financiamiento con créditos con bajo interés y facilidad de pago.

CAPÍTULO VI

VI. BIBLIOGRAFÍA.

6.1 Bibliografía y Linkografía

Baca, G. (2010). Evaluación de Proyectos, 6ª Edición. Edición. México. McGraw-Hill.

BARRENO, L. (2010). Manual de Formulación y Evaluación de proyectos. Ediciones Legales.

Guerrero, L. (octubre, 2011). Problemas de exportación PAPAS en El Universo pág. 5

Izurieta, T (septiembre, 2012). Precios venta de PAPA ciudades norte en El hoy pág. 3

Semplades (2013) Plan Nacional del Buen Vivir, Quito Ecuador primera edición ISBN

Agricultural Outlook, Agricultural Outlook Statistical indicators (2012) publications, www.ers.usda.gov

Indicators (2012),
<http://www.ers.usda.gov/Publications/AgOutlook/Archives>

Agro negocios. (s.f.). (2011], Exportación De SNACK ecuatoriano Al Mercado Canadiense en <http://www.sica.go.ec/agronegocios>

Arjona, M. (1999). Dirección Estratégica: Un enfoque práctico. Ediciones Díaz de Santos.

BARRENO, L. (2010). Manual de Formulación y Evaluación de proyectos. Ediciones Legales

Betancourt, X. H. (2010). Clasificación de la política económica. En <http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/>

Bolívar, S. (2010). Diseño, Elaboración y Evaluación de proyectos de Inversión. Quito: Lazcano.

Brian, (2011). Trade Facilitation Office Canadá en <http://www.embamex.sre.gob.mx/canada>

Canadá. (2011). Canadá en <http://neuroc99.sld.cu/canada.htm>

Canadá. (s.f.). (2013), Reglas de Embalaje y etiquetado en Canadá. <http://comercioexterior.banesto.es/es/elija>

Canadá. (-2010). Informe Nacional de Canadá de <http://www.international.gc.ca/americas>

Cantonal, G. d. (2010). Carchi el jardín del Ecuador. Tulcán.

CEI-RD. (2011). Política Comercial De Canadá. en <http://www.cei-rd.gov.do/estudios>

Chapman, A. (2004). De gerencia.com. <http://www.degerencia.com/articulos>.

Chavarría, L. M. (2010). en Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones <http://www.minec.gob.sv/cajadeherramientasue>.

Comercial, P. E. (2010). Canadá. Ottawa.

Constitución Política del Ecuador. (2011). Quito: Corporación de estudios y publicaciones.

Department, (2011) Canada Agricultural Products Act. <http://laws-lois.justice.gc>.

Duceppe, G. (s.f.). Rocler.qc.ca. (2012), de <http://www.rocler.qc.ca/turp/esp>

Cerna, P. (2009). CICO. En <http://www.pucesi.edu.ec/pdf/brocoli.pdf>

Economía. (s.f.). (2012) Demanda Efectiva, en <http://es.mimi.hu/economia/demanda>

ECONOMÍA, M. D. (2012). BARRERAS DEL COMERCIO. En <http://www.barrerascomerciales.es/Fichas.aspx?ver=2008/0195>

ECUADOR. (2012). Provincia Del Carchi en <http://www.explored.com.ec/ecuador/carch.htm>

Ecuador, P. (2011). Pro Ecuador en <http://www.proecuador.info/>

Facu. (2009). Misión y visión en http://www.lafacu.com/notables/mision_vision

FRUIT Canadá. (2011). Fruit And Vegetable Dispute Resolución Corporación: <http://www.fvdrc.com/Default.aspx?DN=a447f775-303d-4515-ad24->

GODOY, H. (2011). Agricultura-Y-Ganadería-Del-Ecuador en www.ipex.es/www/download/guiasyobservatorios/canada.pdf

Helch, A. (2011). Health Canada en <http://www.hc-sc.gc.ca/cps-spc/>

INEC. (2011). Boletín Agropecuario Mensual: Productos del Mes Café y Papa. Quito.

Infojardin. (s.f.). (2012). Hortalizas y verduras de <http://fichas.infojardin.com/hortalizas>

JARA, M. (2013). Guía Comercial de Canadá.

Jintao, H. (2014). Población canadiense en <http://spanish.peopledaily.com>

LINOGRAFÍA.

Aduanas del Ecuador. (2011). COPCI en <http://www.aduana.gov.ec>

Agro negocios. (s.f.). (2011], Exportación DE PAPA ecuatoriano Al Mercado italiano en <http://www.sica.go.ec/agronegocios>.

<http://www.canada.ca/en/services/business/trade/buycanadian/index.html>

<http://www.cpma.ca/en/industry-resources/fruitandvegetablestatistics.aspx>

<http://www.datosmacro.com/negocios/doing-business/canada>

http://www.indexmundi.com/es/colombia/distribucion_por_edad.html

ANEXOS

Anexo 1: Marco lógico del problema



| RESUMEN NARRATIVO | INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE | MEDIOS DE VERIFICACIÓN | SUPUESTOS |
|---|--|--|--|
| Determinar la incidencia de oportunidades de mercado en Montreal Canadá , en la comercialización de papas chips caceras con sabor a pollo desde la cantón Montúfar de la provincia del Carchi - Ecuador. | Estudio de Mercado en forma de informe final de Grado | Análisis de mercados y Análisis financieros; Fichas; Interpretación dela información | Falta de información, información desactualizada |
| Fundamentar bibliográficamente las oportunidades de mercado en Montreal –Canadá y la comercialización de papas chips caceras con sabor a pollo la desde la cantón Montúfar de la provincia del Carchi -Ecuador Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de papas chips caceras con sabor a pollo del sector productivo del Cantón Montúfar provincia del Carchi que permita atender en parte las oportunidades de mercado de Montreal Canadá | Capítulo I; Capitulo II Capitulo III | libros , entrevistas , internet Fichas; Encuestas; entrevistas; Análisis Financieros y análisis de mercados | Información desactualizada Falta de estadísticas , falta de colaboración de los informantes |
| Diseñar un plan de negocios para la comercialización de papas chips caceras con sabor a pollo desde la cantón Montúfar de la provincia del Carchi -Ecuador hacia el mercado de Montreal Canadá. | Capitulo IV-V | Estudio técnico, logístico y financiero | Costos altos, proceso de exportación complicadas, permisos sanitarios |
| Fuente: Propia Elaboración: Maricela Ayala | | | |

Anexo 2: Cronograma

| CRONOGRAMA | |
|--|--|
| Su cronograma debe estar en concordancia con su presupuesto, con su marco lógico, con su marco metodológico. | |
| TAREAS | MESES |
| | PLAZOS |
| | SEPTIEMBRE OCTUBRE NOVIEMBRE DICIEMBRE ENERO FEBRERO MARZO ABRIL MAYO JUNIO JULIO AGOSTO |
| INICIO FINAL I II III IV I II III IV I II III IV I II III IV I II III IV I II III IV I II III IV I II III IV I II III IV | |
| Determinar la incidencia de oportunidades de mercado en Montreal Canadá, en la comercialización de papas chips caceras con sabor a pollo desde la cantón Montúfar de la provincia del Carchi - Ecuador. | |
| Recolección de Información Básica | |
| Organización, tabulación y análisis de la información | |
| Redacción de ÍTEMS 1,2 y 3 | |
| Fundamentar bibliográficamente las oportunidades de mercado en Montreal –Canadá y la comercialización de papas chips caceras con sabor a pollo la desde la cantón Montúfar de la provincia del Carchi - Ecuador | |
| Recolección de información referente a la comercialización de la PAPA en el Cantón Montufar | |
| Consecución de literatura concerniente a la comercialización | |
| Análisis de resultados | |
| Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de papas chips caceras con sabor a pollo del sector productivo del Cantón Montúfar provincia del Carchi que permita atender en parte las oportunidades de mercado de Montreal Canadá . | |
| Definición de la población y muestra a ser investigada | |
| Elaboración de una encuesta para determinar las estrategias de comercialización | |
| Aplicación de la encuesta a los productores del Cantón Montúfar Provincia del Carchi | |
| Análisis de los datos obtenido en las encuestas | |
| Interpretación de los resultados | |
| Diseñar un plan de negocios para la comercialización de papas chips caceras con sabor a pollo desde la cantón Montúfar de la provincia del Carchi -Ecuador hacia el mercado de Montreal Canadá. | |
| Elaboración de estudio técnico | |
| Elaboración de estudio logístico | |
| Elaboración de estudio financiero | |

Fuente: Estudio Técnico
Elaboración: Maricela Ayala

Anexo 3: Entrevista al presidente de la asociación de Canchaguano

| | |
|--|---|
|  <p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial</p> <p style="text-align: center;">Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional</p>  | |
| Entrevista para productores de papas del Cantón Montufar –Provincia del Carchi | |
| “Oportunidades de mercado en Montreal - Canadá y la comercialización de papas chip caseras sabor a pollo desde el cantón Montufar de la provincia de Carchi – Ecuador” | |
| Objetivo: | Determinar la oferta para la industrializadora de papas chips. |
| Instrucción | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer al entrevistado el objetivo de la entrevista • Realizar preguntas relacionadas a la producción y comercialización de las papas | |
| Datos : | Segundo Gabriel Burgos Arcos |
| Sector : | Canchaguano - Cantón - Montufar - |
| Organización : | Asociación Canchaguano |
| Fecha : | Montufar, Noviembre 6 del 2015 |
| ASPECTOS DE PRODUCCIÓN | |
| 1. Cuáles son las variedades que más se cultiva en cantón Montufar | |
| Súper chola | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Capiro | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Única | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Esperanza | <input type="checkbox"/> |
| Gabriela | <input type="checkbox"/> |
| Otras | <input checked="" type="checkbox"/> |
| OBSERVACIÓN | De acuerdo a la producción la más comercializada es la capiro y súper chola por ser una papa duradera que no se verdea fácilmente es más para la industrialización y la comercialización internacional. |
| 2. Que extensión de terreno le dedica a la producción de la papa | |
| De una a 5 hectáreas | <input type="checkbox"/> |
| De 5 a 10 hectáreas | <input type="checkbox"/> |
| Más de 10 hectáreas | <input checked="" type="checkbox"/> |
| OBSERVACIÓN | Como somos diferentes socios cada socio cuenta con sus hectáreas de acuerdo a la que requieran cultivar pero en general los socios cuentan de 5 hectáreas a más. |
| 3. Cuantos quintales de papa capiro produce por hectárea | |
| DE 50 a 100 quintales | <input type="checkbox"/> |
| De 100 a 200 quintales | <input type="checkbox"/> |
| De 200 a 300 quintales | <input type="checkbox"/> |
| Más de 300 quintales | <input checked="" type="checkbox"/> |
| OBSERVACIÓN | De acuerdo a la semilla, cultivo y factores meteorológicos aproximadamente se produce de 300 a más quintales por hectáreas. |

| | | | | |
|--|--|---|---|---|
| 4. Cuantas cosechas realiza al año | | | | |
| Mensualmente | | | | |
| Bimestral | X | | | |
| Semestralmente | | | | |
| Anualmente | | | | |
| OBSERVACIÓN | Dependiendo del tipo de papa que se siembre, se puede decir que los cultivos se los realiza bimestralmente, pero en caso de la capiro su cultivo es cada cuatro. | | | |
| 5. Qué sistema de producción utiliza. | | | | |
| Totalmente químico | | | | |
| Totalmente orgánica | | | | |
| Mixto | X | | | |
| Otros | | | | |
| OBSERVACIÓN | Hoy por las exigencias de los mercados internacionales, MAGAP y el IEPS proponen con sus capacitaciones implementar para el cultivo de la papa utilizar abonos orgánicos para que el producto tenga una mejor calidad. | | | |
| ASPECTO DE COMERCIALIZACIÓN | | | | |
| 6. A qué mercado es destinado su producto | | | | |
| Venta directa | X | | | |
| Mercado local | | X | | |
| Mercado nacional | | | X | |
| Mercado internacional | | | | X |
| Otros | | | | X |
| OBSERVACIÓN | La asociación no tiene nichos establecidos, su comercialización se la realiza dependiendo del comprador y la demanda del mercado, sin embargo el 16% de nuestro producto se vende en mercado local para diferentes usos como restaurantes, hoteles industrializadoras entre otros, pero en general nuestro producto es comercializado a los mercados como Quito y Guayaquil por ser mercados que tienen poca producción de este tubérculo considerando que los precios en dichas ciudades son mejores pagadas. | | | |
| 7. Que cantidad de materia prima estaría dispuesto a ofertar a la " INDUSTRIALIZADORA PAPAS CHIPS " | | | | |
| De 1 a 10 toneladas | | | | |
| De 10 a 20 toneladas | X | | | |
| Más de 20 toneladas | | | | |
| OBSERVACIÓN | Se puede estar ofertando de acuerdo al cultivo y la comercialización se puede vender de una a 10 toneladas mensuales. | | | |
| 8. Como sería la forma de entrega de la materia prima | | | | |
| Directo (Industria) | X | | | |
| Indirecto (Terreno) | | | | |
| Entre otras | | | | |
| OBSERVACIÓN | Esto se realizaría de acuerdo al requerimiento del cliente | | | |
| 9. Que forma de pago utilizaría para la negociación | | | | |
| De contado | X | | | |
| Plazo de 8 | | | | |
| Plazo 8 a más días | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|
| OBSERVACIÓN | La forma de Pago se la realizara al contado ya que de eso se paga a los jornaleros. | | | | |
| 10. Qué tipo de almacenaje tiene su producto | | | | | |
| | a. Menos de una semana | | | | |
| | b. De 2 a 3 semanas | | | | |
| | c. Más de un mes | | | | |
| | d. No almacena | | | | X |
| OBSERVACIÓN | El producto no es almacenado porque siempre se lo tiene ofrecido a los diferentes nichos con anticipación | | | | |
| 11. Como determina los precios | | | | | |
| | a. Conveniencia | | | | |
| | b. Precio de mercado | | | | |
| | c. De acuerdo a sus gastos | | | | X |
| | d. Otros | | | | |
| OBSERVACIÓN | Esto depende de cómo este la demanda hay días que el precio baja y días el precio sube pero en lo general si es capiro se la vende a 20\$ las de más varían. | | | | |
| ASPECTOS LEGALES DE LA ORGANIZACIÓN | | | | | |
| 12. La asociación está legalmente constituida | | | | | |
| | SI | | | | X |
| | NO | | | | |
| Observación | Si nuestra asociación está legalmente constituida ya que con las exigencias del gobierno hoy pertenecemos a la superintendencia de economía popular y solidaria SEPS | | | | |
| 13. Con que tipo de certificación cuenta la asociación Canchaguano | | | | | |
| | Certificación de semilla | | | | X |
| | Certificado plaguicidas | | | | X |
| OBSERVACIÓN | Con certificados otorgados por el MAGAP de acuerdo con las exigencias que requieren. | | | | |
| <p>GRACIAS POR SU COLABORACIÓN</p>  <p>REPRESENTANTE "ASOCIACIÓN CANCHAGUANO "</p> | | | | | |

Anexo 4: Presidente de la asociación de Canchaguano

Tulcán 12 de Febrero del 2016

Señor: Ing. Héctor Chuquín

Asesor del proyecto:

"Oportunidades de mercado en Montreal - Canadá y la comercialización de papas chip caseras sabor a pollo desde el cantón Montufar de la provincia de Carchi - Ecuador"

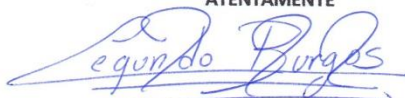
De mis consideraciones:

Yo Segundo Gabriel Burgos Arcos representante legal de la "ASOCIACIÓN CANCHAGUANO" con código de suscripción 187167 del Canto Montufar - Provincia del Carchi con número de cedula N° 0400155404 me dirijo a usted para certificar que la señorita Maricela Elizabeth Ayala Hualpa con número de cedula N° 0401644604 realizó la entrevista correspondiente a lo que se refiere la producción y comercialización de la papa capiro.

Una vez concluida la entrevista se analizó la oportunidad de ver como la asociación le oferta su producto a la industrializadora de papas chips que se va a crear, lo cual hemos visto pertinente que de acuerdo al cultivo se le ofertará de 10 hasta más toneladas ya que también se debe comercializar nuestro producto al mercado local, de la misma manera se dio a conocer que la asociación con el apoyo de la SEPS (Superintendencia de Escomía Popular y Solidaria) y los 20 integrantes de la asociación implementarán un depósito para almacenar la papa el cual serviría para la industrializadora de papas chips siendo esto una oportunidad para los socios y los agricultores de papa para así generar más empleo, garantías y solidos.

Desde ya felicito por la iniciativa que tiene este proyecto ya que es muy viable y de la misma manera interésate para generar más oportunidades a nuestra provincia y en especial a los productores.

ATENTAMENTE



REPRESENTANTE

"ASOCIACIÓN CANCHAGUANO"

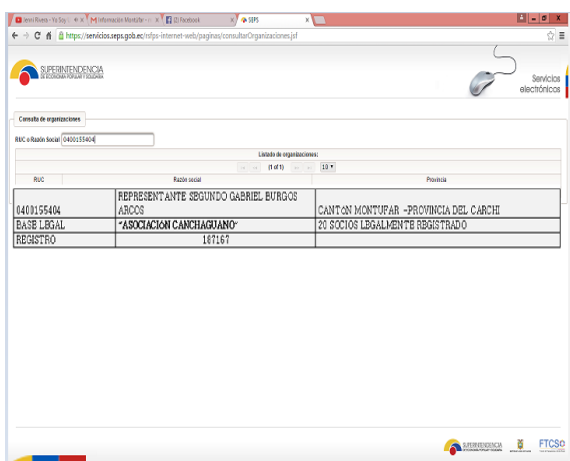
Anexo5: Proceso de cultivo de la papa



Autor: Maricela Ayala

Anexo 6: Inscripción de “ASOCIACIÓN CANCHAGUANO” en la SEPS

Superintendencia de Escomía Popular y Solidaria

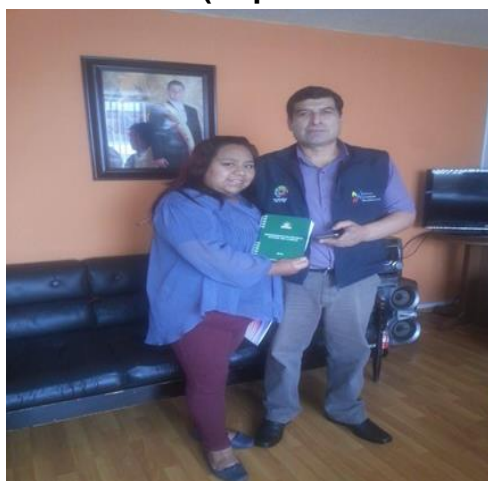


The screenshot shows a web browser window with the URL <https://servicios.seps.gub.ec/info-internet/web/paginas/consultarOrganizaciones.pdf>. The page displays a search result for an organization. The search criteria include RUC: 0400155404. The results table is as follows:

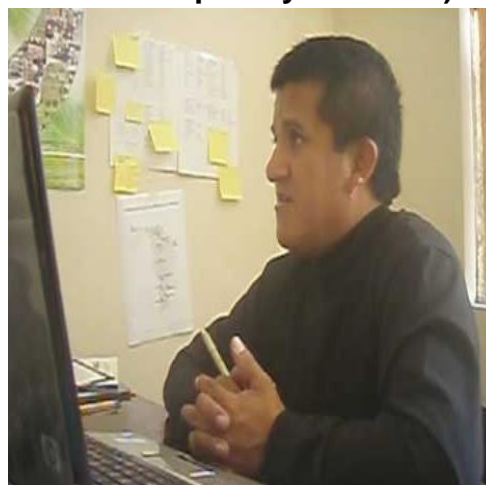
| RUC | Razon social | Provincia |
|------------|--|---------------------------------------|
| 0400155404 | REPRESENTANTE SEGUNDO GABRIEL BURGOS ASOCOS | CANTON MONTUFAR -PROVINCIA DEL CARCHI |
| BASE LEGAL | "ASOCIACION CANCHAGUANO" | 20 SOCIOS LEGALMENTE REGISTRADO |
| REGISTRO | 187167 | |

Fuente: Sistema Electrónico de la SEPS
Autor: Maricela Ayala

DIRECTOR Y SUPERVISOR DE SEPS (Superintendencia de Escomía Popular y Solidaria)



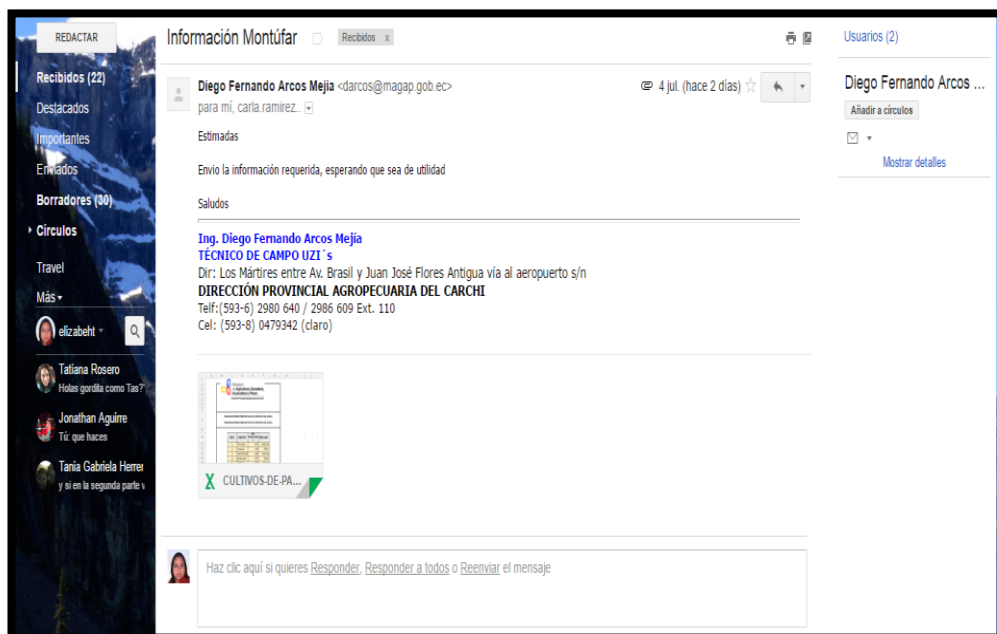
Fuente: ZONA 1 SEPS
Autor Maricela Ayala



De acuerdo a la investigación realizada podemos manifestar que el señor Bernardito Morocho supervisor de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, facilito la información para poder identificar a la asociación de papicultores Canchaguano registrada con el número 187167 del Cantón Montúfar Provincia del Carchi y su representante el señor Segundo Gabriel Burgos Arcos.

Anexo 7: Información otorgada por el MAGAP (Ministerio de agricultura ganadería acuicultura y pesca)

INFORMACIÓN MONTUFAR



Fuente: Ing. Diego Fernando Arcos Mejía TÉCNICO DE CAMPO UZI's
Autor: Maricela Ayala

PAPICULTORES DE LA PROVINCIA DEL CARCHI

| Nro. | CL_RUC_PROP | APELLIDOS_PROP | NOMBRES_PROP | CELULAR_PROP | COORD_X | COORD_Y | SUP_TOTAL | ESTADO_PREDIO | NOMBRE_CULTIVO | SUP_CULTIVO | prov | cant | par | DIRECCION_PREDIO |
|------|-------------|--------------------|---------------------|--------------|---------|----------|-----------|---------------|----------------|-------------|----------|--------------------|------------------------------|--------------------------------|
| 1 | 040098047 | LEON HURTADO | TITO FERNANDO | 0994602670 | 8 | 8 | ACTIVO | Papa | 15,00 | CARCHI | MONTUFAR | SAN JOSE | CHILTARAN | |
| 2 | 040132942 | SEGUNDO MARCELINO | ENRIQUEZ GILIN | 099594780 | 008900 | 02089708 | 1 | ACTIVO | Papa | 1,50 | CARCHI | MONTUFAR | CRISTOBAL COLON | SECTOR CHICO CAICO |
| 3 | 040081386 | MARIA TERESA | CHINCHUÑA ENRIQUEZ | 0997746540 | 194274 | 02065594 | 5 | ACTIVO | Papa | 5,00 | CARCHI | MONTUFAR | FERNANDEZ SALVADOR | BARBOSA VICENTE |
| 4 | 040128809 | JOSE MARCELO | TARAPUES CHARFUELAN | 0988140437 | 181907 | 02058424 | 18 | ACTIVO | Papa | 5,00 | CARCHI | MONTUFAR | SAN JOSE | EL CHAMIZO |
| 5 | 040040799 | ESTACIO TIRIRA | HECTOR EDMUNDO | 0982252195 | 181395 | 067990 | 4 | ACTIVO | Papa | 4,00 | CARCHI | MONTUFAR | SAN GABRIEL, CABECERA CANTON | EL CHAMIZO |
| 6 | 040067487 | TITE FRUTOS | ROMEL PATRICIO | 0998397891 | 020771 | 074200 | 4 | ACTIVO | Papa | 4,00 | CARCHI | MONTUFAR | SAN GABRIEL, CABECERA CANTON | CHAMIZO |
| 7 | 040038161 | TIRIRA ALVARADO | JOSE GUILLERMO | 0958087795 | 190311 | 078883 | 8 | ACTIVO | Papa | 3,00 | CARCHI | MONTUFAR | SAN GABRIEL, CABECERA CANTON | CHAMIZO |
| 8 | 040100974 | HENANDEZ BENAVIDES | WILSON PORFIRIO | 0988620554 | 189952 | 083444 | 2 | ACTIVO | Papa | 1,50 | CARCHI | MONTUFAR | SAN GABRIEL, CABECERA CANTON | CHAMIZO |
| 9 | 040132105 | CHITAN GUSTAVO | EDGAR ALEJANDRO | 0993332000 | 021670 | 067127 | 15 | ACTIVO | Papa | 4,00 | CARCHI | MONTUFAR | SAN GABRIEL, CABECERA CANTON | SAN FRANCISCO DE ATHAR |
| 10 | 040116628 | OBANDO ORTEGA | CARLOS LEPIANO | 0990638897 | 188318 | 071205 | 4,5 | ACTIVO | Papa | 1,50 | CARCHI | MONTUFAR | SAN GABRIEL, CABECERA CANTON | SAN FRANCISCO DE ATHAR |
| 11 | 040061859 | CORDOVA PANTUJA | INOCENCIO ELIESER | 0967753105 | 183875 | 045137 | 2 | ACTIVO | Papa | 25,00 | CARCHI | MONTUFAR | LA PAZ | TUQUER |
| 12 | 040143048 | TITE FRUTOS | FAUSTO ENRIQUE | 0939739574 | 189620 | 067420 | 3 | ACTIVO | Papa | 3,00 | CARCHI | MONTUFAR | SAN JOSE | JESUS DEL GRAN PODER |
| 13 | 040132502 | BENAVIDES CARDENAS | PAULO PIPAIN | 0946405661 | 020721 | 065119 | 0 | ACTIVO | Papa | 3,00 | CARCHI | MONTUFAR | SAN JOSE | JESUS DEL GRAN PODER |
| 14 | 040143192 | CHUFI PULITAR | ROSA DEL CARMEN | 0988235522 | 186641 | 079216 | 4 | ACTIVO | Papa | 4,00 | CARCHI | MONTUFAR | SAN GABRIEL, CABECERA CANTON | CANONIGUANO SECTOR LA BANDA |
| 15 | 040100913 | TIRIRA ALVARADO | HUMBERTO FABIAN | 0967005156 | 190098 | 087774 | 4 | ACTIVO | Papa | 4,00 | CARCHI | MONTUFAR | SAN GABRIEL, CABECERA CANTON | CHAMIZO LOMA SAN FRANCISCO |
| 16 | 040041056 | POZO | ROSA ELVA | 0959103583 | 020773 | 045753 | 1 | ACTIVO | Papa | 0,50 | CARCHI | MONTUFAR | LA PAZ | SANTA CLARA |
| 17 | 040015555 | CAEDENA RODRIGUEZ | LEPIANO BENAMICIO | 099198664 | 066664 | 066664 | 3,5 | ACTIVO | Papa | 0,75 | CARCHI | MONTUFAR | FERNANDEZ SALVADOR | BARBICO CENTRO |
| 18 | 040107650 | CUATRALM LUCERO | SALUO OMAR | 0950304500 | 188995 | 061406 | 10 | ACTIVO | Papa | 5,00 | CARCHI | MONTUFAR | SAN GABRIEL, CABECERA CANTON | MONTVECENTE |
| 19 | 040052321 | FIGUEROA MARCELLO | JUAN BRULINDO | 0988800601 | 182609 | 061483 | 10 | ACTIVO | Papa | 10,00 | CARCHI | MONTUFAR | PIARTAL | EL ROSAL |
| 20 | 040123705 | CHUMBE PADO | ROBERTO RENAN | 0980759143 | 020541 | 022059 | 4 | ACTIVO | Papa | 3,00 | CARCHI | MONTUFAR | PIARTAL | SAN PEDRO BAJO |
| 21 | 040053876 | CHAMORRO MADRUERO | GONZALO NABOR | 0999108792 | 186197 | 063773 | 4 | ACTIVO | Papa | 0,50 | CARCHI | MONTUFAR | FERNANDEZ SALVADOR | SAN FRANCISCO |
| 22 | 040139475 | CARLOSAMAYA YAMAG | AIDA JULIA | 0981341442 | 186737 | 024666 | 0,5 | ACTIVO | Papa | 0,50 | CARCHI | MONTUFAR | SAN GABRIEL, CABECERA CANTON | SANTA OTILLA |
| 23 | 040070701 | GUAPIN NARANJE | CARLOS SERGIO | 0982597552 | 021738 | 068441 | 8 | ACTIVO | Papa | 5,00 | CARCHI | MONTUFAR | SAN GABRIEL, CABECERA CANTON | CHAMIZO |
| 24 | 040054360 | ARTEAGA HIDALGO | GUSTAVO ASTURO | 0988698134 | 190874 | 088557 | 25 | ACTIVO | Papa | 3,00 | CARCHI | MONTUFAR | SAN GABRIEL, CABECERA CANTON | LOMA LA ESPERANZA |
| 25 | 040091558 | GOMEZ ACOSTA | SEGUNDO TIOPILO | 0918394 | 08891 | 3 | ACTIVO | Papa | 1,50 | CARCHI | MONTUFAR | PIARTAL | LAS LAJAS | |
| 26 | 040108787 | ROSALES ORTEGA | NELSON ESTUARDO | 0968297111 | 194004 | 048552 | 75 | ACTIVO | Papa | 4,00 | CARCHI | MONTUFAR | FERNANDEZ SALVADOR | FERNANDEZ SALVADOR |
| 27 | 040061743 | LABRALDO MORENO | ANSEL MARIA | 098172221 | 020621 | 022029 | 0 | ACTIVO | Papa | 0,50 | CARCHI | MONTUFAR | FERNANDEZ SALVADOR | SAN FRANCISCO DE LA LINEA ROJA |
| 28 | 040145263 | USAMAD CUCAL | JORGE ELIESER | 0992407362 | 192877 | 056659 | 10 | ACTIVO | Papa | 3,00 | CARCHI | MONTUFAR | PIARTAL | LAS LAJAS |
| 29 | 040063378 | OBANDO | DIGNA ELISABETH | 0985128137 | 192218 | 083096 | 0,5 | ACTIVO | Papa | 0,20 | CARCHI | MONTUFAR | PIARTAL | LAS LAJAS |
| 30 | 040063598 | CHILIN MEÑA | WASHINGTON | 0986012806 | 184421 | 03941 | 18 | ACTIVO | Papa | 4,00 | CARCHI | MONTUFAR | FERNANDEZ SALVADOR | SAN FRANCISCO |
| 31 | 040112826 | ALVAREZ ROSSERO | LUIS EDUARDO | 0988408394 | 052931 | 069866 | 0 | ACTIVO | Papa | 1,50 | CARCHI | MONTUFAR | PIARTAL | EL ROSAL |
| 32 | 040062918 | MONTENEGRO | LUIS ALFREDO | 093567 | 03914 | 2,5 | ACTIVO | Papa | 2,50 | CARCHI | MONTUFAR | FERNANDEZ SALVADOR | EL TAMBÓ BAJO | |
| 33 | 040070386 | MONTENEGRO ROSERO | NELSON GERMAN | 0998823380 | 192664 | 063881 | 0,5 | ACTIVO | Papa | 0,50 | CARCHI | MONTUFAR | FERNANDEZ SALVADOR | SAN PABLO |
| 34 | 040162024 | CELUZ MONTENEGRO | ELIUS ARMANDO | 0920623 | 02059 | 2,5 | ACTIVO | Papa | 2,50 | CARCHI | MONTUFAR | FERNANDEZ SALVADOR | EL TAMBÓ | |
| 35 | 040001640 | SALAZAR ROSERO | ALFREDO JOSE | 0969845435 | 184450 | 042112 | 25 | ACTIVO | Papa | 5,00 | CARCHI | MONTUFAR | FERNANDEZ SALVADOR | EL TAMBÓ |
| 36 | 040029294 | ALDÁZ FLORES | SEGUNDO ELEDORNO | 0976034068 | 188021 | 070846 | 80 | ACTIVO | Papa | 5,00 | CARCHI | MONTUFAR | CHITAN DE NAVARRETE | SIN NOMBRE |
| 37 | 040102780 | BENAVIDES MINO | JOSE JULIO | 0995987772 | 187934 | 022774 | 15 | ACTIVO | Papa | 3,00 | CARCHI | MONTUFAR | CHITAN DE NAVARRETE | CHITAN DE NAVARRETE |
| 38 | 040121931 | ENRIQUEZ CELIN | JOSE MIRAL | 0979905350 | 020700 | 01835 | 10 | ACTIVO | Papa | 3,00 | CARCHI | MONTUFAR | CHITAN DE NAVARRETE | CHITAN DE NAVARRETE |

Fuente: Ing. Diego Fernando Arcos Mejía TÉCNICO DE CAMPO UZI's
Autor: Maricela Ayala

Anexo 8: Listado de asociaciones de papicultores de la provincia del Carchi

| No. | Organización | Comunidad | Representante Legal | No. Teléfono |
|-----|--|-------------------------------|---------------------------------|--------------------------|
| 1 | EL Rosal | El Rosal-Piartal | Luis Rosero | 9856503181 |
| 2 | Unión y Progreso II | San Juan-Cristóbal Colón | Alba Elisa Román | 981983895 |
| 3 | EL LABRADOR | | SIGIFREDO ERAZO | 062979041 09399670795 |
| 4 | San Francisco de Athal | Athal | Carlos Ulpiano Obando Ortega | 990636897 |
| 5 | D.C. Canchaguano | Canchaguano | Segundo Gabriel Burgos Arcos | 0981846639 |
| | As. Corazón de María | Fernández Salvador | Cándida Azucena Fuertes Pallaco | 063011520 0984714614 |
| 6 | El Tambo | El Tambo - Fernández Salvador | Nilo Andrade | 981772935 |
| 7 | Trabajando Por Un Futuro Mejor | Chiles Alto-Cumbaltar | Luz Ponce | 997832131 |
| 8 | San Pedro de Canchaguano | San José | Nelly Hernández | 980662535 |
| | ACÁ Montufar | | Bolívar Tarapues | 989238193 |
| 9 | AGROECOLÓGICA EL EJIDO | El Ejido | Iván Usiña | 998686143 |
| 10 | Nuevos Senderos | Piartal | Aníbal Germán Cuaspúd Morillo | 986435998 |
| 11 | As. Agropecuaria San Francisco de Asis | | Elena Viana | 63010164 |
| 12 | Manos Unidas | Cristóbal Colón | Nely Susana Pozo | 981189787 |
| 13 | San Pedro | Piartal | Napo Guillermo Ortega Quespaz | 993676981 |
| 14 | El Chamizo | El Chamizo | Ernesto Javier Ormaza Tirira | 981747211 |

Fuente: MAGAP, Sistema CONPA

Autor: Maricela Ayala

Anexo 9: Oficio emitido al MAGAP

Tulcán, 27 de Junio del 2016

Ing. Carlos Romo
DIRECTOR PROVINCIAL AGROPECUARIO DEL CARCHI.
Presente.-

De mi consideración:

Reciba un cordial y atento saludo a su vez augurándole toda clase de éxitos en sus funciones.

Yo Maricela Elizabeth Ayala Hualpa con el N° C.I 040164460-4 de nacionalidad: Ecuatoriana; Estudiante de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi "UPEC", solicito de la manera más cordial, me colabore con información para la realización de mi tesis de grado con el tema relacionado a **"Oportunidades de mercado en Montreal-Canadá y comercialización de papas chips desde el catón Montufar-Provincia del Carchi."** En la que necesito los siguientes datos:

- Producción total de papa del cantón Montufar
- Lista de asociaciones productoras y comercializadores de papa.
- Empresas o industrializadoras de papas existentes en el cantón Montufar.

Por tal razón espero su comprensión, y en espera de que mi petición sea acogida de la mejor manera, anticipo mis agradecimientos.

Atentamente,



Maricela Elizabeth Ayala Hualpa
040164460-4



Anexo 10: INFORMACIÓN OTORGADA POR PRO ECUADOR

FICHA TÉCNICA DE CANADÁ

EXPORTACIONES DE ALIMENTOS PROCESADOS DE ECUADOR A CANADÁ

El Mercado Canadiense



- Territorio: segundo país más grande del mundo
- Población total: 33.4 millones (Censo de 2011);
- baja densidad: 3.7 p/km²
- Clima particular
- Aprox. 10% del tamaño del mercado EEUU
- Seis mercados regionales

Fuente: Dirección General de Estadísticas de Canadá. Proyecciones demográficas y estimados (2013)

Población Madura – Importante Segmento del Mercado



Ofrece evidencia del caso de caso muestran cambios en la estructura demográfica de Canadá debido a un empajamiento de la población considerada un proveedor.

En los últimos cinco años la proporción de personas mayores edad ha ido de:

13.7% → **14.8%**
Población de 65 y más años
Canadá de 2008 Población de 65 y más años
Canadá de 2013

La edad madura en Canadá actualmente es:

- 1 de cada 7 canadienses es de tercera edad (>65 años de edad)
- Los baby boomers (nacidos entre 1946 y 1965) dominan el mercado canadiense

Fuente: Dirección General de Estadísticas de Canadá, Censo (2011) Fuente: Daily The Globe & Mail (2012)


Mas Oportunidades para Ecuador en productos no-tradicionales

- Productos Naturales/Organicos/Fair Trade
- Productos Etnicos/Nostalgicos
- Productos Gourmet
- Pescado y mariscos
- Frutas y vegetales deshidratadas, nueces
- Snack (yuca, plátano)
- Alimentos procesados y bebidas: pulpa de fruta, confitería, panadería, chocolates
- Cafés especiales
- Flores tropicales
- Productos decorativos, ceramic, textiles

TFD

El Consumidor Canadiense

Lista de compras del canadiense promedio
La Dirección General de Estadísticas de Canadá está al tanto de lo que consumimos. Aquí aparecen los factos más promedios de algunos de los bienes y servicios que consumimos:



Gasto Del Hogar

- Vivienda / alojamiento (34%)
- Impuesto sobre la renta (14%)
- Transporte (12%)
- Alimentos (8%)
- Otros gastos de consumo (20%)

Áreas de mayor crecimiento:

- Productos Etnicos
- Salud
- Comodidad
- Nicho: Especializados (Gourmet)
- Artículos domésticos
- Pasatiempos: jardinería, recreación
- Vacaciones/Mercados de estación

TFD

Canadá – Mercado para sus exportaciones

- Mercado accesible y abierto al comercio pero ambiente competitivo
- La mayoría de productos entran sin barreras arancelarias, pero existen sectores sensibles:
 - Productos lácteos, carnes y textiles (10% de arancel)
- Acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales establecidos con numerosos países y regiones en desarrollo
- Marco normativo inspirado en las reglas de la Organización Mundial del Comercio (OMC), ejemplo, dispone de un sistema preferencial arancelario:
 - Ecuador – **beneficiario de GPT**
- Los países menos desarrollados –acceso libre de impuestos aduanales(LDC)
- Las normas de importación estrictas, normas específicas por sectores, controles de importación
 - **Regulaciones de salud y seguridad**

TFD

El ámbito normativo canadiense: ejemplos

| Productos | Ejemplos de leyes | Entidades de gobierno |
|---|--|--|
| Alimentos, plantas, animales (terrestres y acuáticos) y productos relacionados | - Fish Inspection Act - Canadian Agricultural Products Act | Canadian Food Inspection Agency (Agencia de Inspección Alimentaria de Canadá) |
| Etiquetado y retrata del mercado de alimentos | - Consumer Packaging and Labeling Act (en lo que respecta a los alimentos) | www.inspection.gc.ca |
| Empaquetado de madera | - Forest Practices Act | |
| Dispositivos electrónicos y maquinaria y equipos similares | - Fertilizer Act | |
| Etiquetas de ropa | - Competition Act | Competition Bureau (Oficina de Competencia) |
| Producto de metales preciosos | - Trade Labeling Act | www.competitionbureau.gc.ca |
| Empaquetado y etiquetado de productos no alimentarios | - Consumer Packaging and Labeling Act | |
| Bienes de consumo, medicinas, alimentos, dispositivos médicos, productos naturales de salud, pesticidas, fármacos, dispositivos que emiten radiación, sustancias tóxicas, vitaminas | - Canadian Consumer Product Safety Act - Food and Drug Act | Health Canada (Ministero de Salud de Canadá) |
| www.hc-sc.gc.ca | | |
| Productos agrícolas, armas de fuego, mercancías bajo embargo comercial, acero, textiles, prendas de vestir | - Export and Imports Permit Act | Foreign Affairs, Trade and Development Canada (Ministero de Asuntos Exteriores y Comercio Internacional de Canadá) |
| | | www.international.gc.ca |

El sitio web TFO Canadá

www.tfocanada.ca

CON FORTALEZAS ESTABLES

- Propósito para Exportar
- Exportando a Canadá
- Ingresos al Mercado
- Capacitando a Canadá - boletín de noticias
- Preguntas frecuentes

Definición del Mercado

Eventos comerciales

Países clientes

Noticias

Ver el boletín de TFO Canadá

Condiciones

tu Perfil

Sección destacada



BIENVENIDO AL MERCADO CANADIENSE!



TFO Canadá es el primer punto canadiense de información, contacto e oportunidades en mercados emergentes y países en desarrollo. TFO Canadá ofrece productos y servicios en línea gratuitos a aquellos exportadores debidamente registrados, incluyendo nuestro guía "Exportando a Canadá" y documentos específicos sobre diferentes sectores comerciales. Además, publicamos las ofertas de exportación a los exportadores canadienses.

Búsqueda en la base de datos de importadores

Regístrese de la siguiente manera para acceder a la base de datos de importadores canadienses con información sobre importadores canadienses. Los resultados se basan en un criterio de búsqueda de palabras de TFO Canadá. Esta base de datos se actualiza por correo electrónico.

por nombre | código del SA | por productos | ubicación

Cree un nuevo perfil

Mi tablero **Multi país reciente**
May 2014 13, 2014

sección reciente

1. Dirección de Negocios Regionales y Actividad

sector reciente:

3. Industria del Hogar y Ferretería

años de experiencia exportando **14 años**

Número de ofertas de productos exportados **1**

Número de veces que su perfil ha sido visto en el mes pasado **3** **total anual 26**

Cualidad de la información de su perfil

Ver cómo actualiza su perfil



Manual Exportando a Canadá

Descargar

Estudios sobre el mercado en su sector

1. [Cinco + cinco](#)

2. [Cinco + cinco](#)

3. [Cinco + cinco](#)

Exportando a Canadá - Noticias

Cada trimestre TFO Canadá publica el boletín de noticias "Exportando a Canadá" la semana en línea con


Información de entrada al mercado en su sector

• [Información sobre](#)



Anexo 11: Nuevas empresas que exportan a Canadá


LOGROS TLC



888 NUEVAS EMPRESAS EXPORTARON A CHILE ENTRE MAYO DE 2009 Y ABRIL DE 2013. 159 DE ELLAS FUERON EMPRESAS DE AUTOPARTES, 129 DE TEXTILES Y CONFECCIONES, Y 79 DE METALMECÁNICA¹.

621 NUEVOS PRODUCTOS SE HAN EXPORTADO DESDE QUE ENTRÓ EN VIGENCIA EL TLC CON CHILE. ENTRE ELLOS ESTÁN: BALONES DE FÚTBOL, ALIMENTOS PARA PERROS Y GATOS, TABACO RUBIO, ABRIGOS Y CHAQUETONES, ENVASES DE ALUMINIO PARA LECHE, TARJETAS INTELIGENTES, BARCOS DE PESCA, FILETES DE TILAPIA, ENTRE OTROS².


LOS PRODUCTOS EXPORTADOS SON PRINCIPALMENTE DEL SECTOR DE METALMECÁNICA (123), QUÍMICO (92), TEXTILES Y CONFECCIONES (78), AGROINDUSTRIAL (50) Y AUTOPARTES (25).



107 NUEVAS EMPRESAS EXPORTARON A SUIZA DESDE JULIO DE 2011, FECHA EN QUE INICIÓ EL TLC CON EFTA³.


65 PRODUCTOS NUEVOS Y POTENCIADOS SE EXPORTARON A SUIZA ENTRE JULIO DE 2011 Y FEBRERO DE 2013. ENTRE ELLOS ESTÁN: QUÍMICOS, ARTICULOS Y APARATOS DE PRÓTESIS DENTAL, HERRAMIENTAS PARA TALADRAR Y ÁCIDOS CARBOXÍLICOS, BRAGAS, ESTRÓGENOS Y ALFOMBRAS⁴.

100% DE LOS PRODUCTOS DE PRENDAS DE VESTIR Y MANUFACTURAS COLOMBIANAS ENTRARON CON CERO ARANCEL A SUIZA.




284 NUEVAS EMPRESAS EXPORTARON A CANADÁ ENTRE AGOSTO DE 2011 Y ABRIL DE 2013, ÉSTAS EN SU MAYORÍA PERTENECEN A LOS SECTORES DE AGROINDUSTRIA Y MANUFACTURAS.

EL TLC CON MÉXICO RIGE DESDE 1993, Y EN ABRIL DE 2011 ENTRÓ EN VIGOR EL ACUERDO DE INTEGRACIÓN PROFUNDA (AIP). DESDE ENTONCES Y HASTA ABRIL DE 2013, 635 EMPRESAS HAN REALIZADO EXPORTACIONES CON VALORES SUPERIORES A US\$1.000.



363 NUEVOS PRODUCTOS SE EXPORTARON ENTRE MAYO DE 2011 Y ABRIL DE 2013 POR MONTOS SUPERIORES A US\$1.000, ENTRE ELLOS AUTOMÓVILES DE TURISMO, GENERADORES DE SEÑALES, MARGARINA, FRUTOS SECOS, PURÉS Y PASTAS, TEJIDOS BLANQUEADOS DE ALGODÓN, MIRAS TELESCÓPICAS PARA ARMAS, ALFOMBRAS, RAPADURA DE PANELA Y JUGO DE LIMÓN.

125 PRODUCTOS NUEVOS Y POTENCIADOS SE EXPORTARON A CANADÁ ENTRE AGOSTO DE 2011 Y ABRIL DE 2013. SE DESTACAN: PAÑUELOS Y TOALLAS FACIALES, TRANSFORMADORES ELÉCTRICOS, MELAZA DE CAÑA, INSTRUMENTOS Y APARATOS PARA EL CONTROL DE CAUDAL Y PRESIÓN, CALZADO IMPERMEABLE, MEZCLAS Y PASTAS PARA GALLETAS, MÁQUINAS CORTADORAS Y ARRANCADORAS DE ROCAS, MARGARINA, COMPOSTAS, JALEAS Y MERMELADA DE PIÑA, PIENITA Y GOMAS DE MASCAR ENTRE OTROS.



767 NUEVAS EMPRESAS EXPORTARON HACIA LOS PAÍSES DEL TRIÁNGULO NORTE⁵ ENTRE MARZO DE 2010, Y ABRIL DE 2013⁶, EN SU MAYORÍA SON DE MANUFACTURAS (559) Y PRENDAS DE VESTIR (144).


392 PRODUCTOS NUEVOS Y 93 POTENCIADOS POR MONTOS SUPERIORES A US\$1.000 SE EXPORTARON AL TRIÁNGULO NORTE DESDE ABRIL DE 2010. ENTRE ELLOS ESTÁN: TOLUENO, SEMILLAS PARA SIEMBRA, PAPEL SULFITO PARA EMBALAJE, SACOS DE PITA (CABUYA O FIQUE), MÁQUINAS Y APARATOS ENVASADORAS DE LÍQUIDOS, ATUNES DE ALETA AMARILLA, ACEITES Y CORBATAS.

1. Se clasificaron los productos exportados entre mayo de 2012 y abril de 2013 y que no se exportaron en el período enero 2010 a abril de 2012. Adicionalmente se agregaron las prestaciones desdobladas y productos exportados para perfeccionamiento pasivo.
 2. Se tomaron 5 cifras de referencia anteriores a la entrada del acuerdo.
 3. El Acuerdo de Libre Comercio (ALC) entre Colombia y Chile entró en vigencia en mayo de 2009.
 4. Subproductos del registro de exportación en el período anterior al TLC. Se excluyen los períodos desdoblados.
 5. Productos cuyas exportaciones no fueron representativas en el período anterior al TLC. Se excluyen los períodos desdoblados.
 6. El Acuerdo Comercial entre Colombia y Triángulo Norte Centroamericano incluye a Guatemala, El Salvador, Honduras y El Salvador.
 7. El Acuerdo Comercial entre Colombia y los países del Triángulo entró en vigencia en diciembre de 2010, por lo que se toma como referencia la fecha del último país en ingresar. Fido fue en marzo de 2010.

Anexo 12: Acceso marítimo y aéreo

MÉXICO

Acceso marítimo


| | | |
|--------------------|----|---|
| Rutas: | 67 |  |
| Navieras | 18 | |
| Ciudades y puertos | 8 | |

Acceso aéreo

| | | |
|-------------|----|---|
| Rutas: | 51 |  |
| Aerolíneas | 10 | |
| Aeropuertos | 18 | |

ESTADOS UNIDOS

Acceso marítimo

| | | |
|--------------------|-----|---|
| Rutas: | 259 |  |
| Navieras | 21 | |
| Ciudades y puertos | 53 | |

Acceso aéreo

| | | |
|-------------|-----|---|
| Rutas: | 273 |  |
| Aerolíneas | 14 | |
| Aeropuertos | 81 | |

CANADÁ

Acceso marítimo

| | | |
|--------------------|----|---|
| Rutas: | 47 |  |
| Navieras | 8 | |
| Ciudades y puertos | 4 | |

Acceso aéreo

| | | |
|-------------|----|---|
| Rutas: | 26 |  |
| Aerolíneas | 7 | |
| Aeropuertos | 9 | |

REP. DOMINICANA

Acceso marítimo

| | | |
|--------------------|----|---|
| Rutas: | 32 |  |
| Navieras | 13 | |
| Ciudades y puertos | 2 | |

Acceso aéreo

| | | |
|-------------|----|---|
| Rutas: | 19 |  |
| Aerolíneas | 7 | |
| Aeropuertos | 5 | |

TRIÁNGULO NORTE

Acceso marítimo


| | | |
|--------------------|-----|---|
| Rutas: | 109 |  |
| Navieras | 12 | |
| Ciudades y puertos | 10 | |

Acceso aéreo

| | | |
|-------------|----|---|
| Rutas: | 38 |  |
| Aerolíneas | 8 | |
| Aeropuertos | 5 | |

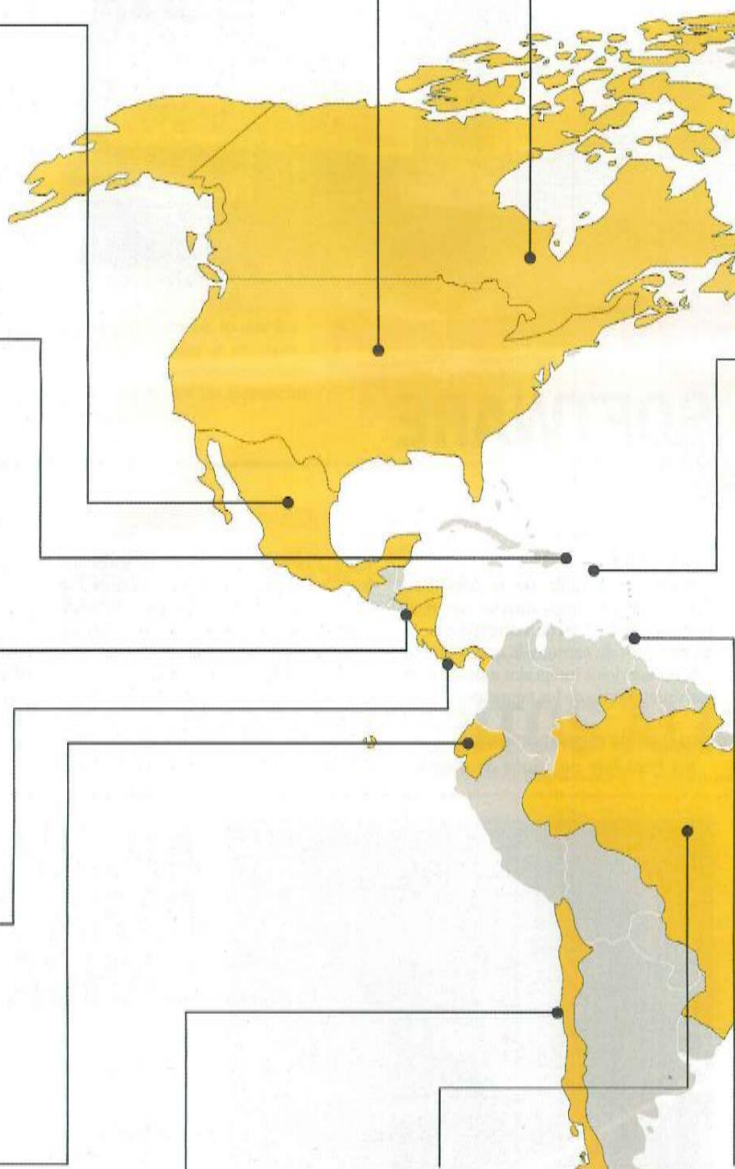
COSTA RICA Y PANAMA

Acceso marítimo

| | | |
|--------------------|-----|---|
| Rutas: | 104 |  |
| Navieras | 15 | |
| Ciudades y puertos | 10 | |

Acceso aéreo

| | | |
|-------------|----|---|
| Rutas: | 28 |  |
| Aerolíneas | 8 | |
| Aeropuertos | 3 | |



Anexo13: Procesos de certificación

✓ PROCESO DE CERTIFICACIÓN

01.- Póngase en contacto con nuestras oficinas (info@bcsecuador.com) 02.- Reciba la información oportuna, clara y necesaria 03.- Facilite la información de su requerimiento en nuestro formato 04.- BCS presenta su oferta sin ningún compromiso 05.- De ser aceptada, Ud. deposita y envía el comprobante del mismo a: contabilidad@bcsecuador.com 06.- BCS realiza la inspección y entrega de el informe 07.- Los informes aprobados ingresan a evaluación 08.- Entrega del certificado al cliente.

UN SERVICIO ÁGIL, EFICIENTE Y OPORTUNO

✓ CERTIFICACIONES GLOBALG.A.P.

GLOBALG.A.P. asegura a los consumidores la forma de producción, minimizando los impactos perjudiciales del medio ambiente, y asegurando un enfoque responsable de seguridad, sanidad y protección de los trabajadores y animales.

✓ ÁMBITO DE CERTIFICACIÓN

Fruitas & Vegetales

Flores & Ornamentales

Acuicultura
Compound Feed Manufacturing

✓ OPCIONES DE CERTIFICACIÓN

OPCIÓN 1

Fincas Individuales

OPCIÓN 2

Grupo de Productores

CONTACTOS
 03 2910 333 - 03 2910 253
 0983 504 995
 info@bcsecuador.com / gerencia@bcsecuador.com
 www.bcsecuador.com / www.bcs-oeke.com

Security DATA

Su firma digital de confianza

Procedimiento para sacar una Firma Electrónica

1. Enviar los requisitos solicitados por e-mail escaneados A COLOR FORMATO PDF y con los debidos nombres (ej. Formulario PDF nombramiento PDF, cédula PDF, etc).
2. Enviar el pago una vez que su solicitud sea aprobada.
3. Asistir a la cita programada.
4. Presentar documentos ORIGINALES
5. Entrega de la firma electrónica

Anexo 14: Certificación PRO ECUADOR



OFICINAS REGIONAL ZONA 1: INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIÓN Y INVERSIÓN EXTRAJERA.

Tulcán ,22 de Septiembre del 2015

CERTIFICA

La señorita **Maricela Elizabeth Ayala Hualpa** con cedula **0401644604**, realizó la investigación relacionada a su tema de tesis el cual lleva el nombre de **Las oportunidades de mercado en Montreal - Canadá y la comercialización de papas chip caseras sabor a pollo desde el cantón Montufar de la provincia de Carchi – Ecuador**, por lo cual se le informo cuales son las alternativas de mercado que logística debe seguir para realizar la debida exportación, de la misma manera dado a conocer que Pro Ecuador tiene los datos y fuetes relacionadas a el país de destino en este caso Canadá.

Es cuanto puedo aseverar en honor a la verdad.

Atentamente:

ING. OSCAR ALEJANDRO RUANO ORELLANA
DIRECTOR PROVINCIAL DE LA ZONA 1

Oruano@proecuador.gob.ec
Ext. 14003-0981342404

SITIOS WEB SUGERIDOS PARA OBTENER INFORMACIÓN SOBRE COMERCIO EXTERIOR

| ORGANISMO | SITIO WEB | INFORMACIÓN DISPONIBLE |
|---|--|---|
| INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES PRO ECUADOR | www.proecuador.gob.ec | Pro Ecuador puede a disposición de sus usuarios información relacionada a boletines mensuales de comercio exterior, guías comerciales, listas comerciales por país, fichas técnicas por país, perfiles logísticos por países, análisis sectorial, perfiles productos nacionalizados, especialidades comerciales, sistemas de preferencias, información sobre certificaciones y trámites locales requeridos para exportar. |
| BANCO CENTRAL DEL ECUADOR (BCE) | www.bce.fin.ec (Estadística/Exportación) (Económica/Comercio Exterior) | El Banco Central del Ecuador puede a disposición de sus usuarios información estadística del comercio exterior de bienes expresados en dólares y en euros (CMB) con el resto del mundo. Además dicha información se encuentra disponible de la siguiente forma: - Total de exportaciones/importaciones detalladas por período anualizado/país, Unión de exportadores e importadores según país de origen. |
| AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO (AGROCALIDAD) | www.agrocalidad.gob.ec | Agencia especializada para a disposición de sus usuarios información referente Sanidad Animal, Sanidad Vegetal, Inocuidad Alimentaria, Centro de Diagnóstico, Pasos de Control, Registro de Insumos. |
| MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUICULTURA Y PESCA (MAGAP) | www.magap.gob.ec | Este sitio puede a disposición de sus usuarios toda la información referente a precios internacionales de cereales, aceites y oleaginosas, hortalizas, arroz, carne. Además incluye información climática, mercados internacionales y de la misma manera detalla información de comercio exterior referente al sector agrícola, ganadero y de pesca y acuicultura. |
| INSTITUTO NACIONAL DE PESCA (INP) | www.inp.gob.ec | El INP puede a disposición de los usuarios información relacionada al sector de pesca y acuicultura, laboratorios, boletines, trámites, normativas, normativas, certificaciones, listado establecimientos aprobados y de exportación (SENAES, DIFPA, Unión Europea, Brasil), especialidades por especies, etc. |
| INTERNATIONAL TRADE CENTER (TRADE MAP) | www.trademap.org | Este sitio web a disposición puede acceder a todos los beneficios brindados por el Trade Map como tablas de comercio de desarrollo de las exportaciones y de la demanda internacional, alternativas de mercados y el rol de países participantes. Hasta ahora cubre 230 países y territorios y 5300 productos del sistema armonizado. Además ofrece estadísticas de comercio mundial por día disponibles por día mensual y país participante para más de 150 países y por flujo mensual y mensual por país de 90 países. |
| ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION (ALADI) | www.aladi.org | La ALADI presenta datos a través de tablas y gráficos que detallan la información de comercio exterior de los países miembros relacionados a: - Acuerdos comerciales, - Cooperación Financiera y Monetaria, - Oficina de Inspección, - Transporte y Otros Servicios, - Pymes Latinas, - Promoción del Comercio e Inversiones, - Industria Comercial, - Facilitación del Comercio, - Comercio de Pagos y Sistema de Pagos en Moneda Local, - Comercio Emprendedores, - Comercio Asesor Empresarial, - E-Trade, - Herramientas Analíticas, - Sistema de Apoyo - Países de Alto y Desarrollo Económico Relativo, - Subregión, - Regiones de Origen, - Otros Temas de Política Comercial, - Normas Regulatorias de Comercio Exterior, - Nomenclaturas y Clasificaciones. |



Taller
CERTIFICADOS DE ORIGEN

#RutaPROECUADOR

El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR, en colaboración con el Ministerio de Industrias y Productividad, le invitan a participar del taller sobre "CERTIFICADOS DE ORIGEN" con el objetivo de fomentar la cultura exportadora y fortalecer la presencia de nuestros productos en los mercados internacionales.

Dirigido a:
MIPYMES

| | |
|---|--|
| <p>AGENDA</p> <p>08h45-09h00 Registro de participantes 09h00-09h15 Bienvenida 08h15-11h30 Certificados de Origen 11h30-12h30 Declaraciones de Origen 12h30-13h00 Ronda de preguntas y cierre</p> | <p>IBARRA</p> <p>Lugar: Senplades, Sánchez y Cifuentes, Padre Juan de Velasco 2do piso.</p> <p>Fecha: 31 de julio de 2015</p> <p>Hora: 09h00 a 13h00</p> |
|---|--|

QUITO:
Oscar Ruano - Especialista en Capacitación
oaruano@proecuador.gob.ec
06-2960 - 299



www.proecuador.gob.ec @Pro_Ecuador PRO ECUADOR

Anexo 15: Bróker en Montreal Canadá

La informacin otorgada por el director de Pro Ecuador de la zona 1 el señor Oscar Ruano fue de mucha ayuda para poede identificar a nuestro cliente el cual va adquirir nuestro producto, “KETTLE® Chips comercializadora de productos gourmet , como papas chpis ,caramelis , gomitas entre otros empresa encargada de distribuir a mercados y tiendas de Montreal - Canadá .

The screenshot shows the 'Careers' page of the Kettle Foods website. The header includes navigation links for 'Our Products', 'About Us', 'Fun Stuff', 'Contact', and 'Shop'. Below the header, there are buttons for 'Contact Kettle', 'Careers', and 'Clip Our Newsletter'. The main content area features a paragraph about Kettle Foods' commitment to diversity and an equal opportunity employer. It also includes a link to 'view our current job openings please visit the Diamond Foods Career Page.' and a disclaimer about equal opportunity employment. At the bottom, there is a section titled 'Agencies and Recruiters' with a disclaimer stating that Kettle Foods does not accept unsolicited resumes from agencies or recruiters.

The screenshot shows a contact form on the Kettle Foods website. The 'Subject' dropdown menu is open, showing options: 'Compliment', 'Product Concern', 'New Retailer / Distributor Inquiries', 'Nutrition and Ingredients', 'Where Can I Buy Kettle Brand® Products?', 'Careers at Kettle Foods', and 'Other Comments or Questions'. Below the subject dropdown, there is a question: 'Is this your first time trying a Kettle Brand® product?' with radio buttons for 'Yes' and 'No'. The form includes input fields for 'First Name *' (AYALA HUALPA), 'Last Name *' (MARICELA ELIZABETH), 'Email Address *' (maric.ayala05@gmail.com), and 'Phone Number *' (0983768596).

The screenshot shows an email from Kettle Chips to Maricela Elizabeth. The email header includes the sender's name 'elizabeht Ayala Hualpa' and email address 'maric.ayala05@gmail.com', the date '3 jul (hace 4 dias)', and the subject 'KETTLE Chips'. The email body contains a message from the Kettle Chips team, thanking Maricela for joining their 'circle of friends' and offering a 'Regular Treat' as a thank you for subscribing. The message lists several benefits of the newsletter, including exclusive competitions, opportunities to share feelings on Kettle Chips, and a range of fantastic offers from partners. The email concludes with a thank you and the signature of 'The KETTLE® Chips team'.

Anexo 16: Cotización de maquinaria



COMESTIBLES RICOS LTDA.
 Diego Fernando Ruiz / Yuliet Milena Quevedo
 Dirección : CRA. 116 N. 23 - 09
 Teléfono: 4134155 Código: COMERICO
 Fax:

COTIZACION
001461



| | | | | |
|-------------------|---|------------------|----------------------|--------------------|
| SEÑOR (A) | Maricela Elizabeth Ayala Hualpa | | | |
| Correo | maric.ayala05@gmail.com | IDENTIDAD | 0401444604 | |
| REFERENCIA | DESCRIPCION | CANT | VALOR Dólares | VALOR Pesos |
| CQ1DE2385 | Freidora 4 entradas placa PCL marca OVERON | 1 | 2.800.00 | 1.07692308 |
| CQ1DE2385 | Cortadora 4 entradas directas a freidora con regulador de dimensión de CORTADO PLACA MTX marca OVERON | 1 | 1.200.00 | 461.53846 |
| CGA125600 | Lavadora incluido peladora dos entradas principales y una de desechos placa DLM marca OVERON | 1 | 1.000.00 | 384.61538 |

NOTA TODO MAQUINARIA ES EN ACERO INOXIDABLE (NO SE ACEPTA DEVOLUCIONES DE MERCADERÍA A PARTIR DE LOS 5 PRIMEROS DÍA DE ENTREGA) DE A DE LA ENTREGA

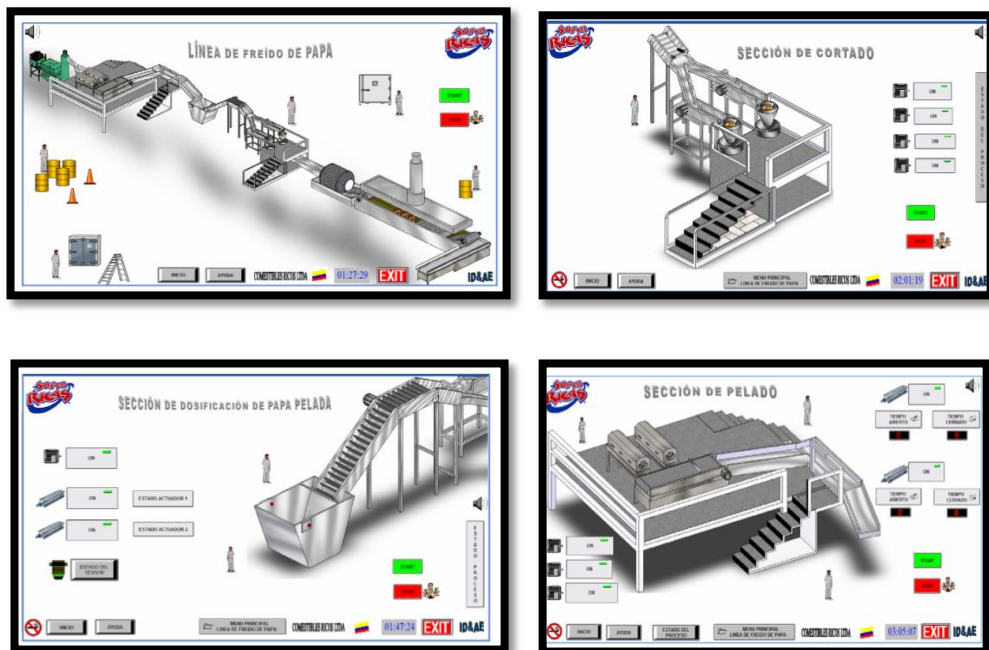

AUTOMATIZACION DE MAQUINAS


VISION SYSTEMS


PLASTIC SOLUTIONS

| | | |
|--------------|---------|-------------|
| Sub | 4400.00 | 1615.3846 |
| IVA% | 600.00 | 307.692307 |
| Total | 5000.00 | 1.923.07692 |

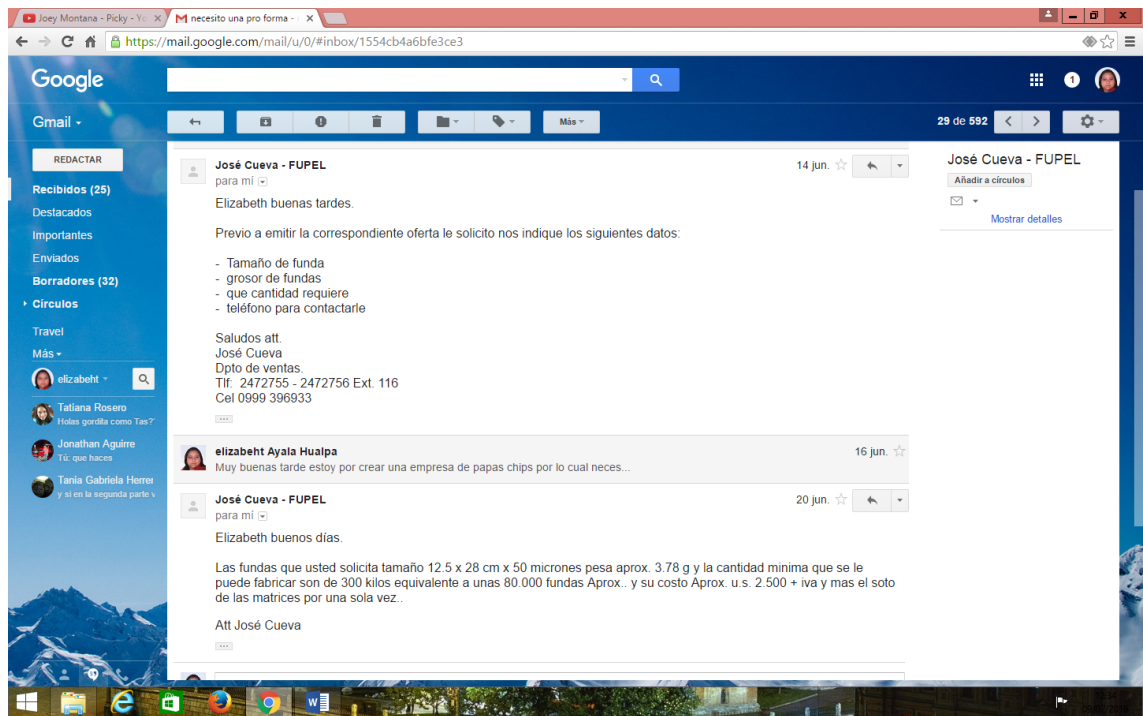
INSTALACIÓN DE MAQUINARIA



Anexo 17: Proceso de fritura de papa chips



Anexo 18: Cotización de envase



The screenshot shows a Gmail interface with an email thread. The top navigation bar includes the Google logo, search bar, and navigation icons. The left sidebar shows folders like 'Recibidos (25)', 'Destacados', 'Importantes', 'Enviados', 'Borradores (32)', 'Circulos', and 'Travel'. The main content area displays three email messages:

- Message 1 (14 jun.):**** From José Cueva - FUELP, to Elizabeth. Subject: Elizabeth buenas tardes. Content: 'Previo a emitir la correspondiente oferta le solicito nos indique los siguientes datos: - Tamaño de funda - grosor de fundas - que cantidad requiere - teléfono para contactarle. Saludos att. José Cueva Dpto de ventas. Tlf: 2472755 - 2472756 Ext. 116 Cel 0999 396933'.
- Message 2 (16 jun.):**** From elizabeht Ayala Hualpa, to José Cueva. Subject: Muy buenas tarde estoy por crear una empresa de papas chips por lo cual neces... Content: 'Muy buenas tarde estoy por crear una empresa de papas chips por lo cual neces...'
- Message 3 (20 jun.):**** From José Cueva - FUELP, to Elizabeth. Subject: Elizabeth buenos días. Content: 'Las fundas que usted solicita tamaño 12.5 x 28 cm x 50 micrones pesa aprox. 3.78 g y la cantidad minima que se le puede fabricar son de 300 kilos equivalente a unas 80.000 fundas Aprox... y su costo Aprox. u.s. 2.500 + iva y mas el soto de las matrices por una sola vez.. Att José Cueva'.

The bottom of the image shows a Windows taskbar with icons for various applications like File Explorer, Edge, and Word.

Anexo 19: Tablas Financiero

| Balance General - Sin Financiamiento | | | |
|---|---------------|----------------------------------|---------------|
| Activos Corrientes | | Pasivos Corto Plazo | |
| Bancos | 10.759 | Deudas <1 Año | 0 |
| Total Activos Corrientes | 10.759 | Total Pasivos Corto Plazo | 0 |
| Activos Fijos | | Pasivos Largo Plazo | |
| Edificios - Infraestructura | 10.000 | Préstamos Bancarios | 0 |
| Maquinaria y Equipo | 6.200 | Total Pasivos Largo Plazo | 0 |
| Muebles y Enseres | 1.190 | | |
| Equipo de Computo | 1.250 | Total Pasivos | 0 |
| Total Activos Fijos | 18.640 | | |
| Activos Diferidos | | Patrimonio | |
| Gastos de Constitución | 9.120 | Capital Social | 38.519 |
| Total Activos Diferidos | 9.120 | Total Patrimonio | 38.519 |
| Total Activos | 38.519 | Total Pasivo + Patrimonio | 38.519 |

| Estado de Resultados - Sin Financiamiento | | | | | |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Detalle | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Ventas | 109.751 | 125.170 | 145.403 | 155.774 | 167.656 |
| Cantidad | 7.877 | 8.271 | 8.685 | 9.119 | 9.575 |
| Precio | 13,93 | 15,13 | 16,74 | 17,08 | 17,51 |
| - Costo de Ventas | 53.159 | 58.570 | 63.713 | 68.826 | 74.373 |
| Utilidad Bruta en Ventas | 56.592 | 66.600 | 81.690 | 86.948 | 93.283 |
| - Gastos Operacionales | 32.916 | 34.590 | 36.771 | 38.972 | 41.680 |
| Gastos Administrativos | 12.910 | 14.263 | 15.789 | 16.966 | 18.232 |
| Gastos de Exportación | 20.006 | 20.327 | 20.982 | 22.006 | 23.448 |
| Utilidad Operacional | 23.676 | 32.010 | 44.919 | 47.976 | 51.603 |
| - Gastos Financieros | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Interés Bancario | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| U.A.T.I | 23.676 | 32.010 | 44.919 | 47.976 | 51.603 |
| - 15% Particip. Trabajadores | 3.551 | 4.801 | 6.738 | 7.196 | 7.740 |
| Utilidad Antes de Impuestos | 20.124 | 27.208 | 38.181 | 40.780 | 43.863 |
| - 23% Impuesto a la Renta | 4.629 | 6.258 | 8.782 | 9.379 | 10.088 |
| Utilidad Neta | 15.496 | 20.950 | 29.399 | 31.400 | 33.774 |

| Flujo de Efectivo Neto - Sin Financiamiento | | | | | | |
|---|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Entradas de efectivo | Año 0 | Año 2015 | Año 2016 | Año 2017 | Año 2018 | Año 2019 |
| Utilidad Neta | | 11.271 | 17.682 | 27.231 | 30.113 | 32.517 |
| + Depreciaciones | | 1.156 | 1.156 | 1.156 | 1.156 | 1.156 |
| + Amortizaciones | | 1.824 | 1.824 | 1.824 | 1.824 | 1.824 |
| Liquidación del Proyecto | | | | | | 21.378 |
| Recuperación Capital de Operación | | | | | | 0 |
| Total Entradas | 0 | 14.251 | 20.662 | 30.210 | 33.092 | 56.875 |
| Salidas de Efectivo | Año 0 | Año 2015 | Año 2016 | Año 2017 | Año 2018 | Año 2019 |
| Inversión Inicial | 38.519 | | | | | |
| Reposición de Activos | | | | 1.300 | | |
| Total Salidas | 38.519 | 0 | 0 | 1.300 | 0 | 0 |
| = Flujo de efectivo Neto | -38.519 | 14.251 | 20.662 | 28.910 | 33.092 | 56.875 |

| Año | FE | Fat. Act | FE Descontado |
|-----|-------------|------------|-------------------|
| 0 | - 38.519,42 | | |
| 1 | 14.250,84 | 0,8995 | 12.818,90 |
| 2 | 20.661,72 | 0,8091 | 16.718,12 |
| 3 | 28.910,37 | 0,7278 | 21.041,90 |
| 4 | 33.092,38 | 0,6547 | 21.665,55 |
| 5 | 56.875,35 | 0,5889 | 33.494,72 |
| | | ΣFE | 105.739,20 |
| CCP | 11,17% | - I.I. | 38.519,42 |
| TIR | 53,73% | VAN | 67.219,78 |
| VAN | 67.219,78 | TIR | 53,73% |
| | | PR | 3,29 |
| | | C/B | 2,75 |

| Punto de Equilibrio - Sin Financiamiento | | | | | | | | | | | | |
|---|--------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|
| Costo de Producción | Año 0 | | Año 2015 | | Año 2016 | | Año 2017 | | Año 2018 | | Año 2017 | |
| | Fijos | Variables | Fijos | Variables | Fijos | Variables | Fijos | Variables | Fijos | Variables | Fijos | Variables |
| MPD | | 5.577 | | 5.806 | | 6.056 | | 6.328 | | 6.625 | | 6.803 |
| MOD | | 23.871 | | 26.876 | | 29.392 | | 31.636 | | 34.052 | | 36.652 |
| CIF | | | | | | | | | | | | |
| Envases(Fundas) | | 22.687 | | 24.770 | | 27.045 | | 29.529 | | 32.241 | | 35.202 |
| Embalajes(Cajas) | | 1.024 | | 1.118 | | 1.221 | | 1.333 | | 1.455 | | 1.589 |
| Depreciaciones | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | |
| Total Costo de Producción | 0 | 53.159 | 0 | 58.570 | 0 | 63.713 | 0 | 68.826 | 0 | 74.373 | 0 | 80.246 |
| Gastos Operacionales | 12.910 | 20.006 | 14.263 | 20.327 | 15.789 | 20.982 | 16.966 | 22.006 | 18.232 | 23.448 | 19.594 | 39.093 |
| Gastos Administrativos | 12.910 | | 14.263 | | 15.789 | | 16.966 | | 18.232 | | 19.594 | |
| Gastos de Exportación | | 20.006 | | 20.327 | | 20.982 | | 22.006 | | 23.448 | | 39.093 |
| Gastos Financieros | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Interés Bancario | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Costos y Gastos Totales | 12.910 | 73.166 | 14.263 | 78.897 | 15.789 | 84.695 | 16.966 | 90.832 | 18.232 | 97.821 | 19.594 | 119.339 |
| Unidades | | 7.877 | | 8.271 | | 8.685 | | 9.119 | | 9.575 | | 10.054 |
| Costos y Gastos Unitarios | 1,64 | 9,29 | 1,72 | 9,54 | 1,82 | 9,75 | 1,86 | 9,96 | 1,90 | 10,22 | 1,95 | 11,87 |
| Total Costos y Gastos Unitarios | 10,93 | | 11,26 | | 11,57 | | 11,82 | | 12,12 | | 12,33 | |
| % Utilidad | 10% | | 10% | | 10% | | 10% | | 10% | | 10% | |
| Precio de venta Unitario | 12,02 | | 12,39 | | 12,73 | | 13,00 | | 13,33 | | 13,33 | |
| P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV) | 4,726 | | 5,003 | | 5,307 | | 5,576 | | 5,851 | | 5,882 | |

| Amortización de la Deuda | |
|--------------------------|---------|
| Monto | 38.134 |
| Tasa Anual | 11,20% |
| Tasa Mensual | 0,0093 |
| Plazo | 36 |
| Cuota | 1252,08 |

| Depreciación de Muebles y Enseres | | | |
|-----------------------------------|------------------|-------------------|----------------|
| Año | Valor Depreciado | % de Depreciación | Valor Residual |
| 0 | | | 1190 |
| 1 | 119 | 0,10 | 1071 |
| 2 | 119 | 0,10 | 952 |
| 3 | 119 | 0,10 | 833 |
| 4 | 119 | 0,10 | 714 |
| 5 | 119 | 0,10 | 595 |
| 6 | 119 | 0,10 | 476 |
| 7 | 119 | 0,10 | 357 |
| 8 | 119 | 0,10 | 238 |
| 9 | 119 | 0,10 | 119 |
| 10 | 119 | 0,10 | 0 |

| Depreciación de Equipo de Cómputo | | | |
|-----------------------------------|------------------|-------------------|----------------|
| Año | Valor Depreciado | % de Depreciación | Valor Residual |
| 0 | | | 1250 |
| 1 | 417 | 0,33 | 833 |
| 2 | 417 | 0,33 | 417 |
| 3 | 417 | 0,33 | 0 |

| Depreciación Edificios-Construcciones | | | |
|---------------------------------------|------------------|-------------------|----------------|
| Año | Valor Depreciado | % de Depreciación | Valor Residual |
| 0 | | | 23000 |
| 1 | 1150 | 0,05 | 21850 |
| 2 | 1150 | 0,05 | 20700 |
| 3 | 1150 | 0,05 | 19550 |
| 4 | 1150 | 0,05 | 18400 |
| 5 | 1150 | 0,05 | 17250 |
| 6 | 1150 | 0,05 | 16100 |
| 7 | 1150 | 0,05 | 14950 |
| 8 | 1150 | 0,05 | 13800 |
| 9 | 1150 | 0,05 | 12650 |
| 10 | 1150 | 0,05 | 11500 |
| 11 | 1150 | 0,05 | 10350 |
| 12 | 1150 | 0,05 | 9200 |
| 13 | 1150 | 0,05 | 8050 |
| 14 | 1150 | 0,05 | 6900 |
| 15 | 1150 | 0,05 | 5750 |
| 16 | 1150 | 0,05 | 4600 |
| 17 | 1150 | 0,05 | 3450 |
| 18 | 1150 | 0,05 | 2300 |
| 19 | 1150 | 0,05 | 1150 |
| 20 | 1150 | 0,05 | 0 |

“Oportunidades de mercado en Montreal-Canadá y la comercialización de Papas chips caseras sabor a pollo desde el cantón Montúfar de la provincia del Carchi”.



Maricela Elizabeth Ayala Hualpa

Suficiencia en el Idioma Inglés por el centro de Idiomas de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi “UPEC”; participación y certificado en la I, II y III Jornada Internacional de Comercio Exterior con las temáticas: “Normativa y Procedimientos Aduaneros, COPCI Control al Valor, Fiscalidad Aduanera, Control Posterior y Prevención de fraude Comercial”, El Comercio Binacional Colombo-Ecuatoriano “Una mirada académica desde los jóvenes”; participación y certificado en el Seminario Taller “Actualización de conocimientos del Sistema Ecuapass y Comercio Exterior”.

“Oportunidades de mercado en Montreal-Canadá y la comercialización de Papas chips caseras sabor a pollo desde el cantón Montúfar de la provincia del Carchi”.

Universidad Politécnica Estatal del Carchi

Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional

Tulcán – Ecuador

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo fundamental de este proyecto es la propuesta de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una industrializadora de papas chips desde el cantón Montufar, que permita atender parte de la demanda de este producto en la ciudad de Montreal - Canadá, donde se encuentra la mayor parte de bróker u comercializadores, esta estrategia tiene como finalidad que nuestro país ingrese en el mercado internacional con productos no tradicionales especialmente con papas chips, llegando de esta forma a mejorar la calidad y competitividad en los precios, para esto es necesario contar con la ayuda de las instituciones públicas como son: FEDEXPOR, AGROCALIDAD, PROEXPORT, MIPRO, entre otros para promover este tipo de exportaciones las cuales generan desarrollo económico para el país. Este proyecto resulta rentable por ser un producto altamente consumido por lo cual las expectativas de crecimiento comercial son muy posibles, obteniendo un VAN de 47,000.71 dólares; y un TIR de 36,60% indicando esto que por cada dólar que se invierta se lograra tener una ganancia de 2,23; con un periodo recuperable en 4 años.

ABSTRACT

The propose a feasibility study for the creation of a potato chips industry in Canton Montufar, which allows to satisfy the need for this product in Montreal - Canada, where most of brokers or marketers are located, this strategy looks for our country to enter in international markets with non-traditional products especially with potato chips, improving quality and price. In order to do that, it is necessary the contribution of public institutions such as: FEDEXPOR, AGROCALIDAD, PROEXPORT, MIPRO, among others to promote such exports which generate economic development for the country. This project from the financial point of view, it is profitable because potato is highly consumed and its commercial growth expectations are very likely, a positive NPV with a value of \$ 36.491.16 was obtained; and an IRR of 31.82%, which indicates that for every dollar invested, there will be a profit of \$ 4.04 which makes this project profitable and feasible for implementation with an investment recovery period of 4 years.

“Oportunidades de mercado en Montreal-Canadá y la comercialización de Papas chips caseras sabor a pollo desde el cantón Montúfar de la provincia del Carchi”.

Maricela Elizabeth Ayala Hualpa (Ecuador – UPEC)

“Oportunidades de mercado en Montreal-Canadá y la comercialización de Papas chips caseras sabor a pollo desde el cantón Montúfar de la provincia del Carchi”.

Introducción

Las oportunidades de mercados internacionales generan espacios favorables para la comercialización de un producto con valor agregado como papas chips caseras sabor a pollo en funda de polietileno-aluminio, aprovechando la materia prima que nos brinda la provincia del Carchi en especial el cantón Montufar, además de los acuerdos y el fomento a las exportaciones como lo identifica el Plan Nacional del Buen Vivir.

La presente investigación contiene información de fuentes primarias a través de la realización de una entrevista, e información secundaria donde se recopilan datos históricos de importaciones, exportaciones, que nos ayudan a identificar la competencia del producto y del mercado.

1. Materiales y métodos

Para la realización de la presente investigación se utilizó los enfoques cualitativo y cuantitativo estas permiten recopilar información para conocer y analizar la oferta, demanda y comercialización de la papa chips, realizando un estudio de cálculos de datos referentes a su comercialización y determinar el proceso logístico del punto de origen al lugar de destino, realizadas en las tablas y figuras comparativas para el análisis de los datos económicos, obtenidos a través de las fuentes de información secundaria.

2. Resultados y discusión

Con la herramienta POAM o Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio se analizó el Mercado de Canadá para la comercialización de papas chips resultando como el destino óptimo.

Tomando al PIB Canadá siendo un país de una excelente posición económica ocupando el puesto 10 de ranking de los 196 países en la economía los canadienses están en un buen nivel de vida en relación al consumo de bienes y servicios durante un año en la economía, ocupando el puesto número 18 del ranking, sin embargo Canadá utiliza sus gastos en la educación un 12,19%, a sanidad un 18,77% y a defensa un 6,91%, considerando que la tasa de desempleo ha ido aumentando en relación al año anterior con el 7,6 %, es por ello que el gobierno canadiense considera nuevas medidas comprometiéndose a invertir masivamente en el desarrollo de infraestructuras para reactivar la economía

Factores demográficos La población de Canadá es muy extensa, Montreal es la segunda ciudad con mayor densidad de población (3.636.000), en donde existen los mayores índices de proveedores, que se encargan de distribuir a la demás ciudad conocidos como “Canadian Society of Customs Brokers” – en español "Sociedad Canadiense de compradores & brokers " encargados de distribuir de productos a las demás ciudades que conforma Canadá.

Por otra parte, los Factores Políticos, Ecuador tiene relaciones enfocadas a facilitar el ingreso a mercado canadiense para el desarrollo de pequeñas empresas mediante el convenio con TFO (Trade Facilitation Office), acuerdos comerciales importantes para realizar la negociación, tomando en cuenta que por medio de ellos se generan preferencias arancelarias y en algunos casos exoneración de tributos, permitiendo la exportación de productos con precios bajos y competitivos en el mercado.

Tabla 1: Rango de edad de consumo

| Uno de cada siete canadienses pertenecen a la tercera edad | | |
|--|--------------------|-------------------|
| Edad | Personas(millones) | % de la población |
| Menor de 14 | 5.6 | 17% |
| 15-24 | 4.5 | 14% |
| 25-44 | 8.4 | 25% |
| 45-64 | 8.7 | 23% |
| 65+ | 5.5 | 14% |

Fuente: TFO Canadá

Autor: Maricela Ayala

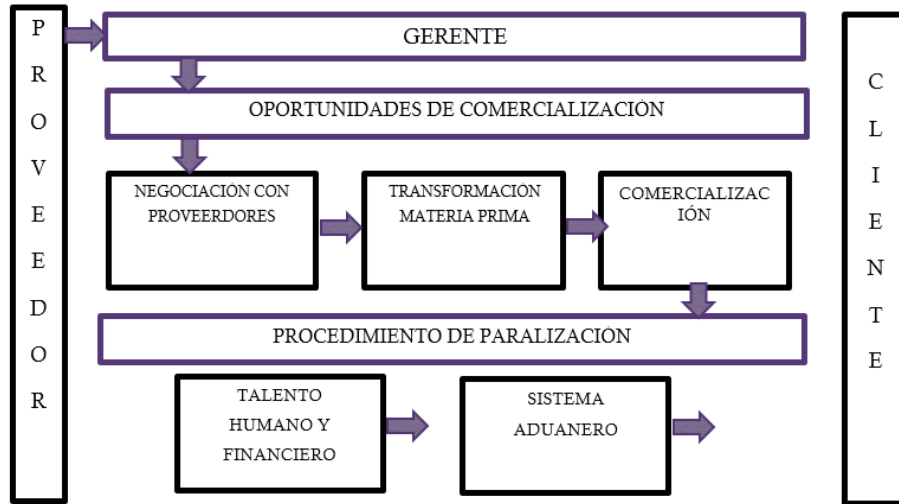
“Oportunidades de mercado en Montreal-Canadá y la comercialización de Papas chips caseras sabor a pollo desde el cantón Montúfar de la provincia del Carchi”.

Maricela Elizabeth Ayala Hualpa (Ecuador – UPEC)

“Oportunidades de mercado en Montreal-Canadá y la comercialización de Papas chips caseras sabor a pollo desde el cantón Montúfar de la provincia del Carchi”.

Obtenido el déficit en kilogramos por habitante es necesario multiplicar este resultado por la población objeto de estudio como es la ciudad de Montreal-Canadá, teniendo en cuenta que los consumidores potenciales se encuentran en un rango de edad de 5 a 64 años.

Ilustración 1. Diagrama de procesos



Autor: Maricela Ayala

Para realizar este proceso tomaremos muy en cuenta cada paso establecido por el gerente y el operario quienes son encargados de realizar la comercialización de Papas chips caseras sabor a pollo al mercado canadiense para la cual detallamos a continuación el proceso siguiendo como guía el diagrama de procesos, y realizando fichas técnicas de cada proceso.

Costos del país exportador

Son todos aquellos costos generados en el Ecuador; determinado así el valor FOB del producto.

Tabla 2: Costos país de exportación

| COSTOS DIRECTOS PAÍS DE EXPORTACION | | |
|--|-------------|-------------|
| DESCRIPCIÓN | COSTO | TIEMPO DÍAS |
| Empaque (Fundas de propileno de aluminio) | 1891 | 2,0 |
| Embalaje (Cajas de cartón) | 85 | 2,0 |
| Unitarización (Pallets,sunchos amarras) | 306 | 4,0 |
| Manipuleo en el local del exportador (Cargue de los pallets al vehiculo 40 pies Refrigerado) | 0 | 0,0 |
| Documentación | 122 | 0,0 |
| Transporte interno(Flete interno vehiculos de 30Tn) | 650 | 1,0 |
| Manipuleo Embarque (Carga de contenedor al Transporte internacional) | 100 | 0,1 |
| Agentes (Carga/Aduanas) | 320 | 1,1 |
| COSTOS INDIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN | | |
| Bancarios (Costos Carta de Crédito) | 149 | 0,3 |
| Capital e inventario país de origen | 20 | 10,5 |
| TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DPT PAIS EXPORTADOR | 3643 | 10,5 |
| Valor Ex-Work | 7134 | 4,0 |
| Valor FCA | 7441 | 8,3 |
| Valor FOB | 8151 | 10,5 |

Fuente: Investigación

Autor: Maricela Ayala

“Oportunidades de mercado en Montreal-Canadá y la comercialización de Papas chips caseras sabor a pollo desde el cantón Montúfar de la provincia del Carchi”.

Costos en el tránsito internacional

Para determinar los estos costos es necesario conocer el valor del flete internacional y la cobertura del seguro.

Tabla 3: Costos tránsito internacional

| ANÁLISIS DE COSTOS EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL | | |
|--|--------------|-----------------------|
| COSTOS DIRECTOS | COSTO | TIEMPO EN DÍAS |
| Flete Internacional | 2500 | 22,0 |
| Valor CFR | 8151 | 32,5 |
| Seguro Internacional (Cobertura de todo riesgo) | 163 | 0,3 |
| Valor CIF | 8314 | 32,7 |
| Manipuleo Desembarque | 274 | 0,3 |
| COSTOS INDIRECTOS | | |
| Capital e inventario | 45 | 22,5 |
| COSTO DE LA DFI EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL | 2982 | 22,5 |
| VALOR DAT | 8633 | 33,0 |

Fuente: Investigación

Autor: Maricela Ayala

Costos del país importador

Son los costos generados en el país donde se comercializa el producto, con estos datos se calcula el precio de venta por unidad comerciales, incrementando una utilidad del 10%; de esta manera el valor en DDP es de 10.285 USD.

Tabla 4: Costos país importador

| ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS IMPORTADOR | | |
|---|--------------|---------------------|
| COSTOS DIRECTOS IMPORTACION | COSTO | DÍAS |
| Almacenamiento temporal | 150 | 1,0 |
| Manipuleo desembarque | 274 | 0,3 |
| Documentacion | 100 | 0,3 |
| Agentes | 320 | 1,1 |
| Transporte interno | 300 | 1,0 |
| VALOR DAP | 9503 | 36,6 |
| Aduaneros | 774 | Incluido en agentes |
| COSTOS INDIRECTOS IMPORTACION | | |
| Capital e inventario | 8 | 3,6 |
| COSTO DE LA DFI EN EL PAÍS IMPORTADOR | 1925 | 3,6 |
| VALOR DDP | 10285 | 36,6 |
| Precio (c/u) en pais de destino | 16 | 0,22 |
| Margen de Ventas | 2 | |
| Precio de ventas | 17 | 0,24 |

Fuente: Investigación

Autor: Maricela Ayala

“Oportunidades de mercado en Montreal-Canadá y la comercialización de Papas chips caseras sabor a pollo desde el cantón Montúfar de la provincia del Carchi”.

Maricela Elizabeth Ayala Hualpa (Ecuador – UPEC)

“Oportunidades de mercado en Montreal-Canadá y la comercialización de Papas chips caseras sabor a pollo desde el cantón Montúfar de la provincia del Carchi”.

Flujo de efectivo, VAN, TIR, Periodo de recuperación y Costo/Beneficio

El flujo de caja se proyecta a cinco años; el cual muestra algunos indicadores a tomar en cuenta para tomar una decisión en cuanto al proyecto, determinando si es factible y viable.

Tabla: Flujo de efectivo – con financiamiento

| Flujo de Efectivo Neto - Con Fincanciamiento | | | | | | |
|--|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Entradas de efectivo | Año 0 | Año 2016 | Año 2017 | Año 2018 | Año 2019 | Año 2020 |
| Utilidad Neta | | 11.271 | 17.682 | 27.231 | 30.113 | 32.517 |
| + Depreciaciones | | 1.156 | 1.156 | 1.156 | 1.156 | 1.156 |
| + Amortizaciones | | 1.824 | 1.824 | 1.824 | 1.824 | 1.824 |
| Liquidación del Proyecto | | | | | | 21.378 |
| Recuperación Capital de Operación | | | | | | 0 |
| Total Entradas | 0 | 14.251 | 20.662 | 30.210 | 33.092 | 56.875 |
| Salidas de Efectivo | Año 0 | Año 2016 | Año 2017 | Año 2018 | Año 2019 | Año 2020 |
| Inversión Inicial | 38.519 | | | | | |
| Amortización de la Deuda | | 11.324 | 12.659 | 14.152 | | |
| Reposición de Activos | | | | 1.300 | | |
| Total Salidas | 38.519 | 11.324 | 12.659 | 15.452 | 0 | 0 |
| = Flujo de efectivo Neto | -38.519 | 2.927 | 8.003 | 14.759 | 33.092 | 56.875 |

Fuente: Investigación

Autor: Maricela Ayala

Flujo de efectivo, VAN, TIR,

| Año | FE | Fat. Act | FE Descontado |
|-----|-------------|------------|------------------|
| 0 | - 38.519,42 | | |
| 1 | 2.927,33 | 0,8995 | 2.633,19 |
| 2 | 8.002,81 | 0,8091 | 6.475,35 |
| 3 | 14.758,57 | 0,7278 | 10.741,76 |
| 4 | 33.092,38 | 0,6547 | 21.665,55 |
| 5 | 56.875,35 | 0,5889 | 33.494,72 |
| | | ΣFE | 75.010,58 |
| CCP | 11.17% | - II. | 38.519,42 |
| TIR | 31.82% | VAN | 36.491,16 |
| VAN | 36.491% | TIR | 31,82% |
| | | PR | 4,04 |
| | | C/B | 1,95 |

Fuente: Investigación
Autor : Maricela Ayala

De la tabla anterior se obtuvieron los siguientes resultados; el valor actual neto es de 3649,17 USD, la TIR de 31.82%, la relación costo beneficio indica que por cada dólar invertido se recupera 4,04 USD; la inversión será recuperada en 4 años 1 mes, puesto que la utilidad del producto es del 10%, si este margen se incrementa se tendría una TIR muy elevada. Se establece que el proyecto es rentable, por tanto, es factible su ejecución.

“Oportunidades de mercado en Montreal-Canadá y la comercialización de Papas chips caseras sabor a pollo desde el cantón Montúfar de la provincia del Carchi”.

Maricela Elizabeth Ayala Hualpa (Ecuador – UPEC)

“Oportunidades de mercado en Montreal-Canadá y la comercialización de Papas chips caseras sabor a pollo desde el cantón Montúfar de la provincia del Carchi”.

3. Conclusiones

- Este proyecto de investigación permitirá conocer la viabilidad de comercialización de papas chips hacia Canadá, tomando en cuenta las oportunidades de mercado.
- Considerando que la producción de papas es muy alta en el cantón Montufar, la industrializadora de papas chips a crearse tiene oportunidades de producción y comercialización, esto genera beneficios económicos
- Las papas chips por ser un producto atractivo en mercados nacionales e internacionales y por tener un alto nivel de consumo por sus propiedades nutritivas, proteínicas, vitamínicas y minerales, permitirán la comercialización a mercado canadiense.
- El plan logístico permitirá conocer cuál es el proceso a seguir para el ingreso a mercados canadienses, siguiendo las normas y técnicas que exige al momento de ser exportado el producto.
- El estudio de mercado y financiero permitirán que la industrializadora de papas chips tenga oportunidades de comercialización, determinando su oferta y demanda las cuales hacen que este proyecto tenga una viabilidad de ingresar a mercados internacionales, identificando los indicadores de rentabilidad en un periodo determinado.

4. Recomendaciones

- Tomar muy en cuenta las relaciones comerciales y logísticas de acuerdo al análisis de localización del proyecto, tomando en cuenta las normas y técnicas exigidas por el país de destino.
- Considerar las exigencias del mercado canadiense, las cuales permitirán ingresar sin ningún problema el producto ya que esto traerá mejores oportunidades en la economía del país y de la misma manera generar oportunidades de trabajo.
- Hay que tomar muy en cuenta la inversión que requiere este proyecto, como es en su infraestructura, producción y comercialización, estos recursos permitirán que la industrializadora se lleve a cabo y así se podrá generar ingresos económicos para el país.
- De la misma manera se considera que es muy importante conocer la ayuda que hoy está generando el gobierno por medio de sus instituciones relacionadas al comercio exterior.
- Así mismo se considera que para la creación de la empresa el gobierno presta financiamiento con créditos con bajo interés y facilidad de pago.

“Oportunidades de mercado en Montreal-Canadá y la comercialización de Papas chips caseras sabor a pollo desde el cantón Montúfar de la provincia del Carchi”.

5. Referencias bibliográficas

- Baca, G. (2010). Evaluación de Proyectos, 6ª Edición. Edición. México. McGraw-Hill.
- BARRENO, L. (2010). Manual de Formulación y Evaluación de proyectos. Ediciones Legales.
- Semplades (2013) Plan Nacional del Buen Vivir, Quito Ecuador primera edición ISBN
- Agronegocios. (s.f.). (2011], Exportación De SNACK ecuatoriano Al Mercado Canadiense en <http://www.sica.go.ec/agronegocios>
- Bolívar, S. (2010). Diseño, Elaboración y Evaluación de proyectos de Inversión. Quito: Lazcano.
- Brian, (2011). Trade Facilitation Office Canada en <http://www.embamex.sre.gob.mx/canada>
- Canadá. (s.f.). (2013), Reglas de Embalaje y etiquetado en Canadá. <http://comercioexterior.banesto.es/es/elija>
- Chavarría, L. M. (2010).en Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones <http://www.minec.gob.sv/cajadeherramientasue>.
- Comercial, P. E. (2010). Canadá. Ottawa.
- Constitución Política del Ecuador. (2011). Quito: Corporación de estudios y publicaciones.
- Helch, A. (2011). Health Canada en <http://www.hc-sc.gc.ca/cps-spc/>
- INEC. (2014). Boletín Agropecuario Mensual: Productos del Mes Café y Papa. Quito.
- Infojardin. (s.f.). (2012). Hortalizas y verduras de <http://fichas.infojardin.com/hortalizas>

LINOGRAFÍA.

- Aduanas del Ecuador. (2011). COPCI en <http://www.aduana.gov.ec>
- Agro negocios. (s.f.). (2011], Exportación DE PAPA Ecuatoriano Al Mercado italiano en <http://www.sica.go.ec/agronegocios>.
- <http://www.canada.ca/en/services/business/trade/buycanadian/index.html>
- <http://www.cpma.ca/en/industry-resources/fruitandvegetablestatistics.aspx>
- <http://www.datosmacro.com/negocios/doing-business/canada>
- http://www.indexmundi.com/es/colombia/distribucion_por_edad.html



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Ley No. 2006-36 Publicada en el Segundo Suplemento del Registro Oficial No. 244 del 5 de abril del 2006

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE PROYECTO DE GRADO

No. 012-2-AS-CEYNI/2014

A los veinte y siete días del mes de febrero de 2014, siendo las 15h00, se instala el Tribunal de Sustentación del Proyecto de Grado conformado por: Ing. Ivan Realpe, PRESIDENTE; MSc. Georgina Arcos, SECRETARIA; y Msc. Beatriz Realpe VOCAL del proyecto: "OPORTUNIDADES DE MERCADO EN MONTREAL - CANADÁ Y LA COMERCIALIZACIÓN DE PAPAS CHIP CASERAS SABOR A POLLO DESDE EL CANTÓN MONTUFAR DE LA PROVINCIA DEL CARCHI- ECUADOR" en base a lo establecido en el Reglamento de Tesis de Grado y el Instructivo de sustentación de Proyecto de Grado, para receptor la sustentación de la estudiante AYALA HUALPA MARICELA ELIZABETH del IX nivel "B" Vespertino de la carrera Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Una vez constatado y en cumplimiento de los requisitos administrativos y académicos, la estudiante AYALA HUALPA MARICELA ELIZABETH APRUEBA la sustentación con el promedio de las siguientes calificaciones:

1. Exposición del Proyecto de Grado 3,16.....
2. Precisión y Coherencia de Respuestas..... 3,33.....
3. Calidad de la Presentación del Trabajo0,83.....

Obteniendo como nota final 7,32 en la sustentación del Proyecto de Grado.


El tribunal considera pertinente que el estudiante cumpla las siguientes recomendaciones:

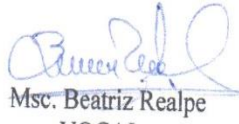
- Replantear objetivos específicos
- Establecer mercados internacionales

Dado en la ciudad de Tulcán a los veinte y siete días del mes de febrero de dos mil catorce, firman los integrantes del Tribunal de Sustentación de Proyecto de Grado de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

"EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO Y LA INTEGRACIÓN"


Ing. Ivan Realpe
PRESIDENTE


Msc. Georgina Arcos
SECRETARIA


Msc. Beatriz Realpe
VOCAL