

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 Canadá y la comercialización de pulpa
de mora desde Imbabura-Ecuador ”

Trabajo de titulación previo a la obtención
del título de ingeniera en comercio exterior y
negociación comercial internacional

AUTORA: Carla Damaris Ramírez Goyes

ASESORA: Lic. Beatriz Realpe. Msc

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2015

CERTIFICADO

Certifico que la estudiante Carla Damaris Ramírez Goyes con el número de cédula 0401644430 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: **“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura- Ecuador”**.

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.

Lic. Beatriz Realpe. Msc

Tulcán, 07 de Agosto de 2015

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, Carla Damaris Ramírez Goyes con cédula de identidad número 0401644430 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

.....

Carla Damaris Ramírez Goyes

Tulcán, 07 de Agosto de 2015

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO

Yo Carla Damaris Ramírez Goyes, 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, 07 de Agosto de 2015

Carla Damaris Ramírez Goyes
CI 0401644430

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a mi niño Jesús (+) y mi familia por estar siempre conmigo en cada paso que doy en la vida y por haber puesto en mi camino aquellas personas que han sido el pilar fundamental para lograr culminar satisfactoriamente mi periodo de estudio

A mis profesores que durante los cinco años han sabidos ser docentes y amigos ya que cada uno de ellos me impartieron conocimientos educativos y de excelencia y por brindarme el tiempo necesario que hizo posible la realización de esta tesis.

A los actores involucrados en mi investigación, al Ing. Andrés Pérez Gerente de la empresa "Frutas de la Montaña cía Ltda." quien nos brindó información para que se haga realidad este proyecto, como no a ing. Oscar Ruano quién apporto con sus capacitaciones e información pertinente a esta tesis.

A mis compañeros de clase que recorrieron junto a mí todo este trayecto de conocimientos y aprendizaje con un solo objetivo, el realizarnos como profesionales.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi familia que estuvieron siempre apoyándome en los momentos más difíciles de mi vida a mi madre Rosa Goyes por darme la vida quién con su esfuerzo y dedicación me supo ayudar en mis primeros pasos de mi vida logrando hacer de mí una mejor persona cada día.

A mi familia por haberme acompañado en todo esta jornada de estudios, brindándome amor, comprensión, paciencia, y su apoyo moral lograron me supieron sacar adelante.

A mis hermano Diego y Danny por haberme brindado su apoyo incondicional día a día y mi cuñada Lorena y a mis queridos sobrinos Daibeth, Jostin, Kerly por brindarme su amor incondicional que hicieron que cada día luche por mis sueños.

Estas personas han sembrado en mí la fuerza y las ganas para ser una mejor persona como, hermana, amiga e hija así forjándome para nuevas metas.

INDICE

CERTIFICADO.....	i
AUTORÍA DE TRABAJO	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
ABSTRACT	xv
INTRODUCCIÓN	xvi
CAPITULO I.....	- 1 -
1. EL PROBLEMA.....	- 1 -
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	- 1 -
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	- 4 -
1.3 DELIMITACIÓN	- 4 -
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	- 5 -
1.5 OBJETIVOS.....	- 9 -
1.5.1. Objetivo general.....	- 9 -
1.5.2 objetivos específicos.....	- 9 -
CAPITULO II.....	- 10 -
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	- 10 -
2.2 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	- 10 -
2.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	- 12 -
2.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	- 14 -
2.3.1 FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.....	- 15 -
2.3.2 Vocabulario Técnico.	- 18 -
2.4. Idea a Defender.	- 21 -

2.5 Identificación de Variables.	- 21 -
2.5.1 La Variable Dependiente.....	- 21 -
2.5.2 La Variable Independiente:	- 21 -
CAPITULO III	- 22 -
3.1. Modalidad de la Investigación.....	- 22 -
3. 2 Tipo de Investigación	- 22 -
3.3 Población de la investigación.....	- 23 -
3. 5 Operacionalización de las Variables	- 22 -
3. 6 Plan de Recolección de Información.....	- 24 -
3.7 Procesamiento, Análisis e Interpretación de Resultados.	- 25 -
3. 7.1 Análisis e Interpretación de Resultados.	- 25 -
3.8.1 Estudio de Países Consumidores	- 27 -
3. 8.1.1 Análisis Situacional de los Tres Mercados Internacionales.....	- 28 -
3.8.1.2 Factores Externos.....	- 28 -
3.8.1.3 Factores Socioeconómicos	- 28 -
3.8.1.4 Factores Demográficos	- 36 -
3.8.1.5 Factores Políticos	- 41 -
3.8.1.6 Factores Legales	- 43 -
3.8.1.7 Factores Culturales.....	- 45 -
3.8.1.9 Factor Tecnológico	- 47 -
3.8.2 Análisis del POAM.....	- 50 -
3.8.4 Análisis de Mercado:.....	- 63 -
3.8.5 Oferta Mundial	- 65 -
3.8.7 Análisis situacional del ecuador	- 73 -
3.8.8 Balanza Comercial Ecuador-Canadá.....	- 75 -

3.8.9 Factor Político y Legal del Ecuador	- 76 -
3.9.1 Análisis del Producto	- 79 -
3.9.2 Análisis FODA.....	- 85 -
3.9.3 Definición del Mercado.....	- 86 -
3.9.4 Demanda	- 87 -
3.9.5 Producción de mora de castilla en Imbabura-Ecuador	- 90 -
CAPITULO IV.....	- 93 -
4.1 Conclusiones	- 93 -
4.2 Recomendaciones	- 96 -
V. PROPUESTA	- 98 -
5.1 TITULO	- 98 -
5.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	- 98 -
5.3 JUSTIFICACIÓN.....	- 99 -
5.4 OBJETIVOS.....	- 100 -
5.5 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO-TÉCNICA.....	- 101 -
5.5.1 Estudio Técnico	- 101 -
5.5.3 Nombre de la Empresa de Fabricación: “Frutas de la Montaña Cía Ltda.”	- 102 -
5.5.3.1 Slogan.....	- 102 -
5.5.3.2 Logotipo	- 102 -
5.5.3.3 Características de la Empresa “Frutas de la Montaña cía Ltda.”	- 103 -
5.5.3.4Tamaño y Cadena de Distribución “Frutas de la Montaña Cía Ltda.”-	104
-	
5.5.3.5 Organigrama Organizacional Frutas de la Montaña Cía Ltda.	- 105 -
5.5.3.6 Determinación de la Organización “Frutas de la Montaña Cía Ltda.”-	107
-	
5.5.3.7 Diseño de la Planta “Frutas de la Montaña Cía Ltda.”	- 107 -

5.5.3.8 Mapa de Procesos	- 108 -
5.5.4 Modelo Operativo de la Propuesta.....	- 109 -
5.5.3 Almacenamiento del Producto:	- 111 -
5.5.4 embalaje (unidad de carga) medidas pallets.....	- 111 -
5.5.5 Medio de transporte de carga internacional:	- 112 -
5.4.4.2 Plan De Exportación	- 116 -
5.4.4.3 Capacidad del Proyecto	- 116 -
5.4.4.4 Información Básica del Proyecto.....	- 116 -
5.5.5. 1 Transporte Interno	- 124 -
5.5.5.3 Transporte Internacional	- 125 -
5.5.5.6 Estudio Financiero	- 130 -
5.5.5.7 Flujos de Efectivo con Financiamiento TIR Y VAN	- 136 -
ANEXOS.....	- 148 -

TABLAS

Tabla 1 Delimitación	- 4 -
Tabla 2.Fundamentación Legal.....	- 12 -
Tabla 3.Planificación Nacional	- 13 -
Tabla 4. Matriz Teorías De La Investigación.....	- 14 -
Tabla 5. Operacionalización de las variables.....	- 22 -
Tabla 6 PIB Per Cápita	- 28 -
Tabla 7.Doing Business (Facilidad para hacer negocios)	- 29 -
Tabla 8. Balanza Comercial Ecuador - Canadá	- 30 -
Tabla 9. Riesgo país	- 34 -
Tabla 10. Distribución de Ingresos.....	- 35 -
Tabla 11. Índice de desempeño Logístico	- 36 -
Tabla 12. Tamaño de la población.....	- 38 -

Tabla 13. Estructura de edad.....	- 39 -
Tabla 14. Ocupación empleado por sector	- 40 -
Tabla 15. Acuerdo comerciales.....	- 41 -
Tabla 16. Barreras arancelarias.....	- 43 -
Tabla 17. Barreras no arancelarias.....	- 43 -
Tabla 18. Lenguaje	- 45 -
Tabla 19. Valores y actitud	- 45 -
Tabla 20. Clima.....	- 46 -
Tabla 21. Factor tecnológico.....	- 47 -
Tabla 22. Matriz perfil (POAM).....	- 48 -
Tabla 23. Subpartida arancelaria sugerida por pro Ecuador	- 55 -
Tabla 24. Barreras arancelarias a las importaciones de Canadá	- 56 -
Tabla 25. Tratamiento preferencial Ecuador- Canadá	- 56 -
Tabla 26. Medidas no arancelarias de Canadá	- 59 -
Tabla 27. Importaciones De Canadá A Nivel Mundial.....	- 67 -
Tabla 28. Importaciones de Canadá a Nivel Mundial 2008.99.....	- 68 -
Tabla 29. Importaciones de Canadá desde Ecuador	- 69 -
Tabla 30. Exportaciones de Canadá al Mundo	- 70 -
Tabla 31. Balanza Comercial Ecuador-Canadá	- 75 -
Tabla 32. Atributos pulpa de mora	- 79 -
Tabla 33. Producto característica mora de castilla	- 80 -
Tabla 34. La pulpa de mora se deberá exportara en inglés y francés	- 84 -
Tabla 35. FODA	- 85 -
Tabla 36. Demanda Insatisfecha en Canadá- Provincia de Quebec.....	- 88 -
Tabla 37. Bróker Canadá.....	- 89 -
Tabla 38. Producción en Imbabura de mora de castilla (ver anexo 8)	- 90 -
Tabla 39. Oferta Exportable "Frutas de la Montaña Cía Ltda"	- 91 -
Tabla 40. Precio de Pulpa de Mora "Frutas de la Montaña Cía Ltda."	- 91 -
Tabla 41. Datos de Exportación de pulpa de mora	- 92 -
Tabla 42. Número de envíos mensuales	- 92 -
Tabla 43. Precio en Mercado Internacional Canadá	- 92 -

Tabla 44. Localización macro y micro.....	- 101 -
Tabla 45. Flujograma Negociación Internacional.....	- 113 -
Tabla 46. Flujo Grama Documento de Exportación.....	- 114 -
Tabla 47. Flujo grama Distribución Física Internacional.....	- 115 -
Tabla 48. Empaque Medidas.....	- 110 -
Tabla 49. Información básica del producto.....	- 117 -
Tabla 50. Información básica del embarque.....	- 118 -
Tabla 51. Información adicional.....	- 118 -
Tabla 52. Calculo de pallets y cajas.....	- 120 -
Tabla 53. Calculo del contenedor refree 40´.....	- 121 -
Tabla 54. Estimación de Ventas.....	- 122 -
Tabla 55. envase, empaque y unitarización.....	- 122 -
Tabla 56. manipuleo en el local del exportador.....	- 123 -
Tabla 57. Documentación exportación.....	- 123 -
Tabla 58. Transporte Interno.....	- 124 -
Tabla 59. Manipuleo de Embarque.....	- 124 -
Tabla 60. Agentes.....	- 125 -
Tabla 61. Costos Bancarios.....	- 125 -
Tabla 62. Flete Internacional.....	- 125 -
Tabla 63. Seguro Internacional.....	- 126 -
Tabla 64. Incoterms de Negociación Ecuador- Canadá.....	- 127 -
Tabla 65. Matriz General.....	- 128 -
Tabla 66. Inversión Inicial.....	- 130 -
Tabla 67. Financiamiento.....	- 131 -
Tabla 68. Activos diferidos.....	- 132 -
Tabla 69. Activos diferidos Gastos de Constitución.....	- 132 -
Tabla 70. Costos de Producción.....	- 132 -
Tabla 71. Gastos Administrativos.....	- 133 -
Tabla 72. Gastos de exportación (Ventas).....	- 133 -
Tabla 73. Balance General Proyectado con Financiamiento.....	- 134 -
Tabla 74. Depreciación de Activos Fijos.....	- 135 -

Tabla 75. Estado de Resultados con Financiamiento	- 135 -
Tabla 76. Estado de Flujo del Efectivo con Financiamiento.....	- 136 -
Tabla 77. Flujo de Efectivo	- 137 -
TABLA 78. TIR Y VAN.....	- 137 -
Tabla 79. Punto de Equilibrio	- 138 -
Tabla 80. Balance General Proyectado Sin Financiamiento.....	- 139 -
Tabla 81. Estado de flujo de Efectivo Sin Financiamiento	- 140 -
Tabla 82. Estado de Flujo de efectivo sin Finaciamiento	- 141 -
Tabla 83.Flujo de efectivo Sin Financiamiento.....	- 142 -
Tabla 84.TIR Y VAN Sin Finanaciamiento	- 142 -
Tabla 85. Punto de Equilibrio Sin Financiamiento.....	- 143 -

ILUSTRACIONES

Ilustración 1.Estudio de países consumidores partida 2008.99- 27 - Ilustración 2	
Balanza Comercial Ecuador-Canadá miles usd-FOB	- 30 -
Ilustración 3. Destino de las exportaciones ecuatorianas del sector frutasno	
tradicionales.....	- 30 -
Ilustración 4.Exportaciones de Ecuador hacia Canadá proyección	- 30 -
Ilustración 5.Balanza Comercial Ecuador-España miles usd fob.....	- 31 -
Ilustración 6. Destino de la exportaciones ecuatorianas a España	- 31 -
Ilustración 7.Proyecciones exportaciones de Ecuador a España.....	- 31 -
Ilustración 8.Balanza Comercial Ecuador-Colombia Miles Usd	- 32 -
Ilustración 9.Exportaciones Ecuador Frutas No Tradicionales.....	- 32 -
Ilustración 10. Exportación De Ecuador Hacia Colombia.....	- 32 -
Ilustración 11.inflación Canadá	- 33 -
Ilustración 12.inflación España	- 33 -
Ilustración 13. Inflación Colombia	- 33 -
Ilustración 14 Consumo por categoría Canadá.....	- 35 -
Ilustración 15 Consumo por categoría España	- 35 -

Ilustración 16 consumo por categoría Colombia.....	- 35 -
Ilustración 17. Edad Canadá.....	- 39 -
Ilustración 18 Edad España	- 39 -
Ilustración 19 Edad Colombia	- 39 -
Ilustración 20. Países Exportadores de la Partida 2008.99	- 65 -
Ilustración 21.Importaciones de Canadá a Nivel Mundial Partida 2008.99 ...	- 68 -
Ilustración 22 Canadá Importa desde Ecuador	- 69 -
Ilustración 23.Exportaciones de Canadá al Mundo.....	- 70 -
Ilustración 24.Principales países importadores por Canadá	- 71 -
Ilustración 26 Mapa de identificación de la provincia de Quebec	- 86 -
Ilustración 27. Tamaño de la población de Quebec	- 86 -
Ilustración 29.Requerimiento de Mano de Obra.....	- 107 -

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se realiza para identificar la mejor oportunidad de mercado internacional, analizando los factores internos y externos de cada país utilizando la matriz del perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM) se estudió a tres países Canadá, España y Colombia. Se realizó un estudio interno del Ecuador el que por décadas ha sido considerado un país agropecuario, gracias a los recursos climáticos, biodiversidad y por su ubicación geográfica hace un maravilloso emporio de productividad.

Para esta investigación nos enfocamos en la provincia de Imbabura específicamente en la empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda.” ubicada en el cantón Urcuquí-parroquia de Pablo Arenas, en donde se realizó un estudio para identificar la capacidad de producción y estándares de calidad. La empresa se encuentra ubicada un sitio geográfico privilegiado, ya que se identificó que es óptimo para los cultivos de mora de castilla.

Se identificó que Canadá es la mejor opción de mercado, se determinó los requisitos necesarios para ingresar el producto al mercado canadiense, el cual requiere un producto 100% natural, 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.

Para exportar se elaboró un plan de exportación que permita llevar el producto en buenas condiciones hasta Canadá, en dicho plan, se tomó en cuenta la capacidad de producción de la empresa, dando a conocer los requisitos del producto, normas internacionales y acuerdos comerciales en el que involucra medios de transporte a utilizar, costos, tiempo y riesgos que implica movilizar la mercancía tanto en origen como en destino y estudios financieros.

ABSTRACT

This research is performed to identify the best international market opportunity, by analyzing the internal and external facts of each country. To use the matrix of opportunities profile and threats of the environment (POAM) was studied at three countries Canada, Spain and Colombia.

It was performed an internal study of Ecuador, which for decades has been considered like an agricultural country, thanks to the climate resources, biodiversity and its geographical location that makes Ecuador a wonderful land of productivity.

Imbabura province is considered in this research, specifically at "Frutas de la Montaña Cía Ltda", which is located in "Urcuqui"- Canton , Pablo Arenas-parish, where a study was led to identify the production capacity and quality standards. The company is located in a privileged geographical place, since it was possible to identify that this place is optimal for crops of castile blackberries.

Canada is identified like the best choice of market , it determined the requirements to enter the product to the canadian market which requires a 100% natural product, overcoming with the standards of packaging , labelling and documentations such as health records and certificate the origin to get preferences rates.

A plan of exportation was done in order to export the product and keep it in good condition to Canada, under this plan, took into account the production capacity of the company, to reach the requirements of the product, standards, international and trade agreements in which means of transport to be used, costs, time, and risks involved in driving the goods both in origin and destination and investment studies.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como finalidad identificar oportunidades de mercado en Canadá para la comercialización de pulpa mora desde la provincia de Imbabura-Ecuador. Este proyecto identifica mecanismos de comercialización que generara oportunidades comerciales. La presente investigación comienza con el análisis de información primaria y secundaria obtenida del producto de mora de castilla (*Rubus glaucus benth*), como también de páginas institucionales públicas de Canadá y Ecuador de libros y documentos, para determinar preferencias en el mercado objetivo. A nivel mundial el consumo de frutas es muy apetecidas por los beneficios que éstas presentan, principalmente por sus contenidos vitamínicos, son productos de gran competitividad, en la actualidad son acogidos en los mercados internacionales teniendo un mayor preferencia y precio. El cultivo de mora es una costumbre tradicional en el ecuador, por décadas ha sido considerado un país predomínate por la agricultura, gracias a los recursos climáticos, biodiversidad y demás factores, gran cantidad de recursos no han sido explotados, ni aprovechados al máximo, es por eso que el proyecto se basa en la búsqueda de oportunidades de mercado, y la comercialización de productos no tradicionales como es la pulpa de mora.

Capitulo I. Se fundamentara temas como: información general del producto, oportunidades de mercado, comercialización. Capitulo II Se analiza los datos de la investigación que tenga relevancia con el proyecto a investigar, como oferta, demanda, comercialización, otros. Capitulo III.se realiza una investigación a tres mercados internacionales como Canadá, España y Colombia utilizando la matriz de perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM) identificando la mejor oportunidad de mercado. Capitulo IV se determinan las conclusiones y recomendaciones que se identificó en la matriz POAM para determinar una opción de mercado a exportar. Capítulo V se establece la propuesta, esta se basa en un plan de exportación para exportar pulpa de mora producida por la empresa "Frutas de la Montaña Cía Ltda." y determinar los costos de inversión para el proceso de exportación.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los mercados internacionales están plagados de imperfecciones y contradicciones, al momento de ingresar un producto a cierto país, existen condiciones como restricciones a las importaciones (tarifas y cuotas) e incertidumbres políticas y económicas. Durante mucho tiempo América Latina ha exportado productos primarios. Tradicionalmente, la economía del Ecuador ha dependido de las exportaciones petroleras entre otras materias primas sin proporcionarle una transformación, para que tengan mayor acogida a nuevos mercados.

Ecuador es un país que por su ubicación geográfica presenta una diversidad de microclimas y suelos con características favorables, que le permiten cultivar un sin número de frutas tanto en clima cálido, templado y frío. En la provincia de Imbabura la principal actividad productiva es la agricultura, un 40% (ETNIAS DEL ECUADOR, 2012) de la población se dedica a la agricultura, si hablamos de árboles frutales encontramos la mora de castilla. Existe una alta producción de mora de castilla en los últimos años; esta producción ocurre durante todo el año.

El ministerio de agricultura, ganadería acuicultura y pesca (2014), afirma que en la provincia de Imbabura cantón Urcuquí, parroquia Pablo Arenas, se produce mora de castilla. Materias primas que no han sido aprovechadas por agroindustria, especialmente la mora de castilla (*Rubus glaucus* Benth) y otros factores que hacen que este producto se desperdicie considerando lo siguiente:

La mora de castilla (*rubus glaucus benth*), tiene un alto grado de perecibilidad en las etapas de post cosecha y comercialización en fruta fresca, no se la puede conservar por más de tres días, a partir del cuarto día la fruta presenta un alto grado de fermentación lo que favorece a una contaminación microbiológica, perdiendo las características propias del producto incidiendo estos aspectos en la calidad y precios de esta materia prima. (utn, 2011)

Hace 10 años el producto se convirtió en la principal actividad económica, pero en los últimos tres años (2.004-2.007), la producción disminuyó en un 60 %, por que los cultivos fueron afectados por el botrythis cinérea, un hongo que ocasiona que las flores y frutos de la mora se pudran, eso ocurrió porque las plantas no eran fertilizadas adecuadamente perdiendo materia prima. (instituto nacional de capacitacion campesina, 2009 p.153)

Muchos de los productores y agro industrializadores desconocen las necesidades de otros países haciendo que la materia prima pierda vida. Existen productores de mora en pequeñas cantidades, las agroindustrias de pulpas y mermeladas que requieren un suministro grande y constante no las adquieren, esto genera que estas sean revendidas a los mercados mayoristas, perdiendo la oportunidad de aglomerar mayor materia prima para poder comercializarla a los mercados de la Unión Europea.

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 y agroindustrias de imbabura, ya que ellos desconocen las necesidades de otros países, como también desconocen trámites y normas sanitarias, impidiendo la exportación de esta fruta.

En los últimos años, el consumo de mora ha presentado un interesante crecimiento a nivel mundial, especialmente en los mercados de Unión Europea. Pero se ha limitado en solo comercializar la materia prima, sin

ningún valor agregado, provocando baja competitividad en cuanto a la agroindustrialización de los productos como es la mora con relación a otros países que posicionan sus productos con valor ha incrementado su demanda potencialmente.

Lo cual crea la necesidad de investigar a nuevos clientes potenciales como es precios, productos de competencia, canales de comercialización, crea la necesidad de desarrollar una investigación importante, como identificar nuestros posibles compradores.

Para realizar esta investigación es necesario tomar en cuenta lo siguiente: ¿para qué es necesario exportar?, ¿identificar la necesidad?, ¿qué producto se puede exportar? ¿conocer sus debilidades?, ¿a quién podemos exportar?, ¿que normativa y acuerdos debo seguir para exportar?, ¿qué envase y embalaje se debe utilizar?, ¿por dónde es más factible exportar que país me conviene más?, estas preguntas son algunas cuestiones que se pretende responder con la elaboración del presente plan de exportación.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo incide el conocimiento de las oportunidades de mercados internacionales en la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura-Ecuador “?

1.3 DELIMITACIÓN

Tabla 1 Delimitación

Objeto de estudio	Sujeto de estudio	Tiempo	Área geográfica	Grupo objetivo
Oportunidades de mercados internacionales	Comercialización de pulpa de mora	2013-2015	Provincia de Imbabura-Ecuador “Frutas de la Montaña” Cía. Ltda. Urcuqui-Pablo Arenas/(mercados internacionales Canadá-España-Colombia)	Importadores de mercados internacionales (Canadá-España-Colombia)

Fuente: Estudio Investigativo

Elaborado por: Autora

1.4 JUSTIFICACIÓN

En la provincia de Imbabura existen varios recursos naturales los cuales deberían ser explotados con la finalidad de generar productos nuevos e innovadores, que permitirá fortalecer el desarrollo socioeconómico a través del emprendimiento una nueva propuesta productiva enfocada a crear pequeñas, medianas y grandes empresas así mismo la aplicación de las más óptimas estrategias de comercialización internacional a ciertos productos, con el fin de incrementar las posibilidades de subsistencia ,a través de la creación de fuentes de empleo ,explotando los factores de producción (tierra, trabajo ,capital y tecnología) de una modo capaz de otorgar rentabilidad a todo el personal que se halle sumergido a esta actividad fructífera. Dentro de los productos que necesitan ser explotados se encuentra la mora de castilla (*Rubus glaucus* Benth), descubierta por Hartw y descrita por Benth, es una planta oriunda de la región Andina de Ecuador y de otros países de América intertropical. (Delgado, 2012).

Según Andrés Pérez propietario de la empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda” La combinación de mora de castilla en un 70% y el 30% de mora brazo crea una pulpa de mora 100% natural, otorgándole “sello verde” ,este producto es rico en nutrientes brinda números beneficios para la salud del hombre por ser rica en propiedades nutricionales en vitamina A, C, y E (calcio y fosforo) (Ecuared, 2015) hace que sea apetecida en la repostería y sirve para prevenir enfermedades como la diabetes. (Comercio.com, 2011) , tiene propiedades laxantes mejoran el tránsito intestinal, y depurativas ayudando a eliminar toxinas del organismo. Existen ciertas situaciones vitales en las que las necesidades orgánicas de vitamina C están aumentadas, como embarazo, lactancia, tabaquismo, empleo de ciertos medicamentos, estrés y defensas disminuidas, práctica deportiva intensa, cáncer, sida y enfermedades

inflamatorias crónicas. Contribuyen a reducir el riesgo de enfermedades degenerativas, cardiovasculares e incluso del cáncer. (CONSUMER, 2015)

Si tomamos en cuenta la pulpa de mora brinda grandes características nutricionales, convirtiéndolo en un alimento ideal 100% natural lo que hace más atractiva la comercialización tanto nacional como internacional de la pulpa de mora. Según cifras del Banco Central del Ecuador (2012), el destino de las exportaciones Ecuatorianas del sector Frutas No Tradicionales se encuentra la mora en el que se muestran los siguientes datos estadísticos: Canadá 9,836 valores FOB Miles USD equivalente a un 3%, Colombia 11,102 valores FOB Miles USD equivalente a un 3%, España 46,081 valores FOB Miles USD equivalente a un 13%.

Analizar el mercado es necesario para generar información que lleve a un adecuado proceso de toma de decisiones, con lo que se reduce la incertidumbre y se minimiza el riesgo de la actividad productiva. Según cifras de la (Trade Facilitation Office) (Oficina de Facilitación del Comercio Canadá) TFO existen oportunidades especiales con la población de mayor edad, la población canadiense envejece cada vez más, para el 2021 casi el 19% de la población será mayor de 65 años y más del 71% de los consumidores regularmente usan productos naturales para la salud.

El mercado Canadiense de importación de productos naturales para la salud creció en \$43 millones de dólares US entre 2009 y 2013 a una tasa promedio de 1.2% por año cuyos productos se venden en más de 10,000 tiendas, se ha convertido en un ingrediente básico del estilo de vida sano canadiense. Las clases principales de productos incluyen vitaminas (\$214 millones US) (TFO, 2014) .

De acuerdo a la (USAID) En Colombia aproximadamente el 55% de la producción se ofrece en fresco en supermercados y plazas de mercado para el consumo de los hogares en donde se utiliza para preparar bebidas y dulces, mientras que cerca del 10% se vende a la agroindustria para la preparación de jugos, pulpas, mermeladas, conservas, confites y colorantes. El 5% de la fruta se destina para hospitales, escuelas, ministerios, fuerzas armadas e institutos descentralizados, o privados como clínicas, hoteles, universidades, clubes, o empresas y las pérdidas postcosecha se sitúan alrededor del 30%.

Según la (CORPEI) El segundo mercado más importante para el Ecuador es España que en promedio ha receptado el 20% de las exportaciones de mora en valores FOB. La mora de origen ecuatoriano también llega a otros países dentro de la Unión europea como Bélgica y República Checa pero en cantidades menores.

Asimismo con la presente investigación se pretende contribuir a la aplicación de oportunidades de mercados internacionales y la comercialización de pulpa de mora hacia nuevos mercados como: Canadá, España y Colombia, debido a que la pulpa de mora contenido vitamínico por ser rica en propiedades nutricionales y los beneficios para la salud percibidos en los productos naturales, que expande oportunidades de segmento gracias a la diferencia de posición geográfica como es (tierra- clima- edad)por otro lado se apoya con la Matriz Productiva en el que se plantea incrementar las exportaciones de los productos ecuatorianos más representativos, pero añadiendo valor agregado, es decir, procesándolos, tal es el caso de la pulpa de mora, siendo un producto que satisfaga las necesidades de los consumidores a nivel nacional e internacional.

Esta investigación se justifica académicamente, porque se actualizara con investigaciones realizadas en años anteriores, con nuevas ideas para aquellos sectores enfocados en la producción de pulpa de frutas ,con oportunidades de mercados internacionales, además se considera importante esta investigación con el fin de que la mora ya no sea exportada en materia prima ,sino con un valor agregado.

Los beneficiarios directo serán la empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda.” Porque de esta forma se estimulara a nuevas ideas de comercialización de exportación para la empresa y a la vez ser más, Según Andrés Pérez adquiere la materia prima de los productores de Quiroga, San Pablo ,Pimampiro y Urcuquì por estar ubicada la empresa en un lugar estratégico donde existe producción de mora de castilla cuenta con materia prima adecuada, quienes también se beneficiaran y con el apoyo de Pro ecuador y la participación técnica y capacitaciones, será más provechoso dicho proyecto. De acuerdo al ing. Víctor Enríquez, Técnico del TÉCNICO DE CAMPO UZI's existen 55 hectáreas de producción de mora de castilla en Pimampiro, Otavalo y Cotacachi.

Este trabajo es posible ejecutarlo porque se cuenta con el recurso tecnológico (internet, equipo de cómputo), instrumentos con las cuales se obtendrá información confiable que ayudará a la ejecución de este proyecto, de igual manera se obtendrá información bibliográfica (indagación de libros, revistas, textos especializados) que contribuirán a la construcción de este proyecto. Por último, el presupuesto considerado será manejable para llevar a cabo esta investigación, para ello se trabajará con un estudio financiero.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo general

- Determinar las oportunidades de mercados internacionales, para la comercialización de pulpa de mora desde la provincia de Imbabura-Ecuador.

1.5.2 objetivos específicos.

- Fundamentar documentalmente las oportunidades de mercado internacionales para la comercialización de pulpa de mora.
- Realizar un estudio técnico para identificar las oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de pulpa de mora desde la provincia de imbabura.
- Diseñar un plan de exportación para la comercialización de pulpa de mora desde la provincia de imbabura hacia la mejor opción del mercado internacional.

CAPITULO II

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Existen trabajos relacionados al presente estudio que pueden servir como referencia y soporte a continuación se detallan los siguientes temas:

- A. En primer lugar se tiene que en Junio del **2011** fue presentada en la Facultad de Administración y ciencias de la Universidad Internacional del Ecuador, ***Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y exportación de pulpas de frutas congeladas de mango y guayaba, hacia el mercado canadiense*** por David Adrián Castillo Ulloa., como requisito para la obtención del título de ingeniero en negocios internacionales.

Esta investigación estudia el macro y micro entorno de Canadá para conocer las particularidades del mercado, desde su demografía hasta las condiciones metodológicas que afectan a los ciclos de importación de alimentos, en esta investigación se indica cuáles son los trámites necesarios para exportar a Canadá, y las instituciones que regulan esta actividad. Este producto no es demandado por el número de habitantes, sino por el consumo de hábitos que tienen que es consumir productos 100% naturales. Los datos proporcionados permiten prever que la oportunidad de negocio es atractiva.

- B. En esta misma labor de investigación y consulta se encontró el trabajo especial de grado titulado ***proyecto de factibilidad para la exportación de mora de castilla congelada (pulpa de fruta) desde la provincia de Imbabura, al mercado de Francia durante el periodo 2.008– 2.017*** presentado en Febrero del **2009**, por Realpe Cabrera Iván Alirio, Facultad de Ciencias Económicas y Negocios de la Universidad Tecnológica Equinoccial, como requisito para obtener la ingeniería en comercio exterior e integración.

Este trabajo de investigación pretende exportar pulpa de mora congelada desde la provincia de Imbabura al mercado de Francia a través de la empresa “Frutas de la Montaña Cía. Ltda.” Cabe indicar que se detallan los procesos de transformación del producto y los medios de producción que son controlados por personal capacitado, los mismos que se encuentran acordes a las exigencias de un mundo globalizado y que día a día exigen renovación, además muestra la importancia de mantener el producto en congelación permanente y controlada para evitar posibles daños, tomando en cuenta que los mercados de la Union Europea son muy exigentes en las normas sanitarias y fitosanitarias.

- C.** También se consultó el trabajo especial de grado del año **2013**, fue presentado por Bayardo Santiago Sarmiento Arellano como requisito para optar el título de Ingeniero en comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional. Facultad de comercio exterior y negociación comercial internacional de la Universidad Politécnica Estatal de Carchi titulado **Centro de acopio frutícola en el Cantón Tulcán Provincia del Carchi y comercialización al centro industrial del Ecuador**

La presente tesis nos muestra las generalidades de la empresa “FRUTAS DE LA MONTAÑA CÍA. LTDA.”, en la que se detalla información general como características y datos estadísticos de producción de mora de castilla, su tamaño y cadena de distribución. También se muestra el proceso de almacenamiento y datos de abastecimiento, datos que servirán como referencia para la actual investigación.

2.2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La elaboración de este proyecto se encuentra sujeto de acuerdo a la constitución de la república de ecuador 2008, (código orgánico de producción comercio es inversiones) copci 2010, plan del buen vivir 2013-2017, plan regional de desarrollo y ordenamiento territorial regional 1 y otros organismos que aparen la elaboración de este proyecto de estudio.

Tabla 2.Fundamentación Legal

Documento legal	Descripción	Artículos
Constitución de la república de ecuador (2008)	Fomenta las exportaciones buscando activar nuevos mercados dando valor agregado a los productos.	Art. 306.- El estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.
(código orgánico de producción comercio es inversiones) copci(2010)	<p>En el copci fomenta 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 nmf, sgp u otros, deben gestionar el correspondiente certificado de origen, para acceder al correspondiente beneficio arancelario.</p>	<p>Art 4.- literal o) fomentar y diversificar las exportaciones;</p> <p>Art. 59.-objetivos de democratización.-la política de democratización de la transformación productiva tendrá los siguientes objetivos:</p> <p>e) apoyar el desarrollo de procesos de innovación en las empresas ecuatorianas, a través del diseño e implementación de herramientas que permitan a las empresas ser más eficientes y atractivas, tanto en el mercado nacional como en el internacional;</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, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios;</p>

Fuente: constitución 2008, código orgánico de la producción, comercio e inversiones 2010, (copci)

Elaborado por: carla ramírez

Tabla 3. Planificación Nacional

Documento	Descripción	Artículos
<p>Plan del buen vivir (2013-2017)</p>	<p>Se expresa la apertura de impulsar nuevos mercados con la promoción de productos no tradicionales aprovechando los acuerdos y preferencias arancelarias que existen con los países internacionales.</p> <p>Tfo Canadá es una organización gubernamental sin fines de lucro, con el mandato de ayudar a los exportadores de países en desarrollo para entrar en el mercado canadiense. (Ministerio de Comercio exterior, 2014)</p>	<p>Profundizar una política comercial estratégica y soberana, articulada al desarrollo económico y social del país</p> <p>Objetivo 12.3 E) consolidar los mercados externos existentes, con énfasis en los países de la región e impulsar la promoción de productos no tradicionales, con valor agregado y los pertenecientes a la transformación de matriz productiva.</p> <p>G) fomentar la apertura de nuevos mercados de destino, identificando socios estratégicos, productos y nichos de mercado, aprovechando la estructura arancelaria y económica de los diferentes países.</p>
<p>Plan regional de desarrollo y ordenamiento territorial</p>	<p>El programa “c” y “f” busca el desarrollo en los mercados nacionales e internacionales.</p>	<p>El programa “c” busca generara valor agregado de las cadena productivas agrícolas, garantizar las soberanía y la seguridad.</p> <p>El programa “f” busca el desarrollo en los mercados nacionales e internacionales.</p>

Fuente: República del Ecuador –Plan del Buen Vivir 2013-2017- Plan Nacional de Desarrollo.

Elaborado por: Carla Ramírez

2.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Tabla 4. Matriz Teorías De La Investigación

Teorías del comercio	Características	Relación con la investigación
Teoría de la ventaja absoluta	Elaborada por Adam Smith, es una de los pilares de la teoría clásica del comercio internacional. Su apoyo es ampliarla dimensión de los mercados, aumenta la posibilidad de producir más y con ello se beneficia el grado de especialización que, a su vez, incrementa el rendimiento del trabajo.	Al hablar de ampliar los pilares del mercado hace referencia cuando un país extranjero nos ofrece una mercancía más barata de lo que nos cuesta a nosotros producirla, lo que será mejor comprarla. La mora de Castilla, en el Ecuador por su ubicación geográfica y su clima se produce durante todo el año a escala, en comparación con el mercado estadounidense, por poseer estaciones climáticas variadas, ocasiona que esta fruta no esté disponible durante todos sus meses, causando que sus precios sean diferentes ya que mientras en el mercado demandante este puede presentar diferencias considerables, en nuestro país su variación en precio no es tan amplia.
Teoría del Superávit comercial	Para los mercantilistas, autores de esta teoría, la estrategia para aumentar la riqueza de un país era a través de la balanza comercial se basa en barreras fiscales y proteger el enriquecimiento de los primeros estados de la nación como son: España, Inglaterra, Francia y Holanda, fundados en el comercio exterior.	Nos habla acerca de alcanzar el equilibrio entre las exportaciones e importaciones que es el objetivo de la economía de un país, en relación a nuestro país es importante transformar nuestras materias primas para que tengan mayor aceptación en los mercados internacionales y así obtener rentabilidad para el país.
Teoría de la ventaja comparativa	Creada por David Ricardo se considera que la productividad del trabajo difiere al utilizarse distintas técnicas de producción. Logrando el intercambio comercial internacional encontrándose la diferencia de la productividad del trabajo en los diferentes países.	De acuerdo a esta teoría, un país puede ser mejor que otro país en producir varios artículos pero solo debe desarrollar aquel que produce mejor. En nuestro caso Ecuador microclimas y suelos con características favorables, que le permiten cultivar un sin número de frutas dándole un valor agregado ayudara al intercambio comercial internacional es beneficioso porque aumenta la producción y el consumo de cada país. Esta teoría demuestra que al poseer una o más ventajas de producción determina la posibilidad de comercializar un producto a mercados internacionales. El costo de mano de obra en el Ecuador es más barato que en los Estados Unidos. Nuestro país al ser pequeños productores o agricultores los que cultivan esta fruta genera que esta producción sea realizada con costos menores. Esta disminución en la mano de obra también se debe a la forma de vida.
Teoría de Heckscher-Ohlin	Heckscher-Ohlin tratan de explicar el comercio interindustrial, aceptando que la diferencia de productividad de los factores de capital y trabajo, explican la diferencia de costos.	Esta teoría indica los recursos naturales y mano de obra en la que en cada país varía en unos abra abundancia de capital en otros no tendrán esta ventaja. Ecuador podría aumentar la industrialización para que las materias primas tengan mayor valor agregado y puedan ser ofertadas a mejores precios como es la mora de Castilla a los mercados de la Unión Europea.

Fuente: Introducción al Comercio Internacional Juan B. García-Sordo Editorial: Mc Graw Hill

Elaborado Por: Carla Ramírez

2.3.1 FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.

Oportunidades De Mercado:

Mercado Internacional: Es aquel que se presenta cuando el ofertante comercializa sus bienes y servicios en el extranjero, en uno o varios países, por medio de procesos de exportación e importación y alianzas estratégicas o compañías subsidiarias en el exterior. (Lerma A. , 2010).

Entonces podemos decir que el mercado nace de la necesidad que se adquieren bienes y servicios, en el que existen compradores y vendedores en el que se realizan intercambios en un espacio físico o virtual en el que se puede ofertar un producto, el que participa una organización que sirve para establecer un transacción comercial para adquirir un producto o servicio a un determinado precio.

Negociación Internacional: Abarcan a las actividades comerciales que se desarrollan en más de un país. El concepto incluye las transacciones gubernamentales y las transacciones privadas. (Wordpress, 2015)

Si hablamos de negociación internacional estamos abarcando varios aspectos. Es muy importante la cultura general que podamos tener referente a un país, pero también es muy importante saber diferenciar y tener conocimientos claros sobre las normas y procesos legales que existen en determinado país. Esto nos ayudará a determinar si como empresa, o como individuos podemos o no proceder con cualquier tipo de negociación.

Por otra parte la negociación internacional es aquella en la que intervienen partes de diferentes países, es decir, que se mueven en mercados exteriores, el cual se refiere a las condiciones, formas de vida, cultura, costumbres y tradiciones, leyes, lenguaje y regulaciones nacionales para poder manejar una negociación internacional es muy importante conocer y analizar al país con el que se va a relacionar.

Comercialización:

Comercialización Internacional: Se refiere a la relación de intercambio entre dos o más países o entre grupo de países o bloques económicos como aquellos formados por procesos de integración económica. (Primeraexportación, 2015)

Al principio el intercambio comercial se realizaba producto a producto sin tener un valor específico, los orígenes del comercio se remontan a finales del neolítico cuando se descubrió la agricultura. Al principio la agricultura era para la subsistencia, a medida que iban aumentando las cosechas obtenidas eran cada vez mayores, por lo que las cosechas empezaron a intercambiarse con otros objetos conocido como trueque.

En la actualidad existen los mercados, en que creció la necesidad de cada sociedad, lo cual hoy se lo define como comercio internacional o mundial al intercambio de productos y servicios ya sean para su uso para su venta o transformación entre dos países en el que interviene un exportador y un importador.

La importación es la entrada de un país de bienes y servicios que provienen de otro país. La exportación es la salida hacia otro país de bienes y servicios. Arancel tarifa oficial que se determina los derechos que se han de pagar en varios ramos como en las costas judiciales, aduanas y ferrocarriles etc.

La OMC administra los acuerdos comerciales mundialmente a través de: reglas mundiales, tratados del libre comercio aranceles y leyes locales, como es el servicio aduanero que se encarga de hacer cumplir la normas y controla el comercio internacional.

Barreras arancelarias y no arancelarias: Obstáculos que pueden impedir o dificultar la entrada u operación de los productos en el mercado meta; las barreras arancelarias corresponden a tasas impositivas altas para el ingreso de las mercancías, en tanto que las barreras no arancelarias corresponden a la normatividad y a los controles sanitarios, a las normas técnicas y prácticas proteccionistas diversas. (Lerma, 2010).

Las barreras arancelarias son altos aranceles o impuestos que impone el gobierno para evitar la importación en forma indiscriminada o bien para que se importen sólo determinados productos o servicios o se importen sólo de determinados países colocan cierto tipo de impuesto al ingreso de un producto.

Es sustancial analizar las barreras que coloca cada país para el ingreso de cierto producto tomemos como ejemplo los controles sanitarios que realiza los países de la Unión Europea en el que se exigen que cierto producto debe pasar el control sanitario para poder ser ofertado en determinado país. Con el fin de proteger la salud pública, humana y animal las mercancías de la Unión Europea deben cumplir requisitos específicos.

2.3.2 VOCABULARIO TÉCNICO.

Comercialización.- Se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean. (Definición ABC, 2015)

Demanda insatisfecha.- Es aquello que no ha sido cubierto en su totalidad en un lugar o sitio específico, en donde se requiere una importación de otro país para satisfacer esta necesidad.

Oferta: Tiene relación con la cantidad de bienes o servicios que las empresas u organizaciones están dispuestas a vender en el mercado a un precio determinado. (Thompson, 2012)

Baby boomers: Son un grupo de personas de la tercera edad de este grupo de consumidores momento en el cual supuestamente dejan de ser activos para el mercado, su dinero de retiro lo utilizan en salud, nutrición y cuidados apropiados que necesitan.

Plan de exportación.- Se analiza la función de la empresa, su capacidad de producción, y el producto a exportar, dando a conocer los requisitos y las normas internacionales y acuerdos comerciales en el que involucrar estudios financieros y medios de transporte a utilizar.

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)

Agente de aduanas.- Persona natural o jurídica facultado por el senae para gestionar a nombre de terceros el despacho de mercancías.

Agente de carga.- Es la persona física que sirve de intermediario entre el importador o exportador y el transportista directo y su función principal es ser eficiente los procesos de cadena. La tarea más importante de los agentes de carga está en resolver cualquier problema de transporte. (Think & start, 2014)

TFO.- (Trade Facilitation Office), (oficina de facilitación del comercio Canadá) tfo Canadá es una organización gubernamental sin fines de lucro, con el mandato de ayudar a los exportadores de países en desarrollo para entrar en el mercado canadiense.

Sello verde: Son parámetros técnicos y naturales del producto, para garantizar el consumo sin complicaciones posteriores para el ambiente, para mantener el buen estado de la siembra, utilizan abono orgánico y no fumigan con productos químicos, porque se consideran que destruye la naturaleza.(la hora,2008)

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)

(CCEC): Existe cámara de comercio ecuatoriano-canadiense (CCEC) en Quito la cual se encarga de promover y desarrollar vínculos comerciales entre estos dos países (Cámara de Comercio Ecuatoriano-Canadiense, 2015)

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

2.4. Idea a Defender.

- ✓ El conocimiento de las oportunidades de mercados internacionales permitirá establecer la mejor alternativa de comercialización de pulpa de mora desde imbabura-ecuador

2.5 Identificación de Variables.

2.5.1 La Variable Dependiente: Comercialización

- ✓ La variable dependiente se basa en la necesidad de comercializar un producto con valor agregado tal es caso la pulpa de mora para abarcar nuevos mercados, con perspectivas de incremento económico para el ecuador.

2.5.2 La Variable Independiente: Oportunidades de Mercado

- ✓ La variable independiente se refiere a las oportunidades que se generan en los mercados internacionales para las exportaciones de los productos ecuatorianos, en base a su economía y su poder adquisitivo que mantienen los habitantes de otros países.

CAPITULO III

3. MARCO METODOLOGICO

3.1. Modalidad de la Investigación

La modalidad de la presente investigación se utilizará dos enfoques:

Cuantitativa: La modalidad de la investigación el primer enfoque se utiliza para la recolección y análisis de datos para contestar preguntas de investigación previamente establecidas control numérico, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud modelos de comportamiento.

Cualitativa: Y en cambio el enfoque cualitativo contribuirá para el estudio de los factores sociales,culturales y politicos que enmarcan el proceso de exportación desde la Provincia del Imbabura a los distintos países factibles, también a entender el comportamiento de las variables de estudio.

3. 2 Tipo de Investigación

Para el presente trabajo se realizará la investigación no aplicada, pero contribuye en recopilar información del objeto de estudio y plantear la alternativa de solución para los productores a través de la ejecución de un plan de exportación y generar oportunidades mercado para la comercialización de pulpa de mora desde la Provincia del Imbabura hacia los mercados internacionales opcionales como lo son Canadá, España y Colombia, pertinentemente.

Investigación Exploratoria: Debido a que se debe mitigar el lugar de los hechos conociendo su situación actual, obteniendo información verídica sobre antecedentes de producción, población, procesos de comercialización de pulpa de mora como materia prima y su situación actual.

Investigación Documental: Se la realizará con la revisión de material bibliográfico, libros revistas, documentos oficiales de gobierno referente a la temática de estudio, proporcionando datos relevantes verídicos y actualizados, a la que se pueda concurrir como fuente secundaria o referencia en cualquier momento, a la misma vez siendo este un aporte académico para la sociedad.

3.3 Población de la investigación

Para determinar la población de la investigación se considera dos poblaciones, la población ofertante de materia prima que es la Empresa “Frutas de la Montaña cía Ltda” que son los procesadores de la pulpa de mora misma que se encuentra ubicada en la Provincia de Imbabura- Ecuador “Frutas de la Montaña” Cía. Ltda. Urcuquí-Pablo Arenas.

Grupo Ofertante
País: Ecuador Provincia: Imbabura Parroquia: San Miguel de Urcuqui Trabajadores: 7 Producto: pulpa de mora
Técnicas: Observación Entrevista: Gerente Andrés Pérez
Instrumentos: Guía de entrevista.
Para el estudio de la oferta se ha tomado en cuenta el numero de trabajadores de la empresa “Frutas de la Montaña cía Ltda” y dentro del sector agrícola uno de los cultivos que en mayor cantidad que se produce es la mora (MAGAP-IMBABURA), ya que la mayoría de los habitantes se dedican a la misma actividad. Y serán los proveedores de materia prima para la empresa en estudio para la obtención de pulpa de mora.

Fuente: Dirección Provincial Agropecuaria De Imbabura Datos 2014 Técnico De Campo UZI'S: Plan Parcial "Ciudad Del Campo" MAGAP Imbabura En Coordinación Ing. Víctor Enríquez y Gerente empresa Andrés Pérez.

Elaborado Por: Carla Ramírez

La población demandante que abarca tres países: Canadá, España y Colombia.

TAMAÑO DE LA POBLACIÓN		
Canadá	España	Colombia
35.158.304 (2014)	46.647.421 (2014)	48,321,405 (2014)
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). La población de Canadá es muy extensa que se compone de principales ciudades incluyendo suburbios, Quebec es la ciudad con menor densidad de población y se encuentra conformada por británicos y franceses, varios inmigrantes de EE.UU., américa, Europa, África y Asia. Es la población donde existen los mayores proveedores.	Madrid (5.300.000); Barcelona (3.890.000); Valencia (1.720.000); Sevilla (1.135.000); Bilbao (879.000). La población de España es muy amplia que se compone de cinco principales ciudades, Madrid es la ciudad con mayor índice de población, las cuales se encuentran conformadas con el 90% de españoles y el 10%, como ecuatorianos, colombianos, rumanos y británicos.	Bogotá (8.361,000); Medellín (3.312,000); Cali (2.801,000); Barranquilla (1.871,000); Cartagena (1.240,000); Bucaramanga (956.000). Colombia se encuentra compuesta por seis principales ciudades incluidas suburbios. Bogotá es una de las ciudades con mayor población conformada por afrocolombianos, blancos y mixtos orígenes étnicos.

Fuente: (Santander Trade, 2014)

Elaborado por: Autora

Ciudad: Quebec

Según estudios realizados por la USAID manifiesta que en Canadá- Quebec es la población donde existen los mayores proveedores, es una gran oportunidad para ingresar a este mercado, Quebec es una población que se encarga de distribuir a las demás ciudades de Canadá en un apoblación donde existe gran actividad comercial, financiera e industrial donde se encuentran las principales empresas, es por eso importante introducir en este mercado para nuevas negociaciones comerciales.

3. 5 Operacionalización de las Variables

Tabla 5. Operacionalización de las variables						
Idea a defender: El conocimiento de las oportunidades de mercados internacionales generará la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura –Ecuador.						
Variables	Índices	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento	Informante
Oportunidades de negocios	Entorno (Perfil de oportunidades y amenazas del medio)	Factores Socioeconómicos	¿Cuál es el índice del PIB per-capital de Canadá, España y Colombia? ¿Cuál es la Balanza Comercial de Canadá, España y Colombia? ¿Cuál es la inflación de Canadá, España y Colombia? ¿Cuál es la distribución de ingresos de Canadá, España y Colombia?	Análisis linkográfico	Fichas de guía ProEcuador	Internet: archivos, sitios web. Acervo documental: libros, revistas, catálogos, periódicos, etc.
		Factores Demográficos	¿Cuál es el índice de desempeño logístico de Canadá, España y Colombia? ¿Cuál es el tamaño de la población de Canadá, España y Colombia? ¿Cuál es la estructura de edad de Canadá, España y Colombia? ¿Cuál es la ocupación (empleado por sector) de Canadá, España y Colombia?			
		Factores Políticos	¿Cuáles son los acuerdos comerciales que existen con (Ecuador) - Canadá, España y Colombia? ¿Existe riesgo país en Canadá, España y Colombia?			
		Factores Legales	¿Cuáles son los aranceles (impuestos de importación, derechos compensatorios) de Canadá, España y Colombia? ¿Cuáles son los factores No arancelarios (normas sanitarias, fitosanitarias y técnicas) de Canadá, España y Colombia?			
		Factores Culturales	¿Cuál es el lenguaje de Canadá, España y Colombia? ¿Cuáles son los valores y Actitud de Canadá, España y Colombia?			
		Factores Geográficos	¿Cuál es Clima de Canadá, España y Colombia? ¿Cuál es el índice de competitividad global de Canadá, España y Colombia?			

	Mercado	Demanda	¿Cuál es el perfil del consumidor? ¿Cuáles son los hábitos de consumo? ¿Cuáles son las tendencias de consumo? ¿Cuáles son los consumidores potenciales? ¿Cuál es el grado de aceptación que tienen los productos ecuatorianos en Canadá?				
		Oferta	¿Cuál es nivel de producción de la empresa? ¿Cuál es la demanda insatisfecha? ¿Cuál es el precio referencial del producto en el mercado de destino? ¿Cuál es la competencia internacional?		Fichas Guía de entrevista		
La comercialización	Entorno	Factores Socioeconómicos	¿Cuáles la situación actual del Ecuador?	Análisis linkográfico	Fichas guía ProEcuador	Internet: archivos, sitios web. Acervo documental	
		Factores Políticos/Legal	¿Cuáles son las políticas que se aplican para las exportaciones? ¿Cuál es la balanza comercial? ¿Cuál es la tasa de inflación?				
	Plan de exportación	Empresa	¿Cuáles son la característica del producto? ¿Cuál es la capacidad de producción de "Frutas de la Montaña cía Ltda para exportar? ¿Cuál es el destino de la pulpa de mora producida por la empresa?	PROPUESTA			
		Estudio Técnico Proceso Logístico Estudio Financiero.	¿Cuáles son los costos de origen? ¿Cuáles el precio de la pulpa de mora en planta? ¿Cuáles son los costos de transporte? ¿Cuáles son los costos en el país de destino? ¿Cuál es los datos básicos del embarque? ¿Cuál es la Inversión Inicial? ¿Cuál es la Proyección de Costos y Gastos? ¿Cuál son los Estados Financieros?				

Fuente: Formato Taller Escuela de Comercio Exterior (2014)

Elaborado por: Carla Ramírez

3. 6 Plan de Recolección de Información.

En la presente investigación para el plan de recolección de información se ha realizado de una forma técnica a través de Fichaje (Análisis linkográfico) y fichas de observaciones, utilizando la presente información para conocer la producción de mora de la provincia de Imbabura y las diferentes opciones de comercialización a los mercados internacionales.

De igual manera para obtener información confiable se utilizó información primaria en el que se concurrió directamente instituciones como: (Ver anexo Nro. 2)

- Ministerio de Comercio Exterior / Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PRO ECUADOR -TULCÁN)
- Empresa “Frutas de la Montaña cía Ltda”
- Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca (MAGAP - IMBABURA).

Para obtener información de fuentes secundarias se utilizó las siguientes páginas confiables:

- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR)
- TRADEMAP
- PROEXPORT COLOMBIA
- Union Europea (UE)
- Santander Trade
- Banco Central del Ecuador(BCE)
- United Nations Commodity Trade Statistics Database (UN Comtrade)
- Banco Mundial (BM)

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.

3.7 Procesamiento, Análisis e Interpretación de Resultados.

Para el análisis e interpretación de resultados se ha realizado una entrevista al gerente general de la Empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda” con esto se logró obtener información correctamente ordenada para posteriormente realizar el análisis e interpretación.

El análisis y la interpretación se la realizo con el siguiente procedimiento:Se revisó la información recogida de la entrevista previamente planteada; analizando y obteniendo los resultados de los cuales se obtuvo información como es el manejo del cultivo procesamiento, producción, precio, cantidad y registro sanitario (ver anexo Nro.1)

3. 7.1 Análisis e Interpretación de Resultados.

Análisis: Según Andrés Pérez supo manifestar que la empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda” procesa una gran variedad de frutas como pulpa de piña, mora, guayaba, lulo y tomate de árbol las condiciones de los productos que exige al comprar que sea una fruta fresca para que no pierda el ph de la fruta para mayor calidad y lograr así una pulpa 100% natural, y es enviada directamente a un tubo de refrigeración, la empresa cuenta con sello verde, también con un registro sanitario, para el procesamiento de la pulpa de mora es necesario el 70% de mora de castilla y el 30% de mora brazo, estas dos combinaciones dan gran color y sabor a la pulpa.el pago se lo realiza al contado el 50% y la parte restante al monto de la entrega, dando un plazo mínimo de 8 días.

Un contenedor de congelamiento de la empresa Merx nos cuesta 850\$ desde Ibarra al puerto de Guayaquil .La pulpa de mora es apetecida por las personas de clase alta por su costo, es altamente consumido por cadenas de hoteles y hosterías, para la preparación de jugos estas cadenas consumen pulpa de frutas de 1000g.donde un jugo en estas cadenas costarían de 1\$ a 2\$.

Interpretación: Con los resultados obtenidos podemos identificar que “Frutas de la Montaña cía Ltda” es una empresa con una grandes fortalezas porque cuenta con un “sello verde” el cual permite identificar al consumidor el Eco etiquetado que consiste dentro de otros aspectos es estimular el uso de tecnologías más limpias y la generación de producto que cumplen con una serie de requisitos y normas establecidas para proteger el ambiente.Otra ventaja de esta empresa es que cuenta con un Registro Sanitario con una duración de tres meses y procesa pulpa 100% natural siendo dosificada, sin hacer perder el PH de su fruta. Lo cual se ha llegado a la conclusión que “Frutas de la Montaña cía Ltda” es la ideal para procesar nuestra fruta y posteriormente ser exportada al mercado internacional.

3.8 Estudio de Mercados

3.8.1 Estudio de Países Consumidores

Destino de las exportaciones ecuatorianas del sector frutas no tradicionales %
part.acumulada 2007-julio 2012-valor miles fob-usd.

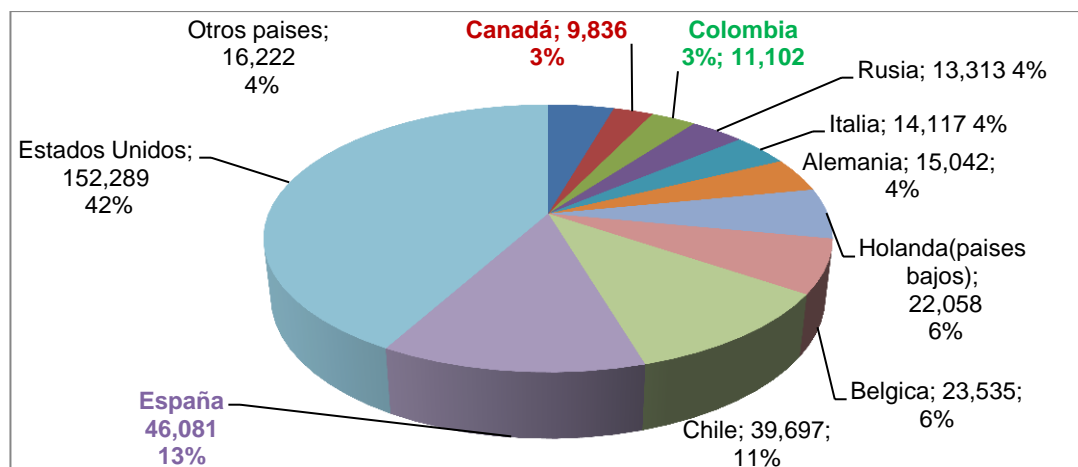


ilustración 1. Estudio de países consumidores partida 2008.99

Fuente: banco central del Ecuador

Elaboración: dirección de inteligencia comercial e inversiones, pro Ecuador

Se puede expresar los principales 10 países compradores de frutas durante el periodo 2007-2011 que son los datos más recientes que se investigaron en la que podemos observar que el principal importador de estas frutas es Estados Unidos de América con un 42%, España con 13%, Chile 11%, Países Bajos (Holanda) 6%, Bélgica 6%, y los países que adquieren en menor cantidad son Canadá 3%, Colombia 3%, Rusia 4% e Italia 4%, donde se identifica oportunidades de negocios en expresados mercados.


Análisis: De acuerdo a los datos proporcionados hemos identificado tres países potenciales consumidores de frutas en este caso es Canadá, España y Colombia, en donde encontramos un porcentaje de consumo bajo, esto fueron elegidos porque no existe mayor competencia con los demás países dando apertura de nuevos mercados internacionales y dejar atrás los de alto consumo para identificar de estos las mejor opción. Cabe mencionar cuando nos referimos a frutas no tradicionales estamos haciendo énfasis a la mora.

3. 8.1.1 Análisis Situacional de los Tres Mercados Internacionales

3.8.1.2 Factores Externos

3.8.1.3 factores Socioeconómicos




Tabla 6 Pib Per Cápita

Indicador: Pib per cápita		
Descripción: relación entre el valor total de todos los bienes y servicios finales generados durante un año por la economía de una nación o estado y el número de sus habitantes en ese año. Puede ser expresado a valores de mercado o a valores básicos. (OECD , 2009)se puede decir que determina como está el ingreso por nivel de vida de cada habitante de un país, es un indicador muy importante que nos ayuda a saber en qué estado se encuentran los habitantes de un país para ofertar un determinado producto.		
 Canadá (2014)	 España (2014)	 Colombia(2014)
53.118 (usd)	30.113 (usd)	8,150(usd)
<p>El pib per cápita es muy bueno porque se encuentra en una excelente posición, ya que ocupa el puesto 12 del ranking, lo que supone que su población tiene un buen nivel de vida en relación a los 183 países.</p> <p>Canadá es un país rico con una buena calidad de vida. La tasa de desempleo, que aumentó con la recesión, ha disminuido y se estabilizó en 2013 (en torno a 7%). Sin embargo, el país afronta el incremento de las desigualdades de salarios, y el aumento de los conflictos laborales. Se ha considerado que el objetivo de equilibrar el presupuesto de aquí a 2015 es realista, ya que el déficit ya ha bajado en un 25%. En 2013, el gobierno canadiense ha buscado crear empleos, mantener una fiscalidad baja y un control estrecho de los gastos públicos.</p>	<p>El pib per cápita es un muy buen indicador de la calidad de vida y en el caso de España, en 2014, fue de 30.113e (usd) por lo que se encuentra en el puesto 28 del ranking de 183 países.</p> <p>La crisis ha implicado una baja general del nivel de vida. Después de haber atravesado un grave período de recesión, España recuperó el crecimiento positivo desde el tercer trimestre de 2013. Sin embargo, el crecimiento fue negativo a nivel anual (-1,3%), y se prevé un crecimiento débil en 2014 (0,7% del pib). El repunte será lento, debido al fuerte desempleo y la contracción del crédito, que limita la inversión y el consumo.</p> <p>La tasa de desempleo de España ha bajado debido a la disminución de la población activa y la creación de nuevos contratos temporales, pero sigue siendo muy elevada (26%).</p>	<p>El pib per cápita es un muy buen indicador de la calidad de vida Colombia, en 2014, fue de 8,150(usd), con el que se sitúa en el puesto 72 del ranking y sus habitantes tienen, según este parámetro, en comparación con el resto de los 183 países Colombia tendría un bajo nivel de vida.</p> <p>El país ha experimentado un fuerte crecimiento desde hace muchos años (promedio de 3% en los últimos treinta años) y ha adoptado sólidos fundamentos macroeconómicos.</p> <p>Crecimiento, que había reanudado con fuerza tras la crisis de 2008-2009, se mantuvo por encima del 4,5% al año desde entonces y, apoyado por el aumento del gasto público a favor de la inversión y el consumo, fue del 3,7% en 2013. La tasa de desempleo cayó por debajo del 10% de la población activa desde 2011 y fue del 9,5% en 2013. Más de la mitad de los colombianos continúan trabajando en el sector informal. El poder adquisitivo de los colombianos ha dejado de disminuir desde 2012, el aumento en el costo de vida de pie en el 2,4% sólo en 2013. El nivel de pobreza sigue siendo alto en 2014 (45% de la población), las desigualdades son fuertes ya pesar de la retirada de la guerrillas, las tensiones internas persiste y la corrupción.</p>

Fuente: (Datosmacro.com, 2014)/ (Santander Trade, 2014)

Elaborado por: Autora

Tabla 7. Doing Business (Facilidad para hacer negocios)

Indicador: Doing bussiness(facilidad para hacer negocios)		
Concepto: Son reglas o procedimientos que se requieren oficialmente para ingresa a un país y poder realizar negocios ya que en este se incluyen pago de impuestos o para obtener permisos.		
 Canadá	 España	 Colombia
16º	33º	34º
<p>Canadá se encuentra en el 16º puesto del "doing business" de los 189 que conforman este ranking, que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios.</p>	<p>España se encuentra en el 33º puesto del "doing business" de los 189 que conforman este ranking, que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios. En el último año España ha caído 1 puesto en este ranking, lo que indica que se ha hecho más difícil hacer negocios en el país</p>	<p>Colombia se encuentra en el 34º puesto del "doing business" de los 189 que conforman este ranking, que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios. En el último año Colombia ha mejorado su posición, ya que el año anterior estaba en el 53º, así que se ha hecho más fácil realizar negocios en el país.</p>

Fuente: (Datosmacro.com, 2014)

Elaborado Por: Autora

Tabla 8. Balanza Comercial Ecuador - Canadá

Indicador: Balanza comercial
Descripción: Es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones. Es positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones, y negativa cuando el valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones. (PROECUADOR, 2014)

 **Canadá :**

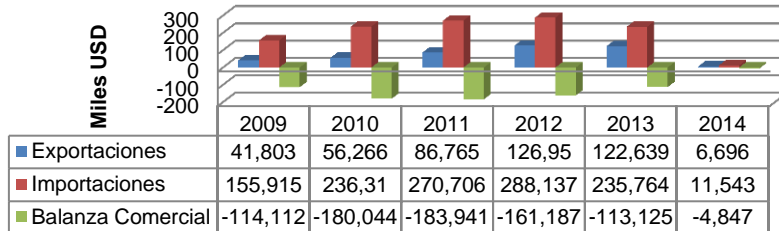


Ilustración 2 Balanza Comercial Ecuador-Canadá miles usd-FOB

Fuente: (FICHAPROECUADOR, 2014)

Elaborado por: Autora

La balanza comercial entre Ecuador y Canadá en los últimos 5 años ha sido negativa, hechos que se evidencian principalmente en las exportaciones. Canadá es un país que da mayor relevancia a la calidad de los productos que importen, es por ello que cierta forma se ven los empresarios un tanto limitados a ingresar a este importante mercado, en virtud de las exigencias, pero por otro lado cabe mencionar que este país sigue siendo uno de los principales socios comerciales del país, donde existe un mercado potencial para exportar pulpa de frutas, estudios tfo registran que el 90% de los canadienses regularmente consumen frutas y verduras.

En la presente gráfica se muestra los diez principales productos ecuatorianos de exportación a Canadá en el que importa pulpas de fruta, y de acuerdo a la gráfica de acuerdo a la posición arancelaria 2008.99 frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados...se puede observar un crecimiento cada vez mayor, Canadá podría ser un mercado potencial para oferta la pulpa de mora según los datos proyectados durante el periodo (2011-2019)

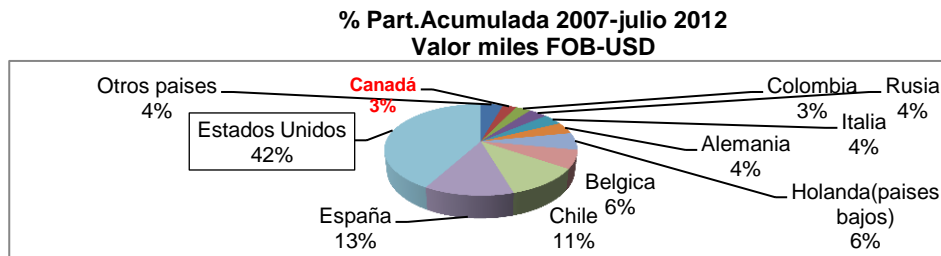


Ilustración 3. Destino de las exportaciones ecuatorianas del sector frutas no tradicionales

Fuente: Banco Central del Ecuador/ Pro Ecuador

Elaborado por: Autora

Posición arancelaria: 2008.99 frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados...

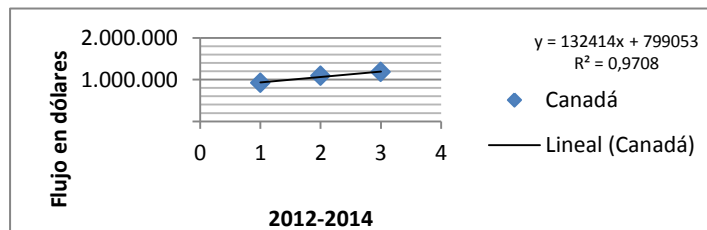


Ilustración 4. Exportaciones de Ecuador hacia Canadá proyección

Fuente: united nations commodity trade statistics database (comtrade)/stander trade.

Elaborado Por: Autora



España :

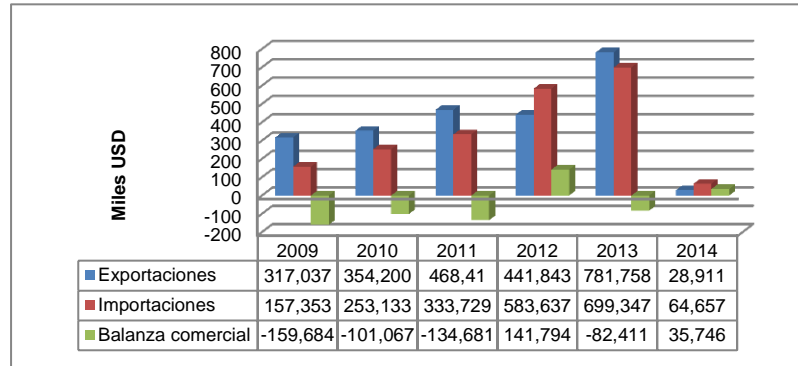


Ilustración 5.Balanza Comercial Ecuador-España miles usd fob

Fuente: banco central del ecuador/ pro ecuador

Elaborado por: Autora

La Balanza Comercial de Ecuador y España en los últimos 5 años ha presentado una balanza comercial desequilibrada en el que se puede observar que durante el periodo 2012 existió un saldo negativa de (141,795), comparado con el año 2013 saldo favorable de 82,411, pero en el año 2014 nuevamente decae con un saldo negativo de (35,746).

Del sector frutas no tradicionales % part.acumulada 2007-julio 2012 Valor miles FOB-usd

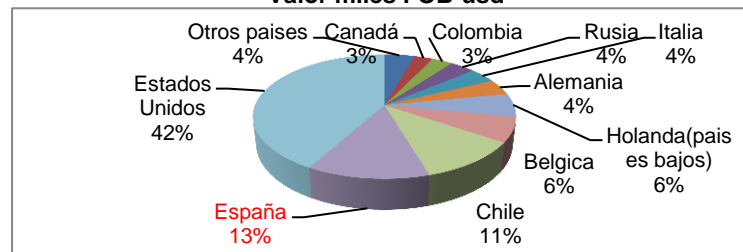


Ilustración 6. Destino de la exportaciones ecuatorianas a España

Fuente: Banco Central del Ecuador/ Pro Ecuador

Elaborado por: Aurora

Posición arancelaria: 2008.99 frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados...

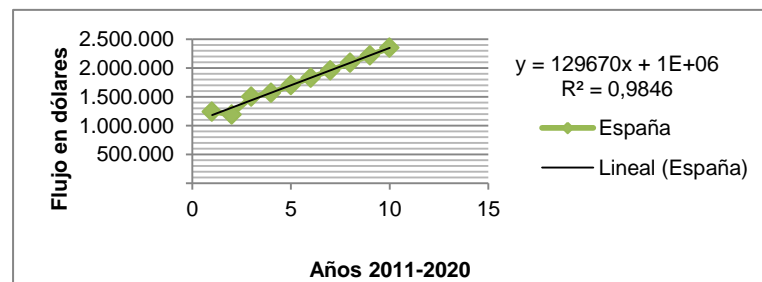


Ilustración 7.Proyecciones exportaciones de Ecuador a España

Fuente: united nations commodity trade statistics database (uncomtrade)/standertrade

Elaborado por: Autora

Última actualización: Marzo 2015

En la presente gráfica de muestra las exportaciones ecuatorianas de frutas no tradicionales se encuentran la mora. España consume un 13% de frutas no tradicionales en que se observa un mercado potencial para oferta las pulpas de frutas, de acuerdo a las exportaciones de Ecuador hacia España encontramos un flujo en dólares positivo el cual podría ser un mercado potencial.



Colombia :

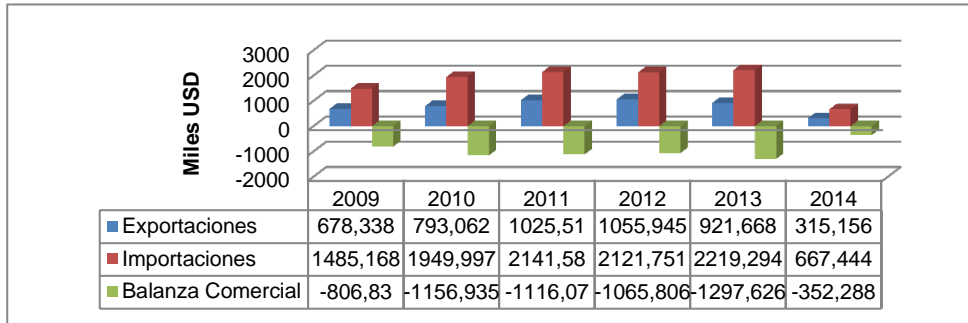


Ilustración 8. Balanza Comercial Ecuador-Colombia Miles Usd

Fuente: Banco Central Del Ecuador/ Pro Ecuador

Elaborado Por: Autora

La balanza Comercial Ecuador – Colombia es deficitaria, hay que recalcar que Colombia es nuestro principal socio estratégico para las exportaciones de productos con valor agregado.

Destino de las exportaciones ecuatorianas del sector frutas no tradicionales % part.acumulada 2007-julio 2012
Valor miles FOB-USD

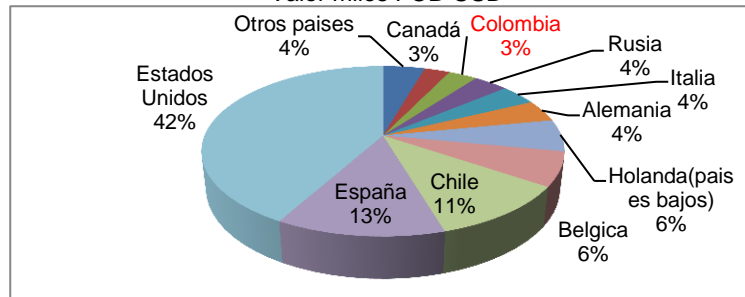


Ilustración 9. Exportaciones Ecuador Frutas No Tradicionales

Fuente: Banco Central Del Ecuador/ Pro Ecuador

Elaborado Por: Autora

Posición arancelaria: 2008.99 frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados...

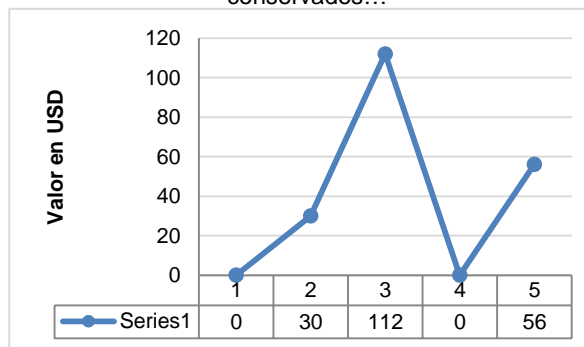


Ilustración 10. Exportación De Ecuador Hacia Colombia

Fuente: (Trademap, 2015)

Elaborado Por: Carla Ramirez

Las exportaciones de Ecuador hacia Colombia presenta un flujo en dólares bastante cambiante, en que se identifica valores cambiantes y no existe una estabilidad, en el que se conoce que la mora pertenece a las zonas altas tropicales de América, principalmente Colombia, Ecuador, Panamá, Guatemala, Honduras, México y el Salvador. En el que Colombia es uno de los principales productores de mora, en que se determina que Colombia es un país competidor para el Ecuador.

Indicador: Inflación

Descripción: La inflación es la situación económica que se caracteriza por un incremento permanente en los precios o una disminución progresiva en el valor de la moneda. La inflación afecta la capacidad de compra en el mercado, ya que si se incrementa la inflación el consumidor puede adquirir una menor cantidad de bienes y servicios. También la inflación influye en el comportamiento del mercado, ya que cuando se prevé un alza en la inflación se anticipan las decisiones de compra o se aplazan cuando se estima lo contrario. (Lerma, 2010)

Canadá				
2011 (2,9%)	2012 (1,5%)	2013(1,0%)	2014 (1,9%)	2015 (2,0e%)

Ilustración 11.inflación Canadá
Fuente: (Santander Trade, 2014)
Elaborado por: Autora

En el 2012 el promedio de la inflación en Canadá fue de 1,5% que estuvo muy por debajo de lo alcanzado en 2011 cuando fue de 2,9% y de 2010(1,8%), y el más bajo desde el 2009, cuando la inflación fue de 0,3%. En el que se determina que desde el año 2009 se caracteriza que el consumidor canadiense ha estado por el orden de 1,8%.lo que se observa en el periodo 2014 con 1,9% de la inflación. De acuerdo a las proyecciones de la ilustración 9 observamos una disminución que es muy bueno para este país.

España				
2011 (3,1%)	2012 (2,4%)	2013 (1,5%)	2014 (-1,0e%)	2015 (0,6e%)

Ilustración 12.inflación España
Fuente: (Santander Trade, 2014)
Elaborado por: Autora

En el 2012 el promedio de inflación de España es de 2,4% que está muy por encima de lo alcanzado en 2011 cuando fue de 3,1% debido fundamentalmente a la caída de los precios del transporte, y de las bebidas alcohólicas y del tabaco y baja del petróleo. Esta cifra supone la tasa más baja desde noviembre de 2010, cuando la inflación se situó en el 2,3%. En el periodo 2012 con un inflación (2,4%) se debe a la subida del IVA, medicamentos y de las tasas en educación. (Informacion.es, 2013)

En el periodo 2014 existe un riesgo de la inflación "se corre el riesgo de entrar en una espiral deflacionista que provoque retrasar decisiones de compra e inversión esperando más bajadas de los precios" .la deflación enfría los mercados y el dinero deja de circular al no ver oportunidades de negocio generando oligopolio. (Datosmacro, 2014)

Colombia				
2011 (3,4%)	2012 (2,44%)	2013 (2,0%)	2014 (2,8%)	2015 (2,6e%)

Ilustración 13. Inflación Colombia
Fuente: (Santander Trade, 2014)
Elaborado por: Carla Ramírez

Impulsada por los incrementos en los precios de los alimentos y los costos educativos, la inflación en Colombia fue del 3,4% en el 2011, nivel superior en 0,56 puntos porcentuales respecto al registrado en el 2010. Por ello el rubro de alimentos experimentó un incremento del 5,27%, que ocasionaron el mayor impacto figuran las frutas que subieron el 11,8%, de un 4% fijado por el banco de la republica esto se debe a que las lluvias fueron muy intensas.

La inflación desaceleró a 2,44 % en el 2012, favorecida por el buen comportamiento en los precios de los alimentos, las comunicaciones, el transporte y el vestuario, según lo indicó el daño. (Portafolio.co, 2014). "la inflación más baja fue en el 2013 (2%) en más de medio siglo según acaba de divulgar el daño es una gran noticia para el bolsillo de los colombianos". En el periodo 2014 la variación fue 0,8% esto es a causa de la subida de precios de vivienda, educación, alimentos y salud. (Portafolio.co, 2014)

Tabla 9. Riesgo país

Indicador: Riesgo país.		
Concepto: El riesgo país es un índice que intenta medir el grado de riesgo que entraña un país para las inversiones extranjeras.		
 Canadá	 España	 Colombia
 <p>El riesgo comercial de Canadá es mínimo. El riesgo político se encuentra muy estable significa que existe un sistema político consolidado, con instituciones sólidas y fiables. La situación política constituye un factor positivo en la valoración del riesgo del país.</p> <p>La valoración situación económica interna es regular en el que la evolución de algunos indicadores macroeconómicos es desfavorable, o existen problemas que pueden empeorar/impedir la mejora de la situación económica. Su evolución es estable en la se prevé que la situación continúe sin cambios.</p> <p>La valoración situación económica externa es favorable la situación de solvencia buena. Indicadores de liquidez exterior y endeudamiento manejables, estable en la se prevé que la situación continúe sin cambios.</p>	 <p>El riesgo comercial de España se encuentra al alcance del riesgo máximo. El riesgo político significa que un sistema político consolidado, con instituciones sólidas y fiables, sin perspectivas de cambios que puedan afectarlas. La situación política constituye un factor positivo en la valoración del riesgo del país.</p> <p>La valoración situación económica interna es desfavorable la situación de los principales indicadores macroeconómicos es mala. Existen factores estructurales que impiden la mejora de la situación económica. Esta constituye un factor de riesgo para el comportamiento de pagos del país su evolución es negativa y se prevé un empeoramiento con respecto a la situación actual.</p> <p>La valoración situación económica externa es desfavorable, situación de solvencia dudosa. Indicadores de liquidez y/o solvencia negativos, que pueden comprometer el comportamiento de pagos del país.se prevé empeoramiento.</p>	 <p>El riesgo comercial de Colombia se encuentra al alcance del riesgo máximo. El riesgo político es estable no añade ningún nivel de riesgo que pueda afectar al comportamiento de pagos del país.</p> <p>La valoración situación económica interna es favorable y la situación de los principales indicadores macroeconómicos es buena. Su evolución se prevé que la situación continúe sin cambios.</p> <p>La valoración situación económica externa es regular la cual es aceptable situación de solvencia y se prevé que la situación continúe sin cambios.</p>

Fuente: (CESCE, 2015)

Elaborado por: Autora

Tabla 10. Distribución de Ingresos

Indicador: Distribución de Ingresos	
Concepto: es un indicador económico global que muestra la relación entre la población y el ingreso nacional en un periodo determinado. Este indicador afecta de forma directa al nivel de consumo de la población, ya que a partir del nivel socioeconómico del consumidor demandará cierto tipo de producto. (Lerma, 2010)	
Gastos de consumo por categoría de productos en % de los Gastos totales-2012	País
<p>Ilustración 14 Consumo por categoría Canadá Fuente: (Santander Trade, 2014) Elaborado por: Autora</p>	<p>Canadá</p> <p>Los alimentos y bebidas no alcohólicas presenta un 9,50% que consumen los canadienses, gustan de las pulpas de frutas por ser ricos en vitaminas y nutricionales, y son de mayor comodidad porque les ahorra tiempo para la elaboración de helados, vinos, confiterías y jugos y bebidas frutales. Estudios registran que el 90% de los canadienses regularmente consumen productos naturales para la salud como vitaminas y minerales, productos frescos. (Datosmacro.com, 2014)</p>
<p>Ilustración 15 Consumo por categoría España Fuente: (Santander Trade, 2014) Elaborado por: Autor</p>	<p>España</p> <p>Los alimentos y bebidas no alcohólicas presenta un 14,60% que consumen los españoles generalmente, este tipo de frutas se caracterizan por ser completamente naturales, por sus sabores concentrados, colores y aromas. En su mayoría, se consideran como frutas exóticas, las mismas que son altamente apetecidas en otros mercados representado una excelente oportunidad comercial, tanto como fruta fresca, pulpa de frutas, jugos o frutas deshidratadas. (PROECUADOR, 2011)</p>
<p>Ilustración 16 consumo por categoría Colombia Fuente: (Santander Trade, 2014) Elaborado por: Carla Ramírez</p>	<p>Colombia</p> <p>Los alimentos y bebidas no alcohólicas presenta un 18% que consumen los colombianos a pesar de esta diversidad, en Colombia el consumo de frutas promedio por persona es de aproximadamente 40 kg al año, siendo el recomendado por la organización mundial de la salud (OMS) de 120 kg para lograr una dieta adecuada. Este bajo consumo se debe en parte a factores como la baja producción de frutas en el país, las altas pérdidas pos cosecha, que se acercan al 30%, el bajo poder adquisitivo de la mayoría de la población, el atraso tecnológico del sector y la deficiente formación nutricional de la mayoría de la población. (UNC, 2015)</p>

3.8.1.4 Factores Demográficos

Tabla 11. Índice de desempeño Logístico




Indicador: índice de desempeño logístico (2010-2014) y su localización.		
Concepto: desempeño logístico refleja las percepciones de la logística de un país basadas en la eficiencia del proceso del despacho de aduana, la calidad de la infraestructura relacionada con el comercio y el transporte. (bancomundial, 2014)		
 Canadá	 España	 Colombia
3,86	3,72	2,64
De acuerdo al puntaje expuesto las percepciones del comercio y el transporte cuentan con un nivel muy bueno, el desempeño de la aduana, la calidad de la infraestructura y la puntualidad de los envíos hace que sea una buena oportunidad para exportar. Pero para este país es necesario realizar una exportación a escala ya que la mercadería debe pasar por los EE.UU.	La calidad de los servicios logísticos se mide de acuerdo al puntaje más alto representa un mejor desempeño, lo que hace que España se encuentra en muy buena posición.	Colombia cuenta con un nivel bajo en el desempeño logístico deficiente, en el cual se evalúan temas como la eficiencia en los procesos de despacho de la mercancía, la infraestructura para el comercio, la calidad de los servicios logísticos, la trazabilidad y el cumplimiento de los tiempos previstos en despachos y entregas el cual no se encuentra en una buena posición.
Vía marítima: la infraestructura portuaria está compuesta de 15 puertos principales, incluye la vía marítima de san Lorenzo. Las importaciones pueden ingresar por uno de los puertos principales de Canadá, también pueden ingresar por un puerto de EE.UU. y ser transportadas por tierra hacia Canadá. Los servicios regulares de transporte marítimo desde Ecuador se centralizan principalmente en los puertos de Halifax (nueva Escocia), Montreal (Quebec) y Toronto (Ontario) y Vancouver (Colombia británica). Servicios navieros: desde el puerto de Guayaquil varias operadoras ofrecen el servicio de flete marítimo un contenedor referí aproximadamente tiene un costo de sud 6600.	Vía marítima: cuenta con un excelente acceso al mar, sus costas albergan más de 53 puertos internacionales siendo los principales: Algeciras, Barcelona, Valencia, y el norte se encuentra el puerto de Bilbao. Servicios navieros: desde el puerto de Guayaquil varias operadoras ofrecen el servicio de flete marítimo referí aproximadamente tiene un costo de sud 6500. Con un tiempo de tránsito de 26 días a Valencia, 31 Bilbao, y 36 a Barcelona.	Vía marítima: Colombia cuenta con 9 zonas portuarias, 7 en la costa del Caribe y dos en el Pacífico. Su principal puerto es el de Buenaventura en el que se realizan importaciones y exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales.
Vía terrestre: Canadá se posiciona en el sexto lugar en el mundo con el mayor número de vías, y posee una interconexión con EE.UU. que sirve para el ingreso y salida de mercancías.	Vía terrestre: esta red comprende carreteras de doble calzada y carreteras convencionales.	Vía terrestre: consiste en tres redes con una longitud total de 162,000 kilómetros. La red básica tiene carreteras principales norte sur y ocho vías este oeste.

<p>Vía ferroviaria: comprende parte de la excelente infraestructura de transporte, dispone de más de 400 trenes que atraviesan el país.</p>	<p>Vía ferroviaria: la red ferroviaria cuenta con 15,293 km y está gestionada por administración de infraestructuras ferroviarias. (Adir), y otras nuevas empresas en el ámbito de mercancías.</p>	<p>Vía ferroviaria: el segundo medio más utilizado de transporte de carga en el país.</p>
<p>Vía área: cuenta con más de 500 aeropuertos los principales son Pearson internacional (Toronto), aeropuerto Vancouver (Columbia británica) y aeropuerto de Montreal (Quebec). Para llegar desde Ecuador a Canadá comúnmente los aviones de carga hacen escala en Panamá o Estados Unidos. (CANADAPROECUADOR, 2014)</p>	<p>Vía área: tiene más de 152 aeropuertos, de los cuales 35 son internacionales, los principales: Alicante, Barcelona, Madrid-Barajas, Málaga, Palma de Mallorca, Sevilla, Valencia, y Zaragoza. (ESPAÑAPROECUADOR, 2014)</p>	<p>Vía área: el transporte aéreo está altamente desarrollado y el sector experimenta una continua mejora tecnológica. Hay oficialmente 73 aeropuertos, 11 de los cuales son internacionales, el principal aeropuerto es el Dorado Luis Carlos Galán. (COLOMBIAPROECUADOR, 2014)</p>

Fuente: (Bancomundial, 2014) (CANADAPROECUADOR, 2014) (ESPAÑAPROECUADOR, 2014) (COLOMBIAPROECUADOR, 2014)

Elaborado por: Autora

Tabla 12. Tamaño de la población

Indicador: Tamaño de la población		
Concepto: Es el total de habitantes de un área específica (ciudad, país o continente) en un tiempo determinado. Este indicador es muy importante porque proporciona datos sobre el número de posibles consumidores. Los datos de población son significativos para los productos de consumo de primera necesidad que tengan una correlación con el tamaño de la población. (Lerma, 2010)		
 Canadá	 España	 Colombia
35.158.304 (2014)	46.647.421 (2014)	48,321,405 (2014)
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).	Madrid (5.300.000); Barcelona (3.890.000); Valencia (1.720.000); Sevilla (1.135.000); Bilbao (879.000).	Bogotá (8.361,000); Medellín (3.312,000); Cali (2.801,000); barranquilla (1.871,000); Cartagena (1.240,000); Bucaramanga (956.000).
La población de Canadá es muy extensa que se compone de principales ciudades incluyendo suburbios, Quebec es la ciudad con menor densidad de población y se encuentra conformada por británicos y franceses, varios inmigrantes de EE.UU., américa, Europa, África y Asia. Es la población donde existen los mayores proveedores.	La población de España es muy amplia que se compone de cinco principales ciudades, Madrid es la ciudad con mayor índice de población, las cuales se encuentran conformadas con el 90% de españoles y el 10%, como ecuatorianos, colombianos, rumanos y británicos.	Colombia se encuentra compuesta por seis principales ciudades incluidas suburbios. Bogotá es una de las ciudades con mayor población conformada por afrocolombianos, blancos y mixtos orígenes étnicos.




Fuente: (Santander Trade, 2014)

Elaborado por: Autora

Tabla 13. Estructura de edad

Indicador: Estructura de edad																							
<p>Concepto: es la distribución de la población por edades. Este indicador es importante porque en él se observan datos del número de personas por rango de edad. Este indicador permite determinar el potencial de posibles consumidores por producto, ya que dependiendo de la etapa de vida del consumidor se tienen diferentes necesidades y se demandan cierto tipo de producto. (Lerma, 2010)</p>																							
Distribución de la población por edades en %																							
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">Uno de cada siete canadienses pertenecen a la tercera edad</th> </tr> <tr> <th>Edad</th> <th>Personas(millones)</th> <th>% de la población</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Menor de 14</td> <td>5.6</td> <td>17%</td> </tr> <tr> <td>15-24</td> <td>4.5</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>25-44</td> <td>8.4</td> <td>25%</td> </tr> <tr> <td>45-64</td> <td>8.7</td> <td>23%</td> </tr> <tr> <td>65+</td> <td>5.5</td> <td>14%</td> </tr> </tbody> </table>			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%
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%																					
<p>Ilustración 17. Edad Canadá Fuente: TFO Canadá Elaborado por: Carla Ramírez</p>																							
<div style="display: flex; align-items: center;"> <div> <p>Canadá</p> <p>Es importante saber que la población de Canadá envejece rápidamente, dado que la tasa de natalidad es muy baja, y ello tendrá un alto impacto en la demanda de bienes y servicios, pues esos canadienses mayores de 65 años son un mercado muy atractivo, de crecimiento rápido y muy especializado.</p> <p>Esta variable proporciona la distribución de la población según la edad, en la que se muestra que existe potencial de adultos desde 25 a 69 años de edad, lo que representa el 60,5% seguido por jóvenes de 15 a 24 años lo que representa 13,3%, la estructura de edad afecta a los problemas socioeconómicos y son claves para un país, este país cuenta mayoritariamente con personas adultas. Estudios registran que el 90% de los canadienses regularmente toma productos naturales para la salud como vitaminas y minerales, productos frescos.</p> </div> </div>																							
<div style="display: flex; align-items: center;"> <div> <p>España</p> <p>La población en España de 25 a 69 años representa un potencial de adultos del 62% seguido por jóvenes de 15 a 24 años con un 10,40%, lo cual el producto ofertado no afecta la edad ya que es un producto general y nutritivo la pulpa de mora.</p> </div> </div>																							
<div style="display: flex; align-items: center;"> <div> <p>Colombia</p> <p>Esta variable cuenta con un potencial de jóvenes sumamente alto con un porcentaje de del 67,20%. Los países con poblaciones jóvenes tienen que invertir más en escuelas, mientras que los países con poblaciones de edad avanzada tienen que invertir más en el sector de la salud.</p> </div> </div>																							
<div style="display: flex; align-items: center;"> </div> <p>Ilustración 18 edad España Fuente: (Santander Trade, 2014) Elaborado por: Carla Ramírez</p>																							
<div style="display: flex; align-items: center;"> </div> <p>Ilustración 19 edad Colombia Fuente: (IndexMundi, 2011) Elaborado por: Carla Ramírez</p>																							

Tabla 14. Ocupación empleado por sector




Indicador: Ocupación - (empleado por sector).								
Concepto: es la actividad laboral que desempeñan las personas. Es importante porque proporciona información sobre el número de personas que desempeñan cierta actividad y el de posibles consumidores para ciertos productos que se consumen en las diferentes actividades laborales. (Lerma, 2010)								
 Canadá			 España			 Colombia		
Agricultura	Industria	Servicio	Agricultura	Industria	Servicio	Agricultura	Industria	Servicio
2,4%	21,5%	76,5%	4,4%	20,7%	74,9%	6,2%	29,6%	60,6%
<p>Canadá cuenta con un bajo porcentaje en la agricultura con un 2,4% lo que hace necesario que Canadá importe frutas naturales o preparadas en el que es un punto favorable para el Ecuador por que cuenta con un 6,05% en agricultura.</p> <p>Este país cuenta con 6 sectores primarios en la industria como es energía renovable, sector forestal, hidrógeno y pilas, minas, metales y minerales, pesca, petróleo y gas.</p> <p>El servicio predomina en la economía canadiense los sectores más dinámicos son telecomunicaciones, el turismo, internet y la aeronáutica.</p>			<p>España cuenta con un bajo porcentaje en la agricultura de 4,4% haciendo que este importe frutas y bebidas. La industria representa 20,7% se refiere a textil, metalúrgica y refinería plástica. La economía en el sector del servicio representa el 74,9% de la actividad de la población.</p>			<p>El sector que más representa participación es el de servicios con un 60% del producto interno bruto, seguido por la industria y finalmente la agricultura.</p>		

Fuente: (Santander Trade, 2014)- (MinCIT, 2013)

Elaborado por: Carla Ramírez

3.8.1.5 Factores Políticos

Tabla 15. Acuerdo comerciales

Indicador: Acuerdos comerciales			
Concepto: Es un entendimiento bilateral o multilateral entre estados, cuyo objeto es armonizar los intereses respectivos y aumentar los intercambios comerciales. (GestionPolis, 2000)			
 Canadá	 España	 Colombia	
<p>Ecuador y Canadá en materia de acuerdos comerciales es muy pobre, en la que sería importante diversificar la oferta exportable ecuatoriana con un valor agregado, en este caso la pulpa de mora congelada.</p> <p>A pesar de esto Canadá es miembro pleno de la nación más favorecida (dm): 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.</p> <p>Canadá-ecuador la federación iberoamericana de productores de áridos - origen inversión promoción and protección agretemente' – (fija.)</p> <p>Canadá abre sus puertas a pequeñas y medianas empresas ecuatorianas A través del TFO que se encuentra en el país para promover un programa de cinco años enfocado en facilitar el acceso al mercado canadiense y desarrollo de capacidades de pequeñas y medianas empresas ecuatorianas.</p> <p>TFO Canadá es una organización gubernamental sin fines de lucro, con el mandato de ayudar a los exportadores de países en desarrollo para entrar en el mercado canadiense. (Ministerio de Comercio exterior, 2014)</p> <p>Pro ecuador mantiene un convenio con la TFO desde el 2012</p>	<p>Los gobiernos de Ecuador y España firmaron dos convenios de cooperación técnica con el objetivo de promover y fortalecer el área comercial entre ambas naciones. En el que interviene instituto de promoción de exportaciones (pro Ecuador) y el instituto de comercio exterior de España (ice), que darán fortalecimiento al comercio. (PPEI Verdadero, 2012)</p> <p>España ratifica apoyo para que Ecuador firme acuerdo con la unión europea y busca potenciar las inversiones españolas en el país pero Ecuador no tiene interés en firmar un tratado del libre comercio (TLC.) (Ministerio, 2013)</p>	<p>Cuenta con un tratado del libre comercio con Colombia-ecuador –Venezuela y MERCOSUR, el presente acuerdo tiene por objetivo es crear un espacio económico ampliado que tienda a facilitar la libre circulación de bienes y servicios y eliminación de restricciones arancelarias y de las no arancelarias que afecten al comercio recíproco. (SICE, 2015)</p> <p>Sistema global de preferencias arancelarias (SGP) es un esquema preferencial que perciben la reducción de arancelas a los países en desarrollo.</p> <p>El can, Aladi y MERCOSUR favorece el intercambio comercial entre Colombia y Ecuador, en el que se otorga un certificado de origen.</p>	




<p>Según el ministro francisco Rivadeneira “Canadá es un mercado potencial para ecuador”</p> <p>Afirmó estar “convencido de que Canadá es un socio estratégico y aliado fundamental para el futuro del ecuador”. Destacó que es un mercado que demanda calidad y que los productos ecuatorianos, especialmente los agroindustriales están en capacidad de satisfacer esa demanda.</p> <p>En la que coincidió con la opinión de la embajadora de Canadá en ecuador, pamela o’donnell, de que la experiencia de su país puede ser muy útil para el cambio de matriz productiva del ecuador, pues en el criterio de francisco Rivadeneira, ambos países, en el fondo, comparten la misma visión de un modelo de bienestar social.</p> <p>Existe cámara de comercio ecuatoriano-canadiense (ceca) en quito la cual se encarga de promover y desarrollar vínculos comerciales entre estos dos países.</p> <p>El ecuador no tiene al momento ningún tratado de libre comercio con Canadá, por lo que el único tratamiento del que podría beneficiarse un producto ecuatoriano es por la Cláusula de la nación más favorecida (dm).</p>		
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

Fuente: (MINETUR, 2010) , (PROECUADOR L. , 2014) , (Comercio, 2015), (PPEI Verdadero, 2012), (Ministerio de Comercio exterior, 2014), sice, 2015

Elaborado por: Carla Ramírez

3.8.1.6 Factores Legales

Tabla 16. Barreras arancelarias

Indicador: Barreras arancelarias (impuestos de importación, derechos compensatorios)		
Descripción: que tienen como fin impedir o desalentar el ingreso de determinadas mercancías y servicios a un país por medio del establecimiento de impuestos a la importación, ya que cuanto más alto sea el monto de los aranceles será más difícil que ingresen y compitan contra la producción local las mercancías de otro país, porque esta cantidad incide en los costos de importación, se traslada a los precios de los productos de importación y los incrementa. (Lerma, 2010)		
 Canadá	 España	 Colombia
Canadá aplica una tarifa promedio a todos los productos importados desde el mundo. Sin embargo mantiene tres tipos de aranceles: un arancel dm, uno aplicado a los beneficiarios del SGP y el otro a los países de menor desarrollo económico. (CANADAPROECUADOR, 2014)	<p>España se rige a las reglas de la UE, y Ecuador para exportar a España cuenta con sistema generalizado de preferencias arancelarias SGP, que establece el ingreso a al mercado europeo en condiciones preferenciales de un determinado número de producto (tanto agrícolas como industriales) de 179 países en desarrollo, entre ellos Ecuador.</p> <p>Bajo los beneficios del SGP plus, no se pagan los aranceles ad-valorem; sin embargo, se mantienen los aranceles específicos y los aranceles sujetos al régimen de precios de entrada. De acuerdo a la posición arancelaria.</p>	<p>El arancel se aplica de acuerdo a la sub-partida arancelaria correspondiente. De acuerdo a la nomenclatura arancelaria de la DIAN, de acuerdo a la partida 2008.99.20.00 de acuerdo a las medidas se cobra un gravamen arancelario para importación del 15%, un IVA (tarifa-fórmula 16%), gravámenes por acuerdos internacionales acuerdo de Cartagena-Ecuador 0%,</p> <p>Documentos soporte para importación: el registro sanitario - instituto nacional de vigilancia de medicamentos y alimentos y el visto bueno del mismo. (DIAN)</p>

Fuente: sistema integrado de comercio (SICEX/SGP), (CANADAPROECUADOR, 2014),(DIAN)

Elaborado por:: Carla Ramírez

Tabla 17. Barreras no arancelarias

Indicador: Barreras no arancelarias (normas sanitarias, fitosanitarias y técnicas)		
Concepto: se refiere a las disposiciones gubernamentales que obstruyen el ingreso libre de mercancías a un país determinado, poniendo requisitos de ingreso a los productos o servicios como: determinadas reglas o ciertas características. (PROECUADOR, 2014)		
 Canadá	 España	 Colombia
Requisitos para arancelarios Sanitarios/fitosanitarios	Normativa sanitaria y fitosanitaria	Requisitos sanitarios y fitosanitarios
Ministerio de salud del Canadá está encargado de establecer las normas y políticas que han de cumplir todos los productos alimenticios vendidos en el país. El ministerio de salud tiene también a su cargo la evaluación de la eficacia del organismo canadiense de inspección de alimentos (CFIA). Alimentos	España aplica la norma normas internacionales para medidas fitosanitarias (NIMF) 15 para medidas fitosanitarias, con este protegen las plagas relacionadas pallets, estibas de madera, bloques, cajas y demás empaques y embalajes de madera.	En Colombia el certificado fitosanitario es el documento que confirma la compatibilidad que deben cumplir las plantas, productos vegetales importados con las normas y estándares vigentes, emitido por el organismo autorizado de certificación, ICA instituto colombiano agropecuario.




<p>establecidos por el ministerio de salud. El CFIA también establece y aplica reglamentos sobre sanidad animal y protección fitosanitaria.</p> <p>La CFIA llama "buenas prácticas de importación" en cualquier fase del proceso de importación debería asegurar la conformidad con los requisitos de seguridad e higiene alimentaria de la legislación canadiense. En la que deberá registrarse a código "buenas prácticas de importación".</p> <p>*hayan sido fabricados, preparados, conservados, envasados en condiciones no higiénicas. Normativa canadiense:</p> <p>El Canadá organice régimen (cor) es el conjunto de normas por las que el gobierno de Canadá, a través de la Canadian Food Inspection Agency, busca supervisar y regular el sector de los orgánicos, proteger al consumidor e incentivar el mercado canadiense a través de un sistema que cumpla los estándares fijados por el Canadian General Standard for Bread (cas). (MINETUR, 2010)</p> <p>Requisitos técnicos: Establece requerimientos estrictos a nivel nacional. Para los canadienses es importante la salud humana y la eficiencia de los productos son las principales consideraciones para la aprobación del producto. La reglamentación del embalaje, etiquetado, deberá estar escrito en inglés y francés. Ser de fácil lectura y con una letra de tamaño mínimo de 1.6mm.</p> <p>Resumen de las normas de origen del SGP: Canadá: en el criterio de origen para las exportaciones al Canadá, se acepta que el producto es originario siempre y cuando:</p> <p>Sea totalmente elaborado en el país con insumos nacionales, lo cual se indica con la letra "p".</p>	<p>Con el fin de proteger la salud pública, humana y animal, las mercancías importadas en la UE deben cumplir requisitos específicos.</p> <p>Como es en el etiquetado de los zumos de frutas para poder elegir sus compras en el que debe existir; denominación de venta del producto, lista de ingredientes incluidos adictivos, cantidad neta (en peso o volumen) de productos alimenticios pre envasados. Fecha recomendada. Condición de almacenamiento. El nombre o la razón social y la dirección del fabricante o del envasador, o de un vendedor establecido dentro de la UE. Identificación de lote" en los productos alimenticios pre envasados, y finalmente indicar si se han añadido azúcares, zumo de limón o agentes acidificadores al producto. (ExportHelpdesk., 2015)</p>	<p>La OMC también lo hace, además de autorizar a los países a establecer sus propias normas en el que su fin es cuidar la salud y la vida de las personas.</p> <p>Para solicitar un permiso fitosanitario se debe estar inscrito en el (sistema de información sanitaria para importación y exportación de productos agrícolas y pecuarios) sispa</p> <p>La circular externa dg-0100 -258 invima: normas relacionadas con el empaque para alimentos y fármacos. Prohíben utilizar imágenes de frutas o alimentos comestibles en empaques y etiquetas de productos de aseo, higiene y limpieza.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: (SICEX/SGP)

Elaborado por: Carla Ramírez

3.8.1.7 Factores Culturales




Tabla 18. Lenguaje

Indicador: Lenguaje		
<p>Descripción: es una variable que incluye las palabras usadas y la forma de utilizarlas. El idioma es la diferencia más obvia entre las diferentes culturas y es un factor importante en las estrategias de marketing, ya que en el mundo existen más de 3 000 lenguas y hay que considerar que en algunos países se habla más de una lengua. (Lerma, 2010)</p>		
 Canadá	 España	 Colombia
<p>Lengua oficial: las dos lenguas oficiales son el inglés y el francés.</p> <p>Otras lenguas habladas: el chino es la tercera lengua por número de hablantes en Canadá.</p> <p>Idioma(s) de negocio(s): el inglés es el más utilizado. Todos los servicios gubernamentales deben ser bilingües (inglés y francés).</p>	<p>Lengua oficial: castellano (español).</p> <p>Otras lenguas habladas: algunas regiones independentistas utilizan su lengua regional para gestionar negocios (euskera, catalán, gallego, valenciano). otras lenguas regionales menores: bable, aranés, extremeño.</p> <p>Idioma(s) de negocio(s): español</p>	<p>Lengua oficial: español</p> <p>Otras lenguas habladas: el 60 por ciento de lenguas americanas y afro-descendientes de la región palenque.</p> <p>Idioma(s) de negocio(s): el español, inglés.</p>

Fuente: (santander trade, 2014)

Elaborado por: Carla Ramírez

Tabla 19. Valores y actitud




Indicador: Valores y actitud.		
<p>Descripción: es una forma de motivación social que predispone la acción de un individuo hacia determinados objetivos u objeto determinado. Existen actitudes personales relacionadas únicamente con el individuo y actitudes sociales que inciden sobre un grupo de personas. En la mayoría de los países con economía de mercado se valoran las actitudes materialistas, mientras que para otras culturas dichas actividades se consideran negativas. (Lerma, 2010)</p>		
 Canadá	 España	 Colombia
<p>Se debe tener en cuenta que los canadienses son muy sensibles a las comparaciones con los estados unidos, por lo que es altamente recomendable evitar tales comparaciones, así mismo tomar en cuenta que la impuntualidad en las reuniones con los empresarios de Canadá es tomada como una falta de seriedad.</p> <p>Normalmente los canadienses no son tan efusivos al saludar.</p> <p>Les gusta ser claros y conciso y al momento de saludar que sean llamados por su cargo y luego su apellido. Canada es una cultura individualista. (GestionPolis, 2000)</p>	<p>España se encuentra dentro de las culturas intermedias. (GestionPolis, 2000) en España existe una sensación generalizada que no hay otro lugar en el mundo donde no se disfrute más la vida. Les gusta que un reunión o entrevista se prevista con antelación.</p> <p>La puntualidad no es una de las grandes virtudes, aunque tampoco lo son los grandes retrasos, por eso una demora de 10mit.puede considerarse normal, es importante romper el hielo antes de negociar, los españoles suelen mostrarse reacios al momento de dar información específica de la compañía o del sector en que se desenvuelve. (Protocolo.org, 2015)</p>	<p>Colombia se encuentra dentro de las culturas colectivistas, es decir hay variaciones y diferencias, pero sí hay una forma más común que las otras, que es un proceso exclusivamente centrado en distribuir mediante regateo.</p> <p>En el que ellos tratan de sacar lo máximo sin pensar en la otra parte. Tienden a ser egoísta e invertir el dinero en lo más rápido muchos casos en narco tráfico. La indisciplina de Colombia hace que otras culturas pierdan el interés en negociar. (Rueda, 2012)</p>

Fuente: (Freire, 2009), (gestionpolis, 2000), (Protocolo.org, 2015) , (Rueda, 2012)

Elaborado por: Carla Ramírez

3.8.1.8 Factor Geográfico

Tabla 20. Clima




Indicador: clima		
Concepto: son las medidas anuales o estacionales de temperatura o precipitaciones que tiene una región. Las condiciones climáticas afectan los usos y las funciones de los productos. (Lerma, 2010). Es importante conocer las condiciones climáticas para el cultivo de la mora. Las temperaturas deben fluctuar de 12-16°C y una humedad ambiental entre los 70 y 80%. otras temperaturas pueden alterar el nivel de producción. (Delgado, 2012)		
 Canadá	 España	 Colombia
<p>en el frío canadiense, donde buena parte del territorio permanece congelado la mitad del año, las oportunidades de exportación de alimentos son muy prometedoras. (IALIMENTOS, 2015)</p> <p>Según Rodolfo Moseres, director de la oficina comercial de proexport en Toronto, estima que el hecho de que ese país tenga estaciones y que el invierno sea una época particularmente larga abre una oportunidad muy especial para las ventas de frutas y verduras, puesto que hay largos períodos en lo que no existe oferta interna.</p> <p>Hay cuatro estaciones bien definidas :</p> <p>Durante los meses de verano: (junio-julio-agosto) la temperatura puede variar entre 12°C y 30°C.</p> <p>Durante el invierno (diciembre-enero-febrero), la costa oeste es más cálida, con un promedio de 3°C, en las otras provincias, la temperatura tiene un promedio de -10°C y puede bajar hasta -25°C (Global culture, 2011)</p> <p>Debido a sus temperaturas extremas, sobre todo en el norte del país, la población se distribuye de manera irregular. Se concentra en las ciudades donde el clima es más suave, como Toronto, Montreal y Vancouver.</p>	<p>El clima influye en la agricultura las plantas requieren humedad y temperaturas suaves. En un clima frío no se desarrollará la agricultura con normalidad.</p> <p>El clima de España es variado el calor excesivo, aridez y precipitaciones limitan las producciones agrícolas, en la mayor parte de la península existe insolación (horas de sol) y excesivo frío (heladas) y humedad excesiva en el norte y lugares montañosos que no les permite cultivar afectando muchas veces de manera catastrófica. (Ayén, 2010)</p>	<p>El clima de Colombia por estar en la zona ecuatorial, mantiene una temperatura uniforme la mayor parte del año. El clima en Colombia varía de frío extremo en los nevados, hasta los más cálidos a nivel del mar. (COLOMBIAPROECUADOR, 2014)</p> <p>Posee un clima tropical que mantiene una temperatura uniforme la mayor parte del año, el cual mantiene microclimas que van de los cálidos hasta los más fríos desde las costas hasta los picos de las cordilleras de los Andes.</p>

Fuente: (Global Culture, 2011), (Ayén, 2010), (COLOMBIAPROECUADOR, 2014)

Elaborado por: Carla Ramírez

3.8.1.9 Factor Tecnológico




Tabla 21. Factor tecnológico



Indicador: marketing,sms etc.		
Concepto: el entorno tecnológico es uno de los factores que afectan de forma más directa a las actividades del marketing porque en él se crean las innovaciones, los avances y los progresos que permiten el desarrollo de nuevos y mejores productos. (Lerma, 2010)		
 Canadá	 España	 Colombia
<p>Canadá es un país que le permite estar siempre actualizado en tecnología ya que permite que el país esté en un alto nivel de desarrollo económico y tecnológico.</p> <p>Los 22 millones de canadienses utilizan internet mensualmente. La publicidad on-line tiene un impacto mayor que la televisión. La publicidad on –line llega al grupo de 18 a 34 años. Un factor crucial para promover productos y servicios en Canadá es crear y mantener sitios web profesionales.</p>	<p>Los sitios web tienen un índice de penetración de 23,2% y los principales sitios reciben millones de visitas como son yahoo, terra, paginas amarillas y ya.</p>	<p>El programa nacional de desarrollo tecnológico industrial y calidad fortalece al sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación (snct). Mediante el fomento de la investigación aplicada para la solución de problemas empresariales, la transferencia de conocimiento para la modernización y la transformación de la industria manufacturera</p>

Fuente: (Santander Trade, 2014)

Elaborado por: Carla Ramírez

Tabla 22. Matriz perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM)

Tabulación	 Canadá				 España				 Colombia			
	Oportunidad		Amenaza		Oportunidad		Amenaza		Oportunidad		Amenaza	
	Nivel	Pts	Nivel	Pts	Nivel	Pts	Nivel	Pts	Nivel	Pts	Nivel	Pts
Factores socioeconómicos												
Pib per cápita	Alto	3			Medio	2			Bajo	1		
Balanza comercial	Bajo	1			Medio	2			Medio	2		
Inflación	Alto	3					Bajo	1	Medio	2		
Doing business	Alto	3			Medio	2			Medio	2		
Distribución de ingresos	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
	Suma	10	Suma	0	Suma	7	Suma	1	Suma	8	Suma	0
	Promedio	2,5	Promedio	0	Promedio	1,75	Promedio	0,25	Promedio	2	Promedio	0
Factores Demográficos												
Índice de desempeño logístico	Alto	3			Alto	3			Bajo	1		
Tamaño de la población	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
Estructura de edad	Alto	3			Medio	2			Medio	2		
Ocupación - (empleo por sector).	Alto	3			Medio	2					Medio	2
	Suma	12	Suma	0	Suma	10	Suma	0	Suma	6	Suma	2
	Promedio	3	Promedio	0	Promedio	2,5	Promedio	0	Promedio	1,5	Promedio	0,5
Factores Políticos												
Acuerdos comerciales	Medio	2			Medio	2			Medio	2		
Riesgo país	Alto	3			Medio	2			Bajo	1		
	Suma	5	Suma	0	Suma	4	Suma	0	Suma	3	Suma	0
	Promedio	2,50	Promedio	0	Promedio	2	Promedio	0	Promedio	1,5	Promedio	0
Factores Legales												
Arancelarias (impuestos de importación, derechos compensatorios)			Medio	2			Medio	2	Medio	2		
No arancelarias (normas sanitarias, fitosanitarias y técnicas)	Bajo	1			Medio	2			Alto	3		
	Suma	1	Suma	2	Suma	2	Suma	2	Suma	5	Suma	0
	Promedio	0,5	Promedio	1	Promedio	1	Promedio	1	Promedio	2,5	Promedio	0
Factores Culturales												
Lenguaje	Bajo	1			Alto	3			Alto	3		
Valores y actitud	Alto	3			Alto	3					Bajo	1
	Suma	4	Suma	0	Suma	6	Suma	0	Suma	3	Suma	1
	Promedio	2	Promedio	0	Promedio	3	Promedio	0	Promedio	1,5	Promedio	0,5
Factores Tecnológicos												
Marketing, sms etc.	Medio	2			Medio	2			Medio	2		
	Suma	2	Suma	0	Suma	2	Suma	0	Suma	2	Suma	0
	Promedio	2	Promedio	0	Promedio	2	Promedio	0	Promedio	2	Promedio	0
Factores Geográficos												
Clima	Alto	3			Alto	3			Bajo	1		
	Suma	3	Suma	0	Suma	3	Suma	0	Suma	1	Suma	0
	Promedio	3	Promedio	0	Promedio	3	Promedio	0	Promedio	1	Promedio	0

Resumen POAM	 Canadá		 España		 Colombia	
	Oportunidades	Amenazas	Oportunidades	Amenazas	Oportunidades	Amenazas
Factores socioeconómicos	2,50	0,00	1,75	0,25	2,00	0,00
Factores demográficos	3,00	0,00	2,50	0,00	1,50	0,50
Factores políticos	2,50	0,00	2,00	0,00	1,50	0,00
Factores legales	0,50	1,00	1,00	1,00	2,50	0,00
Factores culturales	2,00	0,00	3,00	0,00	1,50	0,50
Factores tecnológicos	2,00	0,00	2,00	0,00	2,00	0,00
Factores geográficos	3,00	0,00	3,00	0,00	1,00	0,00
Suma	15,50	1,00	15,25	1,25	12,00	1,00
Promedio	2,21	0,14	2,18	0,18	1,71	0,14
	2,18		2,07		1,64	

Fuente: Capacitación ECEYNI

Elaborado por: Autora

3.8.2 Análisis del POAM

3.8.2.1 Factores Socio Económicos

- ❖ **Pib per cápita:** Canadá es el mejor país si nos referimos al se encuentra en una excelente posición, ya que ocupa el puesto 12 del ranking, lo que supone que su población tiene un buen nivel de vida en relación a los 183 países. Canadá es un país rico con una buena calidad de vida. La tasa de desempleo, que aumentó con la recesión, ha disminuido y se estabilizó en 2013 (en torno a 7%). Sin embargo, el país afronta el incremento de las desigualdades de salarios, y el aumento de los conflictos laborales. Se ha considerado que el objetivo de equilibrar el presupuesto de aquí a 2015 es realista, ya que el déficit ha bajado en un 25%. En 2013, el gobierno canadiense ha buscado crear empleos, mantener una fiscalidad baja y un control estrecho de los gastos públicos, lo cual cuenta con buen nivel de vida.

- ❖ **Doing Business:** Canadá se encuentra en puesto 16º del "doing business" (facilidad para hacer negocios) de los 189 que conforman este ranking, que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios.

- ❖ **Balanza Comercial:** entre Ecuador y Canadá en los últimos 5 años ha sido negativa, hechos que se evidencian principalmente en las exportaciones. Canadá es un país que da mayor relevancia a la calidad de los productos que importen, es por ello que cierta forma se ven los empresarios un tanto limitados a ingresar a este importante mercado, en virtud de las exigencias, pero por otro lado cabe mencionar que este país sigue siendo uno de los principales socios comerciales del país, donde existe un mercado potencial para exportar pulpa de frutas, estudios TFO (Trade Facilitation Office) (oficina de facilitación del comercio Canadá) registran que el 90% de los canadienses regularmente consumen frutas y verduras.

- ❖ **Inflación:** La inflación influye en el comportamiento del mercado, ya que cuando se prevé un alza en la inflación se anticipan las decisiones de compra o se aplazan cuando se estima lo contrario. (Lerma, 2010)

Canadá se encuentra en un promedio 1,9% un porcentaje de inflación estable, en comparación con España encontramos en el periodo 2014, existe un riesgo de la inflación "se corre el riesgo de entrar en una espiral deflacionista que provoque retrasar decisiones de compra e inversión esperando más bajadas de los precios" .la deflación enfría los mercados y el dinero deja de circular al no ver oportunidades de negocio generando oligopolio. (Datos macro, 2014), en Colombia impulsada por los incrementos en los precios de los alimentos y los costos educativos, la inflación en el 2014 fue 2,8% en el periodo y la variación fue 0,8% esto es a causa de la subida de precios de vivienda, educación, alimentos y salud lo cual no son convenientes estos dos países investigados y la mejor opción es Canadá, donde se encuentra con buen nivel de vida.

- ❖ **Riesgo país:** Es un índice que intenta medir el grado de riesgo que entraña un país para las inversiones extranjeras. El riesgo comercial de Canadá es mínimo esto significa que la economía es estable y favorable. El riesgo político se encuentra muy estable significa que existe un sistema político consolidado, con instituciones sólidas y fiables. En comparación con España 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. Colombia la valoración económica externa es regular y se prevé que la situación continúe sin cambios.

- ❖ **Distribución de ingresos:** Los alimentos y bebidas no alcohólicas presenta un 9,50% que consumen los canadienses, gustan de las pulpas de frutas por ser ricos en vitaminas y nutricionales, y son de mayor comodidad porque les ahorra tiempo para la elaboración de helados, vinos, confiterías y jugos y bebidas frutales. Estudios registran que el 90% de los canadienses regularmente consumen productos naturales para la salud como vitaminas y minerales, productos frescos. (datosmacro.com, 2014)

3.8.2.2 Factores Demográficos

- ❖ **Índice de desempeño logístico:** Canadá cuenta con una infraestructura portuaria que está compuesta de 15 puertos principales, incluye la vía marítima en el que los servicios regulares de transporte marítimo desde Ecuador se centralizan principalmente en los puertos de Halifax (Nueva Escocia), Montreal (Quebec) y Toronto (Ontario) y Vancouver (Colombia Británica). Servicios navieros: desde el puerto de Guayaquil varias operadoras ofrecen el servicio de flete marítimo un contenedor Reefer aproximadamente tiene un costo de USD 6600.
- ❖ **Tamaño de la población:** La población de Canadá es muy extensa que se compone de principales ciudades incluyendo suburbios, Quebec es la ciudad con menor densidad de población y se encuentra conformada por británicos y franceses, varios inmigrantes de EE.UU., América, Europa, África y Asia. La población de Quebec cuenta con una población (717.000), en donde existen los mayores índices de proveedores, que se encargan de distribuir a la demás ciudad.

- ❖ **Estructura de edad:** Es importante saber que la población de Canadá envejece rápidamente, dado que la tasa de natalidad es muy baja, y ello tendrá un alto impacto en la demanda de bienes y servicios, pues esos canadienses mayores de 65 años son un mercado muy atractivo, de crecimiento rápido y muy especializado. Esta variable proporciona la distribución de la población según la edad, en la que se muestra que existe potencial de adultos desde 25 a 69 años de edad, lo que representa el 60,5% seguido por jóvenes de 15 a 24 años lo que representa 13,3%, la estructura de edad afecta a los problemas socioeconómicos y son claves para un país, este país cuenta mayoritariamente con personas adultas. Estudios registran que el 90% de los canadienses regularmente toma productos naturales para la salud como vita y minerales, productos frescos.

- ❖ **Ocupación empleado por sector:** es la actividad laboral que desempeñan las personas Canadá cuenta con un bajo porcentaje en la agricultura con un 2,4% lo que hace necesario que Canadá importe frutas naturales o preparadas en el que es un punto favorable para el Ecuador por que cuenta con un 6,05% en agricultura.

3.8.2.3 Factores Políticos

- ❖ **Acuerdo Comercial:** Canadá y Ecuador, en materia de acuerdos comerciales es muy pobre, en el que sería importante diversificar y abrir nuevas aperturas de mercados para crear mayores acuerdos. A pesar de esto Canadá es miembro pleno 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. 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

A través del TFO que se encuentra en el país para promover un programa de cinco años enfocado en facilitar el acceso al mercado canadiense y desarrollo de capacidades de pequeñas y medianas empresas ecuatorianas.

TFO Canadá es una organización gubernamental sin fines de lucro, con el mandato de ayudar a los exportadores de países en desarrollo para entrar en el mercado canadiense. (Ministerio de comercio exterior, 2014) pro ecuador mantiene un convenio con la TFO desde el 2012.según el ministro francisco rivadeneira “Canadá es un mercado potencial para Ecuador”

Afirmó estar “Convencido de que Canadá es un socio estratégico y aliado fundamental para el futuro del ecuador”. Destacó que es un mercado que demanda calidad y que los productos ecuatorianos, especialmente los agroindustriales están en capacidad de satisfacer esa demanda.

En la que coincidió con la opinión de la embajadora de Canadá en Ecuador, según Pamela o'Donnell, de que la experiencia de su país puede ser muy útil para el cambio de matriz productiva del Ecuador, pues

en el criterio de Francisco Rivadeneira, ambos países, en el fondo, comparten la misma visión de un modelo de bienestar social.

Existe cámara de comercio ecuatoriano-canadiense (CCEC) en Quito la cual se encarga de promover y desarrollar vínculos comerciales entre estos dos países.

El Ecuador no tiene al momento ningún tratado de libre comercio con Canadá, por lo que el único tratamiento del que podría beneficiarse un producto ecuatoriano es por la cláusula de la nación más favorecida (NMF).

3.8.2.4 Factores Legales

Partida arancelaria pulpa de mora

A continuación se presenta la subpartida arancelaria sugerida por pro Ecuador y de acuerdo al SENA, la nomenclatura constituye una herramienta fundamental en el comercio internacional, para conocer parte de los costos (impuestos) de ingreso al mercado internacional es importante identificar para conocer ventajas y preferencias arancelarias negociadas con otros países y conocer algunos requisitos que la mercancía debe cumplir para ingresar a un mercado.

Tabla 23. Subpartida arancelaria sugerida por pro Ecuador (ver anexo 3)

Nomenclatura Arancelaria	
Sección: IV	Productos de las industrias alimentaria
Capítulo 20	Preparación de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de las plantas.
Partida sist. Armonizado 2008	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo.
Sub partida sist. Armonizado 200899	Expresados ni comprendidos en otra parte --los demás

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE) 2014/Servicio Nacional de Aduanas (SENAE).

Elaborado por: Carla Ramírez

❖ **Barreras arancelarias :**

Tabla 24. Barreras arancelarias a las importaciones de Canadá (anexo 4)

País	SA 07	Descripción	NMF AD- VALOR	NMF preferencial a Ecuador	Referencia NMF preferencial	Consolidado ad valor
Canadá	2008.99	-- los demás	4	Free (chifles; guayabas, mangos, papayas, maracuyá	SGP	4%

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior

Elaborado Por: Carla Ramírez

Tabla 25. Tratamiento preferencial Ecuador- Canadá

Partida:	200899---los demás	Resumen: 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.
Nombre de la medida:	Determinación de origen de productos bajo la NMF y/o sistema general de preferencia.	
Norma que sustenta la medida:	Trade negotiation agreements. Certificación de origen.	

Fuente: Ministerio De Comercio Exterior

Elaborado Por: Carla Ramírez

En el la Tabla Nro. 25 Se muestra un tratamiento preferencial por parte de Canadá, como podría ser nación más favorecida dentro de las negociaciones de OMC y SGP/GPT otorgado por Canadá para un número de países, incluyendo Ecuador. Para esto deberán acercarse al MIPRO para obtener el respectivo certificado de origen.

GPT es un producto o bien importado debe satisfacer ciertos requisitos, debe ser exportado por un país elegible 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.

❖ **Barreras no arancelarias :**

Envase, embalado y rotulado Canadá

En general, los productos agrícolas (frutas, hortalizas, flores,) y alimentarios frescos y/o procesados priorizados para el estudio, Canadá remite medidas técnicas y medidas sanitarias y fitosanitarias para proteger la salud humana, por esta razón es importante las certificaciones y las licencias previas de importación, en el que un producto debe cumplir con estos nueve criterios:

- Etiquetado y seguridad en la publicidad
- Empaque, envase y embalaje
- Requisitos de carácter sanitario, fitosanitario e ictiosanitario
- Inspecciones relacionadas a la inocuidad alimentaria
- Normativa técnica
- Licencias previas a la importación.
- Registros de los importadores.
- Seguridad de las personas y estándares de calidad
- Origen de las mercaderías

Requisitos de etiquetado: En envases herméticamente sellados y los elementos contaminantes. Toda la información en las etiquetas de los alimentos debe ser verídica, sin que induzca a confusión o a engaño, y la información requerida debe tener las siguientes características:

- Ser de fácil lectura y de manera clara y destacada (con un tipo de altura de letra mínima recomendada de 1,6 mm (1/16 pulgadas), basado en la letra "o" minúscula, a menos que se especifique lo contrario), y
- Estar en cualquier panel, salvo en la parte inferior, a excepción de la información requerida que debe aparecer obligatoriamente en el panel principal.

Etiquetado general y específico idioma: En inglés y francés, tales como nombre, cantidad y volumen netos, ingredientes, vida útil, etc.

- Nombre común,
- Declaración de cantidad neta,
- Nombre y dirección del fabricante
- Lista de ingredientes (incluidos los alérgenos alimentarios),
- Información nutricional de mesa
- Fecha de consumo preferente.

Etiquetado y contenido nutricional: Según Pedro Espino Vargas la presencia de información nutricional en las etiquetas de los alimentos pre empacados será obligatoria. Los componentes que se deben indicar en esa información son los siguientes: porción, calorías, grasa, grasa saturada, ácidos grasos, colesterol, sodio, vitaminas, entre otros.

Se debe tomar en cuenta que la información del producto debe ser en inglés y en francés que son los dos idiomas oficiales de Canadá, las etiquetas deben ser claras y de fácil lectura. El exportador ecuatoriano deberá tomar en cuenta los siguientes aspectos para el etiquetado de productos procesados:

- 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”, “consumase antes de” para aquellos productos que tienen una vida útil igual o menor a 90 días.
- País de origen.
- Tabla nutricional.

Una creciente cantidad está siendo empaquetada en bolsas plásticas transparentes de 500 g y 1kg. 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.

Tabla 26. Medidas no arancelarias de Canadá

Otras restricciones	1.- Programa de inocuidad y seguridad de alimentos procesados. (frutas y verduras procesadas, incluyendo, jugos de frutas y verduras asépticamente empaquetadas, frutas y verduras congeladas, y verduras enlatadas bajas en ácido)
La CFIA es un sistema que ayuda a los productores de alimentos procesados a revisar todos los riesgos potenciales para la salud y la inocuidad del producto terminado.	
Requisitos sanitarios y fitosanitarios	2.- Niveles de contaminantes en alimentos procesados. Criterios microbiológicos contaminantes
El ministerio de salud de Canadá ha establecido una lista que contiene los niveles máximos permitidos de contaminantes en alimentos. La agencia canadiense de inspección de alimentos reconoce como productos de baja acidez en envases herméticamente sellados, aquellos alimentos que cuentan con un pH de 4,6 o mayor, con actividad de agua > 0,85 y empacados en envases que evitan la entrada de microorganismos y de aire.	
Obstáculos técnicos (reglamentaciones técnicas y certificados de evaluación de la conformidad)	3.-Normas técnicas para envases de productos alimenticios procesados.
Utilización de bolsas plásticas con cierres resellables en 500 g y 1 kg. De tamaño y se empacan generalmente en bolsas plásticas selladas dentro de una caja de cartón decorativa.	

Obstáculos técnicos (reglamentaciones técnicas y certificados de evaluación de la conformidad)	4.- requisitos de etiquetado para ingreso de productos pre empacados, procesados y congelados. (Frutas, verduras, hortalizas procesadas, envasadas y/o congeladas, mermeladas, jaleas, algunos jugos de frutas, frutas enlatadas, frutas congeladas entre otros.
<p>Para garantizar el cumplimiento, la inocuidad y salubridad de los alimentos, la CFIA establece reglamentos relacionados con el etiquetado, el uso de aditivos, los productos de baja acidez en envases herméticamente sellados y los elementos contaminantes. Etiquetado general y específico en inglés y francés, tales como nombre, cantidad y volúmenes netos, ingredientes, vida útil, etc.</p> <p>Etiquetado y contenido nutricional: la presencia de información nutricional en las etiquetas de los alimentos pre empacados será obligatoria. Los componentes que se deben indicar en esa información son los siguientes: porción, calorías, grasa, grasa saturada, ácidos grasos, colesterol, sodio, vitaminas, entre otros.</p>	
Licencias de importación (automática y no automática)	6.- licencia de importación para ingreso de productos procesados y congelados. (Frutas, verduras, hortalizas procesadas, envasadas y/o congeladas, mermeladas, jaleas, algunos jugos de frutas, frutas enlatadas, frutas congeladas entre otros.
<p>Toda importación de productos alimenticios procesados, deben contar con una declaración de importación que debe ser obtenido ante la CFIA por el importador o el agente autorizado. Formulario CFIA/hacia 456</p>	
Reglamentaciones sobre origen	7.- determinación de origen de productos bajo NMF y/o sistema general de preferencia
<p>Trade negotiation agreements. Certificación de origen. 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.</p>	
Licencias de importación (automática y no automática)	8.- certificado internacional de importación de Canadá. International import certificate.-iic-. Y el import control list-icl.
<p>Esta ley regula los permisos, licencias y certificados que deberán gestionar los exportadores e: importadores canadienses para sus operaciones de comercio exterior.</p>	

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior
Elaborado Por: Carla Ramírez

3.8.2.5 Factores Culturales

Lenguaje: es una variable que incluye las palabras usadas y la forma de utilizarlas. El idioma es la diferencia más obvia entre las diferentes culturas y es un factor importante en las estrategias de marketing, ya que en el mundo existen más de 3 000 lenguas y hay que considerar que en algunos países se habla más de una lengua. (Lerma, 2010)

Idioma Canadá: Es muy importante identificar el idioma del país de destino ,para poder enviar nuestro producto al país de destino en Canadá encontramos dos tipos de idiomas oficiales el inglés y el francés.

Valores y actitud: se debe tener en cuenta que los canadienses son muy sensibles a las comparaciones con los estados unidos, por lo que es altamente recomendable evitar tales comparaciones, así mismo tomar en cuenta que la impuntualidad en las reuniones con los empresarios de Canadá es tomada como una falta de seriedad. Normalmente los canadienses no son tan efusivos al saludar.”Les gusta ser claros y conciso y al momento de saludar que sean llamados por su cargo y luego su apellido. Canadá es una cultura individualista”. (GestionPolis, 2000)

3.8.2.5 Factor Geográfico

El clima frío canadiense, donde buena parte del territorio permanece congelado la mitad del año, las oportunidades de exportación de alimentos son muy prometedoras. (Alimentos, 2015)

Según Rodolfo Moseres, Director de la oficina comercial de PROEXPORT en Toronto, estima que el hecho de que ese país tenga estaciones y que el invierno sea una época particularmente larga abre una oportunidad muy especial para las ventas de frutas y verduras, puesto que hay largos períodos en lo que no existe oferta interna.

Hay cuatro estaciones bien definidas: durante los meses de verano:(junio-julio-agosto) la temperatura puede variar entre 12°C y 30°C.durante el invierno (diciembre-enero- febrero), la costa oeste es más cálida, con un promedio de 3°C, en las otras provincias, la temperatura tiene un promedio de -10°C y puede bajar hasta -25°C (global culture, 2011)

Debido a sus temperaturas extremas, sobre todo en el norte del país, la población se distribuye de manera irregular. Se concentra en las ciudades donde el clima es más suave, como Toronto, Montreal y Vancouver.

3.8.2.6 Factor Tecnológico

Canadá es un país que le permite estar siempre actualizado en tecnología ya que permite que el país esté en un alto nivel de desarrollo económico y tecnológico. Una oportunidad alta porque Canadá cuenta con tecnología avanzada dentro de puertos y aeropuertos dotando de facilidades aduaneras y prestación de servicios de almacenamiento que agilizan las operaciones de comercio internacional.

3.8.2.7 Resumen POAM:

De acuerdo a la tabla N^{ro}. 22 del Perfil De Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM) encontramos a tres países Canadá, España, Colombia países que generan oportunidades de mercado sin embargo de acuerdo a la investigación realizada el mercado con mayor potencial es Canadá los resultados de este país muestra una estabilidad económica muy buena, un país rico con buena calidad de vida.por otra parte hay que tomar en cuenta que la situación económica de cada país es importante para generar oportunidades de mercado de acuerdo con nuestro producto la pulpa de mora es consumida por personas de clase alta. Las necesidades de las personas por mantenerse una buena salud, como también económicamente y socialmente que contribuyan al desarrollo de la comercialización para satisfacer las necesidades gustos y preferencias.

Por lo tanto si nos referimos a las amenazas es un factor que nos ayuda a determinar la mejor opción de un país en el que se tomó en cuenta los riesgos comerciales si hablamos de Canadá el riesgo es mínimo y muy estable, España y Colombia se encuentra al alcance del riesgo máximo. Mismo que todo esto garantice el consumo de pulpa de mora y el producto garantice bienestar al consumidor final.

3.8.4 Análisis de Mercado:

Para poder establecer si el mercado meta que se escogió es el adecuado, se realizó un análisis sobre la oferta y la demanda de pulpa de mora existente en el mercado de Canadá para lo cual investigamos la sub-partida 2008.99 “las demás frutas preparadas o en conserva, al natural o en almibar. Ya que no existe una partida arancelaria en el sistema armonizado que detalle específicamente datos sobre la pulpa de mora.

Perfil del consumidor canadiense

Para poder determinar el perfil del consumidor de Canadá es indispensable 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.
- Los canadienses se preocupan por su alimentación y no dudan en comprar productos saludables, naturales y biológicos. Todo lo relacionado con el confort y el bienestar tiene mucha importancia.

- 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)

Debemos resaltar que los consumidores canadienses adquieren productos naturales y saludables como la pulpa de frutas porque contienen nutrientes y vitaminas por los grandes beneficios que posee. En el 2012 Canadá importó del mundo us\$1470,72millones en frutas y hortalizas procesadas. (Colombiatrade, 2014)

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 y jugos de frutas listos para consumir 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 frescos son importados. El consumidor busca productos con una presentación excelente, envases fáciles y cómodos de usar y ecológicos. (Colombiatrade, 2014)

3.8.5 Oferta Mundial

Se estima que la producción mundial de moras es alrededor de 60.000 toneladas. Debido al sabor ácido y la alta perecibilidad, es frecuente encontrar variedades obtenidas por hibridación, con características específicas bien sea para el comercio internacional, para consumo de mesa para el procesamiento. (Manual de exportador de frutas, hortalizas y tubérculos, 2014)

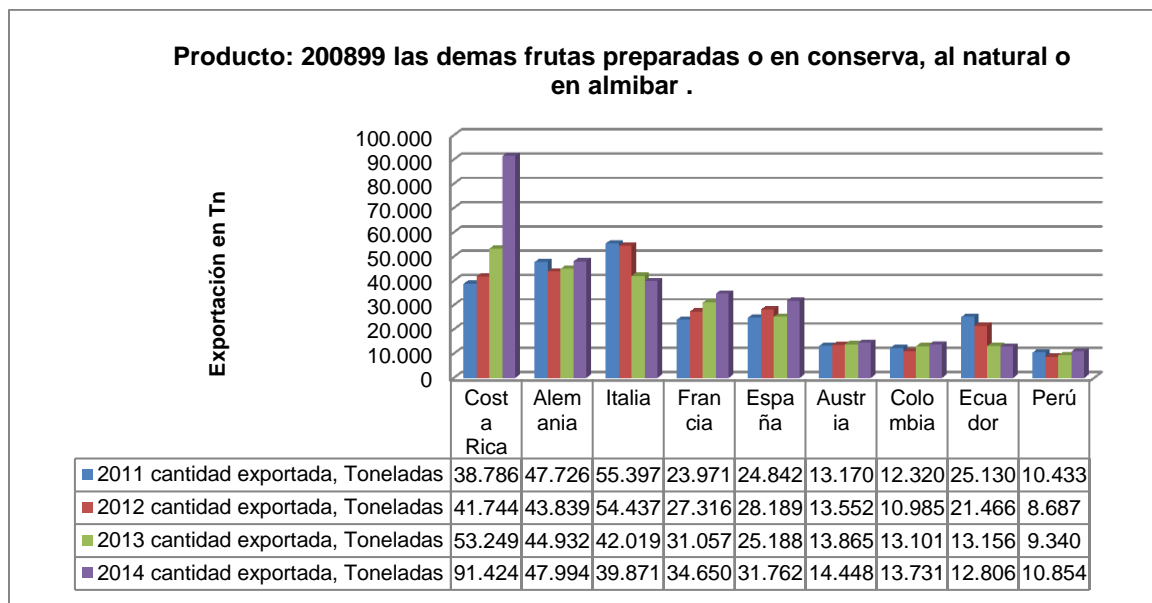


Ilustración 20. Países Exportadores de la Partida 2008.99

Fuente: Trademap

Elaborado Por: Carla Ramírez

En la Ilustración 20 se analiza las exportaciones de la partida 2008.99, realizadas durante los últimos cuatro años en donde Ecuador ocupa el puesto 21 en el 2014, con un valor total de 12.806 toneladas de fruta preparadas o en conserva, al natural o en almibar ; aquí se refleja el constante crecimiento de las exportaciones que está realizando este país, lo cual permite determinar que existe aceptación de productos ecuatorianos en el mercado internacional y por ende se impulsa la producción de pulpa de frutas de calidad para la comercialización en los principales países consumidores de productos sanos y saludables, como Canadá, que desde el año 2011 ha sido el uno de los importador de frutas procesadas con un Tasa de Crecimiento Promedio Anual (tcpa)* 14,04% (PROECUADOR, ANALISIS SECTORIAL DE FRUTAS NO TRADICIONALES, 2012) donde Canadá es un potencial consumidor de frutas preparadas teniendo la venta de tener participación en este mercado participación en el mercado.

3.8.6 Importaciones de Canadá a Nivel Mundial

Canadá Importa Desde El Mundo Toneladas						
Código del producto	Descripción del producto	Producto: 200899 las demás frutas preparadas o en conserva, al natural o en almibar.				
		2010	2011	2012	2013	2014
200899	Las demás frutas preparadas o en conserva, al natural o en almibar.	53.455	58.499	52.367	70.494	129.684

Fuente:(TradeMap, 2012)

Elaborado Por: Carla Ramírez

Principales 10 países compradores de frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, correspondientes a la subpartida 2008.99, a nivel mundial

Tabla 27. Importaciones De Canadá A Nivel Mundial

Valores expresados en miles (usd)							
Importadores	Valor importado en 2007	Valor importado en 2008	Valor importado en 2009	Valor importado en 2010	Valor importado en 2011	Valor total importado 2007-2011	Tasa de crecimiento promedio anual (tcpa)*
Estados unidos de américa	486	579	566	646	760	3,035,258	-
Japón	229	204	184	207	266	1,091,158	-
Alemania	159	197	187	167	197	906	-
Países bajos (Holanda)	119	151	151	167	218	806	16.43%
Francia	117	131	122	123	147	641	-
Canadá	86	106	111	117	145	565	14.04%
Reino unido	114	106	97	120	124	561	-
República de corea	45	44	44	57	63	253	-
Italia	38	42	37	38	48	202	-
Australia	29	33	35	39	59	196	19.23%

Fuente: (TradeMap, 2012)

Elaborado Por: Carla Ramírez

Podemos identificar que la importaciones de Canadá en sus datos históricos siempre han sido crecientes en el que se identifica siempre ha existido progresivos valores de importación hasta la última actualización identificamos un 14,04% tasa de crecimiento promedio anual un gran ventaja para poder identificar que no existen desniveles en la importaciones que realiza Canadá.

Tabla 28. Importaciones de Canadá a Nivel Mundial 2008.99

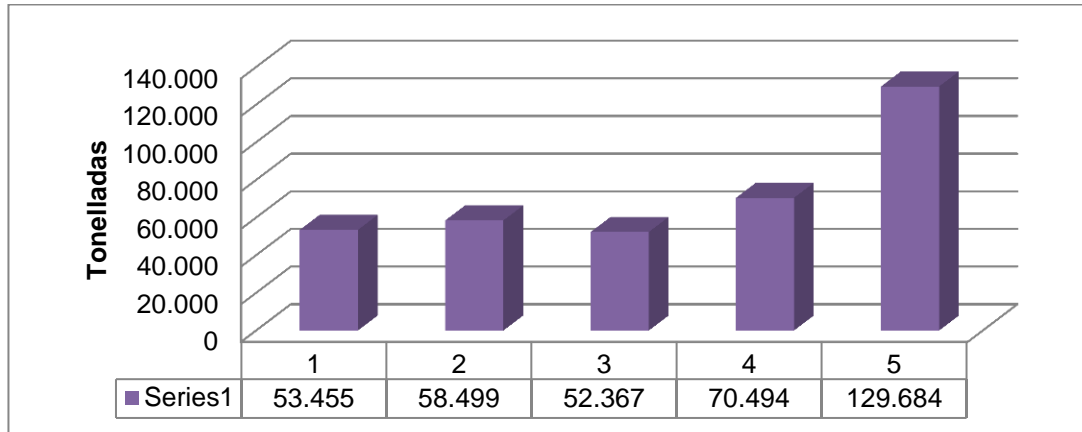


Ilustración 21. Importaciones de Canadá a Nivel Mundial Partida 2008.99

Fuente: (TradeMap, 2012)

Elaborado Por: Carla Ramírez

Las importaciones de la partida 2008.99 realizadas por Canadá desde Ecuador han ido ascendiendo durante los últimos cinco años, en donde el 2010 tuvo la mayor representación con el 15% de crecimiento y en el 2014 se evidencia una variación del 21% de crecimiento, cabe recalcar que la diferencia porcentual que existe entre el 2010 y 2014 no significa que han reducido las importaciones, al contrario, cada año van aumentando paulatinamente con un total de 129.684 toneladas de fruta procesadas importada en el año 2014 lo cual es beneficioso para nuestro país ya que tiene la oportunidad de incrementar la oferta exportable de pulpa de mora, para satisfacer la constante demanda que existe de nuestro producto en Canadá. Estos datos son significativos para la empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda.” puesto que al conocer que existe oportunidad de mercado en Canadá y que cada año se va incrementando, puede realizar exportaciones hacia dicho país para cubrir parte de la demanda insatisfecha de Canadá-Quebec.

Canadá cuenta con un bajo porcentaje en la agricultura con un 2,4% lo que hace necesario que Canadá importe frutas naturales o procesadas en el que es un punto favorable para el Ecuador por que cuenta con un 6,05% en agricultura.

Una de las causas son las desfavorables para Canadá, como se establece de acuerdo a (MinCIT, 2013)“debido a las condiciones climáticas, la producción de frutas en Canadá es muy limitada “en el frío canadiense, donde buena parte del territorio permanece congelado la mitad del año, las oportunidades de exportación de alimentos son muy prometedoras.” (IALIMENTOS, 2015) Motivo por el cual este país tiene la necesidad de importar frutas desde terceros países, convirtiéndose en uno país comprador de estos productos, para luego re-exportar y satisfacer las necesidades de los consumidores europeos, que actualmente incluyen pulpa de mora.

Tabla 29. Importaciones de Canadá desde Ecuador

Canadá Importa desde el Ecuador Toneladas							
Código del producto	Descripción del producto	Comercio actual y potencial entre Canadá y Ecuador					
		Producto: 2008 frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparado					
		Año 2009	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014
200899	Las demás frutas preparadas o en conserva, al natural o en almíbar.	1.342	1.622	2.108	2.216	1.907	1.402

Fuente: Trademap

Elaborado Por: Carla Ramírez

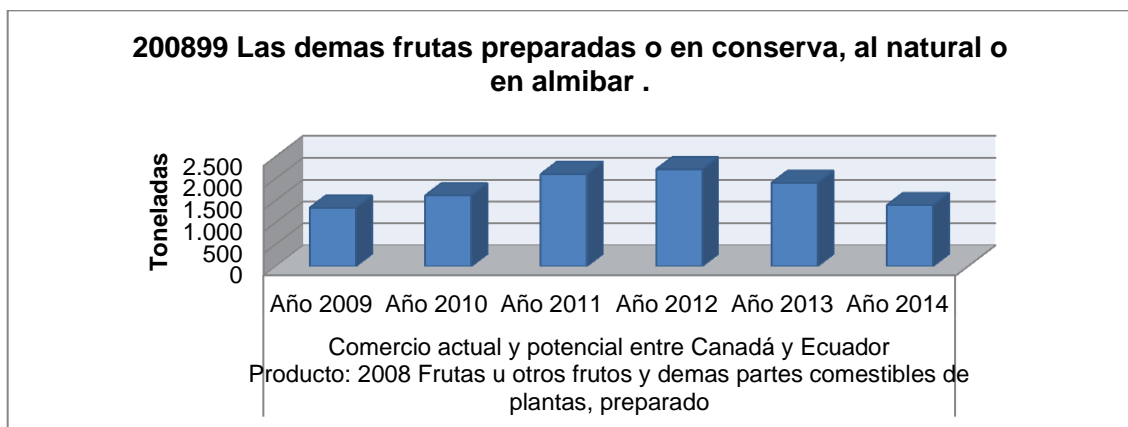


Ilustración 22 Canadá Importa desde Ecuador

Fuente: Trademap

Elaborado Por: Carla Ramírez

Análisis: De acuerdo a la siguiente gráfica, el consumo total de frutas frescas en Canadá subió cerca de 6% entre 2009 y 2013, llegando a 92,9 kg ese último año. (informe de la industria alimentaria canadiense 2014, food in Canadá).podemos observar que existe un valor creciente a medida que pasa cada año, esto hace que se aproveche las oportunidades de mercado en Canadá, ecuador tendría la oportunidad de crecer ya que es un gran importador a nivel mundial donde podríamos incrementar la demanda de frutas preparadas que serían con un valor agregado tal es el caso las pulpas de frutas, en el que se ha identificado las necesidades de consumir productos naturales ya que son muy cuidados con la salud. También se cuenta con un refuerzo de pro ecuador y TFO que ayuda a los empresarios a entrar a este mercado, que nos invita a ser más audaces en el tema de exportaciones no tradicionales como es el consumo de frutas brindándoles un valor agregado logrando así triplicar las exportaciones y aprovechar el mercado canadiense.

Tabla 30. Exportaciones de Canadá al Mundo

Comercio actual y potencial entre Canadá y Ecuador							
Código del producto	Descripción del producto	Producto: 200899 las demás frutas preparadas o en conserva, al natural o en almíbar.					
		2009	2010	2011	2012	2013	2014
200899	Las demás frutas preparadas o en conserva, al natural o en almíbar.	40.201	40.201	49.489	42.998	40.014	36.899

Fuente: Traedme

Elaborado Por: Carla Ramírez

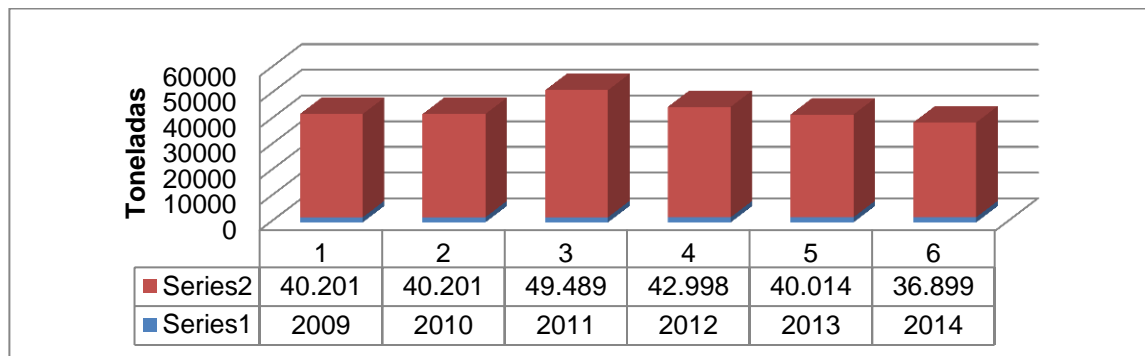


Ilustración 23.Exportaciones de Canadá al Mundo

Fuente: Trademap

Elaborado Por: Carla Ramírez

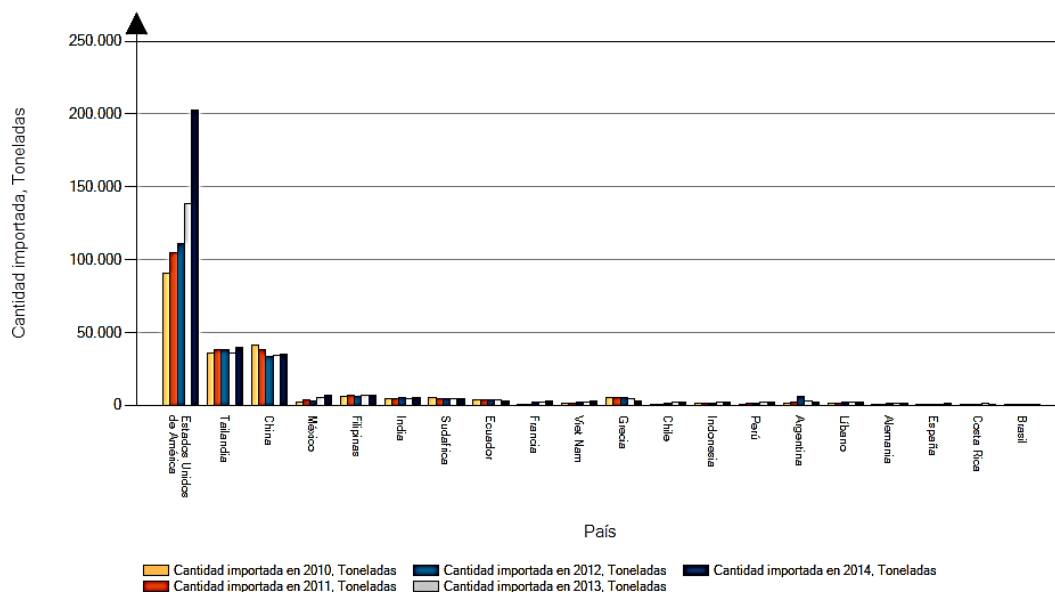


Ilustración 24. Principales países importadores por Canadá

Fuente: Trademap

Elaborado por: Carla Ramírez

De acuerdo a la partida 2008.99 encontramos a los siguientes países proveedores de Canadá en que se identifica: estados unidos de américa principal importador a Canadá mercado de Canadá, ecuador se encuentra registrado en un octavo lugar en una muy buena posición de acuerdo a las oportunidades de mercado podemos identificar a España como un país exportador lo que hace que sea un país competidor para ecuador.

Si hablamos de nuestro país vecino Colombia es un país competidor posee un clima tropical que mantiene una temperatura uniforme la mayor parte del año, el cual mantiene microclimas que van de los calurosas hasta los más fríos desde las costas hasta los picos de las cordilleras de los andes. Facilitándole la comercialización a Canadá por gozar de preferencia arancelarias para “Colombia por gozar de acuerdo como es el tratado del libre comercio gozan de un arancel del 0% para los productos procesados (PROEXPORT, 2013)(ver anexo 5)

El ministro de comercio exterior, Diego Aulestia, confirmó que ecuador prevé incrementar desde hoy las exportaciones con la incorporación de empresas grandes, medianas, pequeñas y de la economía popular.

La gestión gubernamental y los grupos exportadores coincidimos en enfrentar el reto de internacionalizar las empresas ecuatorianas y ampliar el potencial vendedor del país, puntualizó Aulestia.

En el marco de la VII convención de exportadores, organizada por la federación ecuatoriana de exportadores, el funcionario se mostró optimista sobre las condiciones nacionales para lograr competitividad, bajo estabilidad institucional, educación, innovación e infraestructura. Subrayó que existe un trabajo coordinado con el instituto de promoción y exportaciones (pro ecuador) a fin de generar un portafolio de inversión y estrategias que orienten la promoción hacia los productos y mercados con mayor dinamismo.

Víctor jurado, director ejecutivo de pro ecuador, apoyó la necesidad de validar las acciones de los exportadores en una alianza público-privada, con el propósito de construir una estrategia por el bien de ecuador. (TFO Canadá, 2015)

El director ejecutivo de pro ecuador le dijo a metro que a la macrorrueda de negocios 2015 asistirán 26 países. 500 exportadores ecuatorianos se preparan para cerrar las ventas. Entre los rubros a negociar: café, cacao y frutas.

La cuarta edición de la macrorrueda de negocios que el instituto de promoción de inversiones y exportaciones de ecuador (pro ecuador) prepara para el 3 y 4 de junio, tiene como reto cerrar negocios por usd 214 millones

En entrevista con metro, el director ejecutivo de pro ecuador, víctor jurado, contó que se alistan 32 citas de negocios para ambos días, donde 156 compradores extranjeros se reunirán con 500 exportadores para concretar la venta de productos ecuatorianos de varios sectores, entre ellos, frutas, cacao, café y artesanías. Y aunque este evento empresarial se realizará en hotel hilton colón de guayaquil, “estarán presentes exportadores de todo el país, pues es una oportunidad para crecer como empresarios. No solo se logran ventas, se generan contactos que más adelante finalizan en negocios”, señala jurado.

Las ediciones de este evento han superado las expectativas, en cuanto a las metas económicas, del instituto. Así, en el 2013 se captaron negocios por 123 millones de dólares; la cifra subió a \$208 millones en la macrorrueda del 2014. Jurado asegura que el sector exportador, a través de su participación en las distintas actividades y eventos organizados por pro ecuador, ha logrado ampliar su oferta exportable en mercados estratégicos. (TFO Canadá, 2015)

Es una gran oportunidad para el Ecuador contar con el apoyo de PROECUADOR y TFO que ayudan a facilitar los requerimientos del mercado de Canadá abriendo las puertas para concretar venta de productos uno de ellos es las frutas, lo cual por su comodidad los canadienses requieren productos fáciles de preparar tal es el caso la pulpa de mora. Esto es una gran estrategia para ingresar a este mercado internacional.

Incentivos a medianas empresas

- Deducción adicional del 100% de los gastos incurridos para el cálculo del impuesto a la renta.
- Capacitación técnica, investigación e innovación.
- Estudios de mercado y competitividad.
- Viaje, estadía y promoción comercial para apertura nuevos mercados.(PROECUADOR,2014)

3.8.7 análisis situacional del ecuador

Factores socio-económicos de los oferentes

Indicador	Índice
Inflación	4.87%
Tasa de desempleo	4.84%
Salario básico	354.00

Ilustración: Indicadores Básicos

Fuente: Banco Central del Ecuador (2015)

Elaborado Por: Carla Ramírez

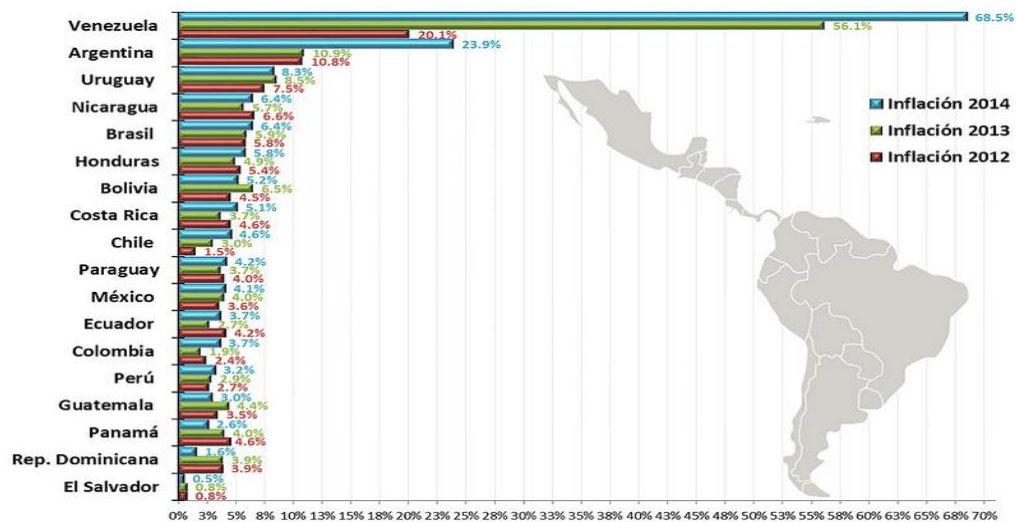
La baja tasa de desempleo (4,84%) y el crecimiento económico (4,3%) ubican a Ecuador en segundo lugar en la región en el índice de performance o desempeño macroeconómico (IPM), según un informe publicado por el (instituto de economía y desarrollo empresarial, 2014).

Hecho que representa una oportunidad para nuestro país, tomando en cuenta que este factor refleja el bajo nivel de riesgo para invertir y realizar negociaciones entre ecuador y el resto de países. La economía ecuatoriana durante los últimos siete años, ha ido creciendo paulatinamente gracias a las políticas de gobierno que han permitido mantener estabilidad financiera, brindando confianza a los inversionistas ya que al contar con una moneda dura como el dólar no existe el riesgo de una devaluación.

Se ha evidenciado el incremento de plazas de trabajo, reduciendo en gran porcentaje la pobreza y los problemas sociales inmersos con este factor, conforme los datos del diario el ciudadano (2014), durante “el periodo 2006-

2013, la pobreza cayó de 37.6 % a 25.6 %, y – por primera vez en la historia - la extrema pobreza se ubicó en menos de dos dígitos, al haber descendido de 16.9 % a 8.6 %” (párr. 6), este precedente permite catalogar al Ecuador como una de las economías que más ha combatido la pobreza a través de la “igualdad a partir del cambio en las relaciones de poder, estado popular y democrático y nuevo esquema de desarrollo” (diario el ciudadano, 2014, párr.5).

Inflación interanual de América Latina 2014



Fuente: estadísticas oficiales- instituto nacional de estadísticas/bancos centrales

De acuerdo con las cifras publicadas por los bancos centrales e institutos de estadística de cada país, presentó un resumen de los resultados de las variaciones del índice de precios al consumidor (IPC), interanuales en Latinoamérica.

Cabe mencionar que el sueldo básico de los canadienses es más alto en comparación con nuestro país que únicamente es de 354.sbu, beneficiando al presente estudio, puesto que existe un alto consumo de pulpa de frutas y sus tendencias de consumo hacia la pulpa de mora de acuerdo al estudio realizado en el perfil del consumidor.

En la provincia de Imbabura- Parroquia Pablo Arenas se encuentra situada la empresa “Frutas de la Montaña” Cía. Ltda. Que actualmente produce pulpa de

mora, esto tiene la finalidad de ampliar su actividad comercial así como mejorar la comercialización de ventas de la empresa, y quienes también se benefician con esta actividad comercial los productores de mora de castilla de Urcuquí quienes les proveen la producción para ser transformada a pulpa de mora, además de aumentar exportaciones genera economía para el Ecuador.

3.8.8 Balanza Comercial Ecuador-Canadá

La balanza ecuatoriana con Canadá ha sido desfavorable en los últimos cinco años, hechos que se evidencia principalmente en las exportaciones, sin embargo observamos un importante crecimiento en las exportaciones cada año sin embargo Canadá es un país que da mayor relevancia a la calidad de los productos que importe, lo que se ve de tal forma un tanto limitados los empresarios a exportar a este mercado, en virtud de las exigencias asignadas, pero por otra parte cabe mencionar que Canadá es el país menos riesgoso para negociar sin mencionar que este país sigue siendo uno de los principales socios comerciales del país. Canadá se encuentra en el puesto número 16^o del "doing business- facilidad para hacer negocio" de los 189 que conforman este ranking, que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios.

Tabla 31. Balanza Comercial Ecuador-Canadá

Balanza comercial Ecuador-Canadá			
Miles de dolares FOB			
Año	Exportaciones	Importaciones	Saldo
2009	41,803	155,915	(114,112)
2010	56,266	236,31	(180,044)
2011	86,765	270,706	(183,941)
2012	126,95	288,137	(161,187)
2013	122,639	235,764	(113,125)
2014	6,696	11,543	(4,847)

Fuente: Banco Central Del Ecuador
Elaborado Por: Carla Ramírez

Existe un incremento en las importaciones debido a una gran demanda de productos tecnológicos partes y piezas de automóviles, medicinas y papel, Ecuador se ve limitado al exportar productos frutícolas por no brindarle un valor agregado. Según la TFO (trade facilitation office Canadá) registra que el 90% de los canadienses regularmente consumen frutas y verduras.

3.8.9 Factor Político y Legal del Ecuador

Factor Político: para realizar las actividades de comercialización en el Ecuador se encuentra sujeta a las disposiciones expuestas por la MAGAP (ministerio de agricultura ganadería acuicultura y pesca), y la agencia nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria el ARCSA, instituciones que emiten el certificado fitosanitario y de inocuidad de los alimentos que se encargan de certificar las condiciones de productos provenientes del agro, de forma que avale o no el consumo del mismo y su comercialización. De igual forma, esta entidad tiene como fin supervisar las actividades agrícolas nacionales y se encuentra respaldada por normas nacionales e internacionales para el mejoramiento de la producción agraria, calidad de los insumos, preservación de la salud de los consumidores y del medio ambiente.

Para el presente proyecto es importante obtener el certificado de origen “documento que certifica el país de origen de la mercancía que en él se detalla, es decir, acredita que la mercancía ha sido fabricada en ese país. Se utiliza sólo para exportaciones e importaciones con países extracomunitarios, de tal forma que los productos puedan acogerse a los regímenes preferenciales y a la aplicación de los aranceles que les corresponden.”(PROECUADOR L. , 2014) Fedexport es una de las entidades encargadas de otorgar el certificado de origen en el Ecuador, para este proyecto será necesario obtener este certificado de origen para gozar de las preferencias arancelaria en el país de destino que es Canadá.

Factor Legal: El actual gobierno del Ecuador implanta como política comercial la negociación con países internacionales, para que de esta manera se pueda fomentar y diversificar las exportaciones y llegar al fácil manejo de las operaciones de comercio exterior, incentivando a los productores a realizar negocios con nuevos mercados y de acuerdo al literal;

g) la mejora de la productividad de los actores de la economía popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas empresas, para participar en el mercado interno, y, eventualmente, alcanzar economías de escala y niveles de calidad de producción que le permitan internacionalizar su oferta productiva. (Codigo orgánico de la producción, comercio e inversiones, COPCI - página 5)

El Ecuador país con un gobierno democrático garantiza mediante la función judicial el cumplimiento del marco legal ya que es un derecho de toda persona natural o jurídica el emprender cualquier actividad económica. Para esto citamos el siguiente artículo de la Constitución de la República del Ecuador 2008:

Art. 306.- el estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. El estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza. (Sección séptima política comercial, pág. 146)

3.8.9.1 Tecnología en el Ecuador

En el Ecuador, así como en otros países latinoamericanos, se ha incrementado el desarrollo agroindustrial, alcanzando mayores niveles de investigación y difusión. Los cambios en los hábitos de consumo, el almacenamiento y procesamiento, paralelo al desarrollo de la ciencia y de la tecnología, han contribuido a que exista un mayor interés en los caracteres de calidad y en dar mayor valor agregado a los diferentes productos agropecuarios. Las frutas tropicales y andinas, tienen un elevado potencial para la aplicación de nuevas Tecnologías agroindustriales, como la obtención de frutas procesadas que tienen una aceptación creciente en el mercado nacional e internacional.

El ministerio de industrias de alimentos procesados se constituye en el año 1988 con el objetivo de fortalecer la industria, además de crear oportunidades de empleo en las zonas rurales del país, facilitar a los agricultores el acceso a la tecnología, generar ganancias a partir de las exportaciones, y estimularla demanda interna.

La industria de conservas y procesamiento de frutas y vegetales forma parte esencial del sector agroindustrial del país. Ecuador cuenta con una riqueza agrícola que ofrece muchas ventajas para el desarrollo de la cadena productiva a gran escala para este sector. En 2012, el consumo de frutas y vegetales procesados en Ecuador alcanzó USD\$ 1.200 millones, incremento de 8% respecto al año anterior. El crecimiento económico ecuatoriano en los últimos años ha permitido un mayor nivel de ingresos a los hogares que se ha visto reflejado en un mayor consumo de alimentos procesados. El mercado regional también se expande y es una opción atractiva para la colocación de productos de origen ecuatoriano. El consumo de la comunidad andina alcanzó USD\$ 2.500 millones en 2012, incremento de 10%, muy superior a las tasas de crecimiento registradas en países industrializados. Ecuador ofrece una abundante provisión de materia prima para los elaborados de frutas y vegetales. El país dispone de una gran variedad de tipos de suelo para los diferentes cultivos así como de diversos climas aptos para todo tipo de agricultura. Se trata de una oportunidad para desarrollar nuevos productos procesados a base de frutas y vegetales que respondan a la creciente demanda internacional. El país posee una excelente infraestructura: una red logística y portuaria volcada al comercio exterior, buenas carreteras entre las áreas de producción, centros urbanos y portuarios. (Proecuador, 2014, párr. 1)

Desde el punto de vista para las empresas procesadoras de pulpas de frutas existe el apoyo por parte de PROECUADOR que se encarga de realizar eventos para el manejo de las buenas prácticas de manufactura y los requieren de mercados internacionales, cuenta con páginas web donde se encuentra detallado en folletos técnicos los procesos que deberá cumplir en este caso la pulpa de mora. (Ver anexo 7)

También se cuenta con páginas web de INIAP instituto nacional de investigaciones agropecuarias

“En que formar alianzas con universidades, ONGS y empresas privadas especializadas para fortalecer la investigación en temas de producción, multiplicación, pos cosecha e incorporar valor agregado a nuestras frutas, así como mejorar los procesos de organización de productores y empresarios para hacer más eficiente la comercialización.” (INIAP, 2015)

El campo de acción de una ONG puede ser local, nacional o internacional. La asistencia sanitaria, la protección del medio ambiente, el fomento del desarrollo económico, la promoción de la educación y la transferencia tecnológica son sólo algunos de los asuntos que incumben a este tipo de organizaciones. (organización no gubernamental párr. 4)

3.9.1 Análisis del Producto

Tabla 32. Atributos pulpa de mora

Atributos pulpa de mora	
Fabricante	“Frutas de la Montaña Cía Ltda.”
Marca	Sello verde
Registro sanitario	Si
Principales componentes	Mora de castilla 100% natural
Vida útil	6 meses
Temperatura de conservación	Congelación: -30 grados centígrados

Fuente: (Andrés Pérez, 05/2015)

Elaborado Por: Carla Ramírez

La marca del producto se denominara “Frutas de la Montaña Cía Ltda.” el embalaje y presentación del productos, no es el apropiado para la exportación a Canadá ventas las características del producto detallas en inglés y en francés, es importante considerar que los canadiense tienen tendencias medio ambiente, ya que en el mundo se prevé desarrollar diferentes formas de embalaje especialmente los elaborados a base de plásticos biodegradables, características que los canadienses valoran al momento de adquirir un producto. Para el presente proyecto se tendrá que adquirir fundas de polipropileno abre fácil gastos que se sumaran a la exportación como se muestra en la tabla 30.

Tabla 33. Producto característica mora de castilla



Mora de castilla		
	Nombre científico:	Rubus glaucus benth
	Nombres comunes:	Mora, mora de castilla, berries.
	Marca comercial:	"Frutas de la Montaña Cía Ltda."
	Variedades botánicas:	1. Rubus bogotensis 2. Rubus giganteus 3. Rubus glaucus 4. Rubus nubigenus 5. Megalo cocus
	Reino:	Plantas
	División:	Angiosperma
	Clase:	Magnolio sida
	Orden:	Rosales
	Familia:	Rosácea
Partida arancelaria:	200899---los demás	
Generalidades de la mora	<p>La popular pulpa de mora silvestre, en realidad es la zarzamora, también denominada frambuesa negra. Se trata de un fruto que crece en los arbustos de la familia de las rosáceas, la cual incluye más de 2.000 especies de plantas herbáceas, arbustos y árboles distribuidos por las regiones templadas de todo el mundo.</p> <p>Son las principales frutas más adquiridas en los países europeos.</p>	
Producción	<p>Época de producción: es una planta de fructificación continua, sin embargo por las oportunidades comerciales se recomienda sembrar de junio a octubre para cosechar de noviembre a mayo.</p>	
Forma	<p>Es un fruto de pequeño tamaño, redondo o ligeramente alargado, compuesto por pequeños glóbulos que contiene en su interior una semilla diminuta, perceptible y a veces durante su consumo.</p>	
Tamaño y color	<p>Tiene un longitud de 1,5 a 2 cm, su color es negro brillante intenso combinado con un color rojizo no en su totalidad.</p>	
Selección y conservación	<p>Al elegir este tipo de frutas es conveniente fijarse en su color, ha de ser brillante e intenso.</p> <p>Deben encontrarse firmes al tacto y secas, ya que las blandas y húmedas se estropean durante su movilización. Se suelen deteriora por hidratación.</p> <p>Normalmente el aroma acompaña al aspecto. No se debe adquirir mora que no esté madura, pensando que madurara, ya que esto no sucederá.</p> <p>Tampoco es conveniente adquirirla demasiado madura porque pierde su jugo.</p>	
Fecha de producción	<p>Esta fruta se produce más en temporadas de lluvia, principalmente en se conserva durante 7 a 10 días en unas determinadas condiciones de temperatura y humedad relativa.</p> <p>En casa se la debe conservar en el frigorífico, en donde permanece en óptimas condiciones hasta 3 días.</p>	

Propiedades nutritivas	<p>La ingesta dietética de estas sustancias potencia nuestro sistema inmunológico o defensas del organismo y contribuyen a reducir el riesgo de enfermedades degenerativas, cardiovasculares e incluso del cáncer.</p> <p>La vitamina c tiene la capacidad de favorecer la absorción Del hierro de los alimentos, por lo que mejoran o proviene la anemia ferropenia.</p> <p>Existen ciertas situaciones vitales en las que las necesidades orgánicas de vitamina c están aumentadas, como embarazo, lactancia, tabaquismo, empleo de ciertos medicamentos, estrés y defensas disminuidas, práctica deportiva intensa, cáncer, sida y enfermedades inflamatorias crónicas.</p>
Mora de castilla procesada en :	<p>Esta fruta se puede consumir al natural, solas o acompañadas de helado, yogurt o nata, o zumo, pulpas, con ellas se puede preparar deliciosos jugos, helados, confituras e incluso añadirse a ensaladas.</p> <p>A nivel industrial la mora, se la emplea en para elaborar gelatinas, pulpa congelada, licor, mermeladas y confituras.</p>
Clima:	<p>Temperatura: clima relativamente fresco y soleado con una temperatura promedio de 25°C y una temperatura baja promedio de 16°C.</p> <ul style="list-style-type: none"> - altitud: para un óptimo desarrollo la mora se debe cultivar entre los 1.200 y 2.000 m.s.n.m., aunque puede tolerar un amplio rango de altitudes. - precipitación pluvial: entre 1.500 y 2.500 mm. Al año bien distribuidas. - humedad relativa: del 80 al 90%.
Suelo:	<p>La mora se desarrolla mejor en suelos franco arcillosos, de modo que permita una adecuada reserva de agua y el exceso sea evacuado fácilmente, con alto contenido de materia orgánica ricos en fósforo y potasio. Deben presentar buen drenaje tanto interno como externo, ya que es una planta altamente susceptible al encharcamiento.</p> <p>pH: 5,2 y 6,7 siendo 5,7 el óptimo.</p>
Variedades	<p>El éxito de la industria de mora en Centroamérica dependerá de la selección de las variedades adecuadas, con aceptación en el mercado internacional y su buena adaptación a la región.</p> <p>Se considera que existen más de 300 especies de relativa importancia según su aceptación comercial en los diversos países y un gran número de variedades, muchas de ellas se encuentran en las zonas altas de Sudamérica principalmente en Ecuador, Colombia, Panamá, Centroamérica y México.</p>
Conservación para el consumidor	<p>Este producto debe conservarse a temperatura de congelación (-30°C), consuma inmediatamente después de descongela.</p>

Fuente: Tesis “centro de acopio frutícola en el cantón Tulcán y comercialización hacia el sector Industrial del Ecuador.” De Santiago sarmiento.

Elaborado por: Carla Ramírez

Para poder conocer más sobre la pulpa de mora objeto de estudio se detalla a continuación la información básica de la misma:

	<p align="center">FICHA TÉCNICA PRODUCTO TERMINADO PULPA DE MORA NATURAL CONGELADA</p>	<p>Código: FTPM-001</p>
 <p align="center">DESCRIPCIÓN</p>		<p>Fecha: 05 mayo 2015</p>
<p align="center">FORMA DE CONSUMO Y CONSUMIDORES POTENCIALES CANADÁ:</p>	<p>Producto 100% natural elaborado con frutas rigurosamente seleccionadas de mora fresca, sana madura y limpia bajo procedimientos que permitan mantener su valor nutritivo como es el pH¹ de la fruta, es pastoso, no diluido, no fermentado, de color rojo brillante, obtenido por la desintegración y tamizado en malla 0.5 mm dosificada, pasteurizada, empacada y almacenada según su condición para su conservación.</p> <p>1 pH: es la acidez de un producto o sustancias para medir sus buenas condiciones.</p> <p>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.</p> <p>Salsas, mezclas de vegetales y jugos de frutas listos para consumir son productos que resultan atractivos para los canadienses.</p> <p>La creciente población de la tercera edad, junto a la demanda por bebidas naturales y productos frescos se ha incrementado.</p> <p>En este país, tres de cada cuatro productos frescos son importados. El consumo busca productos con una presentación excelente, envases fáciles y cómodos de usar y ecológicos. (Colombiatrade, 2014)</p>	
<p align="center">LUGAR DE ELABORACION</p>	<p>Producto es elaborado por “Frutas de la Montaña Cía Ltda.” se encuentra ubicada al noroccidente de la provincia de Imbabura, cantón Urcuquí, Parroquia Pablo Arenas.</p> <p>Se ubica al noroccidente a 19 km de Imbabura. Temperatura promedio 14°C y 22°C °. Teléfono de contacto: 0999791665 Gerente: Andrés Pérez.</p>	

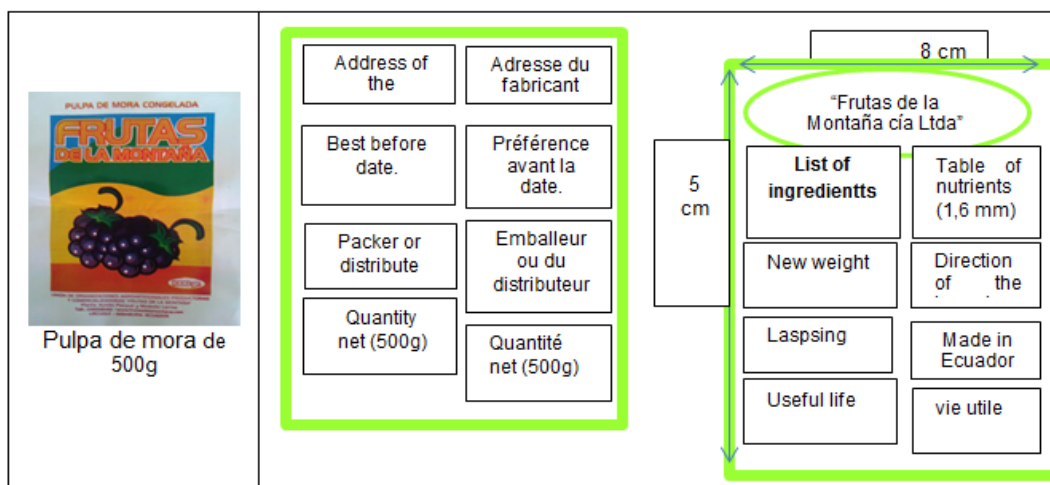
COMPOSICIÓN NUTRICIONAL	<table border="1"> <tr> <th colspan="2">Información nutricional</th> </tr> <tr> <td colspan="2">Por cada 100gr de pulpa en valor nutricional es de</td> </tr> <tr> <td>Calorías</td> <td>32</td> </tr> <tr> <td>Proteínas</td> <td>0.8 g</td> </tr> <tr> <td>Grasa total</td> <td>0.5 g</td> </tr> <tr> <td>Colesterol</td> <td>0 g</td> </tr> <tr> <td>Carbohidratos</td> <td>6.9g</td> </tr> <tr> <td>Fibra</td> <td>1.54g</td> </tr> <tr> <td>Calcio</td> <td>28mg</td> </tr> <tr> <td>Fósforo</td> <td>27 mg</td> </tr> <tr> <td>Hierro</td> <td>0.8 mg</td> </tr> <tr> <td>Vitamina a</td> <td>30ui</td> </tr> <tr> <td>Vitamina c</td> <td>100mg</td> </tr> </table>	Información nutricional		Por cada 100gr de pulpa en valor nutricional es de		Calorías	32	Proteínas	0.8 g	Grasa total	0.5 g	Colesterol	0 g	Carbohidratos	6.9g	Fibra	1.54g	Calcio	28mg	Fósforo	27 mg	Hierro	0.8 mg	Vitamina a	30ui	Vitamina c	100mg
	Información nutricional																										
Por cada 100gr de pulpa en valor nutricional es de																											
Calorías	32																										
Proteínas	0.8 g																										
Grasa total	0.5 g																										
Colesterol	0 g																										
Carbohidratos	6.9g																										
Fibra	1.54g																										
Calcio	28mg																										
Fósforo	27 mg																										
Hierro	0.8 mg																										
Vitamina a	30ui																										
Vitamina c	100mg																										
PRESENTACIÓN EMPAQUES COMERCIALES	Fundas de poliéster – polietileno de 500g abre fácil																										
CARACTERÍSTICAS ORGANOLÉPTICAS	Características de la fruta. Sabor, aroma, color, apariencia.																										
CONSERVACION PARA EL CONSUMIDOR	Este producto tiene una duración de 6 meses refrigerado.																										
PROCESO PULPA DE MORA	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="flex: 1;"> <pre> graph TD A[RECEPCIÓN] --> B[SELECCIÓN Y LAVADO] B --> C[DESINFECCIÓN Y ENJUAGUE] C --> D[DESPULPADO] D --> E[PASTEURIZACIÓN] E --> F[ENFRIAMIENTO] F --> G[ENVASADO] G --> H[ALMACENAMIENTO] </pre> </div> <div style="flex: 1; border: 1px solid black; padding: 5px;"> <ol style="list-style-type: none"> 1. Evaluación organoléptica:(Apariencia, olor, sabor, Textura) 2. Control ° brix y pH 3. Selección de la fruta en mal estado 4. Lavado para eliminar tierra y suciedades 5. Inmersión de la fruta en solución 0,3% de hipoclorito de sodio al 5%, por 1-2 min. 6. Enjuague con abundante agua limpia. 7. A 75° C por 15 minutos 8. Con agua helada hasta que la pulpa alcance 18° C. 9. -Controles de calidad de la pulpa elaborada 10. La pulpa envasada será colocada en tinas con agua limpia y fría (máx. 4° C), para su mejor enfriamiento 11. Control de calidad del 12. La pulpa entrará al cuarto frío A 16 – 18° C. 13. El cuarto frío debe estar a - 18° C como máximo. </div> </div>																										

Fuente: (Andrés Pérez, 21 julio 2015) (Colombiatrade, 2014)

Elaborado por: Autora

La anterior ficha detalla las características más importantes de la pulpa de mora en valor nutritivo, que al ser un producto natural concientiza a los consumidores hacia un estilo de vida saludable incluyendo en la dieta diaria frutas procesadas. El siguiente ficha se indica cómo debe ir el producto etiquetado general y específico idioma: en inglés y francés, tales como nombre, cantidad y volumen netos, ingredientes, vida útil, etc. Como se presenta a continuación.

Tabla 34. La pulpa de mora se deberá exportar a dos idiomas inglés y francés



Fuente: Ministerio De Comercio Exterior
Elaborado Por: Carla Ramírez

3.9.2 Análisis FODA

Tabla 35. FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Empresa legalmente constituida. ✓ Alto contenido de nutrientes 100% naturales. ✓ La empresa se encuentra ubicada un sitio geográfico privilegiado, ya que se identificó que es óptimo para los cultivos de mora de castilla. ✓ Experiencia de técnicos (ingenieros agroindustriales) ✓ El producto cuenta con registros sanitarios. ✓ Local propio ✓ Disponibilidad de mano de obra técnica ✓ Capacidad de cumplir normas ambientales sello verde. ✓ Apoyo de la instituciones como PROECUADOR, INIAP (instituto nacional de investigaciones agropecuarias) ✓ Maquinaria y tecnología apropiada para la producción de pulpa de mora. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desconocimiento de oportunidades de mercado. ✓ Desconocimiento de barreras no arancelarias. ✓ Escaso conocimiento para un plan de exportación ✓ Falta de emprendimiento por parte de la empresa.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Genera fuentes de trabajo a las asociaciones de cultivo de mora de Imbabura misma que es utilizada para procesada por la empresa a pulpa de mora. ✓ Demanda de pulpa de mora en el mercado de Canadá y apertura en nuevos nichos como la unión europea. ✓ Altas posibilidades de adquirir productos 100% naturales por los países antes mencionados. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Exigencias en normas de calidad del país de destino. ✓ Productos sustitutos que reemplazan la pulpa de mora por ejemplo(los jugos de frutas) ✓ Variación de los precios en el mercado internacional.

Fuente: Estudio Investigativo
Elaborado por: Carla Ramírez

El análisis FODA nos permite evaluar el desempeño de la empresa y 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 empresa.

3.9.3 Definición del Mercado



Ilustración 25 Mapa de identificación de la provincia de Quebec

Es importante manifestar que se realizó un estudio de mercado en que se identificó la mejor opción de mercado como es Canadá, donde “el 90% de Canadá consume frutas y verduras” (Guía de alimentos de Canadá TFO, 2014) a la población que vamos abastecer es Quebec no en su totalidad pero si cierta parte de este mercado el tamaño de la población es 717.000 parte de la población vendría hacer el 5% de toda Canadá a la que vamos abastecer de acuerdo a la oferta exportable de “frutas de la montaña cía Ltda.”.

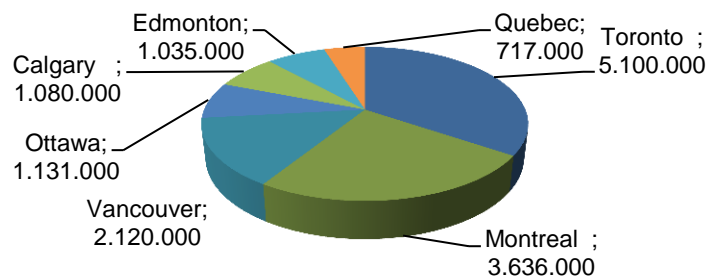


Ilustración 26. Tamaño de la población de Quebec

Fuente: (TFO, 2014)

Elaborado: Autora

En la ilustración 27 podemos identificar la provincia de Quebec cuenta con 717.000 mil personas.

3.9.4 Demanda

La demanda insatisfecha se tomó en cuenta en razón al consumo nacional aparente de Canadá sumadas las importaciones menos las exportaciones, durante los últimos cinco años datos que serán encontrados en fuentes de información secundarias.

$$Cna = pn + m - x$$

Cna = consumo nacional aparente m = importaciones

pn = producción nacional x = exportaciones

Para obtener la siguiente tabla se calculó los mínimos cuadrados utilizando las siguientes formulas: considerando que la evolución se da a largo plazo, se utiliza el método de ecuación de la recta y los mínimos cuadrados, para encontrar los distintos coeficientes: ordenada al origen y pendiente:

Ecuación de la recta:

en donde:

$$Y = a + bx$$

y= ventas de periodos anteriores

$$B = \frac{\sum xy - n\bar{x}\bar{Y}}{\sum X^2 - n\bar{x}^2}$$

n= número de periodos

$$A = \bar{y} - b\bar{x} + b\bar{x}$$

x= coeficiente

Aplicando las fórmulas:

Tabla 13. Cálculo de los mínimos cuadrados

Año	X	Y(Tn)	Xy	X2
2012	1	6680	6680	1
2013	2	6757	13514	4
2014	3	6768	20304	9
	6	20204	40497	14

Formula:

$$X = \frac{\sum x}{n} = \frac{6}{3} = 2$$

$$Y = \frac{\sum y}{n} = \frac{20204}{3} = 6,734.67$$

$$B = \frac{\sum xy - n\bar{x}\bar{Y}}{\sum X^2 - n\bar{x}^2} = \frac{40.497 - 13.469,34}{6} = 4.504,61$$

$$A = \bar{y} - b\bar{x} = 6,734.67 - 4.504,61 = 2.180,06$$

Luego reemplazamos en la fórmula de línea recta:

$$Y = a + bx = 2.180,06 + 4.504,61 = 6684,67 \neq 6685$$

Es decir que para los siguientes años las proyecciones en toneladas se proyectaron para el 2015 obteniendo los resultados de siguiente tabla de cálculo de la demanda insatisfecha aplicando esta fórmula para todos los años siguientes que se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 36. Demanda Insatisfecha en Canadá- Provincia de Quebec

Demanda insatisfecha											
Año	Pn.	M	X	Cna	Población Canadá	Consumo per cápita anual		Déficit	Población estratificada Quebec 4,7%	Déficit total kg	Demanda insatisfecha en tn.
	Tn.	Tn.	Tn.	Tn.		Real kg.	Recom kg.	Kg.			
2012	0	52.367	42.998	9.369	34.699.000	0,047	3,9	3,853	1.630.853	6.283.677	6284
2013	0	70494	40.014	30.480	35.100.000	0,047	3,9	3,853	1.649.700	6.356.294	6356
2014	0	129.684	36.899	92.785	35.158.304	0,047	3,9	3,853	1.652.440	6.366.852	6367
2015	0	132.278	33.871	98.406	36.916.219	0,047	3,9	3,853	1.735.062	6.685.195	6685
2016	0	134.923	30.822	104.101	38.762.030	0,047	3,9	3,853	1.821.815	7.019.455	7019
2017	0	137.622	27.772	109.849	40.700.132	0,047	3,9	3,853	1.912.906	7.370.428	7370
2018	0	140.374	24.723	115.651	42.735.138	0,047	3,9	3,853	2.008.551	7.738.949	7739
2019	0	143.182	21.673	121.508	44.871.895	0,047	3,9	3,853	2.108.979	8.125.896	8126

Fuente Im/Ex: (Trademap, 2015)

Fuente Población: (Datosmacro, 2014)

Fuente Consumo Per Cápita: Health Canadá



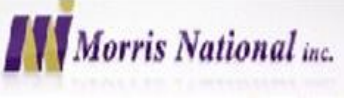

Elaborado Por: Carla Ramírez

Con la tabla se puede justificar que existe demanda insatisfecha en la provincia de Quebec –Canadá es de 6.685 Tn valor positivo para ingresar a un gran mercado potencial, en el que existe un incremento, en el que se puede decir que este país consume productos saludables y naturales esto se debe a que la población de Canadá en el 2011 un estimado de 5.0 millones de canadienses tenía 65 años o más.

Este Número de espera que se duplique en los próximos 25 años (statistics Canadá 2011) datos más recientes, cabe señalar que para determinar la demanda insatisfecha se tomó en cuenta la población de quebec que cuenta con población 717.000 personas de las cuales más altamente consumen este producto por salud son de 45 años en adelante consumen pulpas de frutas.

Realizado el estudio técnico para identificar las oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de pulpa de mora se determinar los siguientes compradores de Canadá o conocidos como bróker mismo que se encuentra en la siguiente tabla:

Tabla 37. Bróker Canadá

Empresa	Contacto	Información	Logo
A LASSONDE INC (Agente Comercial)	Ruthven	Ciudad: Ontario Código postal n0p 2g0	
ALIMENTS IMEX FOODS INC. Comercializadora importa frutas en distintas presentaciones	Peter sato(director de desarrollo de negocios)	Ciudad:Monteral provincia: Quebec código postal h4n1j6 www.imexfoodsinc.com.a	
MORRIS NATION INC IMPORTADORA DE PRODUCTOS DIVERSOS	Hans Graf(director de desarrollo de negocios)	Ciudad: la Salle provincia: Quebec código postal: h8n1b7 www.mosrrisnational.ca	
Importadora de productos diversos IMPORTGENIUS	Anthony Bervin (director departamento de ventas)	Bill Stumpp Bill@importgenius.com directa: +1 385-235-7498	

Fuente: (Alimentos Imex Foods Inc.Canadá)

Elaborado por: Carla Ramírez

Luego de identificar diversos compradores hemos escogido a cuatro posibles compradores en donde se obtuvo contacto vía email con la empresa “Import Genius” es una empresa importadora de diversos productos. (Ver anexo 9)

El total del mercado canadiense para frutas y verduras frescas llegó a \$11,2 mil millones en 2012, de acuerdo a la asociación canadiense para la comercialización de frutas y verduras (CPMA en inglés), en 2014 los canadienses están comiendo menos porciones de frutas y verduras frescas que lo sugerido por la guía de alimentos de Canadá a pesar que 90% de los canadienses compran frutas y verduras frescas semanalmente. Las mujeres adultas consumen 4,3 porciones por día (menos que las 7-8 que son las recomendadas) y los hombres adultos 3,5 porciones (lejos de las 8-10 que son las recomendadas). Se define una porción como una de las siguientes:

- 125 ml (½ taza) verduras o frutas frescas, congeladas o enlatadas o jugo al 100%;
- 250 ml (1 taza) vegetales de hojas verdes o ensalada; o
- 1 pedazo de fruta (como una banana mediana o medio aguacate). (1 informe de la industria alimentaria canadiense 2014, food in Canadá, 2014.pag. 4)

3.9.5 Producción de mora de castilla en Imbabura-Ecuador

Tabla 38. Producción en Imbabura de mora de castilla (ver anexo 8)

Asociaciones	Cultivos sembrado	Fecha de siembra y de cosecha	Superficie sembrada / ha	Rendimiento /ha	Comercialización	Kg	Tn
Pimampiro	Mora de castilla	Enero-diciembre	3	15.600	Libras	7.076	7,076
Cotacachi	Mora de castilla	Enero-diciembre	4	18.400	Libras	8.346	8,346
Cotacachi	Mora de castilla	Enero-febrero	3	110	Libras	50	0,05
Cotacachi	Mora de castilla	Enero-diciembre	1/2	40	Libras	18	0,018
Cotacachi	Mora de castilla	Septiembre	1	400	Libras	181	0,181
Pimampiro	Mora de castilla	Enero-diciembre	2	114.400	Libras	51.891	51,891
Otavaló/Ibarra	Mora de castilla	Enero-diciembre	10	10.000	Baldes	114.000	114
Otavaló/Ibarra	Mora de castilla	Enero-diciembre	10	14.000	Baldes	159.091	159
Cotacachi	Mora de castilla	Enero-diciembre	4	2.800	Baldes	31.818	32
Cotacachi	Mora de castilla	Enero-diciembre	9	6.480	Baldes	132.545	133
Cotacachi	Mora de castilla	Enero-diciembre	8	6.400	Baldes	130.909	131
			54,5				636,5

Fuente: Dirección Provincial Agropecuaria De Imbabura Datos 2014 Técnico De Campo UZI'S: Plan Parcial "Ciudad Del Campo" MAGAP Imbabura En Coordinación Ing. Víctor Enríquez

Elaborado Por: Carla Ramírez

Para determinar la cantidad de fruta ofertada por la empresa “Frutas de la Montaña cía Ltda.” me basé en la entrevista realizada al gerente de la empresa,

quien supo manifestar que cuenta con materia prima para procesar la pulpa de mora por estar la empresa ubicada en un lugar privilegiado donde existe producción de mora de castilla. De acuerdo a estudio realizado al MAGAP de Imbabura encontramos alrededor de 54,5 hectáreas de mora de castilla obteniendo alrededor de 636,5 toneladas de mora de castilla de enero a diciembre en el que se demuestra oferta disponible del producto, por su ubicación geográfica cuenta con una buena producción durante todo el año.

Tabla 39. Oferta Exportable “Frutas de la Montaña Cía Ltda”

Días	Toneladas	Unidades en una caja
Anual	240	12
Mensual	20	12

Fuente: (Andrés Pérez.05/2015)

Elaborado por: Carla Ramírez

Según Andrés Pérez Gerente de la empresa, se encuentra dispuesto a procesar 5 Tn semanales obteniendo un total de 20 Tn mensuales. De acuerdo a los cálculos realizados en el transporte logístico en un contenedor de 40´ pies refrigerado se estima **18 Tn** las cuales serán enviadas mensualmente debido a que si alquilamos un contenedor de 20´ pies no sería factible exportar 2 Tn sobrantes. La pulpa de mora será procesada en la empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda.” misma que a continuación se presenta los precios del producto terminado:

Tabla 40. Precio de Pulpa de Mora “Frutas de la Montaña Cía Ltda.”

Frutas presentación	1000g	500g	100g
Pulpa de mora de castilla	2.55	1.80	0,60

Fuente: (Andrés Pérez 05/2015)

Elaborado por: Carla Ramírez

Tabla 41. Datos de Exportación de pulpa de mora

Producto	Presentación	Embalaje	Volumen total	Frecuencia
				Mensual
Pulpa congelada de mora	Fundas de poliéster – polietileno de 500g	Cajas de cartón por 12 unidades (500g)	1 contenedor refrigerado de 40 pies.	1 contenedor

Fuente: (Andrés Pérez.05/2015)

Elaborado Por: Carla Ramírez

Tabla 42. Número de envíos mensuales

Tipo de contenedor	Total cajas mensuales	Total unidades(pulpa de mora)	Pallets	Numero de cajas en cada pallet(15 de base y 6 de apilamiento)	Total envío mensual(Tn)
1 contenedor refrigerado de 40 pies	3.028	36.333	36	84	18

Fuente: (Andrés Pérez.05/2015)

Elaborado por: Carla Ramírez

La demanda se determinó de acuerdo a estudios realizados a los siguientes datos que nos facilitó el gerente de la empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda.” Que tiene como misión producir y transformar, productos derivados de las frutas 100% naturales cumpliendo estándares de calidad nacionales. Los productores que abastecen “Frutas de la Montaña cía Ltda.”, son asociaciones de ubicadas en el cantón de Urcuquí,

Tabla 43. Precio en Mercado Internacional Canadá

LISTA DE PRECIOS CONSUMIDOR FINAL CANADÁ				Valor unitario USD	
Producto	Origen	Proveedor	Presentación	100g	500g
Pulpas de mora congelada	Ecuador	Castle foods	Fundas plásticas de 400/500g	0,91	4,61
Pulpas de mora congelada	Ecuador	Harvec	Bolsa de plástico 250-500g	0,94	4,68
Pulpas de mora congelada	Ecuador	Igc ecuador	Bolsa de plástico 450-500g	0,93	4,64
Pulpas de mora congelada	Chile	N/a	Bolsa de plástico 100g	1,01	5,05
Pulpas de mora congelada	México	N/a	Bolsa de plástico 100g	0,90	4,49
Pulpas de mora congelada	Estados unidos	N/a	Bolsa de plástico 100g	0,82	4,11
Pulpa de mora congelada	Canadá	Walmart	Bolsa plásticas de 500g		4,50
Precio pulpa de mora	Por lo tanto se estima que la pulpa de mora con un valor de			4,58	

Fuente: www.ic.gc.ca. Industria de Canadá, www.walmart.canadá.

Elaborado por: Carla Ramírez

CAPITULO IV

4.1 Conclusiones

- ✓ Una vez analizados los factores macro y micro económicos de entorno de los mercados internacionales podemos deducir que Canadá es el mejor mercado para ingresar nuestro producto, y en base a COPCI literal e) que dice” consolidar los mercados externos existentes, con énfasis en los países de la región e impulsar la promoción de productos no tradicionales, con valor agregado y los pertenecientes a la transformación de matriz productiva y así abrir nuevos mercados para que Ecuador sea un país competitivo.”
- ✓ Canadá es de los países con mejor nivel de vida en el 2014 tuvo un PIB per cápita de 53.118(USD), es muy bueno porque se encuentra en la posición 12 ranking de 183 países e índice con menor riesgo de negociación, a través de la TFO (facilidad para hacer negocios).
- ✓ La inflación de Canadá es estable para el 2014 cuenta con 1,9% un país estable y de acuerdo a los años proyectados del 2014-2020 encontramos cada año menor su inflación, factor positivo para los consumidores canadienses y para Ecuador como país exportador.
- ✓ Si hacemos referencia al riesgo país de Canadá es mínimo, porque el riesgo político es muy estable, significa que existe un sistema político consolidado, con instituciones sólidas y fiables lo que constituye un valor positivo en la valoración del riesgo país.
- ✓ Canadá por ende un país que cuida de salud y nutrición, el mercado muestra excelentes perspectivas que motiva a colocar productos y servicios que satisfagan sus necesidades, y mucho mejor si son 100% naturales y son mayormente acogidos si brindan valores nutricionales para su dieta diaria, lo cual motiva a emprender oportunidades de mercado dirigidos a abastecer los requerimientos de este gran país.

- ✓ De acuerdo a la distribución de ingresos Canadá en alimentos y bebidas no alcohólicas presenta un 9,50% que consumen gustan de productos con vitaminas y minerales, estudios registran que el 90% de los canadiense consumen productos naturales para la salud.
- ✓ El índice desempeños logístico cuenta con un nivel muy bueno, el desempeño de la aduana, la calidad de la infraestructura y la puntualidad de los envíos hace que sea una buena oportunidad para exportar. Si hablamos de la vía marítima encontramos 15 puertos principales para ingresar a Canadá.
- ✓ Es importante saber que la población de Canadá envejece rápidamente, dado que la tasa de natalidad es baja y ello tendrá un alto impacto en la demanda. Los consumidores de estos productos mayormente consumidos son baby-boomers, el producto es pagado sin ninguna dificultad cabe mencionar que estas personas que mayormente lo consumen son jubiladas y lo más primordial es cuidar su salud. Uno de cada siete canadiense son de la tercera edad.
- ✓ La ocupación por empleado en Canadá la agricultura es muy baja con un porcentaje 2,4% lo que hace necesario que Canadá importe frutas y verduras. Para Ecuador le resulta atractivo este mercado porque cuenta con un porcentaje 6,5% en agricultura.
- ✓ El Ecuador cuenta con clima apropiado para la producción de mora de castilla y para la elaboración de pulpas de frutas y por los factores analizados se llevara a cabo este proyecto en la provincia de Imbabura en relación con la empresa "Frutas de la Montaña Cía Ltda." cuenta con altos rendimientos de producción por su ubicación geográfica, misma que se encuentra ubicada en Pablo Arenas parroquia rural perteneciente al cantón Urcuquí de la provincia de Imbabura.

- ✓ El consumo de frutas y hortalizas recomendado por la TFO del mercado canadiense para frutas y verduras frescas llegó a \$11,2 mil millones en 2012. de acuerdo a la Asociación canadiense para la Comercialización de Frutas y Verduras (CPMA en inglés), en 2014 los canadienses están comiendo menos porciones de frutas y verduras frescas que lo sugerido por la guía de alimentos de Canadá a pesar que 90% de los canadienses compran frutas y verduras frescas semanalmente. Las mujeres adultas consumen 4,3 porciones por día (menos que las 7-8 que son las recomendadas) y los hombres adultos 3,5 porciones (lejos de las 8-10 que son las recomendadas). Se define una porción como una de las siguientes: 125 ml (½ taza) verduras o frutas frescas, congeladas o enlatadas o jugo al 100%.
- ✓ Se debe mencionar que Canadá es un mercado exigente, se tomara en cuenta los aspectos no arancelarios que es la calidad del producto ,su presentación, e idioma, el cual debe cumplir con sus normas de origen ecuatoriano para que goce del tratamiento preferencial **NMF, SGP** u otros, deben gestionar el correspondiente certificado de origen, para acceder al correspondiente beneficio arancelario.
- ✓ La empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda.” se encuentra dispuesta a cumplir con todos los parámetros establecidos por Canadá para abrir la apertura de nuevos clientes y mejor el nivel de ventas de su empresa misma que cuenta con pulpas 100% naturales, con un registro sanitario, su producto es dosificado para mayor calidad y la fruta que esta empresa adquiere sumamente con pH, y cuenta con sello verde lo que requiere Canadá que se cuide el medio ambiente.
- ✓ La empresa “frutas de la montaña cía Ltda.” oferta con 240tn anuales, por su ubicación geográfica cuenta con grandes cultivadores que abastecen a la empresa ya que se cubrirá en Canadá directamente a la población de Quebec el 3,26% de la demanda insatisfecha siendo su demanda insatisfecha de 6.685 Tn.

4.2 Recomendaciones

- ✓ Ecuador es un país que por su ubicación geográfica presenta una diversidad de microclimas y suelos con características favorables, que le permiten cultivar un sin número de frutas tanto en clima cálido, templado y frío, que deberá ser tomado en cuenta por los ecuatorianos para hacer producir y mejora los recursos naturales que permitan generar mayores fuentes de empleo debido a que todo es una cadena, y por ende generar volúmenes económicos.

- ✓ Se recomienda a al gerente de la empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda.”, en caso de ejecutarse mantener a sus empleados la aspiración de superación, e investigando como también capacitándose en la aplicación de nuevas teorías o metodologías que lleven a la empresa a un mejoramiento continuo de sus operaciones para poder lograr un producto de excelente calidad y abrir la apertura de nuevos clientes para la empresa generando mayores ganancias para sí mismos.

- ✓ Es importante que la empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda.” su producto cumpla con los requisitos del mercado canadiense con respecto al etiquetado y empaque este deberá ser en fundas de poliéster – polietileno los canadienses consumen pulpa de frutas de 500g y 1 kg su idioma en el empaque deberá manejarse en inglés y en francés como lo requiere el mercado canadiense.

- ✓ Con respecto al aspecto técnico es importante que la empresa “frutas de la montaña cía Ltda.” de acuerdo a las especificaciones del fabricante de la maquinaria y equipos se planifique mantenimiento a fin de que se mantenga la funcionalidad durante todo el ciclo de producción.

- ✓ Con respecto a la materia prima tendrá que obtener una reserva en bodega para mayor precaución para abastecer el consumo nacional y poder satisfacer la demanda de los canadienses en el que se cree conveniente realizar mayores convenios con productores de mora a fin de garantizar la ejecución del proyecto y que esto no sea un limitante, ya que el mercado es muy favorable.

- ✓ Debido a la nueva apertura de mercado es necesario que la empresa cuente con una página web, es una herramienta necesaria para agilizar procesos de negocios, donde se incluya la información de la empresa, de los productos que esta empresa produce su ubicación, contactos y compras por on line en diferentes idiomas para mayor accesibilidad a los compradores extranjeros.

- ✓ Se recomienda que se impulse la producción para generar mayor oferta exportable y poder satisfacer mayor parte de la demanda insatisfecha de la población de Quebec. El consumo de pulpa de mora aporta nutrientes y vitaminas especialmente recomendado para los baby-boomers.

V. PROPUESTA

5.1 TITULO

Plan de exportación para la comercialización de pulpa de mora desde la provincia de Imbabura hacia la mejor opción del mercado internacional.

5.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

Luego del análisis e interpretación de la investigación de mercados, se pudo determinar que el mercado óptimo para la comercialización de pulpa de mora es Canadá, además que la empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda” tiene la capacidad de producción necesaria para destinar cierta parte a la comercialización internacional.

Se considera que el mercado de destino para la comercialización de pulpa de mora es Canadá, por tal motivo se ha considerado como una oportunidad para comercializar el producto hacia el país antes mencionado.

Para llevar a cabo la comercialización de pulpa de mora se consideró el desarrollo y aplicación de un plan de exportación, el cual analiza los costos exactos y reales de las actividades en que incurre dicho proceso, permitiendo establecer costos, tiempo y requerimiento de exportación a la mejor opción de mercado en este caso Canadá, en que se enseña cuales son los recursos necesarios para cumplir con este objetivo se da a conocer a la empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda.” las condiciones exigidas por los canadienses que garantice el éxito de dicha investigación y que conlleve a un beneficio a la empresa investigada.

5.3 JUSTIFICACIÓN

La exportación de pulpa de mora al mercado de Canadá-Quebec, representa una oportunidad comercial para la empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda” , misma que se encuentra ubicado en la Provincia del Imbabura, debido a que el desarrollo de esta actividad le permitirá mejorar su situación económica y de crecimiento comercial, siendo el precio del producto un factor positivo, el cual permitirá ser más competitivo en el mercado antes mencionado.

Esta empresa cuenta con una excelente ubicación geográfica y se encuentra cerca de las zonas de producción mora de castilla. Cabe mencionar que la empresa ofrece pulpa de frutas 100% naturales cuenta con registro sanitario , etiqueta sello verde, es muy exigente al momento de recibir el producto a la plata, el producto que adquiere esta empresa debe ser certificada y cumplir con las buenas prácticas de manufactura.

Un aspecto importante que se debe tomar para el desarrollo de la investigación es que la empresa debe cumplir con la documentación becesaria como el certificado internacionl e incurri en otros gastos para cumplir dicho plan de exportación, permitiendo determinar si el mismo es viable o no realizar la comercialización de pulpa de mora.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General

- ✓ Diseñar un plan de exportación para la comercialización de pulpa de mora desde la provincia de Imbabura hacia el mercado de Canadá

5.4.2 Objetivo Específicos


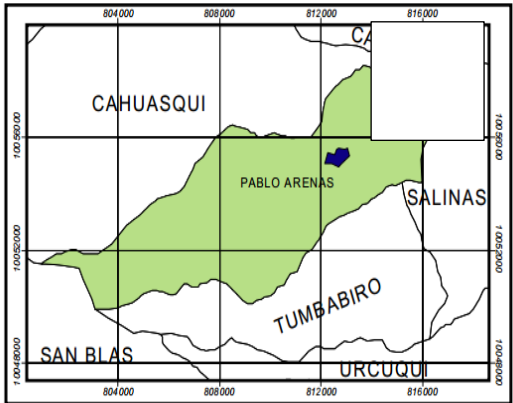
- ✓ Desarrollar un estudio técnico de la empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda” para la comercialización de pulpa de mora para su posterior comercialización al mercado de Canadá-Quebec.
- ✓ Diseñar un plan de exportación hacia el mercado de Canadá que facilite el análisis de los procedimientos y requerimientos necesarios para la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura.
- ✓ Determinar la rentabilidad financiera de la exportación de pulpa de mora hacia el mercado de Canadá-Quebec.

5.5 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO-TÉCNICA.

5.5.1 Estudio Técnico

Macro Localización: La presente investigación se realizará en el país Ecuador **Imbabura** es una provincia de la Sierra Norte de Ecuador. La capital de la provincia es Ibarra y las principales ciudades son Cotacachi, Otavalo, Atuntaqui, Pimampiro y Urququi.

Tabla 44. Localización de la Empresa

Macro localización	Micro localización
 <p data-bbox="331 1163 797 1199">República del Ecuador-Imbabura</p>	<p data-bbox="932 688 1365 724">Cantón San Miguel de Urququi</p> 
<p data-bbox="984 1220 1325 1255">Parroquia Pablo Arenas</p>	

Fuente: google map

Elaborado por: Autora

5.5.2 Micro localización: La ubicación de la empresa “Frutas de la Montaña Cia Ltda.” Se encuentra ubicada en la Provincia de Imbabura, Canton San Miguel de Urququi- Parroquia Pablo Arenas.

5.5.3 Nombre de la Empresa de Fabricación: “Frutas de la Montaña Cía Ltda.”

5.5.3.1 Slogan

"Frutas de la Montaña Cía Ltda., 100% natural". Con este slogan se identifica y se posiciona la pulpa de frutas como un producto que ofrece cualidades nutricionales, especialmente sus propiedades de reducción de colesterol, está comprometida con la calidad, seguridad y buenas prácticas de manufactura en el área de procesamiento de dicho alimento, su alto contenido de fibra, vitaminas a y c, y su bajo nivel de calorías, es rico en minerales, especialmente calcio, hierro y fósforo; contiene niveles importantes de proteína y caroteno. Fortalece el sistema inmunológico y la visión, además de funcionar como antioxidante es una buena fuente de pectina (coagulante de azúcar).

5.5.3.2 Logotipo



Misión:

Producir, transformar y comercializar productos alimenticios derivados de las frutas para satisfacer las necesidades del mercado local tanto industrial como de pequeños consumidores, entregándoles productos 100% naturales que cumplan con estándares de calidad nacionales e internacionales conservando el medio ambiente y fomentado el desarrollo sostenible del país.

Visión:

Lograr reconocimiento local, nacional e internacional con una empresa competitiva, destacada por la calidad de sus productos, su servicio al cliente y a la comunidad.

5.5.3.3 Características de la Empresa “Frutas de la Montaña cía Ltda.”

Para abastecer a esta empresa el producto debe ser certificado y de buena calidad sin que la fruta pierda el pH, y practicar las buenas prácticas de manufactura (BPM) según (Pérez 05/2015) gerente de la empresa, el que toma en cuenta los siguientes aspectos: controles básicos de higiene en la manipulación, almacenamiento, envasado, empaçado, transporte y distribución de la fruta a la planta. Es importante considerar que la demanda de la mora siempre este en rotación, cada semana, en que es importante siempre tener en almacenamiento el producto por diversos factores.

5.5.3.4 Tamaño y Cadena de Distribución de la Empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda.”

Es una planta industrial que cuenta con todas la herramientas de procesamiento y área de producción adecuada para la elaboración de la pulpa de mora, la cual prevé adquirir tecnología de punta para el procesamiento de pulpa de frutas. (Pérez, 05/2015)

Cadena de Distribución “Frutas de la Montaña Cía Ltda.”



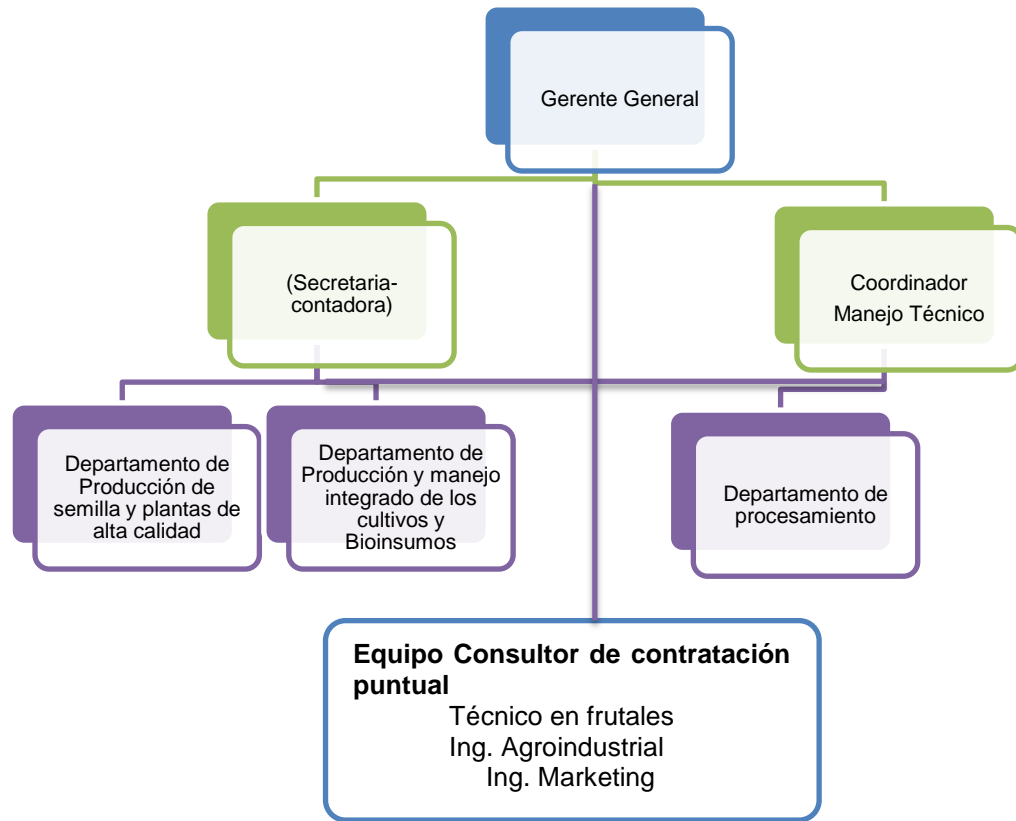
Fuente: (Pérez, 05/2015)

Elaborado por: Carla Ramírez

Cabe mencionar que la tabla que se muestra a continuación la empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda.” abastece el consumo nacional de Imbabura a cadenas y hosterías en 100g, a hoteles y restaurantes, en que menciono lo siguiente que la pulpa de mora es consumida por personas de clase alta, por el costo , también nos supo manifestar que de una pulpa de mora de 100g obtienen un vaso ½ de jugo en el que los hoteles lo venden a 2\$,mientras que la empresa la entrega a un precio de 0,60ctv.(Andrés Perez,05/2015)

5.5.3.5 Organigrama Organizacional de la Empresa Frutas de la Montaña Cía Ltda.

La estructura organizacional parte el gerente general es la máxima autoridad para la toma de decisiones, de esta manera aprobar proyectos que conlleven a que la empresa crezca económicamente a nivel nacional e internacional, de igual manera se encarga de la planificación para la ejecución de las actividades, realizando seguimientos y evaluaciones dentro de la empresa.



La organización “Frutas de la Montaña Cía Ltda.” Tiene como política realizar las diferentes actividades de la empresa con la participación de :

El Gerente General: Se encarga de supervisar a los departamentos del área, identificar cualquier anomalía que suceda en la empresa para poder solucionarla. Atiende las quejas de los empleados, clientes y proveedores, por pequeñas que sean, encargarse de que se supla cualquier puesto si es necesario.

Secretaria-Contadora: Lleva al día el libro de cuentas, maneja ingresos, egresos de la empresa, realiza informes mensuales, anuales, semestrales, entre otros.

Departamento de Producción de semilla y plantas de alta calidad: Es el encargado de realizar adquisiciones y certificar un buen material vegetativo para los socios que van a incrementar nuevas áreas de cultivo de frutales que van en beneficio de la empresa de igual manera realiza en seguimiento de la parte productiva de las materias primas.

Departamento de Producción y manejo integrado de los cultivos y Bioinsumos: Este tiene a su responsabilidad de garantizar la producción de las materias primas mediante la capacitación a los productores en manejo de plagas y enfermedades postcosecha, selección calendarios de siembra, regula la producción de la materia prima busca fortalecer la empresa con la integración de nuevos socios que reúnan el perfil que la empresa ha diseñado.

Departamento de procesamiento: Se encarga de cumplir con las Buenas Practicas de Manufactura al momento de transformar el producto a pulpa cumpliendo con las normas sanitarias.

Equipo consultor: Se contratara profesionales para que puedan cumplir consultorías de profesionalización a los socios según las necesidades de la empresa por lo cual es una necesidad de profesionales con diferentes perfiles profesionales. (Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio, 2009, pág. 173)

5.5.3.6 Determinación de la Organización de la Empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda”

El factor o talento humano es indispensable en una organización para lo cual la empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda”, cuenta con el siguiente número de personas que desempeñan su trabajo en ella y se muestra en la siguiente tabla.

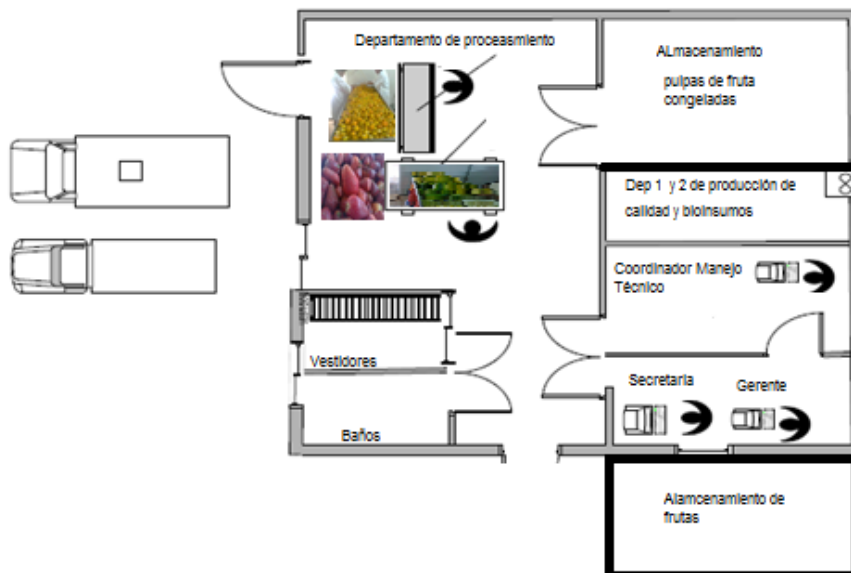
Ilustración 27.Requerimiento de Mano de Obra

Personal	Número de personal
Gerente General	1
Secretaria Contador	1
Dep. Porduc. Semilla y plantas.	1
Dep. Produc. y manejo integrado	1
Dep. De procesamiento	2
Técnico de alimentos	1
Total	7

Fuente: (Andrés Pérez,2015)

Elaborado Por: Autora

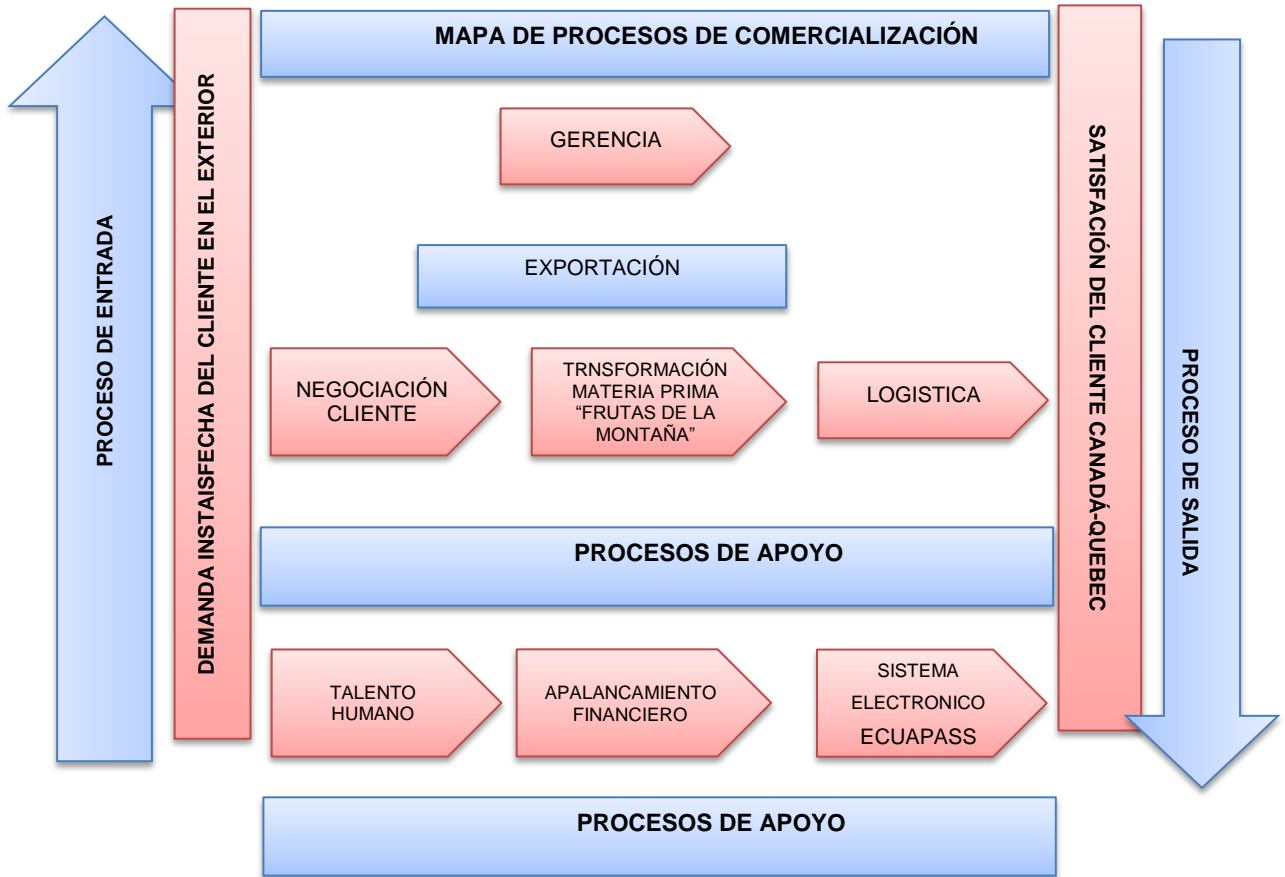
5.5.3.7 Diseño de la Planta “Frutas de la Montaña Cía Ltda.”



Elaborado: Carla Ramírez

5.5.3.8 Mapa de Procesos

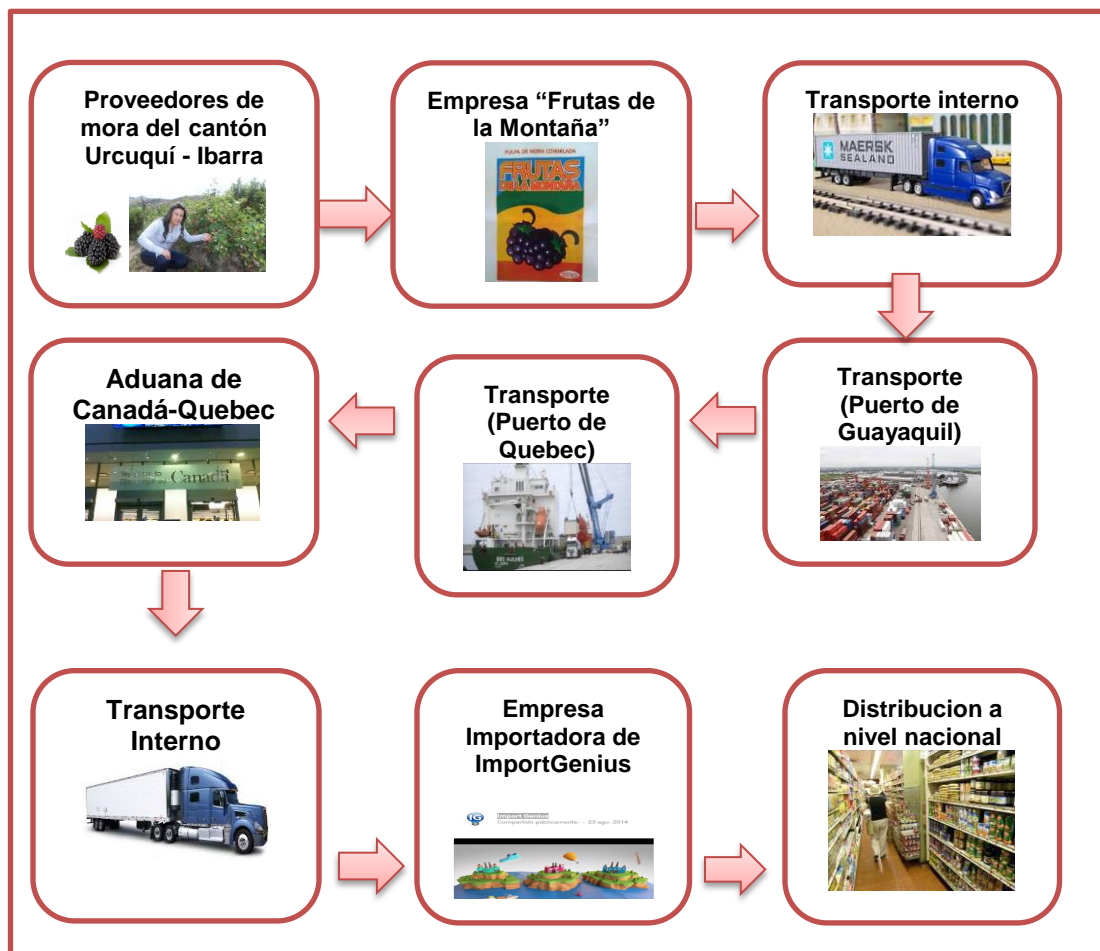
Mapa de procesos para la exportación de pulpa de mora



Elaborado Por: Carla Ramírez

5.5.4 Modelo Operativo de la Propuesta

Para el desarrollo de la propuesta se tiene una estructura operativa, que se detalla desde la adquisición de la materia prima, hasta su comercialización en el país de destino, misma que se diseña a continuación:



Fuente: Estudio Investigativo
Elaborado Por: Carla Ramírez

La exportación se realiza a través del siguiente proceso el cual inicia con: establecer la carga a transportar, preparación de la carga, embalaje, marcado, unitarización, cubicaje, componentes y costos, información del producto y costos directos de la distribución, cada uno de estos tienen un costo y tiempo específico lo cual lleva a conocer el costo real del producto en sus tres fases principales (origen, tránsito y destino).

En la tabla anterior se indica el proceso de exportación, se lo realiza en termino CIF (costo, seguro y flete), en donde la responsabilidad del intermediario terminara en la entrega de la mercancía en el puerto de embarque que es Quebec, teniendo en cuenta el seguro y el flete principal para transportar la mercancía, los demás tramites corresponden a la empresa importadora, en este caso “ImportGenius”

Paso N° 1: Establecer la carga a transportar

Características de la carga: Las pulpas de mora que se elaboran en la empresa “Frutas de la Montaña Cia Ltda se lo ha considerado como un producto de carga general unitarizada, en cajas de cartón.

Empaque: Es la manera de presentar el producto para la venta en este caso son fundas plásticas de polipropileno las pulpas son de 500g cada una.Estas deberán adecuarse a fundas con cierre abre fácil.



Embalaje: El empaque es más adecuado para exportar pulpa de mora es una caja de cartón máximo con una capacidad de 25 kg de las siguientes medidas ancho de 22cm x largo de 35.5 x alto de 14.5 en el que consta 12 pulpas congeladas de 500g.

Capacidad (kg)	Ancho de caja(cm)	Largo de caja(cm)	Alto de caja(cm)
25	22	35.5	14.5



Paso Nº 2 Estándares o Normas Internacionales



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 ean, sigla de european article numbering. (guía llogística internacional,2014. Pag. 16, párr.1-4).

5.5.3 Almacenamiento del Producto:

Una vez terminada la pulpa de mora será almacenada en cuartos fríos de la empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda.”, hasta el momento en que sean preparados para su traslado hasta el puerto de Guayaquil para embarcarlos con destino a Canadá-provincia de Quebec (puerto de Quebec).

5.5.4 embalaje (unidad de carga) medidas pallets

Pallet universal o americano mide 1,20 x 1,00 metros (largo x ancho), el pallet europeo mide 1,20 x 0,80 metros (largo x ancho). La altura máxima para los 2 tipos de pallets es de aprox. 14 cm. Un contenedor de 40 pies tiene capacidad para transportar internamente un total de 23 pallets europeos (120 x 80 cm) o 20 pallets americanos (120 x 100 cm), aprovechando la superficie del contenedor en un 80% y 87% respectivamente.(guía logística internacional,2014. Pag. 24, párr.6-7).



Unitarización del producto: Considerando la naturaleza del producto y el medio de transporte a utilizar se determina que la carga debe ser transportada en pallets.


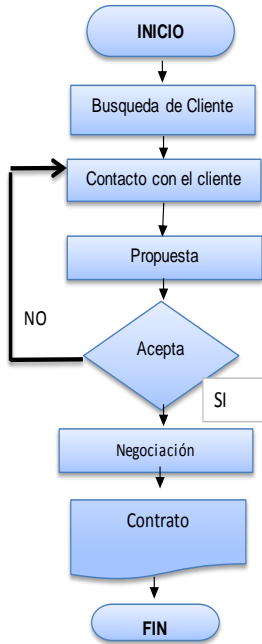
5.5.5 Medio de transporte de carga internacional:

La agencia a exportar es marítima de acuerdo PROECUADOR su costo es de \$6.600 por cada contenedor refree de 40", el tiempo es de 22 días al puerto de Quebec-Montreal.

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. Un contenedor reefer aproximadamente tiene el costo de USD 6.600,00 (PROECUADOR, Pág. 10 parr. 6)


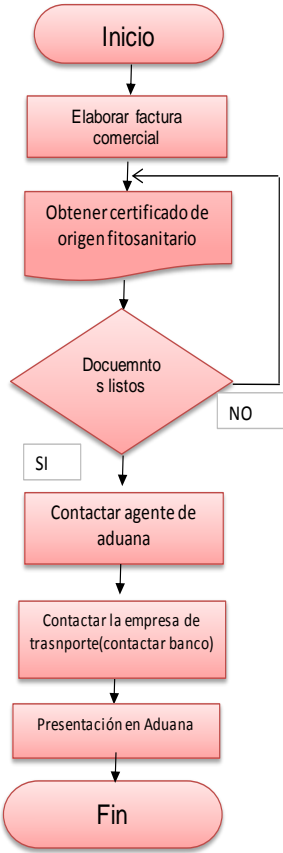
5.4.4.1 Manual de Procedimientos

Tabla 45. Flujograma Negociación Internacional

	NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL			Código:	NI-0011
				Versión:	000
				Páginas:	1-1
Responsable:	Gerente				
Objetivo:	Realizar la negociación internacional con el Broker(Canadá)				
Alcance:	Contacto con el cliente y elaboración del contrato de compra venta				
1.DETALLE					
Responsable	Detalle			Documento	
Gerente	1.-Busqueda de clientes potenciales			Internet	
Gerente	2.-Contactarse con el cliente			Correo electronico	
Gerente	3.-Pre-negociación,demostración del producto.			Correo electronico	
Gerente	4.-Negociación de la propuesta			Teléfono	
Gerente	5.-Acuerdo(cantidad,incoterms,precio)			Teléfono	
Gerente	6.-Elaboración y firma de contrato			Correo	
Gerente/Cliente	7.-seguimiento de la venta			Teléfono	
 <pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> Busqueda[Busqueda de Cliente] Busqueda --> Contacto[Contacto con el cliente] Contacto --> Propuesta[Propuesta] Propuesta --> Acepta{Acepta} Acepta -- NO --> Contacto Acepta -- SI --> Negociacion[Negociación] Negociacion --> Contrato[Contrato] Contrato --> FIN([FIN]) </pre>					
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO					
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE	
Eficacia	Ventas realizadas/cliente contactado	valor minimo aceptable	mensual	Gerente	
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO					
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA		AMBIENTE DE TRABAJO		
Gerente/tramitador	Equipo de computo,Vehiculos		NINGUNO		
REVISADO	Aprobado		FECHA		
Gerente	x		30/06/2015		


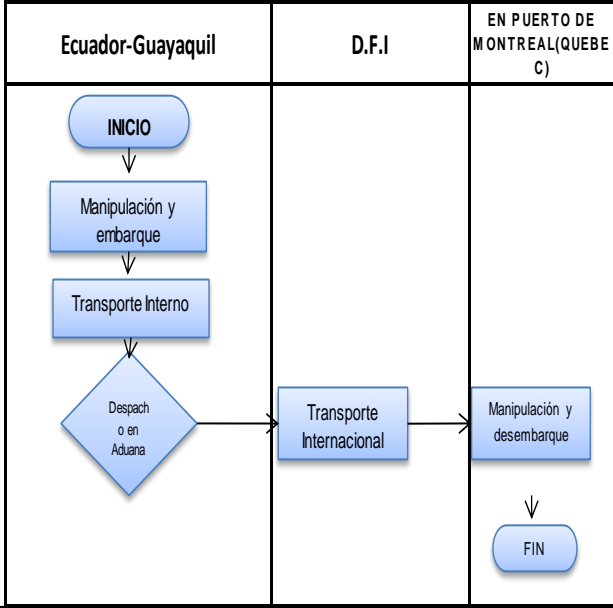
Elaborado Por: Carla Ramírez

Tabla 46. Flujo Grama Documento de Exportación

	DOCUMENTACIÓN DE EXPORTACIÓN			Código:	DE-001
				Versión:	001
				Páginas:	1-1
Responsable:	Tramitador de exportación				
Objetivo:	Obtener documentos de exportación				
Alcance:	Salida definitiva de exportación				
	Responsable	Detalle	Documento		
Tramitador		1.-Elaborar Factura comercial	Factura comercial		
Tramitador		2.-Obtener certificado de origen y fitosanitario	Certificado de Origen		
Tramitador		3.-Contactar al agente de aduana	Certificado Fitosanitario		
Tramitador		4.-Contantar la empresa de trasnporte	Correo,Teléfono		
Tramitador		5.-Contactar al banco (giro directo)	Teléfono		
 <pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> A[Elaborar factura comercial] A --> B[Obtener certificado de origen fitosanitario] B --> C{Documento s listos} C -- NO --> B C -- SI --> D[Contactar agente de aduana] D --> E[Contactar la empresa de trasnporte(contactar banco)] E --> F[Presentación en Aduana] F --> Fin([Fin]) </pre>					
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO					
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	MODICIDAD DE CÁLCU	RESPONSABLE	
Docuemntos	Obtención de documntos requeridos	3	mensual	Tramitador/gerente	
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO					
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA		AMBIENTE DE TRABAJO		
Gerente/tramitador	Equipo de computo,vehiculo refree		NINGUNO		
REVISADO	Aprobado		FECHA		
Asistente de comercio exterior	Intermediario exportador		30/06/2015		

Elaborado Por: Carla Ramírez

Tabla 47. Flujo grama Distribución Física Internacional

	DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL		Código:	DFI-001
			Versión:	000
			Páginas:	1-1
Responsable:	Tramitador exportador			
Objetivo:	Realizar la Distribución Física Internacional			
Alcance:	Enviar la mercancía de Ecuador a Canadá(Puerto Montreal -Quebec)			
1.DETALLE				
Responsable	Detalle			Documento
Tramitador exportador	1.-Supervisión manipulación y embarque de mercancías			Factura Comercial
Tramitador exportador	2.-Tansporte interno			Manifiesto de Carga
Tramitador exportador	3.-Coordinar con agente el tramitador de exportación			DAE
Tramitador exportador	4.-Transporte internacional Ecuador-Canadá			Bill of Lading (B/L)
Tramitador exportador	5.-Manipulación y desembarque de mercancías en el puerto Montreal Quebec			
				
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Despacho	Tiempo empleado en exportar	24	mensual	Gerente/Tramitador
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO				
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA		AMBIENTE DE TRABAJO	
Gerente/tramitador	Equipo de computo,Vehiculos		NINGUNO	
REVISADO	Aprobado		FECHA	
Gerente	x		30/06/2015	

Elaborado Por: Carla Ramírez

5.4.4.2 Plan De Exportación

El plan de exportación es un requisito para exportar correctamente. Nos asistirá en la planeación de la viabilidad del negocio, así como para determinar mercados, competencia, precios del mercado internacional, productos en demanda, logística, y otras actividades necesarias durante la exportación (Aduanas.com.mx, 2015)

De esta manera el plan de exportación constituye para determinar el proceso de comercialización de pulpa de mora desde la provincia de Imbabura hasta Canadá provincia de Quebec donde se encuentra la empresa importadora, teniendo como ventaja el puerto de Quebec donde se encuentra ubicado el cliente.

5.4.4.3 Capacidad del Proyecto

La capacidad de producción de la empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda.”, son de veinte toneladas mensuales obtenido un total de 240 toneladas anuales, cantidad que se destinara para la exportación asía el mercado de Canadá.

A continuación se detalla los datos de la mercancía a exportar.

5.4.4.4 Información Básica del Proyecto

La información específica de la pulpa de mora es necesario conocerla para el estudio logístico, tomando en cuenta para la comercialización desde la adquisición del producto en el país de origen.

5.5. 2 Estimación de ventas

Producto	Ventas anuales en cajas - proyección				
	2015	2016	2017	2018	2019
Fundas de propileno (pulpa de mora 500g)	36.333	38.150	40.058	42.060	44.163
Total	36.333	38.150	40.058	42.060	44.163

El anterior cuadro representa las ventas proyectadas a 5 años, los cálculos permiten determinar que las proyecciones hasta el año 2019 son crecientes en donde siempre va a existir demanda en el país de destino y de acuerdo a resultado el proyecto es factible.

Tabla 48. Información básica del producto

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO:		VALOR EXW			
Nombre técnico o comercial del producto	Pulpa de mora				
posición arancelaria en el país exportador	2008.99				
posición arancelaria en el país importador	2008.99.90.00				
unidad comercial de venta	Cajas				
moneda de transacción.	Usd				
valor ex-work de la unidad comercial.	24,87	25,87	26,92	27,98	29,09

Fuente: Investigación De Campo

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

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 pulpa de mora en Fabrica(Ex work) es de 24,87 Usd.

Tabla 49. 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	Quebec	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Nº de unidades comerciales por embarque	3028	3179	3338	3505
Valor inicial del embarque (EXW)	75313	82255	89856	98085
tipo de embalaje	Cajas			
tipo de unidad de carga	Contenedor Refree			
Nº total de embalajes	3028			
Nº total de unidades de carga	1,00			

Fuente: Investigación De Campo

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

La información básica del embarque permite conocer el origen del producto, el lugar de embarque, lugar de destino, cantidad comercial del embarque, entre otros datos que son de mucha importancia debido a que facilita la identificación de la ubicación de origen y destino, el numero de cajas a enviarse anualmente son 3028 , Valor inicial del embarque (Ex-work) 75.313 usd.

El tipo de unidad de carga es en contenedor Refree de 40 pies en el que se toma en cuenta las siguientes especificaciones:

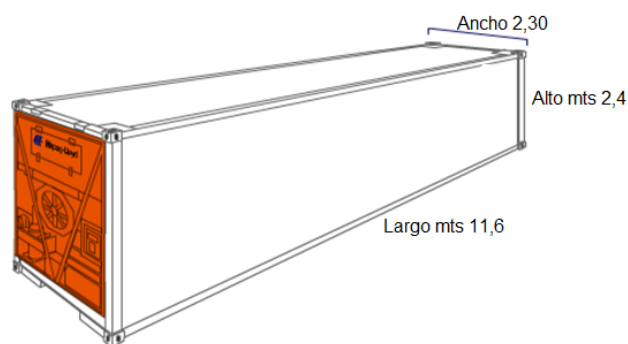


Tabla 50. Dimensione Contenedor Reefer**Dimensión Interna****Apertura de la Puerta**

Medidas	Longitud	Ancho	Altura	Ancho	Altura
Milímetros	11,60	2,294	2,40	2,288	2,188
Pies	37' 11 1/4"	7' 6 1/4"	7' 1"	7' 6"	7' 2 1/8"

Peso

Medida	Max Bruto	Tara	Capacidad Max
Kilogramos	34,000	4,600	29,400
Libras	74,960	10,140	64,820

Fuente:Hapag-Lloyd**Elaborado por:**Carla Ramírez

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). (PROECUADOR Pág 8 Párr 3 2014)

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 51. Información adicional

Información 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	8,25%
Tasa promedio de inflación anual	3,99%
Inflación anual país de destino	1,20%

Fuente: Investigación De Campo**Elaborado Por:** Carla Ramírez (2015)

En cuanto a la información adicional, se identificó que el mejor término de negociación es CIF

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 beneficiariodel 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)

De acuerdo a esta especificación para realizar la negociación se identifica conveniente el término CIF, y el pago através de una carta de crédito

Tabla 52. Calculo de pallets y cajas

CALCULO DE CUBICAJE									
	CALCULO DE CUBICAJE	Empaque / Embalaje (cajas)	Unidad de carga (pallet)	Estimación del espacio	Nº de pallets a utilizar año 1	Nº de pallets a utilizar año 2	Nº de pallets a utilizar año 3	Nº de pallets a utilizar año 4	Nº de pallets a utilizar año 5
Pallet	Nº de unidades	12	84		36	38	40	42	44
	Largo mts	0,35	1,2	3					
	Alto mts	0,14	1	7					
	Ancho mts	0,22	1	4					
	volumen total del embarque	0,01	1,2	111,317					
	Peso por unidad kg	6	504	84					
	Peso total del embarque ton	0,01	0,504	84					
SALDOS PARA OTRO TIPO DE VEHICULOS					0	0	0	0	0

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

En la tabla del calculo del cubicajes podemos identicar el numero de pallets para el primer año son 36 y cada pallet contenera 84 cajas, obtenido un total de 3028 cajas cada caja pesa 6kg.

Datos de embarque

Tabla 53. Calculo del contenedor refree 40´

Matriz para contenedor refree 30 TN	Cáñculo del Cubicaje	Empaque / Embalaje	Unidad de carga	estimacion del espacio	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	84	36	2943,78	1,00	1,05	1,10	1,16	1,22	
	Largo mts	1,2	11,6	9						
	Alto mts	1	2,4	2						
	Ancho mts	1	2,3	2						
	volumen total del embarque	1,2	64,03	53,36						
	Peso por unidad kg	504	18144	36						
	Peso total del embarque ton	0,504	18,144	36						
	SALDOS PARA OTRO TIPO DE VEHICULOS									-2992

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

El contenedor conveniente para la exportación de la pulpa de mora es el reefer de 40", el cual tiene una unidad de refrigeración en uno de sus extremos que sirve para mantener productos perecederos en buenas condiciones, hasta que lleguen al lugar de destino. Este contenedor tiene una capacidad de peso de más de 30 Tn, y en nuestro proyecto se determinó una cantidad de 18,144 Tn, esto quiere decir que es la cantidad de pallets que nos entran en el contenedor pesando 18,144 Tn cumple con no se lo utilizaría al máximo, pero en cuanto a volumen si se lo haría, puesto que la pulpa de mora va empacada en cajas las cuales ocupan gran parte del espacio, cabiendo 3028 cajas en un contenedor.

Los datos representados corresponden a 12 envíos mensuales de 18,144 tn mensuales la producción de Imbabura es a escala durante todo el año, por lo que se puede obtener un cosecha constante. Ya que por costos de transporte no se puede enviar las 20 tn ofertadas por la empresa, porque incurriríamos en mayores gastos y el sobrante no es significativo.

Tabla 54. Estimación de Ventas

	2015	2016	2017	2018	2019
Datos					
Oferta exportable Tn	218	229	240	252	265
Demanda insatisfecha	6.685	7.019	7.370	7.739	8.126
% de cobertura de la demanda	3,26%	3,26%	3,26%	3,26%	3,26%
Frecuencia de envío	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual
Número de envíos al año	12	12	12	12	12
Tamaño del embarque en Tn	18	19	20	21	22
Nº de empaques / embalajes	3.028	3.179	3.338	3.505	3.680
Nº de pallets	36,04	37,85	39,74	41,73	43,81
Nº de vehículos 30 Tn por mes	1,00	1,05	1,10	1,16	1,22
Nº de empaques / embalajes / envío	3028	3179	3338	3505	3680
Estimación de ventas según envases por envío	36333	38150	40058	42060	44163
Estimación de ventas según empaques/ embalajes al año	36333	38150	40058	42060	44163
Estimación de ventas según embalaje x Tn año	218	229	240	252	265

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

Para estimación de ventas se tomó en cuenta la oferta exportable de la empresa "Frutas de la Montaña Cía Ltda." en donde anualmente se enviara el primer año 218 Tn anual y la demanda insatisfecha del país de destino que es 6.685, logrando un porcentaje de cobertura de 3,26%, los envíos se realizarán mensualmente en el que se ocupara 3028 cajas y 36 pallets que van a contener 84 cajas de 12 unidades de pulpa cada una.

Tabla 55. envase, empaque y unitarización

Envase				
Descripción	Costo unitario usd	Cantidad	Costo total usd	Costo total de operación usd
Fundas polipropileno	0,13	36333	4723	4723
Cajas de cartón	0,32	3028	969	969
Pallets	15	36	540	540
Sunchos/armas	0,8	36	29	29
Totales				6261

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

La empresa deberá realizar los gastos de envase, empaque y unitarización sumamente necesarios para la exportación a Canadá las fundas de polipropileno deberán ser cambiadas a abre fácil y el empaque con los respectivos datos requerido en dos idiomas, cantidad, peso y fecha de consumos. “Frutas de la Montaña Cía Ltda” no cuenta con las cajas, pallets y sunchos para llevar con mayor seguridad la mercadería al país de destino Canadá-Quebec, mismos que serán necesarias para realizar la exportación.

Tabla 56. manipuleo en el local del exportador

Manipuleo en el local de exportador				
Descripción	Costo por vehículo	Cantidad	Tiempo en horas	Costo total de operación usd
Cargue de los pallets al vehiculo 40 pies refrigerado	70	1,00	8	70
Totales				70

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

El costo de manipuleo corresponde a la actividad de subir la unidad de carga en el camión que posteriormente trasladará la mercancía al puerto de origen, el precio varía según la empresa transportadora que en este caso Andres Pérez Gerente de la empresa” Frutas de la Montaña Cia Ltda” sugirió la empresa MAERSK SEALAND Guayaquil S.A.

Tabla 57. Documentación exportación

Documentación				
Descripción	Costo unitario usd	Cantidad	RR.HH.	Costo total de Operación usd
Factura comercial	0,25	1	2 personas	0,25
Lista de empaque	0,15	1		0,15
Certificado de origen	11,2	1		11,2
Certificados fitosanitario	15	1		15
B/I	45	1		45
Otros	50	1		50
Totales				121,6

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

Para cumplir el proceso de documentación en aduana se debe cumplir con los documentos expuesto anteriormente :La documentación es uno de los aspectos más importantes para poder certificar la legalidad de la mercancía en la exportación, así como la calidad del producto es decir, que se encuentre libre de plagas y contaminantes que puedan afectar la salud de los consumidores, en donde es importante certificado fitosanitario para ingresar al país de destino y el certificado de origen para gozar de las preferencias arancelarias que otorga canada al ecuador, los demás son gastos que incurrirán en el plan de exportación.

5.5.5. 1 Transporte Interno

Tabla 58. Transporte Interno

Descripción	Costo unitario por vehículo	Cantidad de vehículos	Costo total de operación usd
Flete interno vehículos de 30 tn	850	1,00	850
Totales			850

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

Tabla 59. Manipuleo de Embarque

Manipuleo de embarque			
Descripción	Costo por embarque	Cantidad	Costo total de operación usd
Cargue de contenedor al transporte internacional	100	1,00	100
Otros	100		100
Totales			200

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

El transporte interno es un costo adicional de la exportación, que corre por cuenta del vendedor para llevar la mercancía desde la bodega hasta el puerto de embarque en destino. El transcurso de Imbabura hasta el puerto de Guayaquil es de un día y medio y el costo se lo cotiza a través del Gerente de la empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda” sugiriendo la empresa MAERSK SEALAND.

5.5.5. 2 Agentes

Tabla 60. Agentes

Descripción	Honorarios profesionales	RR.HH.de la empresa	Costo total de operación usd
Agente de carga	120	2	120
Agente de aduana	150		150
Otros	50		50
Totales			320

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

Tabla 61. Costos Bancarios

Descripción	Valor FCA	Tasa del banco	Costo final usd
Costos carta de crédito	73346,53	2,00%	1466,93

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

El pago de la exportación se lo realizó por medio de una carta de crédito efectuada con el banco del pichincha, con una tasa del 2% del valor FCA.

5.5.5.3 Transporte Internacional

Cuando el contenedor se encuentre en el puerto de Guayaquil se realizara los trámites respectivos con destino al puerto de Montreal-Quebec.

Tabla 62. 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 refree Guayaquil-Canadá	6600	1,00	22	6600
Totales			22	6600

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

El costo por el flete internacional se lo determinó con la empresa, aquí se establece el tiempo del tránsito internacional que es de 22 días desde el puerto de Guayaquil hasta Canadá-Quebec.

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. Un contenedor reefer aproximadamente tiene el costo de USD 6.600,00 (PROEcuador, Pág 10, Párr.6, 2014)

Tabla 63. Seguro Internacional

SEGURO INTERNACIONAL			
Descripción	Valor asegurado	Prima	Costo de Operación
cobertura de todo riesgo	85753,38	2%	1.715,07

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez

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

5.5.5.5 Incoterms

Tabla 64. Incoterms de Negociación Ecuador- Canadá

INCOTERMS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Valor del embarque	75.313	82.255	89.856	98.085	107.067
Unitarización	570	622	680	742	810
EXW	75.883	82.877	90.536	98.827	107.877
Manipulación local X	70	146	151	157	164
Unitarización	0	0	0	0	0
FCA/FAS	75.953	83.023	90.688	98.984	108.041
Transporte interno	850	1.768	1.838	1.911	1.988
Manipuleo Embarque	200	312	324	337	351
Agentes	320	333	360	405	473
Documentación	122	126	137	154	180
Capital e inventario país de origen	190	209	228	249	272
Bancarios	1.519	1.660	1.814	1.980	2.161
FOB	79.153	87.432	95.389	104.020	113.464
Flete Internacional	6.600	13.726	14.273	14.842	15.433
CFR	85.753	101.158	109.662	118.862	128.898
Seguro Internacional	1.715	2.023	2.193	2.377	2.578
CIF	87.468	103.181	111.855	121.239	131.476
Capital e inventario transito internacional	451	532	577	625	678
Manipuleo desembarque	11.114	12.135	13.249	14.466	15.794
DAT	99.033	115.847	125.681	136.330	147.948
Almacenamiento temporal	300	304	307	311	315
Documentacion	100	101	102	104	105
Agentes	320	333	360	405	473
Transporte interno	600	624	649	675	702
DAP	100.353	117.209	127.099	137.824	149.542
Aduaneros	8.047	9.493	10.291	11.154	12.096
Capital e inventario país de destino	83	97	106	114	124
DDP	108.484	126.799	137.495	149.092	161.762

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

Luego de analizar cada uno de los costo 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 1,20%.

Tabla 65. Matriz General

COSTOS DIRECTOS PAÍS DE EXPORTACION		
DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO DÍAS
Empaque(Fundas de propileno)	4723,3	2,0
Embalaje (Cajas de cartón)	969	2,0
Unitarización(Pallets,sunchos amarras)	570	4,0
Manipuleo en el local del exportador (Cargue de los pallets al vehiculo 40 pies Refrigerado)	70	0,0
Documentación	122	0,0
Transporte interno(Flete interno vehículos de 30 Tn)	850	1,0
Manipuleo Embarque (Cargue de contenedor al Transporte internacional)	200	0,1
Agentes(carga-aduanas)	320	1,1
COSTOS INDIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN		
Bancarios (Costos Carta de Crédito)	1519	0,3
Capital e inventario país de origen	190	10,5
TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR	9532	10,5
Valor Ex -work	75313	4,0
Valor FCA	75953	8,3
Valor FOB	79153	10,5
ANÁLISIS DE COSTOS EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL		
COSTOS DIRECTOS	COSTO	TIEMPO EN DÍAS
Flete internacional	6600	22,0
Valor CFR	85753	32,5
Seguro Internacional (cobertura de todo riesgo)	1715	0,3
Valor CIF	87468	32,7
Manipuleo Desembarque	300	0,3
COSTOS INDIRECTOS		
Capital e Invetario	451	22,5
COSTO DE LA DFI EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL	9066	22,5
VALOR DAT	88220	33,0
ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS IMPORTADOR		
COSTOS DIRECTOS IMPORTACION	COSTO	DÍAS
Almacenamiento temporal	300	1,0
Manipuleo desembarque	300	0,3
Documentacion	100	0,3
Agentes	320	1,1
Transporte interno	600	1,0
VALOR DAP	89.540	36,6
Aduaneros	8047	incluido en agentes
COSTOS INDIRECTOS IMPORTACION		
Capital e Inventario	74	3,6
COSTO DE LA DFI EN EL PAÍS IMPORTADOR	9742	3,6
VALOR DDP	97661	36,6
Precio (c/u) en pais de destino	32,3	
MARGEN DE VENTAS	2,30	
PRECIO DE VENTA	34,51	

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

La tabla muestra de forma detallada 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 pulpas de mora 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 97.661 dólares, además se debe mencionar que el estudio se lo realiza con un margen de utilidad del 7% que representa 2,30 dólares; obteniendo un producto con precio de venta al público de 34,51 dólares. Este valor se encuentra por debajo del precio de venta en Canadá-Quebec, considerando que las artesanías de piedra en dicho país se comercializan a un precio de 4,58 lo cual representa gran competitividad en el mercado objetivo.

Tipo de cambio :CAD-Dólar canadiense- USD- Dólar Americano.

Cantidad a convertir <input type="text" value="34,51"/>	Cantidad a convertir <input type="text" value="2,88"/>
De: USD - Dólar americano	De: USD - Dólar americano
A: CAD - Dólar canadiense	A: CAD - Dólar canadiense
Tipo de cambio CAD/USD = 1,3134	Tipo de cambio CAD/USD = 1,3134
Resultados 34,51 USD = 45,33 CAD	Resultados 2,88 USD = 3,78 CAD
34,51 CAD = 26,27 USD	2,88 CAD = 2,19 USD
Tiempo de cambio: 8/8/2015 4:09:33	Tiempo de cambio: 8/8/2015 4:09:33
cambiar el orden 1 CAD = 0,76136 USD Dólar canadiense Dólar americano	cambiar el orden 1 CAD = 0,76136 USD Dólar canadiense Dólar americano

5.5.5.6 Estudio Financiero

Dentro del estudio técnico se determinó costos e inversiones en los que la “Empresa Frutas de la Montaña Cía Ltda” deberá realizar para la puesta en marcha del proyecto de exportación.

5.5.5.6.1 Inversión

Tabla 66. Inversión Inicial

Inversión inicial	
Concepto	Valor
Inversión fija	25.451
Capital de operación	118.729
Gastos de constitución	8.120
Total inversión inicial	152.300

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

Tabla 67. Financiamiento

Estructura de Financiamiento		
Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	67%	102.009
Capital Ajeno	33%	50.291
Total	100%	152.300

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento			
Recursos	Participación	Costo	Ponderación
Propios	67%	8,25%	5,53%
Ajenos	33%	11,20%	3,70%
Total	100%		9,22%

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

Para la puesta en marcha de este proyecto, es necesario que la empresa realice una inversión inicial de 152.300 usd, en donde el 33% será financiado por instituciones financieras con un préstamo de 50.291 mismo que será pagado en tres años.

Capital de Operación	
Concepto	Valor
Costos de Producción	884.381
Gastos Administrativos	19.378
Gastos de Exportación	46.076
Total Costo Anual	949.835
Total Costo Diario	3.958
Ciclo de caja	30
Capital de Operación	118.729

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

En el capital de operación los cálculos se incluyeron los costos de producción que implican adecuar la pulpa de mora para la exportación, los servicios del personal administrativo y de exportación dando como resultado el capital de operación de 118.729 usd. Y un ciclo de caja de 30 días porque los envíos son mensuales.

Tabla 68. Activos diferidos

Los activos diferidos son los gastos de constitución de la empresa los siguientes:

Tabla 69. Activos diferidos Gastos de Constitución

Activos Diferidos - Gastos de Constitución			Total
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2015
Investigación	1	2.000,00	2.000
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
			0
Total Activos Diferidos - Gastos de Constitución			8.120

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

Los activos diferidos tiene una vida útil de 5 años con una amortización del 20%

Detalle	Valor	Vida Útil	% Amort
Activos Diferidos	8.120	5	20%
TOTAL	8.120		

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez

Tabla 70. Costos de Producción

Costos de Producción			Total	Proyección Costos de Producción			
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2015	2016	2017	2018	2019
Materia Prima			816.074	891.025	972.859	1.062.208	1.159.764
Pulpa de mora	36.333	21,60	816.074	891.025	972.859	1.062.208	1.159.764
Mano de Obra			0	0	0	0	0
Obreros	0	0	0	0	0	0	0
Costos Indirectos de Fabricación:			68.307	74.580	81.430	88.908	97.074
Envases	436.000	0,13	56.680	61886	67569	73775	80551
Embalajes	36.333	0,32	11.627	12.694	13.860	15.133	16.523
Total costos de producción			88.381	965.605	1.054.288	1.151.117	1.256.838

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

Tabla 71. Gastos Administrativos

Gastos Administrativos			Total	Proyección Gastos Administrativos				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2015	2016	2017	2018	2019	
Sueldos	1	18.658	18.658	20.711	23.209	25.091	27.125	
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			19.378	21.460	23.987	25.900	27.967	

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez

Tabla 72. Gastos de exportación (Ventas)

Gastos de Exportación (Ventas)			Total	Proyección Gastos de Exportación (Ventas)				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2015	2016	2017	2018	2019	
Unitarización	12	569,51	6.834	6.916	7.083	7.341	7.700	
Manipuleo en el local de exportador	12	70,00	840	850	871	902	946	
Documentación	12	121,60	1.459	1.477	1.512	1.567	1.644	
Transporte interno	12	850,00	10.200	10.322	10.572	10.957	11.492	
Manipuleo de embarque	12	200,00	2.400	2.429	2.487	2.578	2.704	
Agentes	12	320,00	3.840	3.886	3.980	4.125	4.326	
Costos bancarios	12	1.519,05	18.229	18.447	18.893	19.581	20.538	
Capital e inventario - país de origen	12	189,50	2.274	2.301	2.357	2.443	2.562	
Total Gastos de Exportación			46.076	46.629	47.755	49.495	51.913	

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez

Tabla 73. Balance General Proyectado con Financiamiento

BALANCE GENERAL DEL PROYECTO						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE	118729,32	165403,04	215303,57	266884,36	344648,56	429391,85
Bancos	118729,32	165403,04	215303,57	266884,36	344648,56	429391,85
ACTIVO FIJO	25450,80	22474,10	19497,39	16520,69	14160,59	11800,49
Maquinaria	21940,80	21940,80	21940,80	21940,80	21940,80	21940,80
(-)Depreciación acumulada maquinaria		2194,10	4388,20	6582,30	8776,40	10970,50
Equipo de Computo	1850,00	1850,00	1850,00	1850,00	1850,00	1850,00
(-)Depreciación acumulada equipo de computo		616,61	1233,21	1849,82	1849,82	1849,82
Muebles y enseres	1660,00	1660,00	1660,00	1660,00	1660,00	1660,00
(-)Depreciación acumulada Muebles y enseres		166,00	332,00	498,00	664,00	830,00
ACTIVO DIFERIDO	8120,00	6496,00	4872,00	3248,00	1624,00	0,00
Gasto constitución	8120,00	8120,00	8120,00	8120,00	8120,00	8120,00
Amortiza acum gtos		1624,00	3248,00	4872,00	6496,00	8120,00
TOTAL ACTIVOS	152300,12	194373,14	239672,96	286653,04	360433,14	441192,34
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE						
PASIVO NO CORRIENTE	50290,84	35357,56	18663,18	0,00	0,00	0,00
Préstamo Bancario	50290,84	35357,56	18663,18	0,00	0,00	0,00
OBLIGACIONES		19211,12	27366,19	31344,19	35426,89	39154,71
Pago Participación trabajadores (15%)		8550,94	12180,80	13951,42	15768,64	17427,91
Pago impuesto a la renta (22%)		10660,18	15185,40	17392,77	19658,24	21726,80
TOTAL PASIVO	50290,84	54568,68	46029,38	31344,19	35426,89	39154,71
PATRIMONIO						
Capital social	102009,29	102009,29	102009,29	102009,29	102009,29	102009,29
Utilidades		37795,17	53839,13	61665,27	69697,40	77031,37
Utilidades Retenidas			37795,17	91634,30	153299,57	222996,97
TOTAL PATRIMONIO	102009,29	139804,45	193643,58	255308,85	325006,26	402037,63
PASIVO + PATRIMONIO	152300,12	194373,14	239672,96	286653,04	360433,14	441192,34
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

Tabla 74. Depreciación de Activos Fijos

TABLA DE DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS							
DESCRIPCIÓN	COSTO	% DEPRECIACION	VALOR RESIDUAL	DIFERENCIA COSTO VALOR RESIDUAL	VID A UTIL	CUOTA ANUAL DE DEPRECIACION	MENSUAL
Depreciación de Maquinaria	\$ 21.941,00	10%	2194,10	19746,90	10	1974,69	164,56
Depreciación de Muebles y Enseres	\$ 1.660,00	10%	166,00	1494,00	10	149,40	12,45
Depreciación de Equipo de Cómputo	\$ 1.850,00	33%	616,61	1233,40	3	411,13	34,26
total						2535,22	211,27

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

Tabla 75. Estado de Resultados con Financiamiento

Estado de Resultados - Con Financiamiento					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas	1.016.323	1.122.620	1.224.792	1.335.620	1.456.889
Cantidad	36.333	38.150	40.058	42.060	44.163
Precio (FOB_ejemplo)	28	29	31	32	33
- Costo de Ventas	884.381	965.605	1.054.288	1.151.117	1.256.838
Utilidad Bruta en Ventas	131.942	157.015	170.504	184.503	200.051
- Gastos Operacionales	65.454	68.089	71.742	75.395	79.881
Gastos de Exportación	46.076	46.629	47.755	49.495	51.913
Gastos Administrativos	19.378	21.460	23.987	25.900	27.967
Otros Gastos	4.601	4.601	4.601	3.984	3.984
Depreciación	2.977	2.977	2.977	2.360	2.360
Amortización	1.624	1.624	1.624	1.624	1.624
Utilidad Operacional	61.888	84.326	94.161	105.124	116.186
- Gastos Financieros	4.881	3.120	1.152		0
Interés Bancario	4.881	3.120	1.152		0
Otros Gastos	0	0	0	0	0
U.A.T.I	57.006	81.205	93.009	105.124	116.186
- 15% Particip. Trabajadores	8.551	12.181	13.951	15.769	17.428
Utilidad Antes de Impuestos	48.455	69.025	79.058	89.356	98.758
- 22% Impuesto a la Renta	10.660	15.185	17.393	19.658	21.727
Utilidad Neta	37.795	53.839	61.665	69.697	77.031

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez

De acuerdo con el estado de resultados identificamos la utilidad que está teniendo la empresa durante los cinco años proyectados, en la que se demuestra que existe la capacidad de cubrir los gastos operacionales y administrativos, es decir que es rentable la inversión en este proyecto.

Tabla 76. Estado de Flujo del Efectivo con Financiamiento

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO CON FINANCIAMIENTO						
DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo inicial de caja		118.729,32	165.403,04	215.303,57	266.884,36	344.648,56
Ventas pronosticadas		1.016.322,98	1.122.619,80	1.224.791,97	1.335.620,11	1.456.889,11
TOTAL INGRESOS EN EFECTIVO		1.135.052,30	1.288.022,84	1.440.095,54	1.602.504,46	1.801.537,67
Costo de ventas		884.380,95	965.604,70	1.054.288,25	1.151.116,72	1.256.838,16
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		250.671,36	322.418,13	385.807,28	451.387,74	544.699,51
(-)Gastos Administrativos y de ventas		65.453,62	68.088,75	71.742,04	75.394,99	79.880,77
(-)Gasto interés		4.881,43	3.120,32	1.151,51	0,00	0,00
(-)Pago capital de deuda		14.933,27	16.694,38	18.663,18	0,00	0,00
(-) Depreciaciones		2.976,71	2.976,71	2.976,71	2.360,10	2.360,10
(-)Amortización acumulada		1.624,00	1.624,00	1.624,00	1.624,00	1.624,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PART.		160.802,34	229.913,98	289.649,84	372.008,65	460.834,64
Pago Participación trabajadores (15%)		8.550,94	12.180,80	13.951,42	15.768,64	17.427,91
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		152.251,40	217.733,18	275.698,43	356.240,00	443.406,73
Pago impuesto a la renta (22%)		10.660,18	15.185,40	17.392,77	19.658,24	21.726,80
UTILIDAD NETA		141.591,22	202.547,79	258.305,66	336.581,76	421.679,93
(+) Depreciaciones		2.976,71	2.976,71	2.976,71	2.360,10	2.360,10
(+) Amortización		1624	1624	1624	1624	1624
Activos fijos	25.450,80					
Activos diferidos	8.120,00					
Capital de operación	118.729,32					
Valor residual						
TOTAL FLUJO DE EFECTIVO	152.300,12	165.403,04	215.303,57	266.884,36	344.648,56	429.391,85

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

5.5.5.7 Flujos de Efectivo con Financiamiento TIR Y VAN

Permite la correcta toma de decisiones en base a los resultados obtenidos, así como también permiten determinar la analizar la factibilidad del proyecto. “el van es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.” (Crece Negocios, 2015)

Tabla 77. Flujo de Efectivo

Flujo de Efectivo Neto - Con Fincanciamiento						
Entradas de efectivo	Año 0	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Utilidad Neta		37.795	53.839	61.665	69.697	77.031
+ Depreciaciones		2.977	2.977	2.977	2.360	2.360
+ Amortizaciones		1.624	1.624	1.624	1.624	1.624
Liquidación del Proyecto						2.977
Recuperación Capital de Operación						118.729
Préstamos Bancarios						
Total Entradas	0	42.396	58.440	66.266	73.682	202.721
Salidas de Efectivo	Año 0	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Inversión Inicial	152.300					
Amortización de la Deuda		14.933	16.694	18.663		
Reposición de Activos				1.850		
Total Salidas	152.300	14.933	16.694	20.513	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-152.300	27.463	41.745	45.753	73.682	202.721

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

TABLA 78. TIR Y VAN

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	-152.300,14		
1	27.466,77	0,9155	25.147,17
2	41.746,96	0,8382	34.993,53
3	45.753,74	0,7674	35.113,25
4	73.678,61	0,7026	51.768,70
5	202.717,08	0,6433	130.406,02
		VAN	125.128,53
		TIR	28,69%
		PR	4,04
		C/B	1,82

CCP	9,22%
TIR	28,69%
VAN	125.129

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

De acuerdo a los indicadores podemos mencionar que este proyecto es viable en el que se ha determinado un valor actual neto positivo una tasa interna de retorno 28,69%, con un periodo de recuperación de 4 años y costo beneficio de 1,82 que nos quiere decir que por cada dólar invertido ganaremos 0,82\$ valor efectivo para la empresa.

Tabla 79. Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio - Con Financiamiento										
	Año 2015		Año 2016		Año 2017		Año 2018		Año 2019	
	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
Costo de Producción										
MPD		816.074		891.025		972.859		1.062.208		1.159.764
MOD		0		0		0		0		0
Costos Indirectos Fabricación										
Envases		56.680		61.886		67.569		73.775		80.551
Embalajes		11.627		12.694		13.860		15.133		16.523
Depreciaciones	0		0		0		0		0	
Total Costo de Producción	0	884.381	0	965.605	0	1.054.288	0	1.151.117	0	1.256.838
Gastos Operacionales	19.378	46.076	21.460	46.629	23.987	47.755	25.900	49.495	27.967	51.913
Gastos Administrativos	19.378		21.460		23.987		25.900		27.967	
Gastos de Exportación		46.076		46.629		47.755		49.495		51.913
Gastos Financieros	4.881		3.120		1.152		0		0	
Interés Bancario	4.881		3.120		1.152		0			
Costos y Gastos Totales	24.259	930.457	24.580	1.012.234	25.139	1.102.043	25.900	1.200.611	27.967	1.308.752
Unidades	36.333		38.150		40.058		42.060		44.163	
Costos y Gastos Unitarios	0,67	25,61	0,64	26,53	0,63	27,51	0,62	28,54	0,63	29,63
Total Costos y Gastos Unitarios	26,28		27,18		28,14		29,16		30,27	
% Utilidad	7%		7%		7%		7%		7%	
Precio de venta Unitario	28,12		29,08		30,11		31,20		32,39	
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)	9.676		9.652		9.679		9.748		10.163	

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez

El punto de equilibrio nos indica que se debería vender como mínimo de 9.676 cajas de pulpa de mora con la finalidad de no tener ni pérdidas ni ganancias, es decir lograr cumplir con las obligaciones contraídas.

Tabla 80. Balance General Projectado Sin Financiamiento

Balance General del Proyecto						
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE	118729,32	185217,74	253287,92	323631,86	401008,00	485751,30
Bancos	118729,32	185217,74	253287,92	323631,86	401008,00	485751,30
ACTIVO FIJO	25450,80	22474,10	19497,39	16520,69	14160,59	11800,49
Maquinaria	21940,80	21940,80	21940,80	21940,80	21940,80	21940,80
(-)Depreciación acumulada maquinaria		2194,10	4388,20	6582,30	8776,40	10970,50
Equipo de Computo	1850,00	1850,00	1850,00	1850,00	1850,00	1850,00
(-)Depreciación acumulada equipo de computo		616,61	1233,21	1849,82	1849,82	1849,82
Muebles y enseres	1660,00	1660,00	1660,00	1660,00	1660,00	1660,00
(-)Depreciación acumulada Muebles y enseres		166,00	332,00	498,00	664,00	830,00
ACTIVO DIFERIDO	8120,00	6496,00	4872,00	3248,00	1624,00	0,00
Gasto constitución	8120,00	8120,00	8120,00	8120,00	8120,00	8120,00
Amortiza acum gtos		1624,00	3248,00	4872,00	6496,00	8120,00
TOTAL ACTIVOS	152300,12	214187,83	277657,31	343400,54	416792,59	497551,78
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE						
PASIVO NO CORRIENTE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Préstamo Bancario				0,00	0,00	0,00
OBLIGACIONES		20856,16	28417,74	31732,25	35426,89	39154,71
Pago Participación trabajadores (15%)		9283,16	12648,85	14124,15	15768,64	17427,91
Pago impuesto a la renta (22%)		11573,00	15768,89	17608,10	19658,24	21726,80
TOTAL PASIVO	0,00	20856,16	28417,74	31732,25	35426,89	39154,71
PATRIMONIO						
Capital social	152300,13	152300,13	152300,13	152300,13	152300,13	152300,13
Utilidades		41031,55	55907,90	62428,72	69697,40	77031,37
Utilidades Retenidas			41031,55	96939,45	159368,18	229065,58
TOTAL PATRIMONIO	152300,13	193331,68	249239,58	311668,30	381365,71	458397,08
PASIVO + PATRIMONIO	152300,13	214187,84	277657,32	343400,55	416792,59	497551,79
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

Tabla 81. Estado de flujo de Efectivo Sin Financiamiento

Estado de Resultados - Sin Financiamiento					
Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Ingreso por ventas	1.016.323	1.122.620	1.224.792	1.335.620	1.456.889
Cantidad	36.333	38.150	40.058	42.060	44.163
Precio (FOB_ejemplo)	28	29	31	32	33
- Costo de Ventas	884.381	965.605	1.054.288	1.151.117	1.256.838
Utilidad Bruta en Ventas	131.942	157.015	170.504	184.503	200.051
- Gastos Operacionales	65.454	68.089	71.742	75.395	79.881
Gastos de Exportación	46.076	46.629	47.755	49.495	51.913
Gastos Administrativos	19.378	21.460	23.987	25.900	27.967
Otros Gastos	4.601	4.601	4.601	3.984	3.984
Depreciación	2.977	2.977	2.977	2.360	2.360
Amortización	1.624	1.624	1.624	1.624	1.624
Utilidad Operacional	61.888	84.326	94.161	105.124	116.186
- Gastos Financieros	0	0	0		0
Interés Bancario					0
Otros Gastos	0	0	0	0	0
U.A.T.I	61.888	84.326	94.161	105.124	116.186
- 15% Particip. Trabajadores	9.283	12.649	14.124	15.769	17.428
Utilidad Antes de Impuestos	52.605	71.677	80.037	89.356	98.758
- 22% Impuesto a la Renta	11.573	15.769	17.608	19.658	21.727
Utilidad Neta	41.032	55.908	62.429	69.697	77.031

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

Tabla 82. Estado de Flujo de efectivo sin Financiamiento

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO SIN FINANCIAMIENTO						
DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo inicial de caja		118.729	185.218	253.288	323.632	401.008
Ventas pronosticadas		1.016.323	1.122.620	1.224.792	1.335.620	1.456.889
TOTAL INGRESOS EN EFECTIVO		1.135.052	1.307.838	1.478.080	1.659.252	1.857.897
Costo de ventas		884.381	965.605	1.054.288	1.151.117	1.256.838
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		250.671	342.233	423.792	508.135	601.059
(-)Gastos Administrativos y de ventas		65.454	68.089	71.742	75.395	79.881
(-)Gasto interés		0	0	0	0	0
(-)Pago capital de deuda					0	0
(-) Depreciaciones		2.977	2.977	2.977	2.360	2.360
(-)Amortización acumulada		1.624	1.624	1.624	1.624	1.624
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PART.		180.617	269.543	347.449	428.756	517.194
Pago Participación trabajadores (15%)		9.283	12.649	14.124	15.769	17.428
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		171.334	256.895	333.325	412.988	499.766
Pago impuesto a la renta (22%)		11.573	15.769	17.608	19.658	21.727
UTILIDAD NETA		159.761	241.126	315.717	393.329	478.039
(+) Depreciaciones		2.977	2.977	2.977	2.360	2.360
(+) Amortización		1.624	1.624	1.624	1.624	1.624
Activos fijos	25.451					
Activos diferidos	8.120					
Capital de operación	118.729					
Valor residual						
TOTAL FLUJO DE EFECTIVO	152.300	185.218	253.288	323.632	401.008	485.751

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

Tabla 83. Flujo de efectivo Sin Financiamiento

Flujo de Efectivo Neto - Sin Financiamiento						
Entradas de efectivo	Año 0	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Utilidad Neta		41.032	55.908	62.429	69.697	77.031
+ Depreciaciones		2.977	2.977	2.977	2.360	2.360
+ Amortizaciones		1.624	1.624	1.624	1.624	1.624
Liquidación del Proyecto						2.977
Recuperación Capital de Operación						118.729
Total Entradas	0	45.632	60.509	67.029	73.682	202.721
Salidas de Efectivo	Año 0	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Inversión Inicial	152.300					
Reposición de Activos				1.850		
Total Salidas	152.300	0	0	1.850	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-152.300	45.632	60.509	65.179	73.682	202.721

Tabla 84. TIR Y VAN Sin Financiamiento

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	-152.300,12		
1	45.632,26	0,9155	41.778,56
2	60.508,60	0,8382	50.720,09
3	65.179,43	0,7674	50.021,30
4	73.681,50	0,7026	51.770,74
5	202.721,50	0,6433	130.408,86
		ΣFE	324.699,55
		- I.I.	152.300,12
		VAN	172.399,43
CCP	9,22%	TIR	37,45%
TIR	37,45%	PR	3,29
VAN	172.399	C/B	2,13

Fuente: Investigación

Elaborado Por: Carla Ramírez (2015)

De acuerdo a los indicadores podemos mencionar que este proyecto es viable en el que se ha determinado un valor actual neto positivo una tasa interna de retorno 37,45%, con un periodo de recuperación de 3 años y costo beneficio de 2,13 que nos quiere decir que por cada dólar invertido ganaremos 1,13\$ valor efectivo para la empresa.

Tabla 85. Punto de Equilibrio Sin Financiamiento

Punto de Equilibrio - Sin Financiamiento												
	Año 2015		Año 2016		Año 2017		Año 2018		Año 2019		Año 2017	
Costo de Producción	Fijos	VARIABLES	Fijos	VARIABLES	Fijos	VARIABLES	Fijos	VARIABLES	Fijos	VARIABLES	Fijos	VARIABLES
MPD		816.074		891.025		972.859		1.062.208		1.159.764		1.299.907
MOD		0		0		0		0		0		0
CIF												
Envases		56.680		61.886		67.569		73.775		80.551		93.882
Embalajes		11.627		12.694		13.860		15.133		16.523		19.258
Depreciaciones	0		0		0		0		0		0	
Total Costo de Producción	0	884.381	0	965.605	0	1.054.288	0	1.151.117	0	1.256.838	0	1.413.048
Gastos Operacionales	19.378	46.076	21.460	46.629	23.987	47.755	25.900	49.495	27.967	51.913	30.201	81.327
Gastos Administrativos	19.378		21.460		23.987		25.900		27.967		30.201	
Gastos de Exportación		46.076		46.629		47.755		49.495		51.913		81.327
Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Interés Bancario	0		0		0		0		0		0	
Costos y Gastos Totales	19.378	930.457	21.460	1.012.234	23.987	1.102.043	25.900	1.200.611	27.967	1.308.752	30.201	1.494.375
Unidades	36.333		38.150		40.058		42.060		44.163		49.500	
Costos y Gastos Unitarios	0,53	25,61	0,56	26,53	0,60	27,51	0,62	28,54	0,63	29,63	0,61	30,19
Total Costos y Gastos Unitarios	26,14		27,10		28,11		29,16		30,27		30,80	
% Utilidad	7%		7%		7%		7%		7%		7%	
Precio de venta Unitario	27,97	28,99	30,08	31,20	32,39	32,96	33,98	35,06	36,14	37,22	38,30	39,38
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P. - CV)	8.199	8.726	9.346	9.748	10.163	10.618	11.098	11.552	12.027	12.521	13.030	13.544

El punto de equilibrio nos indica que se debería vender como mínimo de 8.199 cajas de pulpa de mora con la finalidad de no tener ni pérdidas ni ganancias, es decir lograr cumplir con las obligaciones contraídas.

CONCLUSIONES

- ✓ La presente investigación se enfoca en realizar un estudio de mercados para determinar la mejor oportunidad de mercado para la comercialización de la pulpa de mora como resultado a Canadá – Quebec, donde se identifica la demanda real existente y la oferta exportable de la Empresa “Frutas de la Montaña”, con la cual se pretende cubrir parte de dicha demanda existente.
- ✓ De acuerdo a datos obtenidos en la entrevista se pudo determinar que la empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda” tiene la capacidad y la predisposición para comercializar el producto a mercados internacionales, debido a que esto le generaría mayores beneficios económicos.
- ✓ Finalmente se muestra los costos generados en el país importador obteniendo como resultado 97.661 dólares, además se debe mencionar que el estudio se lo realiza con un margen de utilidad del 7% que representa 2,30 dólares; obteniendo un producto con precio de venta al público de 34,51 dólares. Este valor se encuentra por debajo del precio de venta en Canadá-Quebec, considerando que las artesanías de piedra en dicho país se comercializan a un precio de 4,58 lo cual representa gran competitividad en el mercado objetivo.
- ✓ “Frutas de la Montaña Cía Ltda” cuenta con un organigrama estructura horizontal bien definido y con un manual de funciones que hace que esta empresa lleve el control de los administrativo y operarios de la manera más óptima logrando así una producción 100% cumpliendo con los estándares de la mejor calidad.
- ✓ Dentro del factor micro localización “Frutas de la Montaña Cía Ltda” se encuentra ubicada en un lugar estratégico ,lo que hace que cuente con la producción necesaria y a escala durante los 12 meses de años haciendo

que se produzca una base 5 toneladas de pulpa de mora semanales dando como resultado 20 tn anuales para exportar a Canadá, por procesos logísticos se enviarán 18 Tn ya que sería innecesario contratar a otro vehículo para 2 Tn que no es conveniente y no es rentable alquilar otro vehículo.

- ✓ En el análisis logístico se determinó que en tiempo de demora sumado en transporte interno y el embarque se estima en 22 días hasta el puerto de Montreal que queda ubicado en la provincia de Quebec. Cabe mencionar que la pulpa de mora congelada (pasteurizada) tiene una duración de 6 meses por su brix "Frutas de la montaña Cía Ltda" de acuerdo al análisis de los laboratorios cuenta con un brix 10 de calidad que es el mejor.
- ✓ El valor actual neto (VAN) es mayor a cero, desempeñando así con la definición primordial para que el plan de exportación sea rentable, con una tasa interna de retorno (TIR) expresando un valor de 28,69% y el tiempo de recuperación será 4 años obteniendo un resultado factible que por cada dólar que se invierta se ganará 0,82.

RECOMENDACIONES

- ✓ La empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda” deberá cumplir con los estándares de calidad que ha vendido cumpliendo, principal requisito para ingresar al mercado de Canadá, deberá tomar en cuenta los requisitos del empaque, embalaje y etiquetado, como también idiomas y cantidades misma que se encuentran propuesta en el proyecto. Se considera tomar en cuenta la mora de mayor calidad para su exportación ya que es un mercado muy exigente en calidad.
- ✓ La empresa deberá implementar personal administrativo un jefe de exportaciones y un auxiliar de exportaciones mismo que se encuentra identificados en los gastos para cumplir con los procesos de exportación.
- ✓ Se recomienda a la empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda”, para mejorar la elaboración y comercialización de las pulpas de fruta y de igual forma incrementar la utilización y aplicación de estrategias de comercialización las cuales les permita incrementar la adquisición de los mismos en el mercado nacional.
- ✓ Es muy importante que tome en cuenta en empaque y etiquetado e idioma para la comercialización hacia el mercado de Canadá y cumplir con las normas e
- ✓ Debera cumplir con la documentación necesaria para el proceso de exportación como es el certificado de origen para que goce del el beneficio de la nación más favorecida (NMF) y sistema general de preferencia arancelaria (SGP) para acceder al correspondiente beneficio de la preferencia arancelario.

- ✓ Es importante tomar en cuenta el sistema logística el puerto de Montreal es la mejor opción, ahí se encuentra ubicada la provincia de Quebec, mismo que es la provincia con mayor alto índice de proveedores.

- ✓ Es muy importante que el gobierno, a través del MAGAP y PROECUADOR fortalezcan algo productores de frutas ya que Canadá tiene un gran demanda de frutas preparadas o naturales para su consumo diario donde se abriría una nueva apertura de mercado y se lograría mayor ingreso económico para el Ecuador.

- ✓ Es importante que se fomente la producción de frutas y verduras, Ecuador cuenta con el clima y las tierras adecuadas para la producción, misma que existen tierras vírgenes sin explotarse logrando aumentar mayor producción y promover la buenas prácticas de manufactura que requieren los países internacionales estudiados.

LINKOGRAFÍA.

<http://181.198.77.140:8080/bitstream/123456789/62/1/040%20la%20comercializaci%C3%93n%20de%20miel%20de%20abeja%20producida%20en%20la%20parroquia%20santa%20martha%20de%20cuba%20y%20la%20demanda%20en%20el%20mercado%20suizo%20-%20cheza,%20andrea%20lizeth.pdf>

<http://datos.bancomundial.org/indicador/lp.lpi.ovrl.xq>

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/3074/1/mag129.pdf>

<http://healthy Canadians.gc.ca/eating-nutrition/label-etiquetage/tips-conseils/nutrition-fact-valeur-nutritive-eng.php>

<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=36492078>

<http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015/economies/#indexid=gci&economy=can>

<http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015/economies/#indexid=gci&economy=col>

<http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015/economies/#indexid=gci&economy=can>

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

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

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

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

http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101747733/-1/prepare_su_cultivo_de_mora_org%C3%A1nica.html#.vytnivl3svk

<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/07/perfil-log%C3%8dstico-canad%C3%81-2014.pdf>

<http://www.pulpas-de-frutas.com/propiedadesfrutas-banano-maracuya-curubadurazno-feijoa-frambuesa.htm>

<http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2014-2015>

<https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/canada/llegar-al-consumidor>

<https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/flujos-import-export#resultats>

https://www.google.com.ec/?gfe_rd=cr&ei=pl_0vivfoiqw8wf0zogiaw&gws_rd=ssl#q=12+pilares+de+la+competitividad+global

[https://www.importgenius.com/ecuador/buyers/alimentos-imex-foods-inc-](https://www.importgenius.com/ecuador/buyers/alimentos-imex-foods-inc-canada)

<http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/docnewsno8610documentno7087.pdf>

BIBLIOGRAFÍA

COPCI. (2009). Ministerio de Industrias y Productividad Ecuador, P. (2007-2011). Exportaciones de Ecuador

Lara, J. S. (2001). *Historia de la iglesia catolica en el Ecuador*. Quito: Abya - Yala.

Lerma, A. &. (2010). *Comercio y marketing internacional* (Cuarta ed.). México D.F: Cengage Learning Editores.

Lerma, A. (2010). *Comercio y marketing internacional*. Mexico: Cengage Learning Editores, S. A. De C. V.,.

Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (2012) transformación de la Matriz Productiva: Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano Folleto Informativo I, (1er Ed), Quito, Ediecuatorial.

Statistical office of the european communities, international monetary fund (2006) *Consumer Price Index Manual: Theory and Practice*, 1ra Edición: Estados Unidos.

Ugarriza, S., (2009) Terminología Comercial Agropecuaria, (1ra Ed), Salta, p 325, editorial Universidad Católica de Salta

ANEXOS

Anexo Nro 1



UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL DEL CARCHI
ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL

Entrevista gerente de la empresa "Frutas de la Montaña Cia Ltda" ubicada en Urcuquí- Imbabura.

Un saludo cordial para usted de parte Carla Damaris Ramirez Goyes, soy estudiante de la upec y me encuentro realizando la tesis de grado para lo cual es necesario realizar la siguiente entrevista cuya información será utilizada de forma estrictamente académica con la finalidad de obtener el título de Ing. En comercio exterior y negociación Internacional.

Nombre del entrevistado: Andrés Pérez

Cargo en la empresa: Gerente

1.- ¿Cuántos años de constitución tiene la Empresa "Frutas de La Montaña cia Ltda"?

de acuerdo con los datos obtenidos de la entrevista realizada al gerente de la empresa "Frutas de la Montaña cia Ltda" Andrés Pérez manifiesta que la empresa fue constituida hace 7 años.

2.- ¿Cuáles son los productos que procesa su empresa?

La empresa "Frutas de la Montaña cia Ltda" procesa pulpa de piña, mora, guayaba, lulo y tomate de árbol, porque son las frutas que se obtienen menos desperdicios. En el que menciono que existe un 20% de desperdicio en la procesamiento de la pulpa de mora.

3-¿Cuáles son las condiciones de los productos que usted exige al comprar las frutas para abastecer su empresa?

Que sea una fruta fresca para que no pierda el pH de la fruta para mayor calidad y sea así 100% natural, en el que también supo manifestar que la empresa cuenta con sello verde.

4.- ¿Cuál es el tipo de mora que utiliza para procesar la pulpa de mora?

Para el procesamiento de la pulpa de mora es necesario el 60% de mora de castilla y el 40% mora brazo que dan gran color y sabor a la pulpa de mora. En que su revelar que no tiene espesante y es una pulpa 100% natural.

4.- ¿Qué cantidad adquiere usted de mora para abastecer su empresa?

- 1-1000 kilos diarios
- 2-2000 kilos
- 3-3000 kilos
- 4-4000 kilos

Otros - observación: frutas de la montaña produce de 1-1000 kilos una tonelada diaria.

5.- ¿Cuál es la forma de pago que realizan sus clientes?

- 1.- anticipado ()
- 2.-de contado ()
- 3.-plazo a 8 días (x)
- 4.- plazo a 15 días ()
- 5.- plazo a 30 días ()

6.- ¿A qué precios usted adquiere el kilo de mora?

0.00-0.50\$

0.50-1.00\$

1.00- 1.50\$

1.50 -2.00\$

2.00-2.50\$

2.50-3.50\$

3.50-4.00\$

Observación: 1 libra de mora en plata la adquiere a 0.80ctvs.

7.- **¿Cuáles son los costos de producción de la pulpa de mora?**

Una pulpa de 500g tiene un precio 1.80 ctvs. Para cadenas y hosterías la de mayor adquisición es de 1000g.

8.- **¿Cuáles son los productores que abastecen a su empresa?**

La mora de castilla que adquiero es certificada y los productores que abastecen son personas naturales de quiroga, san pablo, y pimapiro, y cuenta con registro sanitario respectivo.

9.- **¿Cuáles son las condiciones de envase y embalaje adaptadas a su producto?**

La pulpa es envasada en plástico de polipropileno y posteriormente embalada en cajas de cartón cumpliendo las buenas prácticas de manufactura.

10.- ¿Realiza el control de calidad de las materias prima que adquiere la empresa?

Si se ejecuta el respectivo control de calidad con un proceso de trazabilidad desde donde proviene y hacia dónde va el producto, cumpliendo con los proceso de calidad.

11.- ¿Cuáles son los tipos de presentaciones de pulpas con los que cuenta la empresa?

Los empaques que comercializa la empresa son empaques de 500g y 1000g, cada caja contienen 12 unidades.

12.- ¿La empresa cuenta con certificado de calidad?

Actualmente cuenta con registros sanitarios y sellos verde.

13.- ¿Usted comercializa la pulpa de mora nacional o internacional y a que ciudades o países la comercializa?

Por el momento no ,pero me encuentro exportando agucate Según Andrés Pérez supo manifestar que la empresa MAERSK SEALAND cobra 850\$.

14.- ¿Le gustaría exportar su producto al exterior?

Si porque es una nueva idea de negocio para mi empresa que puede abrir a mi empresa nuevos clientes.

15.- ¿Cuál sería la cantidad de materia prima que destinaria usted para para exportar?

El Ingeniero Andrés Pérez supo indicar que la empresa estaría dispuesto a procesar 20 Toneladas mensuales, en que expuso que se produciría una tonelada diaria y semanal 5 Tn.



Gracias por su colaboración
Gerente de la empresa "Frutas de la Montaña"

Lugar: Imbabura-Ecuador Fecha: Lunes 25-Mayo-2015
Gracias por su colaboración

Anexo Nro. 2

Tulcán, 21 de Julio del 2016

Msc. Beatriz Realpe
DOCENTE ASESORA UPEC
Presente.-

Yo, Andrés Pérez, portador de la cedula de identidad No. 1002687497 Gerente de la empresa "Frutas de la Montaña", **acepto** entregar la información solicitada, referente a la empresa de la cual soy su representante, y a la vez **autorizo** a que sea utilizada en el desarrollo de su proyecto de tesis "**Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura-Ecuador**", desarrollado por la señorita Carla Damaris Ramírez Goyes.



Atentamente,
Ing. Andrés Pérez
Empresa "Frutas de la Montaña"

Anexo Nro. 3

Carta de aceptación "Empresa Frutas de la Montaña Cía Ltda"



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

Tulcán, 21 de julio de 2015

Ingeniero
Andrés Pérez
GERENTE DE LA EMPRESA "FRUTAS DE MONTAÑA"
Presente.-

De mis consideraciones:

Estimado señor Pérez, el motivo del presente es saludarle y felicitarle por las acciones encaminadas a fortalecer la Empresa "Frutas de la Montaña", a la vez me permito indicar que la Srta. Carla Damaris Ramírez Goyes, portadora de la cedula de identidad No. 040164443-0, se encuentra realizando su proyecto final de grado, titulado **"Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura - Ecuador"**, por tal motivo, conocedora del prestigio y posicionamiento de su empresa "Frutas de la Montaña", solicito a usted de la manera más respetuosa, le proporcione información relevante a estructura organizacional, capacidad de producción, costos, proveedores, etc, con el fin de determinar la factibilidad del proyecto en mención.

Cabe recalcar que la información proporcionada tendrá fines netamente académicos y los resultados obtenidos en esta investigación, serán puestos a su disposición, si usted así lo requiere.

Sin más por el momento y agradeciendo de antemano su aporte, me suscribo.

Atentamente,


Msc. Beatriz Realpe
DOCENTE ASESOR UPEC


22/07/15.

Anexo Nro.4 Certificado de Investigación PROECUADOR



Tulcán, 11 de julio del 2015.

LA OFICINA REGIONAL ZONA 1, DEL INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES EXTRANJERAS.

A solicitud de la parte interesada.

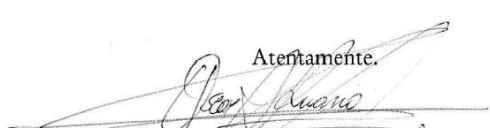
C E R T I F I C A.

Que la señorita: Carla Damaris Ramírez Goyes con cédula N° 0401644430, realizó formación práctica y consultas en la Oficina Regional de Pro Ecuador Zona 1, en temas de Oferta Exportable, Barreras de Acceso a Mercados, y Estudios de mercado Internacional en el periodo de Marzo del 2014 a Mayo del 2015.

Teniendo en cuenta el gran interés de desarrollar su tesis con un enfoque de Exportación y apoyo a los productores de Mora de la empresa "Frutas de la Montaña" Provincia del Imbabura.

Es todo cuanto puedo aseverar en honor a la verdad.

Atentamente.



Ing. Oscar Alejandro Ruano Orellana.

RESPONSABLE ZONAL 1, INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DEL ECUADOR.

Anexo Nro. 5



1



SERVICIO DE ASESORÍA AL EXPORTADOR (SAE) INFORMACIÓN DE PRIMER NIVEL

PRODUCTO: PULPA DE MORA, GUANABANA Y UVILLA

MERCADO DESTINO: MUNDO

FECHA DE ELABORACIÓN: MIÉRCOLES, 30 DE MAYO DEL 2012.

ÍNDICE:

1. SUBPARTIDA ARANCELARIA SUGERIDA
2. ANÁLISIS DE MERCADO
 - 2.1 INFORMACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO EXTERIOR
 - PRINCIPALES COMPRADORES
 - PRINCIPALES PROVEEDORES
 - DESTINOS ACTUALES DE EXPORTACIÓN
 - COMERCIO BILATERAL
3. BARRERAS ARANCELARIAS Y ACUERDOS COMERCIALES
4. BARRERAS NO ARANCELARIAS
5. INFORMACIÓN DE INTERÉS
 - CAPACITACIONES
 - EVENTOS PRO ECUADOR
6. EXPORTA FÁCIL
7. PREGUNTAS FRECUENTES

DESARROLLO:

1. SUBPARTIDA ARANCELARIA SUGERIDA.-

Importante: La subpartida arancelaria sugerida en esta ficha de respuesta es usada para efectos de búsqueda de información. Es importante mencionar que una subpartida arancelaria abarca muchos productos, consecuentemente las estadísticas provistas en esta ficha de producto - mercado reflejan el universo de estos productos. La autoridad competente para el proceso de clasificación arancelaria es el SENAE. Ponemos en vuestro conocimiento información de contacto del Servicio de Atención al Usuario del SENAE: 04-2-480 640 ext. 1800 -1802.

SUBPARTIDA ARANCELARIA SUGERIDA: 2008.99

Sección IV :	PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SUCEDANEOS DEL TABACO ELABORADOS
Capítulo 20 :	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas
Partida Sist. Armonizado 2008 :	Frutas u otros frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, no

Cláusula Legal:

La información contenida en este informe debe ser considerado como una fuente referencial. PRO ECUADOR ha procurado asegurar la mayor exactitud posible de la información de acuerdo a las fuentes internacionales, sin embargo esta es propensa a cambios permanentes, por lo que el usuario es responsable del uso de la misma.

expresados ni comprendidos en otra parte

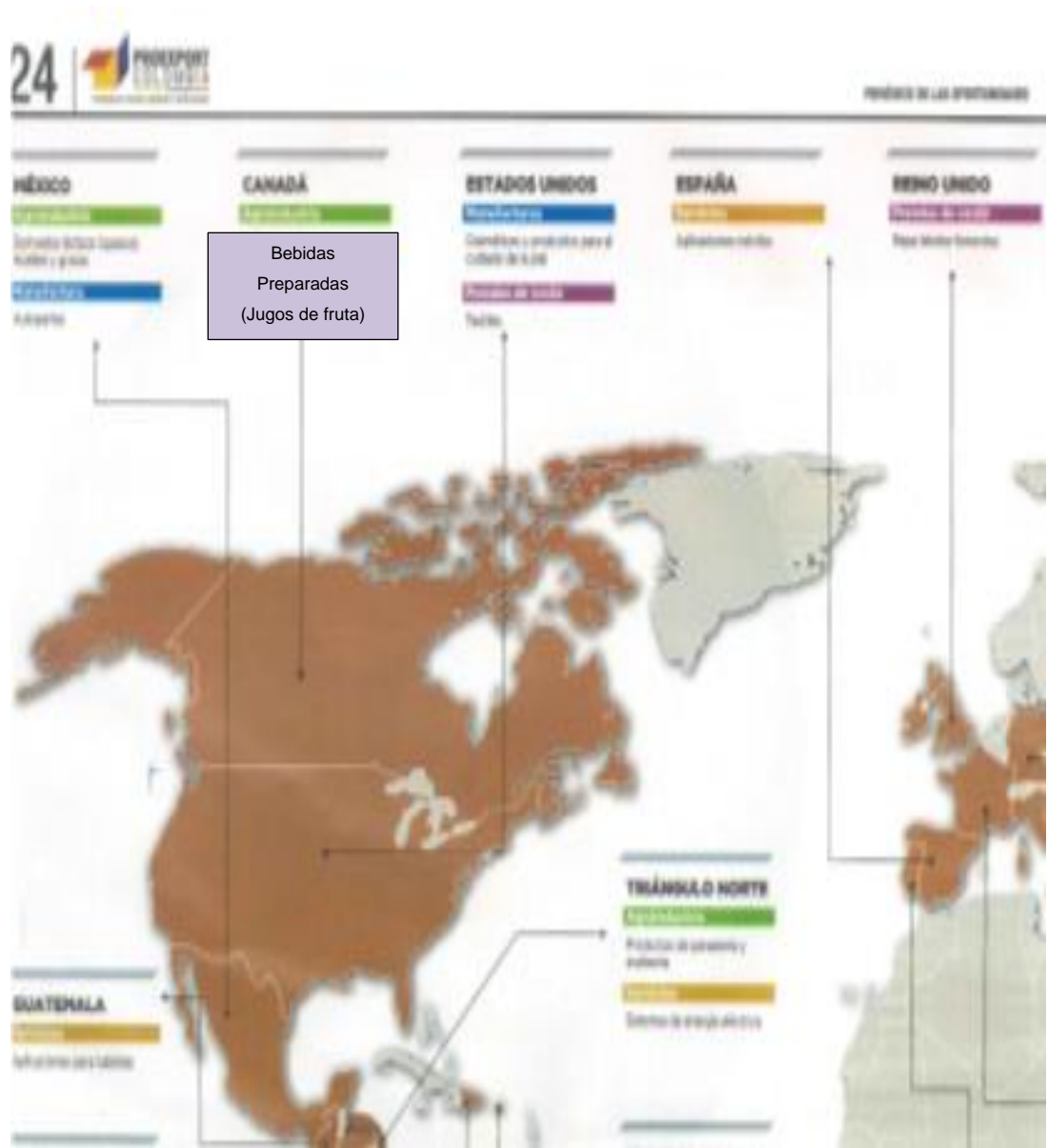
SubPartidaSist. Armoniz. 200899 : - - Los demás:

fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).

Anexo Nro. 6

Tabla		Mapa			Nivel de protección
País exportador	Número de líneas arancelarias nacionales correspondientes	Equivalentes ad valorem totales	Nivel de protección	Importaciones de Canadá desde el país socio (valor en US\$ '000)	
Cuba	5	4.00%	0%		0%
Dinamarca	5	4.00%	0 - 5%		0 - 5%
Djibouti	5	0%	5 - 10%		5 - 10%
Dominica	5	0%	10 - 15%		10 - 15%
Ecuador	5	4.00%	15 - 20%	2.679	15 - 20%
Egipto	5	4.00%	20 - 30%	14	20 - 30%

Anexo Nro. 7 Canadá requiere Jugos de Frutas



Anexo Nro 8. 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, ARTÍCULOS 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.

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 GALLETTERÍA, MÁQUINAS CORTADORAS Y ARRANCADORAS DE ROCAS, MARGARINA, COMPOTAS, JALEAS Y MERMELADA DE PIÑA, PIMIENTA Y GOMAS DE MASCAR ENTRE OTROS.



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.



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 eliminaron las posiciones desobsoletas y productos exportados para perfeccionamiento pasivo.
2. Se tomaron 5 años de referencias 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 sin registros de exportación en el período anterior al TLC. Se excluyen los productos desobsoletos.
5. Productos cuyas exportaciones no fueron representativas en el período anterior al TLC. Se excluyen los productos desobsoletos.
6. El Acuerdo Comercial entre Colombia y Triángulo Norte Centroamericano incluye a Colombia, Guatemala, Honduras y El Salvador.
7. El Acuerdo Comercial entre Colombia y los países del Triángulo Norte en sus divisiones regionales, por lo que se toma como referencia la fecha del último país en ingresar. Esto fue en marzo de 2010.

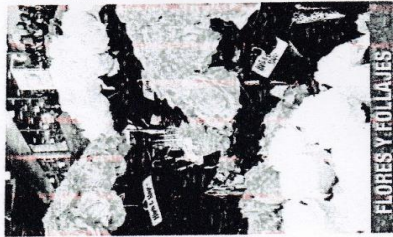


TORTILLAS Y BOLSASADAS

Los productos se usan con mayor frecuencia en la industria alimenticia rusa, siendo Alemania, Italia y Reino Unido los principales ensambladores. En cuanto a las tortillas procesadas, la demanda para la producción interna, y a ello suma la dificultad de producir tortillas exóticas y tropicales. Hay variedades para el mango, la uva, la papaya, la uchuva y el arrocay.

Aranceles: a partir de la entrada en vigencia del acuerdo comercial, el 2% de los productos del sector de los productos, que contaban con arancel mixto, les será eliminado el parte del arancel ad valorem impuesto sobre el valor del producto.

Países con oportunidad: Alemania, Islandia, Francia, Bélgica, Reino Unido, España, Italia y Suecia.



FLORES Y FOLIAJES

El mercado de flores y foliajes en la Unión Europea se caracteriza por ser exigente en calidad y diversidad, y por demandar productos con certificaciones de tipo ambiental y social. El europeo es sofisticado y está dispuesto a comprar variedades poco convencionales, que representan una oportunidad para las flores exóticas colombianas. Así mismo, las flores tradicionales de exportación colombiana, como rosas y claveles, son reconocidas por su alta calidad.

Aranceles: con el acuerdo estos productos dejarán de pagar aranceles entre 0% y 12%, y tendrán libre acceso a ese mercado.

Países con oportunidad: Reino Unido, Portugal, España, Francia, Alemania, República Checa, Hungría, Eslovaquia, Eslovenia, Países Bajos (Estonia, Lituania, Letonia), Finlandia, Irlanda, Polonia, Rumania, Austria, Bélgica, Suecia y Hungría.



CAFÉS ESPECIALES

Los europeos optan con mayor frecuencia por adquirir café de alto valor agregado, aquellos de origen, sostenibles y certificados. El consumo de café en la Unión Europea ha mostrado un crecimiento anual en promedio del 1%, especialmente en los países del hemisferio norte. Alemania es el principal consumidor, además de Italia, Francia, España, Reino Unido y Polonia.

Aranceles: los cafés especiales colombianos dejarán de pagar aranceles entre 0% y 11,5%. Con el acuerdo comercial, ingresarán libres de arancel.

Países con oportunidad: Reino Unido, Portugal, España, Francia, Alemania, República Checa, Hungría, Dinamarca, Polonia, Eslovaquia, Irlanda y Finlandia.

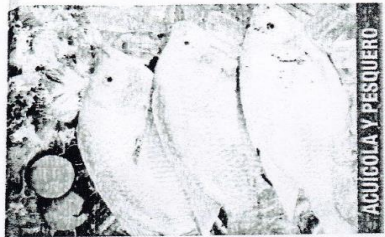


COSMÉTICOS

De acuerdo con las estadísticas de la Asociación de Cosméticos de Europa, más de 5 millones de artículos de higiene personal y cosméticos se venden anualmente en el continente europeo. Alemania, Francia y el Reino Unido lideran el listado de países compradores de este tipo de productos.

Aranceles: los cosméticos colombianos pagan aranceles base entre 0% y 6,5%. Con el acuerdo, estos productos ingresarán libres de arancel.

Países con oportunidad: España, Alemania, Reino Unido, Suecia, Hungría, Italia e Irlanda.



ACUICOLA Y PESQUERO

La Unión Europea es el segundo mercado con mayor consumo de productos pesqueros en el mundo, superado por China, e importa casi el 70% del pescado que consume. El gusto por la comida saludable ha aumentado su consumo y crea oportunidades para exportar camarones, filetes de pescado (trucha y tilapia), conservas de pescado y productos procesados de mar.

Aranceles: con el acuerdo comercial, la totalidad de los productos de este sector ingresará libre de arancel. Con el SGP Plus pagan entre el 2% y el 26%.

Países con oportunidad: Reino Unido, Portugal, España, Francia, Italia, Alemania, Bélgica y Suecia.

BEBIDAS PREPARADAS (JUGOS DE FRUTA)

CANADÁ

TENDENCIAS

La falta de tiempo para cocinar y la necesidad de soluciones sanas y rápidas hacen que sea importante ofrecer conveniencia y comodidad a los consumidores canadienses. Salsas, mezclas de vegetales, y jugos de frutas listos para consumir 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 frescos vendidos son importados. El consumidor busca productos con una presentación excelente, envases fáciles y cómodos de usar elaborados con productos ecológicos. Se valora cada vez más el uso de productos completamente naturales, ya que contienen vitaminas y otras propiedades antioxidantes.

El consumidor canadiense está abierto a sabores exóticos y étnicos. En general, responde bien a las mezclas de varios sabores y a la fusión de cocinas de distintas culturas.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

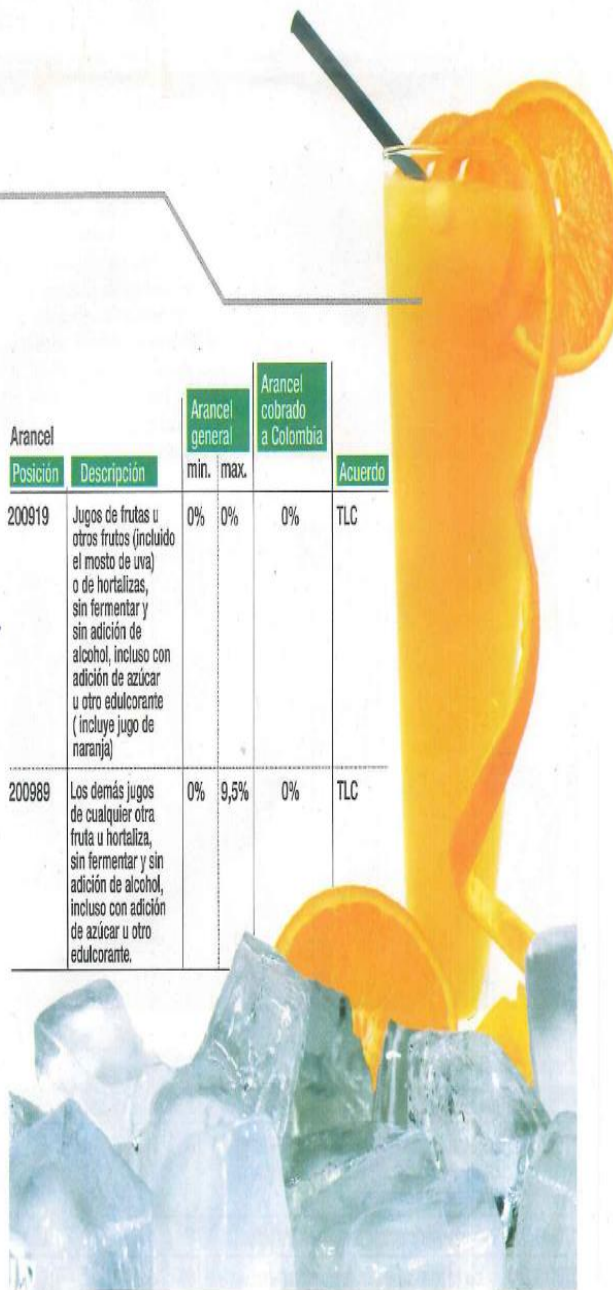
El primer canal de distribución mayoritario en Canadá son las grandes cadenas de supermercados nacionales. Una de las características que determina el poder de estos grupos es que pueden segmentarse en fun-

ción del área geográfica que dominan. Canadá es ante todo un mercado de precio en el que están presentes los exportadores más competitivos del mundo.

Los importadores son el contacto clave con el canal de distribución en este país. La mayoría de estos importadores cuenta con una infraestructura adecuada para realizar las labores de distribución, que incluye: bodegas refrigeradas, cámaras de maduración, zonas de preparación y re-empaque y flota de camiones refrigerados. Los importadores canadienses de frutas y hortalizas frescas atienden, básicamente, a mayoristas y cadenas de supermercados. En ocasiones, tanto mayoristas como cadenas de supermercados acuden a intermediarios (bróker) vinculados a grandes cadenas de supermercados y tiendas especializadas.

Canadá sólo cuenta con 6 grandes cadenas de distribución detallista a escala nacional y unas 24 de carácter regional. Esta concentración ha afectado principalmente a las pequeñas tiendas independientes.

Arancel Posición	Descripción	Arancel general		Arancel cobrado a Colombia	Acuerdo
		min.	max.		
200919	Jugos de frutas u otros frutos (incluido el mosto de uva) o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante (incluye jugo de naranja)	0%	0%	0%	TLC
200989	Los demás jugos de cualquier otra fruta u hortaliza, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante.	0%	9,5%	0%	TLC



*Para determinar si el producto cumple o no los regímenes de origen se presionó en menor la partida arancelaria y tener en cuenta que todas las reglas no aplican a todos los productos por lo que se debe hacer la consulta por subpartida en un mercado específico.
*Acuerdo de Libre Comercio Canadá - Colombia, Capítulo Tercero Reglas de origen - Texto.

Anexo Nro. 11 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	

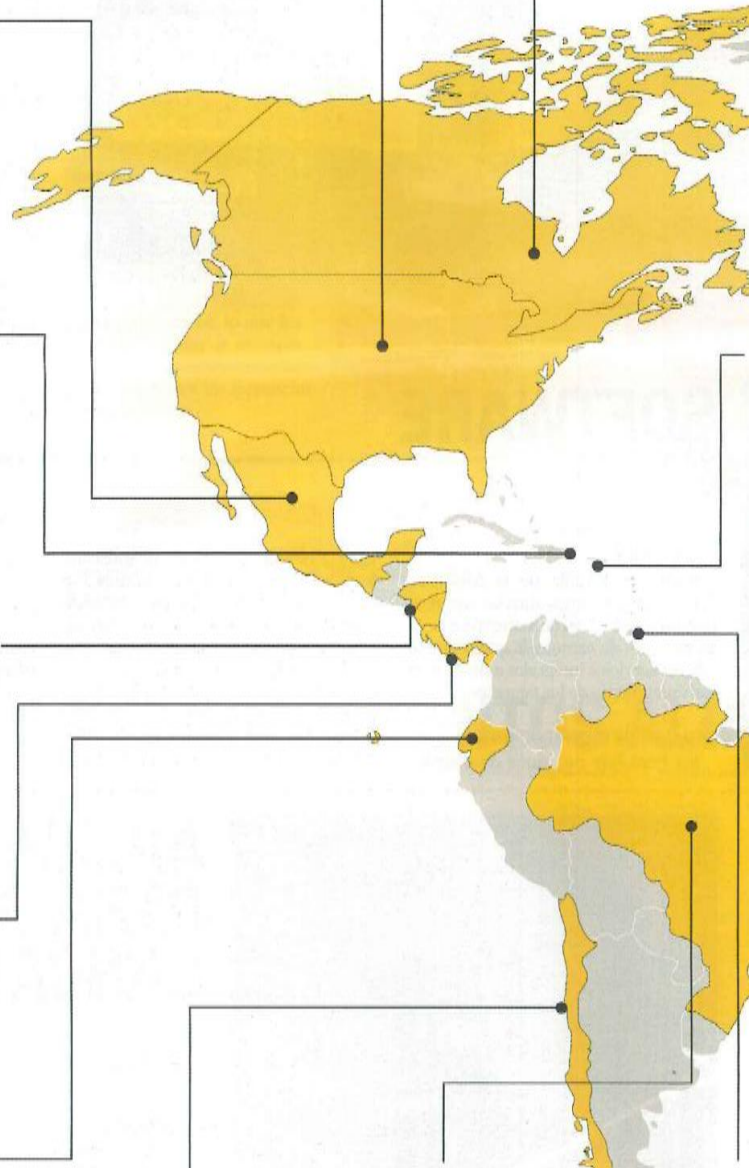
COSTA RICA Y PANAMA

Acceso marítimo

Rutas:	104	
Navieras	15	
Ciudades y puertos	10	

Acceso aéreo

Rutas:	28	
Aerolíneas	8	
Aeropuertos	3	



Anexo Nro. 12

✓ 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

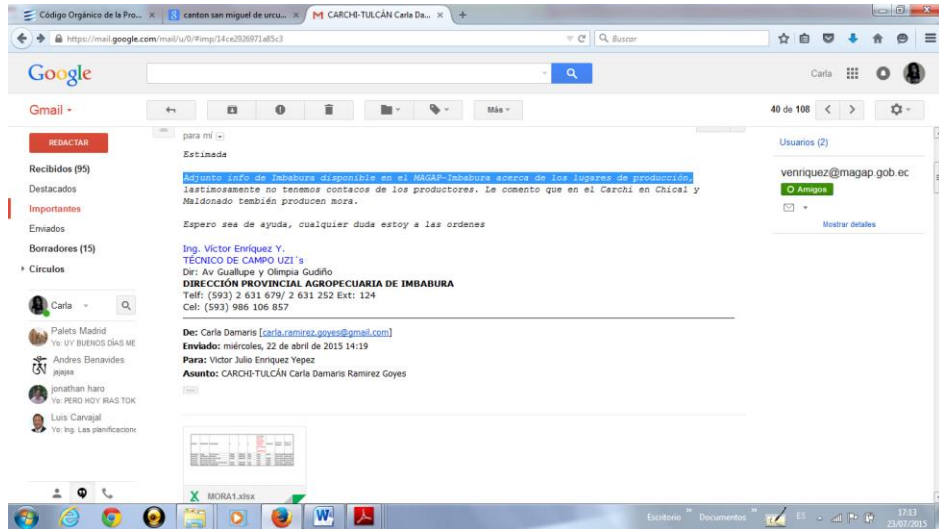
Grupo de Productores

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

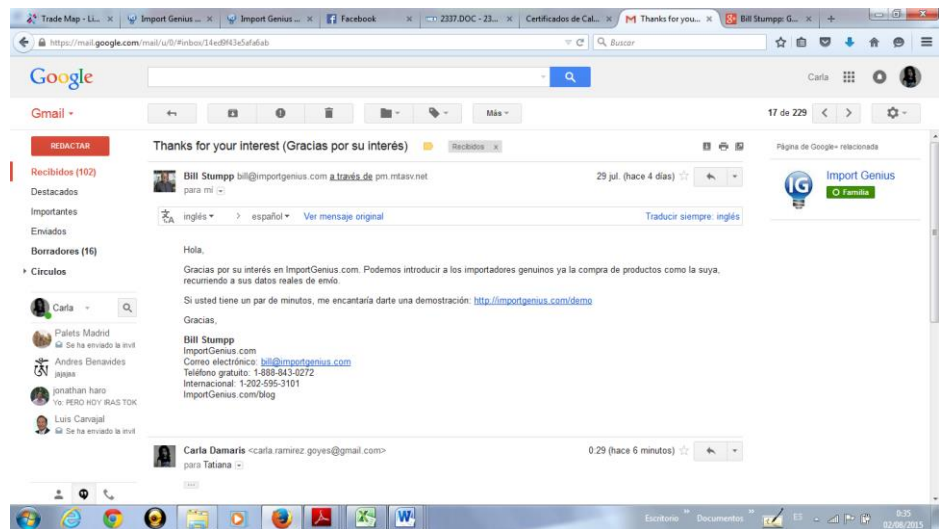
Procedimiento para sacar una Firma Electrónica

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 Nro. 13 Magap-Imabubura



Anexo Nro. 14 Empresa ImportGenius



Anexo Nro. 15 Cartonera Pichincha



Anexo Nro 16 Cotización Montacargas

Cotización Montacarga - C... x Facebook

https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/14ex015c36551d7

Google

Gmail 11 de 221

RECIBIR

Recibidos (107)

Destacados

Importantes

Emisados

Borradores (15)

Círculos

Carla

Palets Madrid Yo: UY BUENOS DÍAS ME

Andres Benavides juaja

Jonathan haro Yo: FERO NOV RAS TOK

Luis Carvajal Yo: Ing. Las planificac...

Cotización Montacarga Recibidos x

Pintulac Servicio al Cliente <servicioalcliente@pintulac.com.ec> para mí

20 jul. (hace 3 días)

Estimada Carla, adjunto encontrara cotización solicitada, si su cancelación es de contado se le otorga un 5% de descuento.

Adicional le informamos que también puede realizar su pago con depósito o transferencia bancaria y con gusto enviaremos su herramienta.

Saludos cordiales

CONSUELO MORALES
Asistente de Mercado
✉ mcmorales@pintulac.com.ec
☎ (02) 2 530 912 ext. 1102
📍 0958413915

Pintulac
El líder de sus ideas

Trex Cia. Ltda.
Rumiurco 0e4-365 y Pedro Freile
Cotacollo - Quito - Ecuador
www.pintulac.com.ec

TREX
CIA. LTDA.

TREX CIA. LTDA.
Pintulac No. 1000

PROFORMA S.1.pdf

Escritorio Documentos ES 13:09 23/07/2015

Anexo Nro 17 Proforma Montacargas

TRECX CIA. LTDA.

Proforma No. 16903

CONTRIBUYENTE ESPECIAL
Resolución 9170104 PCGR - 0590 S.R.L. 08-Nov-2004

Teléfonos: 2530012 / 2598451

Cliente: 999990 CARLA DAMARIS RAMIREZ COYES

Ced. I 1103987960001

Fecha: 20/07/2015

Entregar en: IBARRA Pedro Freile.

Teléfono: 2022173

Asesor: José René Batancourt

SEF

Observación:

Código	Descripción	Cantid.	Precio	Descuentos			Total
				%	%	%	
MO0801	MONTAC 1.8TN DUAL 2015 #M14 MONT	1	19,590.00	0.00	0.00	0.00	19,590.00

SON: Veintium mil novecientos cuarenta 80/100 dólares americanos

Subtotal: 19,590.00

Descuento: 0.00

Efectivo \$ 21,940.80

Venta Neta: 19,590.00

IVA: 2,350.80

Cargo: 0

A Pagar: 21,940.80

Válida por 24 horas

Firma Autorizada
TRECX CIA. LTDA

El Cliente

Anexo Nro. 18



COTIZACION

RUC:1790934918001
CONTRIBUYENTE ESPECIAL

Señores:

Atención: CARLA RAMIREZ

Fecha: 22/07/2015

Ciudad: QUITO

MAIL: carla.ramirez.goyes@gmail.com

CANTIDAD	DESCRIPCION	MEDIDAS INTERNAS EN m.m.				Test	Valor Unt.	Valor Total
		Largo	Ancho	Alto	Color			
3330	CAJA REGULAR SIN IMPRESIÓN	350	220	140	KRAFT	125C	0.329	1095.57
								0.00
								0.00
								0.00
							BASE IMP.	1095.57
							IVA	131.47
							TOTAL	1227.04

Validez de la Cotización: 10 días

Fecha de Entrega : 10 días laborables a partir de APROBACION de caja muestra Y pago del anticipo

LOS PRECIOS UNITARIOS NO INCLUYEN EL 12% DE I.V.A

Forma de Pago : 50% AL CONTRATO Y 50% A LA ENTREGA

Transport: Cliente / CARTONERA PICHINCHA SEGÚN DISPONIBILIDAD DE VEHICULO y confirmacion de pago

Todos los pedidos tendran una tolerancia en el despacho de un + / - 10% sobre la cantidad del pedido.
En caso de variar la cantidad ofertada, favor solicitar nueva cotizacion.

Sin otro particular, quedamos a la espera de su aprobación a la presente Cotización.

Atentamente,

JULIANA PEREZ

CARTONERA PICHINCHA

2924235 / 6 / 7 EXT.101 jperez@cartonerapichincha.com.ec

Anexo Nro. 19 TFO Países Importadores Canada

www.tfocanada.ca/supply.php?searchtype=1&drop_1=FOOD&drop_2=A07&drop_3=B09&drop_4=C09&drop_5=D00&search=Buscar

Presentaciones en línea

Enlaces con el Mercado

Eventos comerciales

Países clientes

Noticias


Ver el folleto de TFO Canadá

Contáctenos














Socios destacado



Resultados

 - Esta empresa ha contado con el apoyo directo del proyecto TFO Canadá.

Food Products and Beverages Fruits and Vegetables Purées/Pulps Other Mostrando proveedores 1 - 13 de 13 Página 1 de 1 :: anterior :: siguiente

-  1. Codal S.A., Madagascar
-  2. Asya Fruit Juice and Food Ind. Inc., Turkey
-  3. PT. Fruit-ING Indonesia, Indonesia 
-  4. Inversiones Blutelcom, S.R.L., Dominican Republic
-  5. Burke Agro, Nicaragua 
-  6. C.I. Fruticol Industrial S.A., Colombia
-  7. Quick and Tasty de Colombia SA, Colombia
-  8. Tora International Marketing, Colombia
-  9. Austrofood, Ecuador
-  10. Emaclinmark Ecuador S.A, Ecuador
-  11. Andean Natural Products Export Import SAC, Peru
-  12. Inca Food Trading S.A.C., Peru
-  13. Rege Impex Import Export SAC, Peru

Food Products and Beverages Fruits and Vegetables Purées/Pulps Other Mostrando proveedores 1 - 13 de 13 Página 1 de 1 :: anterior :: siguiente

Conozca nuestros patrocinadores

Contacte a TFO Canada

Anexo Nro. 20

Capacitaciones

Según Oscar Ruano expresar en este medio de comunicación social lo que se promueve diariamente a productores, exportadores y emprendedores, las potencialidades de la exportación por parte de Pro Ecuador zona 1, con las indicaciones pertinentes dentro de la ruta del exportador la formación de los productores preparando para exportar, promoción de exportaciones , y proyectos donde intervienen productores de Carchi, Imbabura, Esmeraldas y sucumbíos. Dichos proyectos orientados a los diseños de empaques, paginas web entre otras actividades orientadas a mercados internacionales. Pro ecuador siempre presente y acompañando a empresarios y emprendedores del país y zonales. Capacítate productor y conoce la trazabilidad de exportación de tu producto y puedas exportar con los requerimientos internacionales. Capacitación en djo y certificados de origen ciudad de Ibarra 31 de julio del 2015 por expertos de Mipro.



Anexo Nro. 21

PORQUE EL CONOCIMIENTO FORJA UN EXCELENTE PRODUCTOR HACIA LA EXPORTACIÓN. COMERCIO INCLUSIVO DE PRO ECUADOR - OFICINA REGIONAL ZONA 1; CON EL APOYO LOGÍSTICO DE SENPLADES ZONA 1. CAPACITACIÓN EN COMERCIO JUSTO CIUDAD DE IBARRA 28 DE JULIO DEL 2015.



PRO ECUADOR
EXPORTACIONES E INVERSIONES

El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones - PRO ECUADOR, lo invita a participar en el Taller Técnico - Práctico sobre Tendencias y Certificaciones Internacionales de Comercio Justo, el cual permitirá que el participante adquiera los conocimientos necesarios para vincularse a mercados de comercio justo y lograr la internacionalización de sus productos y/o servicios mediante la implementación de esta certificación internacional.

DIRIGIDO A Actores de la Economía Popular y Solidaria, MIPYMES, productores, exportadores.	IBARRA Lugar: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - SENPLADES Sánchez y Cifuentes, Padre Juan de Velasco 2do Piso.
AGENDA 08:00 - 09:00 Registro de participantes 09:00 - 12:00 Sesión de taller: I. Comercio Justo: Definición, principios y criterios, mercados y prácticas de exportación. II. Promoción del Comercio Justo: Cadenas de comercialización y su funcionamiento, Instrumentos de promoción comercial. III. Certificación Internacional del comercio justo y sus procesos. 12:30 - 13:00 Almuerzo libre 13:30 - 17:30 Desarrollo Módulo Práctico Reservados individualizados con el objetivo de analizar el estado actual de la implementación de los requerimientos demandados por las Certificaciones Internacionales de Comercio Justo.	Fecha: 02/07/2015 del 28 de julio de 2015 Hora: 08:00 a 17:30 DURACIÓN: 8 horas EXPOSITOR: Rubén Tapia M. - Formador en Economía Popular y Solidaria y Comercio Justo

CONTACTOS:
Ma Esther Castro
Especialista Comercio Inclusivo
maesther@proecuador.gub.ec
04 2337960 ext. 241

Oscar Raamo
Especialista Social
oscarraamo@proecuador.gub.ec
04 2842-079

www.proecuador.gub.ec



SITIOS WEB SUGERIDOS PARA OBTENER INFORMACIÓN SOBRE COMERCIO EXTERIOR

ORGANISMO	SITIO WEB	INFORMACION DISPONIBLE
INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES PRO ECUADOR	www.proecuador.gub.ec	El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) es un organismo internacional a través del cual se otorgan préstamos, garantías, seguros, fondos de inversión y otros servicios financieros. El BID ofrece asistencia técnica y capacitación a los países de América Latina y el Caribe para mejorar su competitividad y promover el desarrollo económico y social.
BANCO CENTRAL DEL ECUADOR (BCE)	www.bce.fin.ec www.bce.fin.ec/ingles	El Banco Central del Ecuador provee y deposita de sus reservas internacionales. El Banco Central del Ecuador provee y deposita de sus reservas internacionales. El Banco Central del Ecuador provee y deposita de sus reservas internacionales.
AGENCIA ECUATORIANA DE ASSEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRICULTO (AGROCALIDAD)	www.agrocalidad.gub.ec/	El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) es un organismo internacional a través del cual se otorgan préstamos, garantías, seguros, fondos de inversión y otros servicios financieros. El BID ofrece asistencia técnica y capacitación a los países de América Latina y el Caribe para mejorar su competitividad y promover el desarrollo económico y social.
MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERIA, ACUICULTURA Y PESQUERÍA (MAGAP)	www.magap.gub.ec/	El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) es un organismo internacional a través del cual se otorgan préstamos, garantías, seguros, fondos de inversión y otros servicios financieros. El BID ofrece asistencia técnica y capacitación a los países de América Latina y el Caribe para mejorar su competitividad y promover el desarrollo económico y social.
INSTITUTO NACIONAL DE PESCA (INP)	www.inp.gub.ec/	El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) es un organismo internacional a través del cual se otorgan préstamos, garantías, seguros, fondos de inversión y otros servicios financieros. El BID ofrece asistencia técnica y capacitación a los países de América Latina y el Caribe para mejorar su competitividad y promover el desarrollo económico y social.
INTERNATIONAL TRADE CENTER (ITC)	www.itccenter.org/	El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) es un organismo internacional a través del cual se otorgan préstamos, garantías, seguros, fondos de inversión y otros servicios financieros. El BID ofrece asistencia técnica y capacitación a los países de América Latina y el Caribe para mejorar su competitividad y promover el desarrollo económico y social.
ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTERACCION (ALAI)	www.alai.org/	El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) es un organismo internacional a través del cual se otorgan préstamos, garantías, seguros, fondos de inversión y otros servicios financieros. El BID ofrece asistencia técnica y capacitación a los países de América Latina y el Caribe para mejorar su competitividad y promover el desarrollo económico y social.



PRO ECUADOR
EXPORTACIONES E INVERSIONES

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

AGENDA
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

IBARRA
Lugar:
Senplades, Sánchez y Cifuentes,
Padre Juan de Velasco 2do piso.
Fecha:
31 de julio de 2015
Hora:
09h00 a 13h00

QUITO:
Oscar Raamo - Especialista en Capacitación
oscarraamo@proecuador.gub.ec
04 2960 - 299

Ministerio de Comercio Exterior
Ministerio de Industrias y Productividad
Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo

www.proecuador.gub.ec @Pro_Ecuador PRO ECUADOR

Anexo Nro. 22 Finaciero

Amortización de la Deuda	
Monto	50.291
Tasa Anual	11,20%
Tasa Mensual	0,0093
Plazo	36
Cuota	1651,22

No.	Capital	Interés	Cuota	Saldo
0				50.290,84
1	1.181,84	469,38	1.651,22	49.108,99
2	1.192,87	458,35	1.651,22	47.916,12
3	1.204,01	447,22	1.651,22	46.712,11
4	1.215,25	435,98	1.651,22	45.496,87
5	1.226,59	424,64	1.651,22	44.270,28
6	1.238,04	413,19	1.651,22	43.032,24
7	1.249,59	401,63	1.651,22	41.782,65
8	1.261,25	389,97	1.651,22	40.521,40
9	1.273,02	378,20	1.651,22	39.248,37
10	1.284,91	366,32	1.651,22	37.963,47
11	1.296,90	354,33	1.651,22	36.666,57
12	1.309,00	342,22	1.651,22	35.357,56
13	1.321,22	330,00	1.651,22	34.036,34
14	1.333,55	317,67	1.651,22	32.702,79
15	1.346,00	305,23	1.651,22	31.356,79
16	1.358,56	292,66	1.651,22	29.998,23
17	1.371,24	279,98	1.651,22	28.626,99
18	1.384,04	267,19	1.651,22	27.242,95
19	1.396,96	254,27	1.651,22	25.845,99
20	1.410,00	241,23	1.651,22	24.436,00
21	1.423,16	228,07	1.651,22	23.012,84
22	1.436,44	214,79	1.651,22	21.576,41
23	1.449,84	201,38	1.651,22	20.126,56
24	1.463,38	187,85	1.651,22	18.663,18

25	1.477,03	174,19	1.651,22	17.186,15
26	1.490,82	160,40	1.651,22	15.695,33
27	1.504,73	146,49	1.651,22	14.190,59
28	1.518,78	132,45	1.651,22	12.671,81
29	1.532,95	118,27	1.651,22	11.138,86
30	1.547,26	103,96	1.651,22	9.591,60
31	1.561,70	89,52	1.651,22	8.029,89
32	1.576,28	74,95	1.651,22	6.453,61
33	1.590,99	60,23	1.651,22	4.862,62
34	1.605,84	45,38	1.651,22	3.256,78
35	1.620,83	30,40	1.651,22	1.635,96
36	1.635,96	15,27	1.651,22	0,00

Anexo Nro. 22 Roles de pago

Año	S.B.U.	Crecimiento
2010	240	
2011	264	0,100
2012	292	0,106
2013	318	0,089
2014	340	0,069
2015	354	0,041
Promedio		0,081

Base 10º cuarto	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
	354	383	414	447	484

Base Cálculo IESS	
9,45%	12,15%

Año 2015	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,45%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Jefe de exportación	1	700	700	8.400	354	700	350	0	794	1.021	10.825
Auxiliar de exportación	1	500	500	6.000	354	500	250	0	567	729	7.833
PRODUCCIÓN	2	1.200	1.200	14.400	708	1.200	600	0	1.361	1.750	18.658

Año 2016	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,45%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Jefe de exportación	1	757	757	9.081	383	757	378	757	858	1.103	11.702
Auxiliar de exportación	1	541	541	6.487	383	541	270	541	613	788	9.009
PRODUCCIÓN	2	1.297	1.297	15.568	765	1.297	649	1.297	1.471	1.891	20.711

Año 2017	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,45%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Jefe de exportación	1	818	818	9.818	414	818	409	818	928	1.193	13.469
Auxiliar de exportación	1	584	584	7.013	414	584	292	584	663	852	9.739
PRODUCCIÓN	2	1.403	1.403	16.830	827	1.403	701	1.403	1.590	2.045	23.209

Año 2018	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,45%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Jefe de exportación	1	884	884	10.614	447	884	442	884	1.003	1.290	14.562
Auxiliar de exportación	1	632	632	7.581	447	632	316	632	716	921	10.529
PRODUCCIÓN	2	1.516	1.516	18.195	895	1.516	758	1.516	1.719	2.211	25.091

Año 2019	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,45%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
ADMINISTRATIVOS											
Jefe de exportación	1	956	956	11.474	484	956	478	956	1.084	1.394	15.743
Auxiliar de exportación	1	683	683	8.196	484	683	342	683	775	996	11.383
PRODUCCIÓN	2	1.639	1.639	19.670	967	1.639	820	1.639	1.859	2.390	27.125

23 Depreciaciones

Depreciación de Maquinaria			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			21941
1	2194	0,10	19747
2	2194	0,10	17553
3	2194	0,10	15359
4	2194	0,10	13164
5	2194	0,10	10970
6	2194	0,10	8776
7	2194	0,10	6582
8	2194	0,10	4388
9	2194	0,10	2194
10	2194	0,10	0

Depreciación de Muebles y Enseres			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			1660
1	166	0,10	1494
2	166	0,10	1328
3	166	0,10	1162
4	166	0,10	996
5	166	0,10	830
6	166	0,10	664
7	166	0,10	498
8	166	0,10	332
9	166	0,10	166
10	166	0,10	0

Depreciación de Equipo de Cómputo			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			1850
1	617	0,33	1233
2	617	0,33	617
3	617	0,33	0

Anexo 24 Amortizaciones

Amortización Gastos de Constitución			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			8120
1	1624	0,20	6496
2	1624	0,20	4872
3	1624	0,20	3248
4	1624	0,20	1624
5	1624	0,20	0

Frutas de la Montaña Cía Ltda







“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura-Ecuador”

ARTÍCULO CIENTÍFICO



Carla Damaris Ramirez Goyes

Egresado de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi(Tulcán), Suficiencia en el idioma de inglés modalidad presencial. Participación de la capacitación I y II Jornada Internacional de comercio exterior con las tematicas COPCI,Control al valor,Fiscalidad Aduanera,Control posterior y Prevencion de Fraude Comercial, I conversatorio binacional Ecuador-Colombia:Convenio de Esmeraldas,Capacitación estructura de planes de negocios y manejo de datos encuentro binacional el comercio binacional colombo-ecuatoriano”una mirada academica desde los jovenes”. III Jornada de comercio exterior con las tematicas Normativa y procedimientos aduaneros organizados por la UPEC.

“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura- Ecuador”

**Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial
Internacional**

Universidad Politécnica Estatal del Carchi(UPEC)

carla.ramirez.goyes@gmail.com

“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura- Ecuador”

Ramírez Goyes Carla Damaris (Ecuador-UPEC)

“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura-Ecuador”

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se realiza para identificar la mejor oportunidad de mercado internacional, analizando los factores internos y externos de cada país utilizando la matriz del perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM) se estudió a tres países Canadá, España y Colombia. Se realizó un estudio interno del Ecuador el que por décadas ha sido considerado un país agropecuario, gracias a los recursos climáticos, biodiversidad y por su ubicación geográfica hace un maravilloso emporio de productividad.

Para esta investigación nos enfocamos en la provincia de Imbabura específicamente en la empresa “frutas de la montaña cía Ltda.” ubicada en el cantón Urcuquí-parroquia de Pablo Arenas, en donde se realizó un estudio para identificar la capacidad de producción y estándares de calidad. La empresa se encuentra ubicada un sitio geográfico privilegiado, ya que se identificó que es óptimo para los cultivos de mora de castilla.

Se identificó que Canadá es la mejor opción de mercado, se determinó los requisitos necesarios para ingresar el producto al mercado canadiense, el cual requiere un producto 100% natural, 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.

Para exportar se elaboró un plan de exportación que permita llevar el producto en buenas condiciones hasta Canadá, en dicho plan, se tomó en cuenta la capacidad de producción de la empresa, dando a conocer los requisitos del producto, normas internacionales y acuerdos comerciales en el que involucra medios de transporte a utilizar, costos, tiempo y riesgos que implica movilizar la mercancía tanto en origen como en destino y estudios financieros.

Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura-Ecuador”

Ramírez Goyes Carla Damaris (Ecuador-UPEC)

“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura-Ecuador”

ABSTRACT

This research is performed to identify the best international market opportunity, by analyzing the internal and external facts of each country. To use the matrix of opportunities profile and threats of the environment (POAM) was studied at three countries Canada, Spain and Colombia.

It was performed an internal study of Ecuador, which for decades has been considered like an agricultural country, thanks to the climate resources, biodiversity and its geographical location that makes Ecuador a wonderful land of productivity.

Imbabura province is considered in this research, specifically at "Frutas de la Montaña cía Ltda", which is located in "Urcuquí"- canton , Pablo Arenas- parish, where a study was led to identify the production capacity and quality standards. The company is located in a privileged geographical place, since it was possible to identify that this place is optimal for crops of Castile blackberries.

Canada is identified like the best choice of market , it determinated the requirements to enter the product to the Canadian market which requires a 100% natural product, overcoming with the standards of packaging , labelling and documentations such as health records and certificate the origin to get preferences rates.

A plan of exportation was done in order to export the product and keep it in good condition to Canada, under this plan, took into account the production capacity of the company, to reach the requirements of the product, standards, international and trade agreements in which means of transport to be used, costs, time, and risks involved in driving the goods both in origin and destination and investment studies.

Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura-Ecuador”

Ramírez Goyes Carla Damaris (Ecuador-UPEC)

“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura-Ecuador”

1.-INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como finalidad identificar oportunidades de mercado en Canadá para la comercialización de pulpa mora desde la provincia de Imbabura-Ecuador. Este proyecto identificará mecanismos de comercialización que generará oportunidades comerciales, con el análisis de información primaria y secundaria obtenida del producto de mora de castilla (*Rubus Glaucus Benth*), como también de páginas institucionales públicas de Canadá y Ecuador de libros y documentos, para determinar preferencias en el mercado objetivo.

El cultivo es una costumbre tradicional en el Ecuador, por décadas ha sido considerado un país predominante por la agricultura, gracias a los recursos climáticos, biodiversidad y demás factores, gran cantidad de recursos no han sido explotados, ni aprovechados al máximo, es por eso que el proyecto se basa en la búsqueda de oportunidades de mercado, y la comercialización de productos no tradicionales como es la pulpa de mora.

En Canadá el consumo de frutas es muy apetecida por los beneficios que éstas presentan, principalmente por sus contenidos vitamínicos, son productos de gran competitividad, en la actualidad son acogidos por los baby boomers que son personas de la tercera edad teniendo un mayor preferencia y precio.

Capítulo I. Se fundamentará temas como: información general del producto, oportunidades de mercado, comercialización. Capítulo II. Se analiza los datos de la investigación que tenga relevancia con el proyecto a investigar, como oferta, demanda, comercialización, otros. Capítulo III. Se diseñan modelos del plan de negocios y procedimientos que permitan cumplir con el desarrollo de la investigación. Capítulo IV. Se realizan las conclusiones y recomendaciones de acuerdo a los datos analizados en el anterior capítulo. Capítulo V. Se realiza el plan logístico al país de destino y análisis de los requerimientos que este país requiere.

2.- Metodos Y Materiales

El método de investigación para desarrollarse este proyecto fue la investigación se utilizó la entrevista al gerente de la empresa “Frutas de la Montaña S.A. Ltda”, ya que se partió desde la observación del proceso de producción de pulpa de frutas luego en el que se identificó la oferta exportable de esta empresa, utilizando la modalidad cuantitativa realizando un análisis a los tres países a exportarse siendo el más idóneo Canadá.

En la presente investigación para el plan de recolección de información se ha realizado de una forma técnica a través de fichaje (análisis linkográfico) y fichas de observaciones, utilizando la presente información para conocer la producción de mora de la provincia de Imbabura y las diferentes opciones de comercialización a los mercados internacionales.

Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura-Ecuador”

Ramírez Goyes Carla Damaris (Ecuador-UPEC)

“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura-Ecuador”

De igual manera para obtener información confiable se utilizó información primaria en el que se concurrió directamente instituciones como:

- ✓ Ministerio de agricultura ganadería acuacultura y pesca (MAGAP - Imbabura).
- ✓ Ministerio de comercio exterior / instituto de promoción de exportaciones e inversiones (pro ecuador -Tulcán)
- ✓ Empresa “frutas de la montaña cía Ltda.”
- ✓ Agrocalidad

Para obtener información de fuentes secundarias se utilizó las siguientes páginas confiables:

- ✓ Instituto de promoción de exportaciones e inversiones (PROEcuador)
- ✓ Trademap
- ✓ Proexport Colombia
- ✓ Union europea (UE)
- ✓ Santander trade
- ✓ Banco central del Ecuador(bce)
- ✓ United nations commodity trade statistics database (un comtrade)
- ✓ Banco mundial (bm)

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.- Resultados y Discusión

Para obtener un resultado y la disertación de la discusión se tomara en cuenta los siguientes subtemas.

3.1 Empresa ofertante “frutas de la montaña cía Ltda”

Gracias al gerente de “Frutas de la Montaña cía Ltda.” ing. Andrés Pérez nos ha brinda gran información dándonos apertura a sus instalaciones y brindándonos información muy importante para el presente proyecto.

Según (Andrés Pérez) para poder abastecer a su empresa se debe tomar en cuenta la trazabilidad de la mora que es las buenas prácticas de manufactura, en el que primeramente a su fruta le realiza una dosificación, para esta empresa es importante que la fruta sea fresca y no pierda el pH, para luego ser enviada a un tubo frío y ser procesada a pulpa 100% natural sin pereservantes ni conservantes, supo manifestar que cuenta con sello verde lo que requiere el país de Canadá que no se dañe el medio ambiente. También menciona que este producto es consumido por la clase alta por su costo, en el que dio a conocer que un contenedor de congelamiento tiene un costo de

Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura-Ecuador”

Ramírez Goyes Carla Damaris (Ecuador-UPEC)

“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura-Ecuador”

750\$.en el que también se llevan controles básicos y generales de higiene y manipulación al momento de almacenar la fruta, en el envasado y empacado, en el transporte y distribución lo realiza.

Cadena de Distribución “Frutas De La Montaña Cía Ltda”



Fuente: (Andrés Pérez.05/2015)

Elaborado por: Carla Ramírez

Oferta exportable en Imbabura

Tabla 86. Producción en Imbabura de mora de castilla (ver anexo 8)

Asociaciones	Cultivos sembrado	Fecha de siembra y de cosecha	Superficie sembrada / ha	Rendimiento /ha	Comercialización	Kg	Tn
Pimampiro	Mora de castilla	Enero-diciembre	3	15.600	Libras	7.076	7,076
Cotacachi	Mora de castilla	Enero-diciembre	4	18.400	Libras	8.346	8,346
Cotacachi	Mora de castilla	Enero-febrero	3	110	Libras	50	0,05
Cotacachi	Mora de castilla	Enero-diciembre	1/2	40	Libras	18	0,018
Cotacachi	Mora de castilla	Septiembre	1	400	Libras	181	0,181
Pimampiro	Mora de castilla	Enero-diciembre	2	114.400	Libras	51.891	51,891
Otavalo/ibarra	Mora de castilla	Enero-diciembre	10	10.000	Baldes	114.000	114
Otavalo/ibarra	Mora de castilla	Enero-diciembre	10	14.000	Baldes	159.091	159
Cotacachi	Mora de castilla	Enero-diciembre	4	2.800	Baldes	31.818	32
Cotacachi	Mora de castilla	Enero-diciembre	9	6.480	Baldes	132.545	133
Cotacachi	Mora de castilla	Enero-diciembre	8	6.400	Baldes	130.909	131
			54,5				636,5

Fuente: Dirección Provincial Agropecuaria De Imbabura Datos 2014 Técnico De Campo Uzi'S: Plan Parcial "Ciudad Del Campo" Magap Imbabura En Coordinación Ing. Víctor Enríquez

Elaborado Por: Carla Ramírez

Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura-Ecuador”

Ramírez Goyes Carla Damaris (Ecuador-UPEC)

“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura-Ecuador”

Para determinar la cantidad de fruta ofertada por la empresa “Frutas De La Montaña Cía Ltda” me basé en la entrevista realizada al gerente de la empresa, quien supo manifestar que cuenta con materia prima para procesar la pulpa de mora por estar la empresa ubicada en un lugar privilegiado donde existe producción de mora de castilla. De acuerdo a estudio realizado al MAGAP de imbabura encontramos alrededor de 54,5 hectáreas de mora de castilla obteniendo alrededor de 636,5 toneladas de mora de castilla de enero a diciembre en el que se demuestra oferta disponible del producto, por su ubicación geográfica cuenta con una buena producción durante todo el año.

Según Andrés Pérez Gerente de la empresa, se encuentra dispuesto a procesar 5 tn semanales obteniendo un total de 20 Tn mensuales. De acuerdo a los cálculos realizados en el transporte logístico en un contenedor de 40’ pies refrigerado se estima 18 tn las cuales serán enviadas mensualmente debido a que si alquilamos un contenedor de 20’ pies no sería factible exportar 2 tn sobrantes. La pulpa de mora será procesada en la empresa “frutas de la montaña cía ltda” misma que a continuación se presenta los precios del producto terminado:

Tabla 87. Oferta Exportable “Frutas de la Montaña Cía Ltda”

Días	Toneladas	Unidades en una caja
Anual	240	12
Mensual	20	12

Fuente: (Andrés Pérez.05/2015)

Elaborado por: Carla Ramírez

Precios de la pulpa de mora de castilla nacional

Tabla 88. Precio de pulpa de mora “frutas de la montaña cía ltda”

Frutas presentación	1000g	500g	100g
Pulpa de mora de castilla	2.55	1.80	0,60

Fuente: (Andrés Pérez.05/2015)

Elaborado por: Carla Ramírez

Tabla 89. datos de exportación de pulpa de mora

Producto	Presentación	Embalaje	Volumen total	Frecuencia
				Mensual
Pulpa congelada de mora	Fundas de poliéster – polietileno de 500g	Cajas de cartón por 12 unidades (500g)	1 contenedor refrigerado de 40 pies.	1 contenedor

Fuente: (Andrés Pérez.05/2015)

Elaborado por: Carla Ramírez

“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura-Ecuador”

Tabla 90. Número de envíos mensuales

Tipo de contenedor	Total cajas mensuales	Total unidades(pulpa de mora)	Pallets	Numero de cajas en cada pallet(15 de base y 6 de apilamiento)	Total envío mensual(Tn)
1 contenedor refrigerado de 40 pies	3.028	36.333	36	84	18

Fuente: (Andrés Pérez.05/2015)

Elaborado por: Carla Ramírez

Demanda insatisfecha en Canadá

Tabla 91. Demanda insatisfecha en Canadá- provincia de Quebec

Demanda insatisfecha											
año	Pn.	M	X	Cna	Población Canadá	Consumo per cápita anual		Déficit	Población estratificada quebec 4,7%	Déficit total kg	Demanda insatisfecha en tn.
	Tn.	Tn.	Tn.	Tn.		Real kg.	Recom kg.	Kg.			
2012	0	52.367	42.998	9.369	34.699.000	0,047	3,9	3,853	1.630.853	6.283.677	6284
2013	0	70494	40.014	30.480	35.100.000	0,047	3,9	3,853	1.649.700	6.356.294	6356
2014	0	129.684	36.899	92.785	35.158.304	0,047	3,9	3,853	1.652.440	6.366.852	6367
2015	0	132.278	33.871	98.406	36.916.219	0,047	3,9	3,853	1.735.062	6.685.195	6685
2016	0	134.923	30.822	104.101	38.762.030	0,047	3,9	3,853	1.821.815	7.019.455	7019
2017	0	137.622	27.772	109.849	40.700.132	0,047	3,9	3,853	1.912.906	7.370.428	7370
2018	0	140.374	24.723	115.651	42.735.138	0,047	3,9	3,853	2.008.551	7.738.949	7739
2019	0	143.182	21.673	121.508	44.871.895	0,047	3,9	3,853	2.108.979	8.125.896	8126
2020	0	146.045	18.624	127.421	47.115.490	0,047	3,9	3,853	2.214.428	8.532.191	8532

Fuente im/ex: (Trademap, 2015) (Datosmacro, 2014)Fuente consumo per capita: Health Canada

Elaborado por: Carla Ramírez

Con la tabla se puede justificar la existencia de consumo y de demanda insatisfecha en la provincia de Quebec –Canadá es de 6.646 tn valor positivo para ingresar a un gran mercado potencial, en el que existe un incremento, en el que se puede decir que este país consume productos saludables y naturales esto se debe a que la población de Canadá en el 2011 un estimado de 5.0 millones de canadienses tenía 65 años o más. Este Número de espera que se duplique en los próximos 25 años (statistics Canadá 2011) datos más recientes, cabe señalar que para determinar la demanda insatisfecha se tomó en cuenta la población de Quebec que cuenta con

Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura-Ecuador”




Ramírez Goyes Carla Damaris (Ecuador-UPEC)

“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura-Ecuador”

población 717.000 personas de las cuales más altamente consumen este producto por salud son de 45 años en adelante consumen pulpas de frutas.

Realizado el estudio técnico para identificar las oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de pulpa de mora se determinan los siguientes compradores de Canadá o conocidos como bróker mismo que se encuentra en la siguiente tabla :

Tabla 92. Bróker Canadá

Empresa	Contacto	Información	Logo
A lasonde inc(agente comercial)	Ruthven	Ciudad: ontario Código postal n0p 2g0	
Aliments imex foods inc. Comercializadora importa frutas en distintas presentaciones	Peter sato(director de desarrollo de negocios)	Ciudad:monteral provincia: quebec código postal h4n1j6 www.imexfoodsinc.com.ca	
Morris nation inc. Importadora de productos diversos	Hans graf(director de desarrollo de negocios)	Ciudad: la salle provincia: quebec código postal: h8n1b7 www.mosrrisnational.ca	
Importadora de productos diversos Import genius	Anthony bervin(director departamento de ventas)	Bill stump Bill@importgenius.com directa: +1 385-235-7498	

Fuente: (Alimentos Imex Foods Inc.Canadá)

Elaborado por: Autora

Luego de identificar diversos compradores hemos escogido a cuatro posibles compradores en donde se obtuvo contacto vía email con la empresa “import genius” es una empresa importadora de diversos productos.(ver anexo 9)

El total del mercado canadiense para frutas y verduras frescas llegó a \$11,2 mil millones en 2012. de acuerdo a la asociación canadiense para la comercialización de frutas y verduras (cpma en inglés), en 2014 los canadienses están comiendo menos porciones de frutas y verduras frescas que lo sugerido por la guía de alimentos de Canadá a pesar que 90% de los canadienses compran frutas y verduras frescas semanalmente. Las mujeres adultas consumen 4,3 porciones por día (menos que las 7-8 que son las recomendadas) y los hombres adultos 3,5 porciones (lejos de las 8-10 que son las recomendadas). Se define una porción como una de las siguientes:

- 125 ml (½ taza) verduras o frutas frescas, congeladas o enlatadas o jugo al 100%;

Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura-Ecuador”

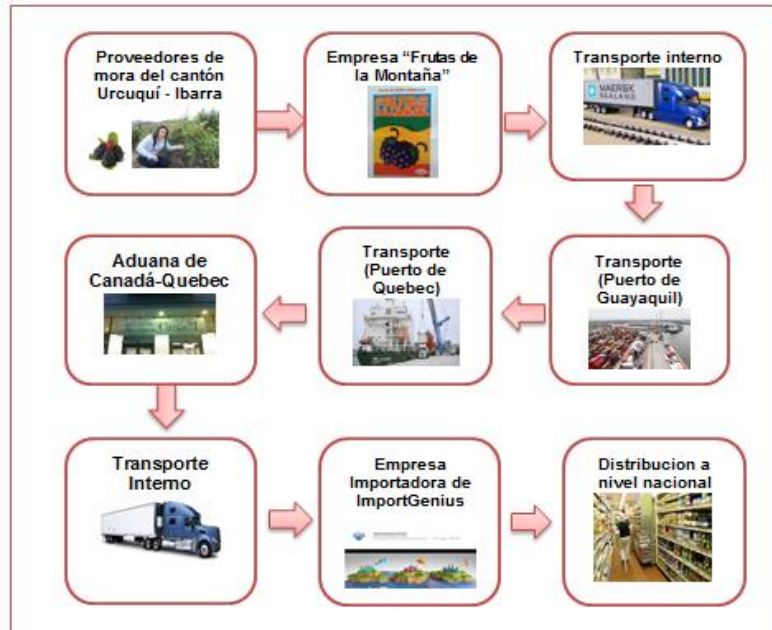
Ramírez Goyes Carla Damaris (Ecuador-UPEC)

“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura-Ecuador”

- 250 ml (1 taza) vegetales de hojas verdes o ensalada; o
- 1 pedazo de fruta (como una banana mediana o medio aguacate). (1 informe de la industria alimentaria canadiense 2014, food in canada, 2014.pag. 4)

Modelo operativo de la propuesta

Para el desarrollo de la propuesta se tiene una estructura operativa, que se detalla desde la adquisición de la materia prima, hasta su comercialización en el país de destino, misma que se diseña a continuación:



Fuente: Estudio Investigativo
Elaborado Por: Carla Ramírez

En la tabla anterior se indica el proceso de exportación, se lo realiza en termino CIF(costo, seguro y flete), en donde la responsabilidad del intermediario terminara en la entrega de la mercancía en el puerto de embarque que es Quebec, teniendo en cuenta el seguro y el flete principal para transportar la mercancía, los demás tramites corresponden a la empresa importadora, en este caso “ImportGenius”

Estimación de ventas

Producto	Ventas anuales en cajas - proyección				
	2015	2016	2017	2018	2019
Fundas de polipropileno (pulpa de mora 500g)	36.333	38.150	40.058	42.060	44.163
Total	36.333	38.150	40.058	42.060	44.163

Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura-Ecuador”

Ramírez Goyes Carla Damaris (Ecuador-UPEC)

“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura-Ecuador”

El anterior cuadro representa las ventas proyectadas a 5 años, los cálculos permiten determinar que las proyecciones hasta el año 19 son crecientes en donde siempre va a existir demanda en el país de destino y de acuerdo a los resultados elaborados el proyecto es factible.

4. Conclusiones

- ✓ De acuerdo al estudio técnico realizado se identificó que el proyecto es viable ya que la empresa “Frutas de la Montaña Cía Ltda” cuenta con activos fijos favorables y una capital sostenible sin mencionar que cuenta con los requerimiento que requiere el mercado de Canadá para ofertar la pulpa de mora.
- ✓ Las proyecciones de ventas son favorables ya que notamos una escala de crecimiento favorable, dentro del factor micro localización “Frutas de la Montaña Cía Ltda” se encuentra ubicada en un lugar estratégico, lo que hace que cuente con la producción necesaria y a escala durante los 12 meses.
- ✓ Es una opción para “Frutas de la Montaña Cía Ltda” gracias a exporta fácil a PROECUADOR a facilitar las exportaciones hacia los mercados del Unión Europea, de esta manera ayudando a los productores y procesadores de futas de pequeñas empresas a generar mayor beneficios.

5. Recomendaciones

- ✓ La empresa “frutas de la montaña cía Ltda.” deberá cumplir con los requisitos para ingresar al mercado de Canadá, deberá tomar en cuenta los requisitos del empaque, embalaje y etiquetado, como también idiomas y cantidades misma que se encuentran propuesta en el proyecto.
- ✓ Cumplir con el certificado de origen para cumplir para que goce del el beneficio de la nación más favorecida (NMF) y sistema general de preferencia arancelaria (SGP) para acceder al correspondiente beneficio arancelario.
- ✓ Es importante que el gobierno, a través del MAGAP y PROECUADOR fortalezcan a los productores misma que existen tierras vírgenes sin explotarse logrando aumentar mayor producción donde se abriría una nueva apertura de mercado y se lograría mayor ingreso económico para el ecuador.

Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura-Ecuador”

Ramírez Goyes Carla Damaris (Ecuador-UPEC)

“Oportunidades de mercado en Canadá y la comercialización de pulpa de mora desde Imbabura-Ecuador”

6. Referencias Linkográfico

- <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=36492078>
- http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101747733/-1/prepare_su_cultivo_de_mora_org%c3%a1nica.html#.vytnivl3svk
- <http://www.canada.ca/en/services/business/trade/buycanadian/index.html>
- http://healthycanadians.gc.ca/eating-nutrition/index-eng.php?_ga=1.189052523.1358202053.1423781463
- <http://healthycanadians.gc.ca/eating-nutrition/label-etiquetage/tips-conseils/nutrition-fact-valeur-nutritive-eng.php>
- <Http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-de-certificaciones-internacionales/>
- <Http://www.proecuador.gob.ec/pubs/requisitos-para-exportar-productos-de-origen-vegetal-frescos-y-congelados/>
- Http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/799618/-1/cultivan_alimentos_con_sello_verde.html#.vbfim7x3svk
- <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/3074/1/mag129.pdf>

7. Bibliografía

- COPCI. (2009). Ministerio de Industrias y Productividad Ecuador, P. (2007-2011). Exportaciones de Ecuador
- Lara, J. S. (2001). Historia de la iglesia catolica en el Ecuador. Quito: Abya - Yala.
- Lerma, A. &. (2010). Comercio y marketing internacional (Cuarta ed.). México D.F: Cengage Learning Editores.
- Lerma, A. (2010). Comercio y marketing internacional. Mexico: Cengage Learning Editores, S. A. De C. V.,.
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (2012) transformación de la Matriz Productiva: Revolución productiva a través del conocimiento y el talento humano Folleto Informativo I, (1er Ed), Quito, Ediecuatorial.
- Statistical office of the european communities, international monetary fund (2006) Consumer Price Index Manual: Theory and Practice, 1ra Edición: Estados Unidos.
- Ugarriza, S., (2009) Terminología Comercial Agropecuaria, (1ra Ed), Salta, p 325, editorial Universidad Católica de Salta