



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN COMERCIO
EXTERIOR

TEMA:

PLAN DE EXPORTACIÓN DE MANTEQUILLA DE ALMENDRAS AL MERCADO
DE CANADÁ

TUTOR:

MGS. HECTOR DUARTE SUAREZ

AUTORES:

BERNAL SÁNCHEZ VICTORIA OTILIA
GANCINO BUSTAMANTE ANDRÉ SEBASTIÁN

GUAYAQUIL, 2019

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO: PLAN DE EXPORTACIÓN DE MANTEQUILLA DE ALMENDRAS AL MERCADO DE CANADÁ.

AUTOR/ES: Bernal Sánchez Victoria Gancino Bustamante André	REVISORES O TUTORES: MGS. Héctor Duarte Suarez	
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Grado obtenido: Ingeniería en Comercio Exterior.	
FACULTAD: Administración	CARRERA: Comercio Exterior	
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2019	N. DE PAGS: 103	
ÁREAS TEMÁTICAS: Educación Comercial y Administración		
PALABRAS CLAVE: Guía, procedimientos, declaración, exportación, comercio exterior.		
RESUMEN: La presente investigación se encuentra dirigida a Diana Celi, la cual contara como una guía para facilitar el proceso de exportación de un producto en específico. La guía contendrá la información obtenida por el proceso de investigación el cual estará presentado de manera organizada y detallada para conocer todos los procesos a cumplir para la exportación de mantequillas de almendras.		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI X	NO
CONTACTO CON AUTOR/ES: Bernal Sánchez Victoria Gancino Bustamante André	Teléfono: 0980709334 0993923402	E-mail: ybernals@ulvr.edu.ec agancinob@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	MGS. Rafael Iturralde Solórzano DECANO FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Teléfono: 2596500 EXT. 201 E-mail: riturraledes@ulvr.edu.ec MCE. Betty Aguilar Echeverría DIRECTORA DE LA CARRERA Teléfono: 2596500 EXT. 264 E-mail: baguilare@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE SIMILITUDES



Urkund Analysis Result

Analysed Document: export mantequilla almendras Bernal Gancino nov 2018.docx (D43661648)
Submitted: 11/8/2018 2:52:00 AM
Submitted By: hduartes@ulvr.edu.ec
Significance: 5 %

Sources included in the report:

COMPLEXIVO ENERO 2018 PLAN DE EXPORTACIÓN ELSA LÓPEZ MÁRQUEZ.docx (D34354898)
artesanas estados Unidos santos oct 2018.docx (D43351294)
Reyes-Rodriguez Final.docx (D40812054)
TESIS NATALIA REINA.docx (D16287283)
CASO PRACTICO JUGO DE MANGO-YP.docx (D29971024)
Tesis Crespo, Jesica.pdf (D14465591)
TESIS JESSY ROJAS.pdf (D40847367)
TESIS FINAL.rep.doc (D42901530)
chocolate_cristian_bravo.docx (D15561516)
PLAN DE EXPORTACION DE CONCENTRADO DE CARAMBOLA.pdf (D40680778)
http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:67166/componente67164.pdf
https://kupdf.com/download/abc-del-desarrollo-organizacional_59e408b108bbc55449e65d62_pdf
http://www.comercioyexportacion.com/images/documentos/exportar/Guia_Practica_del_Plan_de_Exportacion-Version_Final_Oficial_LV.pdf
<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/10/la-relacion-entre-la-logistica-y-la-teoria-de-restricciones-toc/>
<https://www.gestiopolis.com/teoria-economica-del-comercio-internacional/>
<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/la/13/incoterms.html>
<http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/tipos-de-contenedor>
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Instances where selected sources appear:

42

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los estudiantes egresados: **BERNAL SÁNCHEZ VICTORIA** y **GANCINO BUSTAMANTE ANDRÉ**, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos patrimoniales y de titularidad a la UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL, según lo establece la normativa vigente.

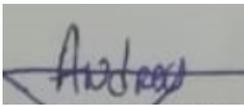
Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar PLAN DE EXPORTACIÓN DE MANTEQUILLA DE ALMENDRAS AL MERCADO DE CANADÁ.

Autor(es)

Firma: Victoria Bernal Sánchez.

Bernal Sánchez Victoria

C.I. 1250123781

Firma: 

Gancino Bustamante André

C.I. 0926132507

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DE TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación PLAN DE EXPORTACIÓN DE MANTEQUILLA DE ALMENDRAS AL MERCADO DE CANADÁ, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad LAICA VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: PLAN DE EXPORTACIÓN DE MANTEQUILLA DE ALMENDRAS AL MERCADO DE CANADÁ, presentado por los estudiantes: **BERNAL SÁNCHEZ VICTORIA** y **GANCINO BUSTAMANTE ANDRÉ** como requisito previo, para optar por el Título de INGENIEROS EN COMERCIO EXTERIOR, encontrándonos aptos para su sustentación.

Firma:  _____

MGS. HÉCTOR DUARTE SUAREZ

C.I. 0940299936

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo investigativo lo dedicamos principalmente a nuestros padres, por su sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y poder seguir adelante en este camino del estudio.

El desarrollo de este trabajo fue concluido con el esfuerzo mutuo de los integrantes que elaboraron este proyecto, así como de todas las horas de estudio autónomo realizado para conocer más a fondo el tema que se tratara.

Para finalizar también agradecer a todas las demás personas que nos han apoyado con su granito de arena y han ayudado a que el trabajo se ejecute sin ningún problema, en especial a aquellos que nos supieron brindar un poco de su tiempo y compartieron sus conocimientos.

Bernal Sánchez Victoria
Gancino Bustamante André

DEDICATORIA

Como sabemos este trabajo ha requerido de esfuerzo y mucha dedicación por parte de nosotros, no hubiese sido posible su culminación sin el apoyo de todas y cada una de las personas que nos asistieron en el arduo camino de este trabajo y muchas de las cuales han sido un fuerte pilar en momentos difíciles.

Damos gracias a nuestros padres, por estar con nosotros en cada paso que damos, y a Dios por haber puesto en nuestro camino a aquellas personas que han sido un soporte y compañía durante todo el periodo de estudio, a nuestro tutor Héctor Duarte, que con su amplia experiencia y conocimientos me orientaron al correcto desarrollo y culminación del presente proyecto para la obtención de la Ingeniería en Comercio Exterior.

Muchas gracias.

Bernal Sánchez Victoria
Gancino Bustamante André

INDICE GENERAL

CERTIFICADO DE SIMILITUDES	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES	iv
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DE TUTOR	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA	vii
INTRODUCCION	1
CAPÍTULO I.....	2
1.1 Tema	2
1.2 Planteamiento del problema	2
1.3 Formulación del problema.....	3
1.4 Sistematización del problema.....	3
1.5 Objetivos de la investigación.....	3
1.5.1 Objetivo general	3
1.5.2 Objetivos específicos.....	3
1.6 Justificación de la investigación	3
1.7 Delimitación o alcance de la investigación	4
1.8 Hipótesis de la investigación	4
1.9 Variables de la investigación.....	4
1.9.1 Variable dependiente:.....	4
1.9.2 Variable independiente:.....	4

CAPITULO II	5
2. Marco Teórico Referencial.....	5
2.1 Antecedentes.....	5
2.2 Marco Teórico	5
2.2.1 Teoría del Comercio exterior y sus diferentes alternativas para Ecuador	5
2.2.2 Teoría de Gestión del Comercio Exterior en una empresa.	6
2.2.3 Teoría de Logística aplicada al Comercio Internacional	6
2.2.4 Teoría de Comercio Internacional	7
2.2.5 Teoría del comercio internacional y el equilibrio.	7
2.2.6 Teoría del Transporte para el comercio internacional	8
2.2.7 Teoría de Transporte Marítimo.....	9
2.2.8 Teoría de Logística aplicada al envase.	9
2.2.9 Teoría de Logística aplicada al embalaje.....	10
2.2.10 Teoría de Estrategias aplicadas para la selección de los canales de distribución.	10
2.2.11 Teoría de los contenedores en las operaciones de comercio internacional. ...	11
2.2.12 Teoría de Plan de exportación.....	11
2.3 Marco conceptual	12
2.4 Marco Legal	13
2.4.1 Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida.....	13
2.4.2 Constitución de la República Del Ecuador publicada en el Registro Oficial No. 449 20 de octubre de 2008	14

2.4.3	Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones	15
2.4.4	Decisión 671 Armonización Regímenes Aduaneros	15
CAPITULO III.....		16
Marco Metodológico		16
3.1	Tipo de investigación:	16
3.1.1	Investigación exploratoria.....	16
3.1.2	Investigación Descriptiva.....	16
3.2	Enfoque de la investigación:.....	17
3.3	Técnicas e instrumentos de recolección de datos:	17
3.3.1	Entrevistas no estructuradas.....	17
3.3.2	Encuestas.....	17
3.3.3	Cotización	18
3.4	Modelo de encuesta	18
3.5	Población y muestra.....	22
3.5.1	Lista de Empresas de Categoría: Alimentos	22
3.5.2	Lista de empresas comercializadoras en Ecuador.....	24
3.6	Análisis De Resultados	24
CAPITULO IV.....		30
Estructura del Plan de Exportación		30
4.1	Diagnóstico De Exportación.....	30
4.1.1	Análisis Interno	30

4.1.2	Análisis Externo (Entorno Y Sector)	31
4.1.3	Análisis FODA Internacional	31
4.1.4	Diagnóstico De Exportación	32
4.2	Selección De Mercado	33
4.2.1	Concentración/Diversificación	33
4.2.3	Selección De Países Más Favorables	35
4.2.3.1	Canadá	35
4.2.3.2	Francia	39
4.2.4	Selección De Mercado Objetivo	41
4.3	Formas De Entrada	42
4.3.1	Alternativa De Forma De Entrada	42
4.3.2	Selección De Formas De Entrada	42
4.3.3	Perfil De Cliente	43
4.3.4	Condiciones De Negociación	43
	Consideraciones sobre el uso del Incoterm FOB	44
4.4	Oferta Internacional	45
4.4.1	Selección De Gama De Productos	45
4.4.2	Estandarización Del Producto	48
4.4.2.1	Envase	48
4.4.2.2	Etiqueta	49
4.4.2.3	Empaque	54

4.4.2.4	Pictogramas	56
4.4.2.5	Pallets.....	56
4.4.3	Calculo De Precios Internacionales	58
4.5	Política De Comunicación	63
4.5.1	Marca.....	63
4.5.2	Posicionamiento	64
4.5.3	Instrumentos De Comunicación.....	65
4.6	Plan Económico.....	67
4.7	Conclusiones.....	71
4.7.1	Recomendaciones.....	72
	Bibliografía	73
	ANEXOS.....	78
	Carta de aceptación por parte de Diana Celi	78
	Modelo de Declaración Aduanera.....	79
	Información de empresas encuestadas	80
	Certificado de publicación de artículo científico	81
	Modelo de Cotización	82
	Constitución De La República Del Ecuador Publicada En El Registro Oficial No. 449 20 De Octubre De 2008	83
	CAPÍTULO SEGUNDO	84
	Tratados e instrumentos internacionales	84
	Código Orgánico De La Producción Comercio E Inversiones	85

Decisión 671 Armonización Regímenes Aduaneros.....	86
Regímenes De Exportación.....	86
Artículo 42.- Exportación definitiva	86

INDICE DE ILUSTRACION

Ilustración 1 Países Importadores	34
Ilustración 2 Recorrido de la Carga	38
Ilustración 3 Mantequilla de coco	45
Ilustración 4 Mantequilla de chocolate y avellana.....	45
Ilustración 5 Mantequilla de maní.....	46
Ilustración 6 Mantequilla de almendras	46
Ilustración 7 Mantequilla de sésamo.....	47
Ilustración 8 Mantequilla de almendra y coco	47
Ilustración 9 Envase de la mantequilla.....	49
Ilustración 10 Etiqueta de las mantequillas.....	50
Ilustración 11 Modelo de Cartón.....	55
Ilustración 12 Dimensiones del cartón.....	55
Ilustración 13 Pictogramas	56
Ilustración 14 Pallet.....	57
Ilustración 15 Embalaje.....	58
Ilustración 16 Logo	64
Ilustración 17 Ferias Internacionales	66

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Lista de empresas	22
Tabla 2 Valor importado.....	35
Tabla 3 Empresas Ecuatorianas	24
Tabla 4 Información Nutricional Español.....	51
Tabla 5 Información Nutricional Ingles	52
Tabla 6 Información Nutricional Francés	53
Tabla 7 Costos de exportación	59
Tabla 8 Plan financiero	70

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1 Pregunta 1	24
Gráfico 2 Pregunta 2	25
Gráfico 3 Pregunta 3	25
Gráfico 4 Pregunta 4	26
Gráfico 5 Pregunta 5	26
Gráfico 6 Pregunta 7.....	27
Gráfico 7 Pregunta 8.....	28
Gráfico 8 Pregunta 9.....	28
Gráfico 9 Pregunta 10.....	29
Gráfico 10 Proceso de exportación.....	60
Gráfico 11 Posicionamiento.....	65

INDICE DE ANEXOS

Anexos 1 Carta de aceptación.....	78
Anexos 2 Modelo de Declaración de Exportación.....	79
Anexos 3 Información de empresas	80
Anexos 4 Certificado de aprobación de artículo.....	81
Anexos 5 Cotización.....	82
Anexos 6 Marco Legal.....	83

INTRODUCCION

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad recopilar información veraz y precisa del mercado canadiense para la exportación efectiva de mantequilla de almendras para ayudar a los pequeños productores ecuatorianos con el objetivo de mejorar su productividad y lograr expandirse a nuevos mercados internacionales.

Ecuador es conocido mundialmente como un país netamente agrícola debido a su posición geográfica y a los diferentes climas que este posee, lo que favorece a los suelos de las diferentes provincias la posibilidad de sembrar diferentes cultivos. (ECUADOR, 2018)

En las últimas décadas ha habido un incremento exponencial en la concientización por el medio ambiente, lo cual genera un profundo efecto en el comportamiento de los consumidores permitiendo a los productos orgánicos expandirse en nuevos mercados extranjeros a un ritmo claramente notable.

La mayoría de consumidores de los países desarrollados tienden a consumir productos orgánicos a un precio medio, tomando en cuenta como referencia el ámbito nutricional, salud y ser amigable con el medio ambiente. (IICA, s.f.)

Se optó por desarrollar este proyecto de exportación de mantequilla de almendras hacia el mercado canadiense ya que este posee una mayor consciencia sobre el cuidado personal de la salud y la importancia de mejorar los hábitos alimenticios mediante productos más sanos y nutritivos.

CAPÍTULO I

1.1 Tema

Plan de exportación de mantequilla de almendras al mercado de Canadá.

1.2 Planteamiento del problema

En la actualidad los ecuatorianos buscan no solo ofertar sus productos para satisfacer la demanda local, sino la posibilidad de poder expandir sus fronteras hacia nuevos mercados y poder realizar exportaciones.

Dichas exportaciones son una fuente extra de ingresos para los ecuatorianos, pero a su vez conlleva a plantearse la interrogante de si estos posean todos los elementos para poder llevar un producto a un diferente país

Diana Celi cuenta con más de 5 años en el mercado nacional ofreciendo productos tales como mantequilla de maní, aceite de coco, entre otros. Dichos productos son vendidos a supermercados tales como Megamaxi, Supermaxi, farmacias,

La misma que se ha estado planteando la posibilidad de poder expandirse y llevar sus productos a nuevos mercados para generar nuevas fuentes de ingresos, pero está en la búsqueda de diversificar su mercado por lo que necesita de supervisión o de asesoría para poder realizarlo.

En el estudio realizado para conocer la demanda de su producto mantequilla de almendras en el mercado de Toronto-Canadá mediante la aplicación de TradeMap se pudo conocer que en dicho país según datos estadísticos de exportaciones existía una demanda en crecimiento, por ende, para realizar una exportación se deben conocer los requisitos para ingresar productos alimenticios a este mercado. (MAP, 2018)

Según Santander Trade-Portal dichos requerimientos son conocidos como barreras no arancelarias tales como certificaciones internacionales, normas ISO en los envases y etiquetados que puedan exigir los nuevos consumidores. (Santander, 2018)

Debido a los requisitos anteriormente mencionados Diana Celi ha tenido como resultado una serie de dificultades en el momento de querer realizar una posible exportación debido a que se encontraron con la ausencia de certificaciones internacionales y requerimientos básicos indispensables para una exportación a Canadá.

1.3 Formulación del problema

¿De qué manera le aportara el plan de exportación a la Sra. Diana Celi Pereira para acceder al mercado de Toronto-Canadá?

1.4 Sistematización del problema

- ¿Cuál es el procedimiento que se debe seguir para poder realizar la exportación a Canadá?
- ¿Cuál será el modelo del plan de exportación que se ajuste al proyecto?
- ¿Qué efecto puede tener la elaboración de un plan de exportación, y como aportara en el incremento de las exportaciones ecuatorianas hacia el mercado canadiense?

1.5 Objetivos de la investigación

1.5.1 Objetivo general

Desarrollar un plan de exportación de mantequilla de almendras que incentive la comercialización del producto al mercado de Toronto-Canadá.

1.5.2 Objetivos específicos

- Analizar la demanda en el mercado de destino mediante el uso de Trademap y Proecuador determinando la viabilidad del producto a exportar.
- Determinar el modelo del plan de exportación basado en las necesidades del producto.
- Elaborar el plan de exportación de mantequilla de almendras para Diana Celi facilitando la logística del producto a nivel internacional.

1.6 Justificación de la investigación

El presente trabajo de investigación promueve posibles soluciones a algunos de los problemas que atraviesan los ecuatorianos que desean convertirse en exportadores; tal es el caso de Diana Celi persona natural con número de RUC #0703344028001 respecto a la obtención de las certificaciones necesarias para una exportación.

La exportación es el medio más común del que se benefician las personas para iniciar sus actividades internacionales y a su vez incrementar sus ingresos de ventas, para conseguir que

esta logre exportar exitosamente al mercado canadiense un producto 100% ecuatoriano. (ECUADOR, 2018).

Por lo cual se brindará mediante un plan de exportación con los pasos a seguir, el mismo tendrá la finalidad de recopilar y analizar información del mercado para que sirva como ayuda para una posible exportación del producto.

Por último, se enfocará la investigación en la búsqueda de información sobre exportaciones de productos similares y su aceptación en los diferentes mercados para poder determinar la oferta exportable del Ecuador frente a los demás países.

1.7 Delimitación o alcance de la investigación

La investigación se desarrollará de la siguiente manera.

- ✓ País: Ecuador
- ✓ Región: Costa
- ✓ Provincia: Guayas
- ✓ Cantón: Samborondón
- ✓ Universo: Personas que busquen productos alimenticios en TORONTO-CANADÁ.
- ✓ Tiempo: 6 meses.
- ✓ Marco espacial: Mercado de la ciudad de TORONTO-CANADÁ.
- ✓ Periodo: 2018-2019.
- ✓ Campo: Comercio Exterior.
- ✓ Aspecto: Proceso logístico de productos alimenticios.

1.8 Hipótesis de la investigación

El plan de exportación de mantequilla de almendras al mercado TORONTO-CANADÁ va a permitir acceder a ese mercado.

1.9 Variables de la investigación

1.9.1 Variable dependiente:

El plan de exportación de mantequilla de almendras hacia el mercado de Toronto-Canadá.

1.9.2 Variable independiente:

Accesar al mercado de Toronto-Canadá.

CAPITULO II

2. Marco Teórico Referencial

2.1 Antecedentes

Ecuador al ser un país netamente agrícola se dedicó a la elaboración de productos tales como el cacao, banano, entre otros. En la actualidad las diferentes mantequillas no faltan en los desayunos de los habitantes en cualquier ciudad del país esto debido a su fácil adquisición en las diferentes tiendas y supermercados.

Es por ello que la Nutricionista Diana Celi tuvo la iniciativa de crear su propia marca de productos Life Choice la cual se dedicó principalmente a la elaboración de una variada gama de mantequillas en el Ecuador y a su vez comenzó a plantearse la idea de ampliar su mercado de poco en poco.

Las diferentes empresas ecuatorianas buscan no solo ofertar sus productos para satisfacer la demanda local sino la posibilidad de poder expandir sus fronteras hacia nuevos mercados y poder realizar exportaciones.

Dichas exportaciones son una fuente extra de ingresos para estas empresas, pero a su vez conlleva a plantearse la necesidad de conocer todos los requisitos para llevar un producto a un nuevo mercado.

2.2 Marco Teórico

Para efectos de este proyecto de investigación se consideran las siguientes teorías.

2.2.1 Teoría del Comercio exterior y sus diferentes alternativas para Ecuador

Según (Leiva, 2014) “El comercio exterior ha sido una actividad fundamental para la economía ecuatoriana, el éxito o fracaso de nuestras exportaciones de productos tradicionales ha marcado nuestra prosperidad.”

Ecuador al ser un país netamente agrícola consigue ingresos económicos gracias a la producción y exportación de productos tales como el banano, cacao y el camarón los cuales constituyen la mayoría de las exportaciones ecuatorianas.

Como sabemos el país en la actualidad sigue siendo básicamente un exportador de materias primas de escaso o nulo valor agregado, por lo que en esta teoría se planteó como alternativa el cambio de nuestra matriz productiva para ofertar productos terminados y obtener una mayor rentabilidad.

2.2.2 Teoría de Gestión del Comercio Exterior en una empresa.

Según (López, 2015) “Los aspectos básicos que deberá conocer una empresa que quiera comercializar sus productos en los mercados internacionales son las condiciones de envío, medidas de política comercial, obstáculos al comercio y las diferentes leyes vigentes.”

La empresa deberá considerar todas las interrogantes relacionadas al comercio exterior que difícilmente resultan comprensibles leyendo la legislación sobre las mismas, la idea principal de esta teoría es la de dividir en partes la gestión de la empresa en el área de comercio exterior analizando los aspectos más importantes de las operaciones comerciales a nivel mundial y los factores políticos que afectan dichas operaciones, todo lo anteriormente mencionado es necesario para la correcta gestión comercial.

2.2.3 Teoría de Logística aplicada al Comercio Internacional

Según (BEVIÁ & CANO, 2015) “La logística es un asunto tan importante que las empresas crean áreas específicas para su tratamiento. Existe gran cantidad de definiciones sobre la Logística. En el plano de los grandes conceptos, podríamos decir que es una ciencia que estudia la organización de cualquier”.

Esta teoría nos aporta a la investigación para conocer los procesos logísticos a utilizar más óptimos para la empresa, establecer un control desde que el producto se encuentre en la fábrica hasta la entrega del mismo según el Incoterm establecido, para poder establecer la manera más efectiva de ingresar el producto hasta su destino final.

En la actualidad es conveniente proyectar las actividades analizando sus relaciones con el sistema logístico de la empresa, convirtiéndose en uno de los cimientos básicos de su estructura. Anteriormente la logística era solamente, tener el producto listo, en el sitio determinado, en el tiempo apto, al menor costo posible, hoy por hoy estas actividades aparentemente fáciles han sido rediseñadas convirtiéndose en todo un nuevo proceso.

Los principios fundamentales que forman la cadena logística son: Abastecimiento de Materias primas, Almacenaje y Manipulación, Distribución, Por tanto, la cadena logística de una empresa está formada por los Distribuidores, Centros de manufactura, Almacenes y Consumidores.

2.2.4 Teoría de Comercio Internacional

Según (Garita, 2014) “El desarrollo del comercio internacional hace que los países prosperen, al aprovechar los activos que producen mejor, para luego intercambiarlos con otros países, que a su vez ellos producen mejor, de eso se trata la actividad comercial.”

La actividad comercial entre dos o más países promueve la compraventa de bienes y servicios, debido a que ningún país es autosuficiente para producir y satisfacer todas las necesidades de sus habitantes, dicha teoría aporta a la comprensión fundamental de las empresas que desean internacionalizarse y vender sus productos a otros países generando una actividad comercial que beneficie a todas las partes implicadas.

En la actualidad es fundamental mantener un buen desempeño de las relaciones políticas, comerciales y culturales, para el beneficio de los países ya que estos pueden requerir recursos de los cuales necesitan, y que a través de los convenios y alianzas internacionales de dichas naciones que suplan sus necesidades.

Dicho desarrollo ha llevado a los países a crecer económicamente y mejorar su competitividad en la actividad comercial logrando satisfacer la demanda de manera interna como externa.

2.2.5 Teoría del comercio internacional y el equilibrio.

Según (Barrera, 2016) “Esta teoría se basa en el estudio del mercado y de los precios de las mercancías, concentrando su mayor interés en la obtención de la ganancia sin importar mucho como se obtenga”.

Se focaliza esencialmente en los costos y en las cantidades que permitan un movimiento constante de los productos desde el lugar en donde se fabrican hasta los puntos de venta en los cuales se transferían sin que los medios establecidos fueran modificados a menor o gran proporción.

Antes de ingresar un determinado producto a un mercado internacional se debe realizar un estudio de mercado que ayude a conocer los precios de la competencia y poder establecer un precio competitivo para llamar la atención de los posibles clientes de dicho mercado.

Una vez establecido dicho estudio se procederá a establecer un precio global para el producto tomando en cuenta los demás costos de la competencia en Canadá.

2.2.6 Teoría del Transporte para el comercio internacional

Según el libro MANUAL DE TRANSPORTE PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL escrito por (Peña, 2016) “La organización de los transportes plantea diversas ventajas y desventajas de las diferentes maneras de movilizar un producto entre los cuales se encuentran: Carretera, Marítimo y Aéreo.”

Carretera

En el transporte por carretera la gestión de selección y reserva es más fácil ya que es posible negociar en base a una demanda potencial sin dejar de lado las condicionantes de precio según el volumen o peso de la carga, según el factor de disponibilidad este es más conveniente ya que se puede reservar los camiones con dos días de antelación.

Marítimo

Este medio de transporte es utilizado para carga general sin dejar de lado la toma de decisión del equipo o contenedor que sea más idóneo para la carga tales como contenedores de gran capacidad o de techo abierto, entre otros.

Aéreo

La gestión de este transporte dependerá del tamaño del espacio que se vaya a contratar, es utilizado en su mayoría para el envío de cargas de tipo urgente tales como productos perecibles, aunque por su factor de rapidez conlleva a un costo más elevado en comparación a los demás medios de transporte.

Al momento de realizar una exportación debemos determinar cuál medio de transporte sería el más efectivo tanto en los ámbitos de tiempo y costo, ya que las diferentes opciones de transporte presentan ventajas y desventajas según las necesidades del producto a trasladar. Existen diferentes tipos de transporte cada uno especializado para una gama específica de productos, esto debido al factor perfectibilidad que cada producto posee.

Por ende, esta teoría nos ayuda con información para poder comparar de las características de los principales medios de transporte y escoger el más conveniente que en este caso sería el Marítimo por las características del producto.

2.2.7 Teoría de Transporte Marítimo

Según el Libro MANUAL DEL TRANSPORTE MARITIMO escrito por (Montori, Escribano, & Martinez, 2016) “El transporte marítimo es por excelencia el principal medio de transporte en el ámbito del comercio internacional de grandes cantidades de productos frescos”.

Una vez analizado todos los posibles medios de transporte a utilizar se optó por el transporte marítimo por su gran capacidad de carga y su tiempo estimado de llegada para productos en mercados en el cual la reposición no es urgente debido a ciertos productos perecederos, dado que regularmente es empleado en distancias largas y en transporte de grandes cantidades de mercancía.

En lo que respecta a los beneficios de este procedimiento de transporte son: la competencia en el ámbito de fletes, su alto volumen de cargamento, la adaptabilidad en la administración de la mercancía y la estabilidad que sustente la prolongación de sus actividades.

En el proyecto de investigación se tomó en consideración el uso de un medio de transporte tanto marítimo como aéreo, ya que el producto a exportar cuenta con una duración de 6 meses de caducidad.

2.2.8 Teoría de Logística aplicada al envase.

Según el libro Manual práctico para gestión logística escrito (Roca, Alfaro, & Paternina, 2015) “En la actualidad el acercamiento de las fronteras y la disminución de impedimentos y prohibiciones a la comercialización de bienes, servicios hace que los mercados ya no sean solamente de un país ya que cada uno poseen políticas diferentes con lo referente a la aplicación de los envases”.

Para cumplir todo el proceso logístico que se debe realizar se necesita conocer el envase en el cual el producto será enviado al país de destino logrando buscar la mejor forma de proteger y conservar la mercancía.

También es necesario para realizar nuestro costeo de flete según el medio de transporte escogido ya que cada tipo de envase tiene un diferente peso y volumen lo que conllevaría a un mayor o menor precio final. En la búsqueda de dicha competitividad, la logística debe aplicar una sucesión de procesos; entre los cuales se encuentra lo concerniente a envase y embalaje, que hoy en día se ha transformado en algo primordial, porque es lo que garantiza que los productos lleguen en la mejor condición desde las sedes de producción hasta los centros de distribución y consumo.

2.2.9 Teoría de Logística aplicada al embalaje.

Según el libro Manual práctico para gestión logística escrito por (Roca, Alfaro, & Paternina, 2015) “Es conocido que no todos los productos se pueden embalar de la misma forma ni utilizar los mismos embalajes, debido a que esto depende del producto, de su almacenamiento, transporte y otros factores condicionantes de este proceso”.

En la logística el embalaje es un medio que envuelve, contiene, protege y conserva los productos envasados, facilita las operaciones de transporte porque suministra al exterior información sobre las condiciones de manejo, requisitos, símbolos e identificación de su contenido.

Además, resguarda el producto durante su periodo de transporte, manejo y almacenamiento, con este proceso mantenemos la calidad de la carga a la vez que se conserva a salvo, en todos aquellos procedimientos en los que se ven envueltos durante el transcurso entre el exportador y el importador.

2.2.10 Teoría de Estrategias aplicadas para la selección de los canales de distribución.

Según el libro Distribución Comercial 2da Edición escrito por (Molinillo, 2014) “La distribución comercial es una herramienta utilizadas por las empresas ya que les permite realizar una conexión entre los partes participantes conocidos como fabricante y distribuidor”

Existen puntos a favor con la óptima aplicación de los canales de distribución tales como aproximar el producto a localización del consumidor evitando que este recorra grandes trayectos para satisfacer su necesidad, logrando de esta manera conseguir un mayor reconocimiento del producto gracias al buen uso de la comercialización.

También tomando en cuenta la existencia de productos propios, que solo son adquiridos en determinados lugares y que algunos consumidores están prestos a hacer un esfuerzo para adquirirlos.

2.2.11 Teoría de los contenedores en las operaciones de comercio internacional.

En el artículo publicado por (PAULINA, 2015) “El uso de contenedores en las operaciones de comercio exterior, simplifica enormemente las operaciones de carga, descarga o trasbordo, disminuye los robos y da una mejor protección a la mercancía”.

Hay que tener en claro que tipo de contenedor se va a utilizar para el proceso de exportación debido a que la carga máxima de cada contenedor puede variar en función del tipo de transporte. Los contenedores más utilizados a nivel universal son las unidades de 20 y 40 pies, la carga máxima por contenedor puede alternarse según la naviera y el tipo del mismo, en diversas ocasiones el contenedor se traslada en camión hasta el cliente, por ende, hay que atenerse a la reglamentación vigente en cada país en lo que respecta a pesos máximos en camiones.

Por ejemplo, no en todos los países se permite el mismo peso máximo para camiones y no todos los barcos soportan la misma carga, dependerá del tipo de transporte utilizado y la normativa de cada país.

2.2.12 Teoría de Plan de exportación

Según el libro Plan de Exportación guía práctica para empresas escrito por (Marketing, 2014) “El objetivo de facilitar a los empresarios el entendimiento sobre cómo preparar un plan de exportación que le permita determinar la viabilidad de las metas de exportación que pueda tener “

Tomando en consideración que cada empresa es única, esta guía no pretende diseñar un documento predeterminado, más bien muestra una estructura general con las principales partes de un plan de exportación.

A continuación, están especificados todos los puntos que se tomaran en cuenta para el desarrollo del plan.

- ✓ ANALISIS POTENCIAL DEL EXPORTADOR
- ✓ Canales de distribución
- ✓ Principales clientes
- ✓ Expectativas de los clientes
- ✓ Percepción del cliente sobre el producto
- ✓ Estrategias de promoción
- ✓ Competitividad
- ✓ Selección de mercado
- ✓ Requisitos
- ✓ Requisitos para entrar al mercado
- ✓ Licencias
- ✓ Segmento del mercado al que está dirigido el producto
- ✓ PLAN DE FINANCIACION

Todo lo mencionado anteriormente permitirá realizar un mejor estudio de la mantequilla de almendras para que tengan aceptación en el mercado de Canadá y cumplir todos los requerimientos necesarios para su ingreso.

Este plan de exportación va dirigido a la Señora Diana Celi Pereira, teniendo como objetivo llevar al mercado un producto con altos niveles nutricionales y saludables.

2.3 Marco conceptual

- **Comercialización:** Se la conoce como la actividad de compraventa de bienes y servicios entre un exportador y un importador.
- **RUC:** Sus siglas significan Registro Único de Contribuyentes, es un documento que permite conocer e individualizar a los contribuyentes para fines tributarios.
- **Token:** También conocido como token de autenticación es una herramienta electrónica que se le brinda a una persona autorizado para agilizar el proceso de autenticación a su vez es llamado firma electrónica y es un requisito exigido por la SENAE tanto para los exportadores e importadores.
- **Incoterms:** Mayormente son utilizados para delimitar las obligaciones entre el comprador y el vendedor, y reflejan la práctica actual en el transporte internacional de mercancías.

- **B/I:** bill of lading: El conocimiento de embarque marítimo, es una constancia dada al embarcador por las mercancías entregadas, también demuestra la existencia de un contrato de transporte y otorga derechos sobre las mercancías.
- **Flete internacional marítimo:** El flete marítimo es el concepto de coste más importante en el transporte internacional marítimo.
- **Flete interno:** Costo del traslado de la mercancía dentro del país de origen.
- **Embalaje:** Caja o cualquier envoltura con que se protege un objeto que se va a transportar.
- **Aforo:** Operación de reconocer las mercancías, verificar su naturaleza y valor, establecer su peso y clasificando de manera correcta si se llegase a dar el caso para determinar los aranceles e impuestos que son aplicables
- **SGP:** Mejor conocido como Sistema Generalizado de Preferencias, es un sistema creado para ayudar a los países en desarrollo dicha ayuda consiste en la reducción de los aranceles y en algunos casos hasta la exención de los tributos.
- **Certificación:** Es un documento que avala el producto que se va a exportar cumpla con todos los requerimientos establecidos por las entidades ya sea en el ámbito de salud o de calidad.
- **Normas de Calidad:** Estos buscan lograr que los productos puedan ingresar a los diferentes mercados, cumpliendo con los requisitos para el país al cual se pretende ingresar.
- **Despacho de exportación:** El titular de las mercancías a exportar tiene que presentar una declaración de exportación firmada, acompañada de la factura comercial, documento de transporte y otros, dependiendo de la clase de mercancía.

2.4 Marco Legal

2.4.1 Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida.

Según el Plan Nacional de Desarrollo “Ecuador en el contexto regional y mundial por su localización, Ecuador forma parte de la cuenca del Pacífico, que constituye una zona geográfica con un matiz más económico que político, y abarca a las regiones costeras que se encuentra alrededor de este océano.” (Desarrollo, 2018)

Como se sabe uno de los inconvenientes al momento de exportar las mantequillas de almendras es el tiempo que este le toma llegar a su destino final, por ende, las empresas Ecuatorianas pierden competitividad en lo referente al factor tiempo frente a los demás países que ofrecen el mismo producto, pero a un tiempo menor de llegada.

Por ende la información obtenida según lo establecido en el Plan nacional con lo referente al tema de Comercio Exterior nos aportara con puntos claves para tener en claro cuáles son las vías de acceso que posee el Ecuador con los demás países, la misma que nos menciona que gracias a su ubicación a orillas del océano Pacífico, lo convierte en el punto de integración del comercio de productos con el resto del mundo, lo que nos beneficiara como exportadores gracias a la proximidad de las rutas de tráfico internacional.

Objetivo 5 del Plan Toda una vida

“Ecuador cuenta con una importante base de recursos naturales, renovables y no renovables, que han determinado que su crecimiento económico se sustente en la extracción, producción y comercialización de materias primas.” (Desarrollo, 2018)

En la actualidad los productores Ecuatorianos están empezando a emprender en sus productos, como es en el caso de la mantequilla de almendras cuya productora supo aprovechar la materia prima del país y no estancarse con la idea de solo ofrecer un producto primario, por lo cual la finalidad del objetivo planteado en el plan de desarrollo es el de impulsar una economía que se sustente en el aprovechamiento adecuado de los recursos naturales agregándole un valor agregado a los productos.

Incrementando la productividad y a su vez creando incentivos diferenciados al sector productivo, para satisfacer la demanda interna, y diversificar la oferta exportable de manera estratégica.

2.4.2 Constitución de la República Del Ecuador publicada en el Registro Oficial No. 449 20 de octubre de 2008

Los artículos utilizados en base a la Constitución Ecuatoriana son los siguientes, cabe recalcar que los mismos se encuentran textualmente en los anexos.

- Art. 261
- Art. 416

Capítulo Segundo

- Art. 417 (Constitucion, 2011)

El propósito de los objetivos previamente mencionados son dar a conocer todos los reglamentos que deberán conocer los productores del Ecuador que desean emprender mediante la exportación de sus productos a nuevos mercados internacionales como es el caso de Diana Celi con su producto Mantequilla de Almendras, para no llegar a incumplir ninguna infracción o algún impedimento que pueda afectar al proceso de exportación.

2.4.3 Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones

- Art. 154
- Art. 158 (COPCI, 2016)

Estos artículos dan a conocer que, en la actualidad para ejercer el comercio exterior en el Ecuador, en primera instancia se debe observar el marco legal y regulatorio que se encuentra en vigencia, los cuales con El código orgánico de producción comercio e inversiones en el cual constan las disposiciones legales para llevar acabo toda transacción de manera correcta.

Hay que conocer cual régimen aduanero es el más adecuado para el tipo de negociación que se pretende realizar para no caer en transgresiones y tardíos en el proceso que puedan conllevar a pérdidas para una o ambas partes de la negociación.

2.4.4 Decisión 671 Armonización Regímenes Aduaneros

- Artículo 42 (Decision671, 2007)

En lo referente a este artículo nos aporta al trabajo de investigación con información sobre la exportación la misma que es una de los más utilizados en nuestra legislación aduanera, es necesario hacer conocer a los productores que no es solo posible exportar materias primas para ser transformadas en el exterior, sino plantearse la idea de ellos mismos transformarlas en el Ecuador y ofrecer un producto de mayor valor.

Dichas exportaciones le permitirán a nuestro país obtener las divisas suficientes para aumentar la comercialización y equilibrar la balanza comercial.

CAPITULO III

Marco Metodológico

3.1 Tipo de investigación:

En el presente proyecto se utilizaron los siguientes tipos de investigación:

3.1.1 Investigación exploratoria

“Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas”. (Sampieri R. H., 2014)

Las investigaciones del tipo exploratorio brindan un primer contacto al problema que se intenta estudiar. También se realiza para estar al tanto del tema que se empezará, lo que nos permitirá “Familiarizarnos con algo que hasta el momento desconocíamos”. Debido a su elasticidad sirve como soporte para la investigación descriptiva debido a que suministra la formulación de hipótesis sobre temas a estudiar.

3.1.2 Investigación Descriptiva

“Busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”. (Sampieri D. R., 2010)

La investigación descriptiva es la que se maneja, tal como su nombre lo dice, para narrar la situación del ambiente en la que se halla la empresa. Esta investigación consiste en planear lo principal de un hecho o situación específica.

Las etapas que se seguirán en esta investigación son: explorar las características del tema a investigar, la selección de datos y las fuentes a consultar. Por lo tanto, se la usó en conjunto con la investigación exploratoria para así poder recopilar toda la información necesaria para describir el problema y todas sus características; con esto se podrán tomar las medidas necesarias al presente problema.

3.2 Enfoque de la investigación:

“El enfoque escogido para la presente investigación es el enfoque mixto los cuales representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (Meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.” (SAMPIERI, 2014)

El enfoque cuantitativo nos servirá para probar la hipótesis planteada en el proyecto y el cualitativo ayudará a mejorar las preguntas de la investigación. Con la combinación de ambos enfoques buscaremos conocer los resultados de la investigación y se lograra tener una perspectiva más amplia, además de que se explicara y se interpretara la información recopilada.

3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Con el propósito de obtener mejores resultados que ayuden a encontrar una solución para el problema planteado, las técnicas que se utilizarán en el proyecto serán varias, tales como: la entrevista, las encuestas y la cotización, las mismas que estarán dirigidas a las posibles empresas a las que se le ofrecerá el producto.

3.3.1 Entrevistas no estructuradas

Este tipo de entrevistas se caracterizan por su flexibilidad, ya que en ella sólo se determinan previamente los temas que se van a tratar con el entrevistado. Durante la entrevista, el entrevistador puede delimitar la profundidad del contenido, la cantidad y el orden de las preguntas por tratar con las personas que van a entrevistarse.

Esta técnica se realizará con 5 empresas Ecuatorianas que distribuyen Mantequilla de Almendras o productos similares.

3.3.2 Encuestas

Según Audirac Carlos “la encuesta es un instrumento que permite recabar información general y puntos de vista de un grupo de personas.” (Carlos, 2017)

La técnica de la encuesta se elaborará con la finalidad de conocer la opinión de los 35 importadores mayoristas ubicados en Toronto-Canadá.

3.3.3 Cotización

Según la página (EconomíaSimple) "Una cotización es un documento en donde se detalla el precio de un bien o servicio para el proceso de compra o negociación. Este documento informativo lo utiliza el área de compras de una empresa para entablar una negociación."

Se optó por la utilización de la Cotización para dar a conocer el precio del producto por una cantidad determinada, ya que actualmente los clientes solicitan dicha información y estos están en el derecho de decidir aceptar, modificar o rechazar y en ningún momento estarán obligados a pagar. Una vez aceptado todos los términos por parte del cliente, el vendedor entra a pasar esa cotización a factura, para que el cliente continúe con el pago.

3.4 Modelo de encuesta

Español

Encuesta

Encuesta para el plan de exportación de mantequilla de almendras al mercado de Canadá

1) ¿Usted conoce o ha escuchado sobre la calidad de las almendras Ecuatorianas?

Sí	
No	

2) ¿Esta actualmente importando mantequilla de almendras?

Sí	
No	

3) ¿Conoce algún obstáculo que pueda dificultar la entrada de nuestro producto a su país?

Sí	
No	

4) ¿Cada que tiempo realiza importaciones?

Mensual	
Trimestral	
Cuatrimestral	
Anual	

5) ¿Qué es lo primero que considera de los productos importados?

Marca	
Calidad/ ficha técnica	
Precio	
País	

6) ¿Qué otros productos sustitativos usted comercializa?

- Mantequilla de maní
- Mantequilla de almendra y coco
- Mantequilla de calabaza
- Mantequilla de coco

7) ¿En qué cantidad de gramaje sus clientes adquieren este tipo de productos?

Frascos de	Cantidad
300 grs	
500 grs	

8) ¿Qué tipo de envase considera recomendable para este producto?

Vidrio	
Plástico	
Sachet	

9) ¿Le interesaría ser contactados por Diana Celi y le haga conocer las bondades de sus productos?

Sí	
No	

10) ¿Está de acuerdo con los precios del producto establecidos en la cotización enviada?

Sí	
No	

Ingles

Survey

Survey for the export plan of almond butter to Canada market

1) ¿Have you heard about the quality of Ecuadorian almonds?

Yes	
No	

2) ¿Would you be willing to import almond butter?

Yes	
No	

3) ¿Do you know any obstacles that may hinder the entry of our product to your country?

Yes	
No	

4) ¿ How long does it take to import?

Monthly	
Quarterly	
Four months	
Annual	

5) ¿What is the first thing you consider of imported products?

Brand	
Quality	
Price	
Country	

6) ¿ What other substitute products do you trade?

- Peanut Butter
- Almond Butter And Coconut
- Pumpkin Butter
- Coconut Butter

7) ¿ In what amount of weight do your customers acquire this type of products?

Bottles of	Quantity
300 grs	
500 grs	

8) ¿What type of packing do you consider advisable for this product?

Glass	
Plastic	
Bags	

9) ¿Would you be interested to be contacted by diana celi and make you know the benefits of your products?

Yes	
No	

10) ¿ Do you agree to the product prices set forth in the quotation sent?

Yes	
No	

3.5 Población y muestra

La población total del presente proyecto será de 35 empresas por lo cual nuestra muestra a utilizar será el total de universo, las cuales se dividen en 35 importadores mayoristas del sector de productos en el país de Canadá de la ciudad de Toronto.

Además, se tomó en consideración a 5 exportadores en Ecuador a los que se les aplicara la entrevista no estructurada, los cuales se establecieron para definir quiénes son los posibles distribuidores que permitirán la comercialización dentro del mercado Canadiense.

En la tabla se determinan los importadores existentes en TORONTO-CANADA de mantequilla de almendras, lo cual es la población a la que va dirigido el presente proyecto.

3.5.1 Lista de Empresas de Categoría: Alimentos

Tabla 1
Lista de empresas

Nombre de la empresa	País	Ciudad
A & B B Rice Inc	Canadá	Toronto
Acropolis Organics - Acropolis Olive Oil	Canadá	Toronto
Baron Chocolatier Inc	Canadá	Toronto
Big Ups Inc	Canadá	Toronto
Boce Foods, Inc - Smj Distributions	Canadá	Toronto
Brandaid Food Inc	Canadá	Toronto
Brazil Bakery & Pastry Limited	Canadá	Toronto
Can Am Ingredients Inc	Canadá	Toronto
Celebrity Products Inc - Doggy Decor	Canadá	Toronto
Coffee Sense Inc - The Cultured Coffee Bean	Canadá	Toronto
Culotta Grapes & Darrigo's Grape Juice Ltd	Canadá	Toronto
Current Focus	Canadá	Toronto
Dempsey Corporation	Canadá	Toronto
Denester Company	Canadá	Toronto
Evergreen Juices Inc	Canadá	Toronto
Forever Healthy	Canadá	Toronto
Frontier Fresh Inc	Canadá	Toronto

Honey World Inc	Canadá	Toronto
Honson Pharmatech Group, Ltd - Honson Ingredient	Canadá	Toronto
Illy Espresso Canada Inc	Canadá	Toronto
Imperio Foods Inc	Canadá	Toronto
Inodaya Global Inc	Canadá	Toronto
KIS Global Flavors Inc	Canadá	Toronto
Lanka Tea Worldwide Ltd	Canadá	Toronto
Coffee Sense Inc - The Cultured Coffee Bean	Canadá	Toronto
Muskoka Fine Foods Ltd - Sahara Tea	Canadá	Toronto
Molto Allegro Enterprises Inc - Allegro Wine Imports	Canadá	Toronto
Merchants of Green Coffee Inc	Canadá	Toronto
Melitta Canada Inc	Canadá	Toronto
Marcatus QED Inc	Canadá	Toronto
Nutrifresh Juice Distributors Limited	Canadá	Toronto
Pura Quinoa Inc.	Canadá	Toronto
Reena Enterprises Ltd - Total Health Centre	Canadá	Toronto
SAFINA Trading Inc	Canadá	Toronto
Source Salba Inc	Canadá	Toronto

Elaborado Por Bernal Sánchez, V.; Gancino Bustamante, A (2018)

El presente cuadro muestra la información obtenida mediante la aplicación de la página de Trademap, la cual nos permitió conocer las empresas establecidas en el mercado Canadiense ubicadas específicamente en Toronto, a las mismas que se les realizara el respectivo envío del modelo establecido de preguntas en forma de encuestas para conocer las preferencias comerciales de los principales mayoristas e idear estrategias para ingresar el producto a un nuevo mercado.

3.5.2 Lista de empresas comercializadoras en Ecuador

Tabla 2
Empresas Ecuatorianas

Nombre de la empresa	País	Ciudad
Planeta Fit	Ecuador	Guayaquil
Super Foods	Ecuador	Quito
Ecua Gourmet	Ecuador	Guayaquil
Free Life Ecuador	Ecuador	Quito
Nature's Heart	Ecuador	Guayaquil

Elaborado Por Bernal Sánchez, V.; Gancino Bustamante, A (2018)

3.6 Análisis De Resultados

1) ¿Usted conoce o ha escuchado sobre la calidad de las almendras Ecuatorianas?

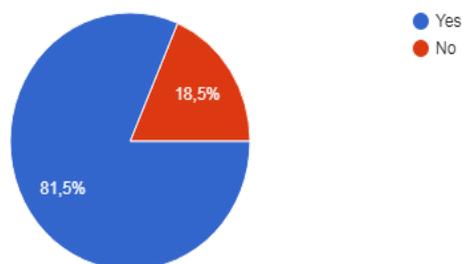


Gráfico 1
Pregunta 1

Elaborado Por Bernal Sánchez, V.; Gancino Bustamante, A (2018)

De acuerdo con el gráfico se pudo observar que la gran parte de los importadores con un 81,5% han escuchado sobre las almendras ecuatorianas lo que facilitará al reconocimiento del producto en las futuras negociaciones.

2) ¿Esta actualmente importando mantequilla de almendras?

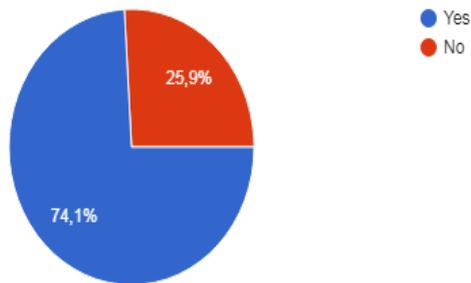


Gráfico 2

Pregunta 2

Elaborado Por Bernal Sánchez, V.; Gancino Bustamante, A (2018)

Según los resultados de los gráficos el 74% de los mayoristas encuestados se encuentra actualmente importando el producto en diferentes cantidades, por otro lado, si bien el 26% restante no está importando mantequilla de almendras podría a futuro ser un posible cliente.

3) ¿Conoce algún obstáculo que pueda dificultar la entrada de nuestro producto a su país?

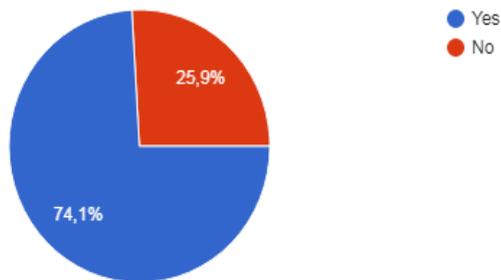


Gráfico 3

Pregunta 3

Elaborado Por Bernal Sánchez, V.; Gancino Bustamante, A (2018)

Como se pudo observar el 74% posee conocimientos de los impedimentos u obstáculos de ingresar productos alimenticios tales como la mantequilla de almendras a Canadá, lo que ayudaría si en algún caso se requiera un nuevo certificado para ingresar a su país, el 26% puede tener conocimientos de algunos obstáculos al comercio, pero en torno a diferentes productos que ellos más importan.

4) ¿Cada que tiempo realiza importaciones?

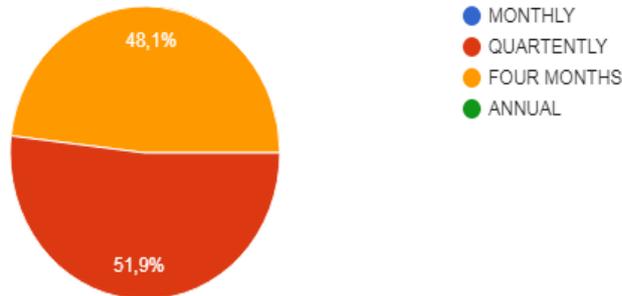


Gráfico 4

Pregunta 4

Elaborado Por Bernal Sánchez, V.; Gancino Bustamante, A (2018)

Según los resultados obtenidos mediante la encuesta se pudo conocer que los mayoristas de este producto realizan sus negociaciones de manera trimestral y cuatrimestral, superando con un 52% las importaciones de forma trimestral lo que nos aportara una idea de cuantas veces podremos realizar nuestras exportaciones en el 1er año.

5) ¿Qué es lo primero que considera de los productos importados?

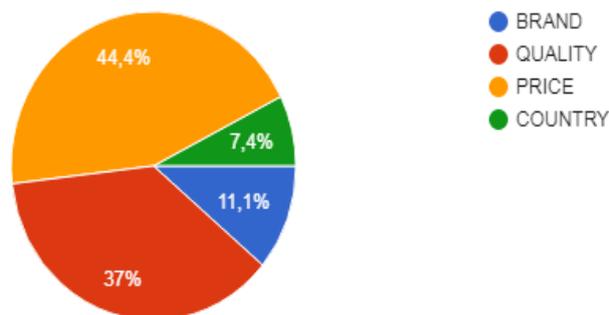


Gráfico 5

Pregunta 5

Elaborado Por Bernal Sánchez, V.; Gancino Bustamante, A (2018)

De acuerdo con los resultados mostrados en el grafico el primer factor en que se fijan los importadores con un 44% es el precio, en segundo lugar, con un 37% se encuentra la calidad y por último tenemos a la marca y al país con un 11 y 7% respectivamente, lo que nos permite conocer que el mayor punto a considerar de un producto es el precio y la calidad del mismo.

6) ¿Qué otros productos sustitutivos usted comercializa?

Según los datos de las encuestas realizadas, existe actualmente una tendencia por parte del consumidor hacia la mantequilla de maní, la mantequilla normal y la mantequilla de coco por lo que se podría decir que este mercado está en crecimiento ya que los mismos varían de acuerdo a las preferencias de consumidor.

7) ¿En qué cantidad de gramaje sus clientes adquieren este tipo de productos?

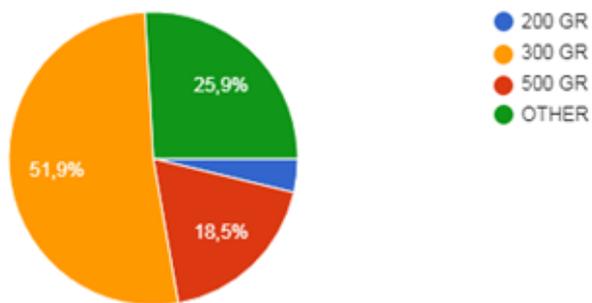


Gráfico 6

Pregunta 7

Elaborado Por Bernal Sánchez, V.; Gancino Bustamante, A (2018)

Como se pudo observar en los datos de las encuestas realizadas, la cantidad de gramaje varía según las especificaciones del cliente siendo el de mayor uso el de 300 gr con un 51,9% que nos servirá de referencia para realizar nuestras exportaciones.

8) ¿Qué tipo de envase considera recomendable para este producto?

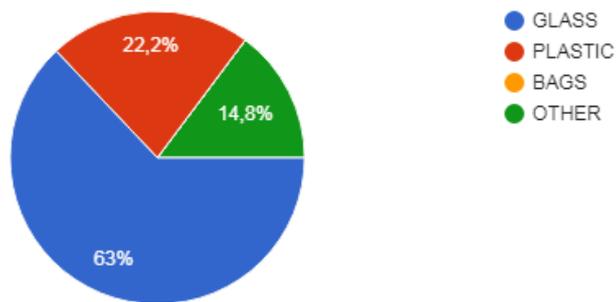


Gráfico 7

Pregunta 8

Elaborado Por Bernal Sánchez, V.; Gancino Bustamante, A (2018)

Como se pudo observar en las encuestas realizadas el tipo de material con mayor acogida fue el vidrio con un 63% ya que es un material inerte que no contaminara el producto y preservara las características del mismo debido a estas características lo hemos escogido para realizar nuestras exportaciones.

9) ¿Le interesaría ser contactados por Diana Celi y le haga conocer las bondades de sus productos?

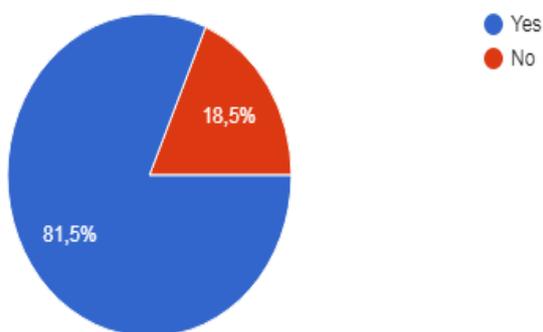


Gráfico 8

Pregunta 9

Elaborado Por Bernal Sánchez, V.; Gancino Bustamante, A (2018)

Del total de encuestados un 81,5% está de acuerdo en contactarse con Diana Celi y conocer acerca del producto lo que mejoraría y potenciaría las operaciones a la hora de comercializar los productos.

10) ¿Está de acuerdo con los precios del producto establecidos en la cotización enviada?

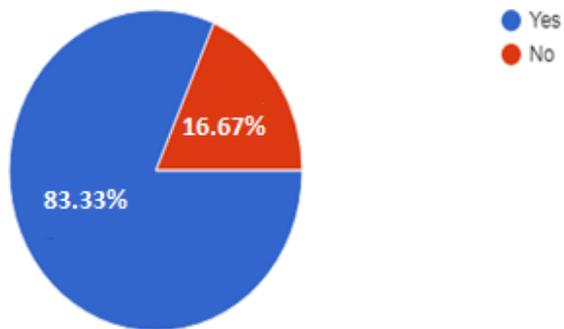


Gráfico 9

Pregunta 10

Elaborado Por Bernal Sánchez, V.; Gancino Bustamante, A (2018)

Los resultados obtenidos según los porcentajes dan a conocer que en su gran mayoría los mayoristas se encuentran conformes con el precio pactado en la cotización, el porcentaje restante no está de acuerdo con el precio, pero en un futuro se podría llegar a un acuerdo.

CAPITULO IV

Estructura del Plan de Exportación

4.1 Diagnóstico De Exportación

4.1.1 Análisis Interno

Los productos realizados por Diana Celi nacieron debido a la falta de opciones en el mercado para personas con problemas alimenticias (celiacos, diabetes, obesidad, tiroides, hipertensión, etc.).

Poseen una amplia gama de productos en el mercado ya que buscan lograr una mejor satisfacción del cliente trabajando su vez con materia prima certificada KOSHER, orgánica, libre de transgénicos. Promoviendo de esta manera el comercio interno ya que la materia prima con la que elaboran los productos es de la Amazonía y de la ciudad de Esmeraldas.

El análisis interno conlleva a un análisis de las capacidades que esta posea en comparación a los mercados extranjeros, para aplicar de una forma eficiente los recursos que tenga, logrando identificar los puntos fuertes y débiles que serán mencionados como Fortalezas y Debilidades.

Las Fortalezas son las siguientes:

- ✓ Producto elaborado en base a rigurosas reglas de control y calidad.
- ✓ Precios asequibles que generan competitividad.
- ✓ Disposición de encontrar el producto en lugares donde el consumidor realiza sus compras.
- ✓ Capacidad de adaptación del producto a nuevos requerimientos de mercado.

Así mismo posee Debilidades entre las cuales tenemos:

- ✓ El tiempo de demora en obtener las diferentes certificaciones internacionales necesarias para el proceso de exportación.
- ✓ La inexperiencia en procesos logísticos.
- ✓ Falta de inversión para realizar operaciones internacionales.
- ✓ Carecer de talento humano calificado en el ámbito de comercio exterior.

4.1.2 Análisis Externo (Entorno Y Sector)

En este análisis se aplicará el estudio de todos los factores ajenos a la empresa, normalmente la misma no tiene la capacidad de influir en dichos elementos ya que estos conllevan a una tendencia positiva o negativa.

Por el ámbito de las positivas son determinadas como oportunidades de las cuales deberá aprovecharse para obtener un beneficio competitivo, y a su vez existen las negativas que son todas las posibles amenazas a las cuales se les tendrá que hacer frente.

Entre las Oportunidades que esta posee tenemos:

- ✓ Probabilidad de identificar nuevos clientes potenciales del producto.
- ✓ Indicadores macroeconómicos favorables en el mercado elegido.
- ✓ Apoyo por parte de países desarrollados (SGP)
- ✓ Demanda en crecimiento

Las Amenazas encontradas son las siguientes:

- ✓ Las políticas fiscales rotativas.
- ✓ Competencia frente a marcas previamente establecidas.
- ✓ Entrada de nuevos competidores al mercado.
- ✓ La existencia de productos sustitutos.

4.1.3 Análisis FODA Internacional

El análisis FODA es utilizado para obtener una o varias estrategias para hacer frente a un impedimento ya sea a futuro a corto, medio y largo plazo, se trata de una estructura mediante la cual se establecen las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades anteriormente mencionadas.

En este caso lo primero que se tomó en cuenta para la realización del FODA fue describir el escenario actual para después describir los cambios que han de llevarse a cabo, dicha investigación muestra el estado actual del objeto de estudio.

Ya efectuados los cambios se deberá realiza un estudio interno y externo del entorno en el que se desarrolla la actividad para lograr aumentar la posible rentabilidad y posicionamiento en el mercado.

4.1.4 Diagnóstico De Exportación

El diagnostico de exportación se deberá realizar una vez identificado nuestro FODA, este abarca todas las conclusiones obtenidas del estudio anteriormente realizado para poder utilizar las respectivas acciones que permitirán establecerse en un mercado extranjero, dichas conclusiones se dividen en Recursos y Estrategias Comerciales.

Por parte de los Recursos se deberá resolver las siguientes interrogantes:

¿Cuenta con los recursos para financiar la compra de nueva materia prima necesaria para una internacionalización?

Al momento no poseen la capacidad propia de poder financiar una nueva adquisición de materia prima para la elaboración del producto, pero se busca por medio de un préstamo a una entidad financiera encontrar dicho financiamiento.

¿Cuentan con un personal calificado para realizar una exportación?

Algunos trabajadores poseen pequeños conocimientos de cómo se debe realizar una exportación, dicho conocimiento se les difundió mediante una charla con un miembro de Pro Ecuador, por lo cual la finalidad de entregarles un plan de exportación es la de aumentar dichos desconocimientos en el área.

Por otro lado, las Estrategias comerciales tenemos:

- ✓ Investigar a fondo el mercado mediante un plan estudio previo para reunir información suficiente sobre las tendencias del mercado.
- ✓ Reunir el capital suficiente para solventar todos los gastos que conlleva una exportación.
- ✓ La capacidad de adaptar el producto a las necesidades de mercados diferentes al mercado nacional
- ✓ Conocer la normativa legal y las políticas fiscales del país de destino.

4.2 Selección De Mercado

4.2.1 Concentración/Diversificación

Para iniciar el proceso de clasificación de mercados, la empresa deberá decidir si es mejor una estrategia de concentración o de diversificación de mercados. La concentración consiste en elegir una cantidad reducida de mercados para centralizar el esfuerzo comercial en ellos y conseguir un cierto nivel de admisión al mercado.

Mientras que la diversificación se basa en escoger un amplio número de mercados esta estrategia de crecimiento consiste en vender en una mayor cantidad, más que en conseguir un elevado nivel de penetración en cada uno de ellos. En la preselección de mercados no es conveniente reflexionar en términos de países individuales, sino más bien de áreas geográficas o conjuntos de países.

Para pasar esta selección inicial, se utilizan principios que deberán ser efectuados por los mercados, que posteriormente serán examinados a profundidad. Este proceso no trata de seleccionar a los países más beneficiosos sino de eliminar aquellos que no cumplan los requisitos que se hayan escogidos como fundamentales. Finalmente se seleccionará los países objetivos para realizar el plan de exportación.

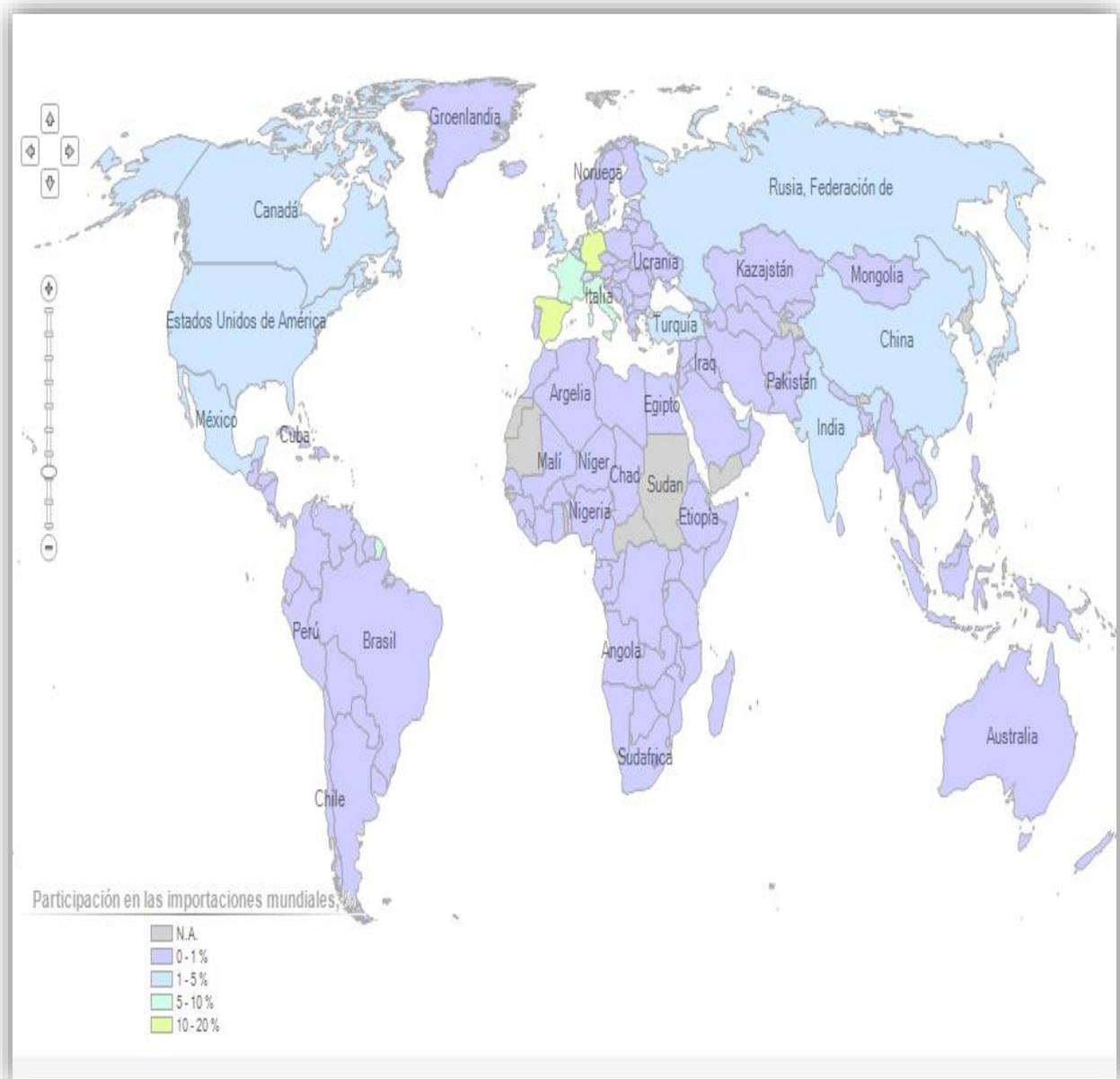


Ilustración 1
Países Importadores
 Fuente: (MAP, 2018)

Los principales importadores a nivel mundial para los productos de la subpartida **08021290** son Alemania, Francia, Italia y Canadá. Estos países son los que poseen el volumen más alto de importación por ende se escogerán para realizar el análisis de mercado e identificar cual será el mercado que más convenga.

4.2.2 Agrupación De Países En Bloques.

Tabla 3

Valor importado

<u>Importadores</u>	<u>Valor importado en 2017 (miles de USD) ▼</u>	<u>Saldo comercial 2017 (miles de USD) i</u>	<u>Cantidad importada en 2017</u>	<u>Unidad de cantidad</u>	<u>Valor unitario (USD/unidad) i</u>
Mundo	4.666.300	230.053	735.565	Toneladas	6.344
Alemania i	597.284	-484.375	96.148	Toneladas	6.212
España i	581.989	7.324	107.079	Toneladas	5.435
Francia i	270.717	-253.529	38.708	Toneladas	6.994
Italia i	247.865	-153.709	41.334	Toneladas	5.997
Emiratos Árabes Unidos	227.476	-220.889	34.206	Toneladas	6.650
Japón i	221.902	-221.900	33.134	Toneladas	6.697
Países Bajos i	210.828	-104.421	34.914	Toneladas	6.038
Hong Kong, China i	199.792	-96.395	31.255	Toneladas	6.392
Canadá i	188.018	-186.949	29.258	Toneladas	6.426
Corea, República de i	171.979	-171.563	25.172	Toneladas	6.832
Reino Unido i	153.015	-139.261	23.306	Toneladas	6.565

Fuente: (MAP, 2018)

4.2.3 Selección De Países Más Favorables

Para poder realizar la respectiva selección de un mercado se tendrá que conocer la situación económica, sus vías de entrada, las preferencias de los consumidores y evaluar todas las ventajas y desventajas que estos presenten, por ende, se realizó el estudio de 2 mercados en específico que actualmente se encuentra comercializando en Incoterm FOB el producto manteca de almendras, a continuación, se mencionan los posibles mercados:

4.2.3.1 Canadá

Situación económica del país

La economía canadiense se vio reducida por la crisis petrolera y por los diversos incendios ocurridos en Alberta lo que ha llevado a un incremento de 1,2% con relación al 2015, se estima que para el 2017 se obtenga un porcentaje más alto.

Por lo cual se ha implementado nuevas medidas para reorientar las inversiones hacia otros sectores. La tasa de inflación es de 1.7% en el 2016, se pronostica que en el 2017 se llegara al 2%.

Uno de los primordiales sectores económicos es el de servicios, seguido del sector agrícola y las industrias agroalimentaria y el sector de la pesca. Estos sectores son los que generan más empleo en el país y ayudan a mejorar la economía. (Economía, 2016)

Aspectos demográficos:

✓ **Capital:** Ottawa

✓ **Población total:** 36.286.425

✓ **Crecimiento natural:** 1,2%

✓ **Densidad:** 4 habitantes/km²

✓ **Población urbana:** 82,0%

✓ **Población de principales áreas metropolitanas:**

Toronto (6.947.229); Montreal (4.394.467); Vancouver (2.479.623); Ottawa (1.477.881); Calgary (1.417.661); Edmonton (1.283.049);

✓ **Orígenes étnicos:**

La población actual debido a las inmigraciones ha renovado los orígenes étnicos de esta región, por lo que se puede encontrar orígenes, canadienses, ingleses, franceses, etc.

✓ **Lengua oficial:** El inglés y el francés

✓ **Principales Religiones:**

Católicos, 43,2 %;

Protestantes, 29,2%;

Ateos, 16,2%; (santandertrade, 2017)

Condiciones políticas

Según la página (Internacional, 2014) “Canadá es una monarquía constitucional, estado federal y una democracia parlamentaria.” El poder legislativo lo ejerce el parlamento, este está compuesto por la cámara alta y la cámara baja. (canadainternational, 2014)

Acuerdos comerciales

Según la página (canadainternational, 2014) “En el año 2015, Ecuador desde el 1960 mantiene relaciones diplomáticas bilaterales, de las cuales son dirigidas por las estrategias de las Américas del gobierno de Canadá, basándose sus convenios en la prosperidad, seguridad y democracia.”

Ecuador y Canadá tienen relaciones comerciales ya que ciertos productos no se dan en todo tipo de región por lo que se da la necesidad de realizar el intercambio de productos. Las principales importaciones que Canadá realiza son de productos agrícolas como es el caso del cacao, flores, mariscos y frutas tropicales, pero se debe tener en cuenta que sus empresas son las principales inversionistas del sector minero y contratista como fue la construcción del Aeropuerto de Quito.

Ecuador cuenta con dos acuerdos: de protección y promoción de inversión, el cual entró en vigencia en 1997 y a su vez el acuerdo para evitar la doble tributación entró en vigencia el 2001. El plan de compromiso social permite que se realice las transacciones comerciales, debido a que tiene como finalidad buscar el beneficio y altos esquemas de calidad e incrementar la innovación de nuevos negocios.

Restricciones arancelarias

Según (PROECUADOR, 2017) “Ecuador forma parte del SGP debido a que es un país en vía de desarrollo es favorecido con la exención de los tributos al comercio exterior deberán cumplir los requisitos tales como regularizaciones de salud y seguridad. Los productos lácteos, textiles y cárnicos tienen un arancel del 18%.”

Distancia – Cercanía

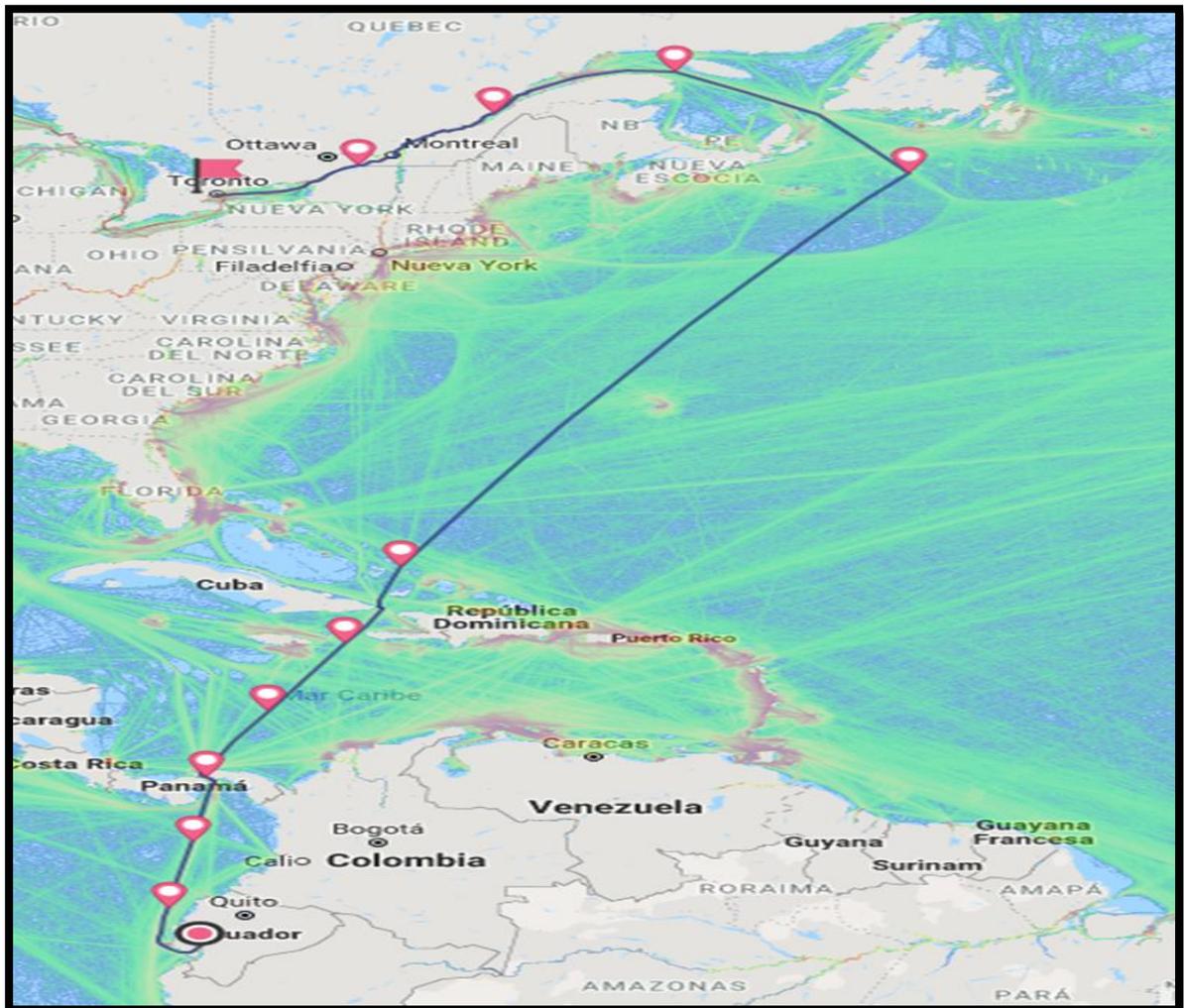


Ilustración 2
Recorrido de la Carga
Fuente: (MarineTraffic, 2018)

Distancia de Ecuador a Canadá 6925 km

Tiempo estimado de llegada de 18 a 21 días

Preferencias del consumidor

Según la página de (santandertrade, 2017). “El consumidor canadiense es muy exigente por lo que siempre le va a dar más importancia al origen, calidad, composición y precio del producto.” Los canadienses se preocupan por su salud, optan por consumir productos saludables y naturales que aporten a su bienestar.

Canadá consiguió en el 2016 una balanza comercial de \$26485,3m, que resulto con un déficit de 1,73% del PIB.

Las Importaciones en el 2016 en comparación al 2015 disminuyeron un 4.52% y las exportaciones en 4,84% dando como resultado un déficit, a pesar de esto es considerado una economía estable.

4.2.3.2 Francia

Situación económica del país

Francia era una de las potencias económicas a nivel mundial pero debido a la dificultad que sufrieron todos los países bajo de estatus, no obstante, consiguió recuperarse en el 2015. Se pretende que para el 2017 crezca la tasa de empleo por consiguiente el alza de los salarios.

Aspectos Demográficos

- ✓ **Capital:** París
- ✓ **Población total:** 66.896.109
- ✓ **Crecimiento natural:** 0,4%
- ✓ **Densidad:** 122 habitantes/km²
- ✓ **Población urbana:** 79,8%
- ✓ **Población de principales áreas metropolitanas:**
París (11.862.466); Lyon (1.927.448); Marsella (1.747.515); Lille (1.356.218); Toulouse (1.261.946); Burdeos (1.148.289);
- ✓ **Orígenes étnicos:** Mezcla de pueblos celtas y latinos, con minorías del Norte de África, África y Asia.
- ✓ **Lengua oficial:** francés
- ✓ **Religión:**
 - Católicos 62%,
 - Protestantes 1%,
 - Judíos 1%,
 - Musulmanes 6%,

- Ateos 26%.
- ✓ **Moneda local:** Euro (EUR)

Condiciones políticas

Según la página de (COMOPOLITICA, 2017) “Francia es una democracia liberal, sus funciones se clasifican en poder ejecutivo el cual es dirigido por el presidente y el primer ministro, el legislativo está conformado por la Asamblea General, el senado y el poder judicial.”

Acuerdos comerciales

Ecuador forma parte del sistema de preferencia arancelaria, tratado comercial multipartes, la OMC, OEA.

Restricciones arancelarias

Según la página de (SANTANDER, 2018) “Francia limita la entrada de mercancías de uso cultural, tipos de flora y fauna y armamento bélico.”

Logística de acceso

Vía Aérea

Según la página de (Santander, 2017) “El aeropuerto de París Charles Gaulle es el más importante y el más frecuentado, posee la capacidad de trasladar un alto porcentaje de carga.

Helipuerto de París Issy-Les-Moulineaux permite ejecutar evacuaciones, transporte estatal. A través de este medio se realiza las exportaciones de Ecuador.”

Preferencias del consumidor

Según la página de (santandertrade, 2017) “Los consumidores franceses son entusiastas al efectuar sus compras y le gusta consumir productos innovadores. Consumen en su mayoría producto nacional que contribuyan con el medio ambiente y la salud.”

Según la página (DatosMacro, 2017) “Francia logró en el 2016 una balanza comercial de 71759 millones de Dólares, dando como resultado un déficit de 2,9% del PIB en relación al 2015.”

4.2.4 Selección De Mercado Objetivo

El mercado escogido para el presente proyecto es Canadá, este país brinda a los países menos desarrollados como en este caso es Ecuador a realizar exportaciones en el mercado con exención de los tributos arancelarios de ciertos productos, adicional a eso tiene tratados y acuerdos de cooperación para proteger la industria y evitar la doble tributación. Ecuador forma parte del SGT.

Los consumidores Canadienses tienen como tendencia consumir alimentos sanos y que brinde beneficios a la salud de las personas. Las barras energéticas están dentro de los gustos de los consumidores ya que es un producto saludable. Hoy en día Canadá según estudios realizados por The Intelligence Unit es considerado uno de los mejores países para realizar inversiones y negocios internacionales.

Además, posee un perfil llamativo debido a su población que supera los 35 millones con una balanza comercial que cuenta con unas exportaciones estimadas de \$452.000m y sus importaciones 462.000 millones.

Según la (OMC, 2016) “Canadá ocupa el lugar 13 de exportadores de mercancías en el ranking mundial de comercio, y el 11 en las importaciones.”

Canadá posee un mercado en el cual se encuentran presente los exportadores más competitivos del mundo, y a su vez los importadores tienden a ser exigentes principalmente en el ámbito de plazos de entrega y la calidad del servicio postventa.

Antes de poder comercializar un producto en Canadá, se tendrá que considerar las diferentes dificultades que esta conlleva mediante un estudio de mercado para poder calcular con mayor precisión el posible grado de aceptación de un producto. Por lo que se optó por seleccionar el mercado de Toronto Canadá debido a sus ventajas frente a los demás países.

4.3 Formas De Entrada

4.3.1 Alternativa De Forma De Entrada

Las formas de entrada más utilizadas en Toronto-Canadá son las siguientes:

Vía Aérea

Según (ProEcuador, 2016) : “Los puntos de acceso por vía aérea son mediante el Aeropuerto Internacional de Toronto y el Aeropuerto internacional de Vancouver.

El principal aeropuerto de Canadá es de Toronto, este manipula un 45% de salida y entradas de mercancías del país. El aeropuerto de Vancouver se ubica en el segundo lugar.”

Vía Marítima

Según (ProEcuador, 2016) : “El Puerto de Montreal es el segundo puerto que manipula un elevado volumen de contenedores al año, mueve más de 2000 buques.”

Sus diferentes terminales manejan contenedores a granel sólido, líquido y seco, carga no contenerizada.

El Puerto de Toronto es el principal puerto donde ingresan las mercaderías importadas y exportadas de Ecuador, este puerto permite utilizar un transporte multimodal. (PROECUADOR, 2017)

4.3.2 Selección De Formas De Entrada

Una vez analizados todas las formas de entrada de los diferentes medios de transporta que ingresan a los puertos y aeropuertos de Canadá se optó por la selección del medio marítimo, ya que el producto a exportar no necesita de un envío inmediato como en el caso de los productos perecibles.

El tiempo estimado de llegada desde Guayaquil-Ecuador es de 18 a 20 días, dicho esto el lugar de llegada de la carga es el Puerto de TORONTO que es el principal puerto donde actualmente ingresan las exportaciones Ecuatorianas a Canadá.

Por el ámbito de costos también se tuvo en consideración el medio de transporte a escoger, no solo tomando en cuenta el precio del flete internacional sino las ventajas y desventajas que conllevarían a escoger dicho medio.

4.3.3 Perfil De Cliente

El consumidor canadiense tiende a inclinarse en la calidad que pueda tener el producto, otros factores en los que se fijan son: su origen, composición y precio, todo debido a la pasada crisis financiera que tuvo el país en el año 2009.

Tienen la preferencia de ser sensibles a la publicidad y a adquirir productos de moda. En comparación con los años anteriores, la confianza de los clientes ha presentado un aumento debido a la mejora de la economía. Los consumidores canadienses exigen un gran servicio de posventa con alta calidad.

Es sumamente favorable diseñar una aplicación telefónica/gratuita para conservar el trato con los consumidores. Se le conoce como un comprador con altos ingresos y liquidez económica, ampliamente sensibilizado con las complicaciones del ambiente, pero también con un elevado sentido por la seguridad y el arreglo personal. Por otra parte, suele tratarse de un consumidor riguroso, al que le gusta estar al tanto de la calidad del producto, su constitución y costo.

Por lo usual valora positivamente los productos sin importar el país de origen, pero a la vez posee muy altas expectativas de él, calificando considerablemente el servicio de comercialización de alta calidad que pueda tener. Al presente los consumidores canadienses son más vulnerables a los problemas conectados con el hiperconsumismo de sus habitantes. (SANTANDER, 2018)

4.3.4 Condiciones De Negociación

Los términos Incoterms son aplicables en la compraventa internacional de bienes, los términos más utilizados comúnmente en actividades de exportación son FOB, CFR Y CIF en los cuales las partes acuerdan cual realizar tomando en cuenta su capacidad de negociación y conocimiento previo del mercado y de la competencia.

Consideraciones sobre el uso del Incoterm FOB

Obligaciones del comprador

- ✓ El comprador tendrá que poner al día todos los requerimientos aduaneros para la importación de la mercancía.
- ✓ Debe de pactar el traslado de la mercancía partiendo desde el puerto de embarque hasta la entrega de la mercancía en el puerto.
- ✓ Asumirá todos los costos que se emitan durante el proceso de entrega de la mercancía, así como el flete o descarga del puerto.

Obligaciones del vendedor

- ✓ Tomará los riesgos de daños o pérdidas de la mercancía hasta que haya sobrepasado la borda del buque en el puerto pactado, además de avisar al importador cuando su mercancía haya sido entregada, además deberá proporcionar toda la documentación que pruebe la entrega.
- ✓ El vendedor tendrá que proveer la factura comercial y la mercancía. Tiene que conseguir todas las licencias de exportación y cualquier otra autorización que se necesite en los trámites aduaneros.
- ✓ En el caso de la exportación de Mantequillas de Almendras se optó por utilizar el Incoterm FOB ya que los productos de Diana Celi recién están iniciando en el comercio exterior y solo trabaja con transportistas locales que ofrecen tarifas de fletes internos, pero no tiene la experiencia para hacerse cargo del transporte internacional, por lo que es recomendable e idóneo contratar una agente de aduanas que se encargue de realizar el despacho de aduanas.

4.4 Oferta Internacional

4.4.1 Selección De Gama De Productos

CREMA DE COCO UNTABLE -COCONUT BUTTER



CREMA UNTABLE
DE COCO

Ilustración 3

Mantequilla de coco

Fuente: (LIFE CHOICE, 2018)

Ingredientes del producto: Coco dulce deshidratado tostado

Conservación: Mantener en un ambiente fresco y seco, es necesario mantenerlo fuera de refrigeración para que conserve su cremosidad

Caducidad: Seis meses

Empaque: Envase de vidrio de 200 g transparente con tapa metálica.

Usos: Ideal para desayunos, batidos, postres y platos salados. No contiene químicos, leche, sal, gluten, azúcar o aceites agregados.

CREMA DE CHOCO AVELLANA-CHOCO HAZELNUT BUTTER



CREMA DE CHOCO
AVELLANA

Ilustración 4

Mantequilla de chocolate y avellana

Fuente: (LIFE CHOICE, 2018)

Ingredientes del producto: Mantequilla de almendras, mantequilla de avellana natural, trozos de avellana, polvo de cacao orgánico, aceite de coco, panela orgánica (0,74%), glucósido de Stevia E960(edulcorante)

Conservación: Mantener en un ambiente fresco y seco.

Caducidad: Doce meses

Empaque: Envase de vidrio de 200 g transparente con tapa metálica.

Usos: Ideal para desayunos, postres y colaciones.

MANTEQUILLA DE MANI-PEANUT BUTTER



MANTEQUILLA DE MANI

Ilustración 5

Mantequilla de maní

Fuente: (LIFE CHOICE, 2018)

Ingredientes del producto: Maní silvestre orgánico tostado.

Conservación: Mantener en un ambiente fresco y seco.

Caducidad: Seis meses.

EMPAQUE: Envase de vidrio transparente con tapa metálica

USOS: Ideal para desayunos, postres y colaciones.

Presentaciones: De 200G, 300G, 490G.

MANTEQUILLA DE ALMENDRAS – ALMOND BUTTER



MANTEQUILLA DE ALMENDRAS

Ilustración 6

Mantequilla de almendras

Fuente: (LIFE CHOICE, 2018)

Ingredientes del producto: Almendras dulces tostadas.

Conservación: Mantener en un ambiente fresco y seco.

Caducidad: Seis meses

Empaque: Envase de vidrio transparente con tapa metálica.

Usos: Ideal para desayunos, postres y colaciones.

Presentaciones: De 200G, 300G, 490G.

MANTEQUILLA DE TAHINI/SESAMO- SESAME SEED PASTE



MANTEQUILLA DE TAHINI/SESAMO

Ilustración 7

Mantequilla de sésamo

Fuente: (LIFE CHOICE, 2018)

Ingredientes del producto: Sésamo tostado

Conservación: Mantener en un ambiente fresco y seco.

Caducidad: Seis meses

Empaque: Envase de vidrio transparente con tapa metálica.

Usos: Ideal para platos típicos de la gastronomía del medio oriente. Es utilizado comúnmente en la elaboración de hummus o dips salados y sopas

Presentación: De 200g

MANTEQUILLA DE ALMENDRA Y COCO – ALMOND AND COCONUT BUTTER



MANTEQUILLA DE ALMENDRA Y COCO

Ilustración 8

Mantequilla de almendra y coco

Fuente: (LIFE CHOICE, 2018)

Ingredientes del producto: Almendra tostada y coco tostado

Conservación: Mantener en un ambiente fresco y seco. El producto puede contener trozos de otros frutos secos o coco.

Empaque: Envase de vidrio transparente con tapa metálica.

Usos: Ideal para desayunos y colaciones.

Presentación: De 200G

4.4.2 Estandarización Del Producto

Canadá tiene requerimientos estrictos en relación a los productos que ingresan al país. Dichos productos deben tomar en consideración la salud humana o ambiental para obtener una aprobación de ingreso.

La reglamentación para ingresar productos extranjeros cubre desde el contenido, embalaje, etiquetado, y el medio de transporte. El desarrollo de estándares nacionales canadienses está influenciado por estándares internacionales actuales y potenciales. En lo que respecta a:

4.4.2.1 Envase

El envase es el recipiente que estará en contacto con el producto el cual tiene como función proteger a la mercancía y distinguirla por lo cual debe contener información precisa que sea útil para informar al consumidor sobre las diversas características del producto, además permite la venta individualizada del mismo.

El objetivo principal de este es dar protección al producto, permitiendo la manipulación en las diversas etapas de distribución desde el lugar de origen hasta el lugar de destino para que se mantenga el buen estado y se realice sin problemas la transportación.

El envase o también llamado empaque primario es el que contendrá las mantequillas de almendras para la exportación al mercado canadiense será un envase de vidrio transparente en forma cilíndrica con tapa rosca que poseerá un adhesivo de protección del producto de donde se podrá abrir al momento de consumirlo.

Lo cual ayuda a la preservación de la fruta y a su vez le da una apariencia más elegante al producto. Tienen una caducidad de 6 meses, una vez abierto el producto tiene una durabilidad de 15 a 20 días según la información facilitada por DIANA CELI.

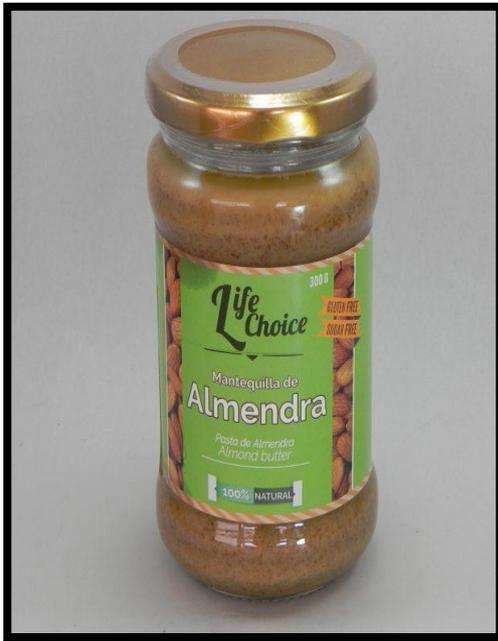


Ilustración 9

Envase de la mantequilla

Fuente: (LIFE CHOICE, 2018)

4.4.2.2 Etiqueta

La información de la etiqueta debe ser presentada en inglés dado que es su idioma oficial y la descripción del producto debe ser clara y visible para facilitar la lectura debido que su función es proyectar no solo la imagen del producto sino la del fabricante en la etiqueta se debe detallar las características, las formas de uso del productos, beneficios y aspectos legales.

En la etiqueta se debe especificar información relevante como: país de origen, distribuidor, dirección, peso del producto, sello ambiental, y recomendaciones del producto. Cabe recalcar que los productos de Diana Celi ya cuenta con su propia etiqueta con un precio de \$0.05, en la cual se detalla:

- ✓ La marca
- ✓ El peso
- ✓ El cuadro nutricional
- ✓ El Semáforo nutricional



Ilustración 10

Etiqueta de las mantequillas

Fuente: (LIFE CHOICE, 2018)

A continuación, se optó por mostrar a manera de cuadro toda la información incluida en la etiqueta del producto, las mismas que se encuentran en los siguientes idiomas:

- Español
- Inglés
- Francés

Los cuales son los idiomas más utilizados en Canadá, específicamente en Toronto.

Tabla 4
 Información Nutricional Español

INFORMACION NUTRICIONAL		
CANTIDAD POR PORCION		
% VDR*		
CANTIDAD POR ENVASE: 200G		
TAMAÑO DE LA PORCION: 25G		
PORCIONES POR ENVASE: APROX. 8		
Energía total(calorías)	754 kl (180 kcal)	9%
Energía de grasa(calorías)	587 kl (140 kcal)	---
GRASA TOTAL	16KG	% VDR* 25%
Grasa saturada	2G	10%
Ácidos grasos trans	0G	---
Ácidos grasos monoinsaturados	8G	---
Ácidos grasos poliinsaturados	6G	---
COLESTEROL	0MG	0%
SODIO	5G	2%
	0G	---
CARBOHIDRATOS TOTALES	5G	10%
Azucares		
PROTEINAS		
% VDR*=% Valor recomendado para una dieta de 8380 kl (2000 kcal) Calorías por gramo: Carbohidratos 4. Proteínas 4. Grasa 9 NOTA: 4.19 kl= 1 CAL= 1KCAL		

Fuente: (LIFE CHOICE, 2018)

Elaborado Por Bernal Sánchez, V.; Gancino Bustamante, A (2018)

Tabla 5
 Información Nutricional Ingles

NUTRITIONAL INFORMATION		
QUANTITY PER PORTION		%VDR*
Quantity per container: 200g		
Portion size: 25g		
Portions per container: approx. 8		
Total energy (calories) 754 kl (180 kcal)		9%
Fat energy (calories) 587 KL (140 kcal)		----
	16KG	%VDR* 25%
Total Fat		
Saturated fat	2G	10%
trans fatty acids	0G	----
fatty acids monounsaturated	8G	----
polyunsaturated fatty acids	6G	----
Cholesterol	0MG	0%
Sodium	0MG	0%
Total Carbohydrates	5G	2%
Sugars	0G	----
Proteins	5G	10%
<p>% VDR * =% recommended value for a diet of 8380 KL (2000 kcal) calories per gram: carbohydrates 4. Protein 4. Fat 9 Note: 4.19 KL = 1 CAL = 1KCAL</p>		

Elaborado Por Bernal Sánchez, V.; Gancino Bustamante, A (2018)

Tabla 6
 Información Nutricional Francés

INFORMATION NUTRITIONNELLE		
QUANTITÉ PAR PORTION		%VDR*
QUANTITÉ PAR EMBALLAGE: 200G		
TAILLE DE LA PORTION: 25G		
PORTIONS PAR EMBALLAGE: ENVIRON. 8		
Énergie totale (calories) 754 kl (180 kcal)		9%
Énergie lipidique (calories) 587 KL (140 kcal)		---
-		
GRAISSE TOTALE	16KG	%VDR* 25%
Graisse saturée	2G	10%
acides gras trans	0G	----
acides gras monoinsaturés	8G	----
acides gras polyinsaturés	6G	----
Le cholestérol	0MG	0%
Le sodium	0MG	0%
Glucides totaux	5G	2%
Les sucres	0G	----
Les protéines	5G	10%
% VDR * =% de la valeur recommandée pour un régime de 8380 KL (2000 kcal) calories par gramme: glucides 4. Protéines 4. Lipides 9 Note: 4.19 KL = 1 CAL = 1KCAL		

Elaborado Por Bernal Sánchez, V.; Gancino Bustamante, A (2018)

Se sugiere como proveedor de las 3600 etiquetas que se utilizaran para la exportación a la compañía ALBERTO PICK, que se encargan de realizar diversos trabajos como publicidades, rotulado, bordado, y confección de etiquetas.

La compañía se encuentra ubicada en Guayaquil en Albocentro 1 local 17 frente a Plaza Mayor, el contacto es el Sr. Geovanny Álava con número 0995573309.

La compañía realiza la elaboración de las etiquetas por metro, y cada metro tiene un precio de \$8.00 que contiene 10 etiquetas, por lo cual el precio por cada etiqueta es de 0,80.

4.4.2.3 Empaque

El empaque permite proteger la mercadería a la hora de su traslado hasta su lugar de destino. El empaque que utilizaran para las mantequillas de almendras son cajas de 22x40x22 cm, la caja es de cartón ondulado proporcionando más resistencia y soporta hasta 5 niveles de apilamiento.

El empaque facilita el almacenamiento y el uso de los productos, los mayoristas prefieren empaques con presentaciones fáciles de embarcar y almacenar. Fomenta el reciclaje y reduce los daños al medio ambiente que es uno de los aspectos más importantes que se deben considerar al momento de adquirir un empaque ya que se requiere que exista una compatibilidad con el medio ambiente.

El empaque promociona los productos ya que lo diferencia de los competidores y puede asociar un artículo nuevo con productos del mismo fabricante. Protege al producto de cualquier eventualidad ya sean roturas, evaporaciones, derrames, deterioro del producto, los protege de la luz, el calor, el frío, la contaminación, etc.

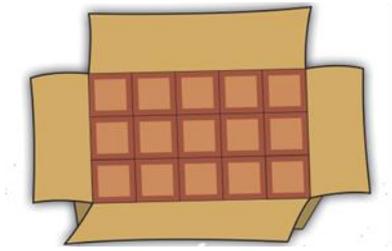


Ilustración 11

Modelo de Cartón

Fuente: (Carton, 2018)

El proveedor de los cartones es SOLUCIONES DE EMPAQUE, elaboran cartones corrugados de alta tecnología, los cartones que elaboran son en base a 2 láminas de cartón liso y 1 lámina de cartón corrugado en el centro de ambas láminas.

Se encuentra ubicado en Guayaquil Km. 5 Vía Durán, y sus contactos telefónicos son 0992230691- 3712220, el contacto es el Ejecutivo en ventas Diego Varela. El cual brinda los cartones a un precio de \$0.99 cada uno.

Se recomienda usar un cartón corrugado con calibre 790 con una resistencia de tipo onda (0.4 mm), las medidas son 22x40x22 cm, en su interior encontramos 24 unidades con 300 gr cada uno.

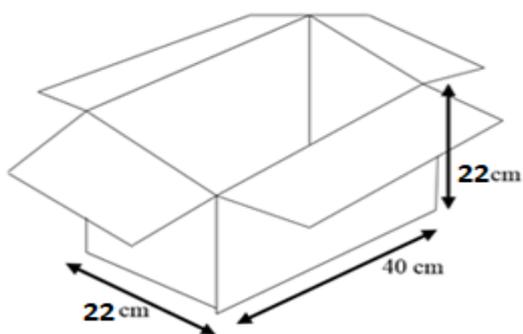


Ilustración 12

Dimensiones del cartón

Elaborado Por Bernal Sánchez, V.; Gancino Bustamante, A (2018)

En su interior se utilizará separadores para la protección del frasco de vidrio por ser un materia frágil y delicado; con una división de 3 filas con 4 columnas llevará una lámina de cartón para la separación del siguiente nivel siguiendo la misma estructura de la base, para mayor protección del producto se colocó ángulos de cartón en sus esquinas.

4.4.2.4 Pictogramas

Pictogramas a utilizarse en los cartones, para indicar lo delicado del producto y que al momento de ser manipulado no sufra daños. Para este producto consideraremos tres: copa (frágil), el paragua con lluvia (no humedad), las fechas que indican la posición del cartón al manipular.

Al cerrar la caja se sella con cinta de embalaje, el cartón debe cumplir con la **Norma ISO 3394** (dimensiones de la caja), esta debe pesar máximo de 25 kg para ser manipulado por un humano.



Ilustración 13

Pictogramas

Fuente: (Logistic, 2018)

4.4.2.5 Pallets

Se utilizará como empaque terciario para ser transportadas 150 cajas un pallet americano en base a las normas de los pallets NIMF 15 que es la Norma Internacional sobre Medidas

Fitosanitarias N°15, creada por la FAO, reglamenta los embalajes de madera utilizados en el comercio exterior, y describe las medidas fitosanitarias para reducir el riesgo de introducción y diseminación de plagas y enfermedades forestales en los países. El pallet cuenta con medidas de 120x100x15cm.



Ilustración 14

Pallet

Fuente: (GLOBAL, 2018)

Para que exista una estabilidad en el modular, se asegure la mercancía y se le dé forma a la carga que utilizarán ángulos y una envoltura con película extensible para mantener la carga agrupada e inmóvil, protege del clima y de ser objeto de hurto, es un plástico con el que se envuelve el modular.



Ilustración 15

Embalaje

Fuente: (GLOBAL, 2018)

Se sugiere que la empresa que puede proveer los pallets, los esquineros y el embalaje sea la empresa TROPICAL PALLETS S.A., quienes son expertos elaborando pallets de madera de acuerdo a las sugerencias requeridas para el caso de esta exportación que se necesitarán pallets americanos, la empresa se encuentra ubicada en Guayaquil en la Cdla. Albatros, calle fragata #106.

La empresa TROPICAL PALLETS según la cotización realizada establece como valor de cada pallet con esquineros y embalaje \$15 y se utilizará 3 pallets por cada envío.

4.4.3 Cálculo De Precios Internacionales

Con lo que respecta al cálculo del precio al que se va a comercializar el producto en término FOB se tuvo que tomar en cuenta el precio total con su % de utilidad, dicho precio dio con la suma de los siguientes gastos:

Tabla 7
Costos de exportación

MANTEQUILLA DE ALMENDRAS		
Cantidad		3600
Costo Unitario	\$	12,75
Total Exw	\$	45.900,00
COSTOS DE EXPORTACION		
TRANSPORTE		
Transporte Interno	\$	250,00
Carga y Estiba de contenedor en Bodega	\$	150,00
EMPAQUE EMBALAJE PARA LA ADAPTACION		
envase	\$	1.800,00
embalaje y empaque	\$	245,00
CERTIFICACIONES		
Certificaciones (certificado de Origen)	\$	150,00
Otras certificaciones	\$	200,00
HONORARIOS POR TRAMITE DE AGENTE DE EXPORTACION	\$	200,00
HONORARIOS POR INSPECCION DE ANTINARCOTICOS		
Manipuleo Inspección Antinarcoáticos (Pago a Puerto)	\$	150,00
TOTAL DE COSTOS	\$	3.145,00
TOTAL	\$	49.045,00
COSTO UNITARIO	\$	13,62
MARGEN DE UTILIDAD DEL 40%	\$	5,45
COSTO UNITARIO DE EXPORTACION	\$	19,07

Elaborado Por Bernal Sánchez, V.; Gancino Bustamante, A (2018)

4.4.4 Proceso De Exportación

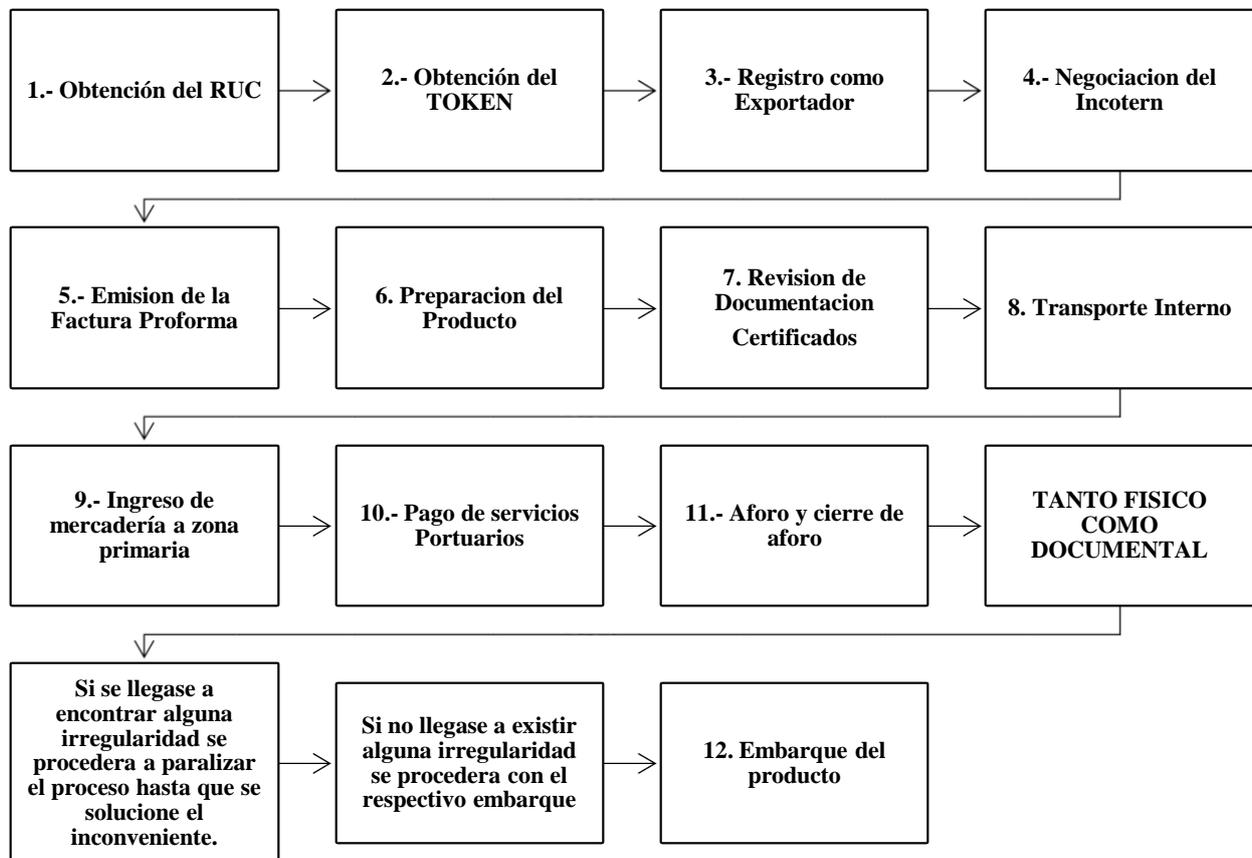


Gráfico 10

Proceso de exportación

Elaborado Por Bernal Sánchez, V.; Gancino Bustamante, A (2018)

Mediante el gráfico del proceso de exportación se detalla todos los pasos que debe seguir el producto hasta el lugar convenido, esto es determinado según el término de negociación establecido en los Incoterms y el seleccionado en el contrato de compraventa.

Los pasos a seguir se encuentran desarrollados a continuación:

1. Obtención del RUC

Según El Servicios de Rentas Internas es la única institución que emite el RUC, Esto va dirigido para personas naturales como jurídicas que posee una actividad económica que genere impuesto.

2. Obtención del TOKEN

El TOKEN o firma electrónica permite el buen funcionamiento de las operaciones de comercio exterior garantizando la autenticidad de los documentos. Esto se lo puede obtener en el Banco Central del Ecuador o en Security Data.

El primero se encuentra ubicado en el centro, calle Pedro Carbo 505 y Av. 9 de octubre frente a las oficinas del Registro Civil, el segundo se encuentra en el centro comercial Albán Borja, Av. Carlos Julio Arosemena Km 2.7 puerta #2 Of. 124.

Requisitos:

- Presentar la cédula de identidad o pasaporte para los extranjeros
- RUC electrónico
- Tiene que ser mayor de edad
- Formulario de BCE o Security Data.

3. Registro como Exportador

Se debe ingresar en la página oficial de aduana (ECUAPASS) y realizar la inscripción donde deberá actualizar la base de datos, crear un usuario, aceptar las políticas que establece la SENAE.

4. Negociación del Incoterm

El término pactado para esta negociación fue el Incoterm FOB por lo que se tuvo que especificar con anterioridad en el punto Condiciones de Negociación todas las obligaciones de ambas partes, así como las ventajas y desventajas que conllevan su aplicación.

5. Proforma

Se emite la factura junto con los documentos de acompañamiento que se requerirá para el embarque de la mercadería.

6. Preparación del producto

En esta fase se deberá adecuar al producto con su respectivo empaque y embalaje para evitar daños en su trasportación hasta el puerto.

7. Revisión de Documentos

Comprende todo lo referente a documentos de acompañamiento y soporte.

8. Transporte interno

Es la fase de transporte desde el lugar de la fábrica ubicada en el km 10 vía Daule hasta el puerto marítimo.

9. Ingreso de mercadería a zona primaria

Se ingresa la mercancía en zona primaria hasta que el exportador realice los pagos respectivos.

10. Pago de servicios portuarios

11. Aforo de la mercadería y cierre de aforo

Una vez ingresada la mercancía a Aduana esta deberá pasar por diferentes etapas de inspección para que no haya ningún inconveniente en el proceso de exportación. Existen tres tipos de aforo: El documental, físico, electrónico y automático.

- **Aforo Físico:** Es la inspección donde se verifica la naturaleza, peso y clasificación propia de la carga.
- **Aforo Electrónico:** Es la verificación de la declaración y de los documentos con los datos obtenidos por la SENA E.

- **Aforo Automático:** Se realiza mediante la validación de la declaración aduanera a través del sistema de ECUAPASS. (COMEX, s.f.)

12. Embarque del producto

La consolidadora es la encargada de contactar la naviera y así llevar la mercancía hasta su lugar de destino, Canadá. El exportador debe entregar la carga a bordo del buque facilitándoles la información sobre la mercancía, el costo del transporte internacional y el seguro como sugerencias porque no está obligado a contratarlos debido al Incoterm escogido; hasta este punto llega la obligación del exportador.

El importador tendrá que hacerse responsables de los gastos de exportación, de seguro y los gastos de importación.

4.5 Política De Comunicación

4.5.1 Marca

El nombre de la marca del producto elaborado por Diana Celi es LIFE CHOICE. La marca es conocida de manera local y cuenta con 5 años establecida en el mercado. La misma que nació por la necesidad de ofrecer productos alimenticios agradables y beneficiosos a la salud de los seres humanos.

Por su parte el desarrollo de marcas, la diversificación y diferenciación de los canales de distribución constituyen importantes armas a la hora de competir.

Para lograr un mejor posicionamiento en el mercado, las empresas destinan grandes recursos al desarrollo de marcas, marketing y gestión de calidad para sus productos, delegando muchas veces la tarea específica del marketing de sus productos a empresas especializadas en esta actividad.

Logo Utilizado



Ilustración 16

Logo

Fuente: (LIFE CHOICE, 2018)

4.5.2 Posicionamiento

Como ya sabemos el producto lo vamos hacer llegar por medio de intermediarios, los cuales manejan sus propias políticas de comercialización para hacer llegar el producto al consumidor final.

Si bien es cierto el segmento de mercado para este son consumidores de alimentos saludables ya que el producto que estamos comercializando está elaborado a base de materia prima natural que aporta beneficios para la salud de los consumidores, podría ampliarse a nuevos consumidores.

POSICIONAMIENTO

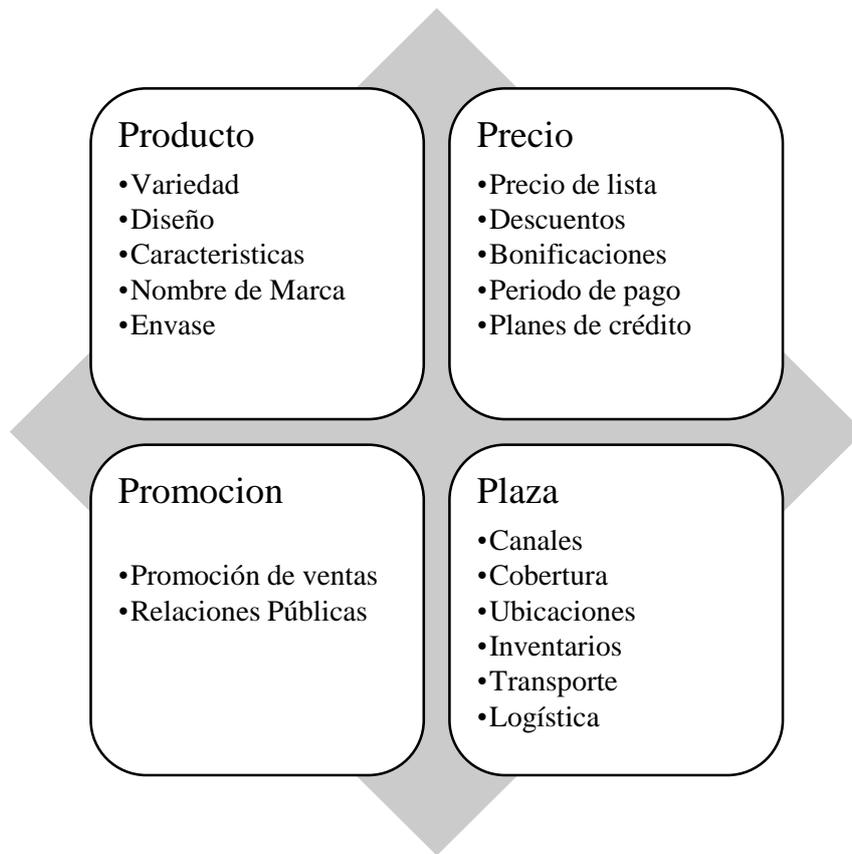


Gráfico 11

Posicionamiento

Elaborado Por Bernal Sánchez, V.; Gancino Bustamante, A (2018)

4.5.3 Instrumentos De Comunicación

Los instrumentos utilizados son:

Publicidad

Existen muchos medios para plantear nuestra estrategia publicitaria tales como la televisión e Internet, promoción en el lugar de ventas, folletos y catálogos.

Como primera herramienta tenemos la publicidad por medio de redes sociales donde también se ofertan los productos en una tienda online.

Las estrategias de comunicación confieren un modelo de marca y de producto en la mente de los clientes, acentuando sus ventajas que generan nuevas necesidades (por ejemplo, asociar el consumo de productos saludables para mejorar su estilo de vida).

Ferias Comerciales

Asistir a ferias comerciales para dar a conocer el producto a nuevos consumidores y empresas se ha posicionado en el mercado empresarial como una de las formas de promoción más rentables, al ser uno de los instrumentos del marketing que mejor se ha adaptado a la pequeña y mediana empresa.



Ilustración 17

Feria internacional en Toronto-Canadá

Fuente: (heart, s.f.)

4.6 Plan Económico

Costos De Exportación 1 Año

Tabla 8
Plan financiero

MANTEQUILLA DE ALMENDRAS		
Cantidad		3600
Costo Unitario	\$	12,75
Total Exw	\$	45.900,00
COSTOS DE EXPORTACIÓN		
TRANSPORTE		
Transporte Interno	\$	250,00
Carga y Estiba de contenedor en Bodega	\$	150,00
EMPAQUE EMBALAJE PARA LA ADAPTACION		
envase	\$	1.800,00
embalaje y empaque	\$	245,00
CERTIFICACIONES		
Certificaciones (certificado de Origen)	\$	150,00
Otras certificaciones	\$	200,00
HONORARIOS POR TRAMITE DE AGENTE DE EXPORTACION	\$	200,00
HONORARIOS POR INSPECCION DE ANTINARCOTICOS		
Manipuleo Inspección Antinarcóticos (Pago a Puerto)	\$	150,00
TOTAL DE COSTOS	\$	3.145,00
TOTAL	\$	49.045,00
COSTO UNITARIO	\$	13,62
MARGEN DE UTILIDAD DEL 40%	\$	5,45
COSTO UNITARIO DE EXPORTACION	\$	19,07

Calculo Del Precio De Venta Unitario

Costo de Producción Unitario	Costo de Exportación	Costo Total
12,75	0,87	13,62

Margen de utilidad 40%	PRECIO VENTA UNITARIO
5,45	19,07

Paletización

MEDIDAS	22	40	22		
MANTEQUILLA	11	7	7	MANTEQUILLA DE ALMENDRA X CARTON	NOTA: POR MOTIVOS DE EMBALAJE SE OPTO POR ENVIAR 24 ENVASES POR CAJA
	2	5	3	24	
CARTONES	120	100	15		
	22	40	22	CARTONES POR PALLET	TOTAL DE MANTEQUILLA X PALLET
PALLET 120cm x 100cm x 15cm	5	2	5	50	1200
CONTENEDOR 589cm x 235cm x 239cm	589	235	239		
	120	100	215	PALLETS X CONTENEDOR 20'	TOTAL DE CARTON. X CONTENEDOR
	5	2	1	10	500

Préstamo Bancario/Calculo De Interés

INVERSION	60.000,00
PRESTAMO BANCARIO	60%
TASA DE INTERES	12,27%

N Periodo	AMORTIZACION DE PRESTAMO				Saldo de capital
	Capital	Interes	Diviendo		
					\$ 36.000,00
1	\$ 3.000,00	\$ 1.104,30	\$ 4.104,30		\$ 33.000,00
2	\$ 3.000,00	\$ 1.012,28	\$ 4.012,28		\$ 30.000,00
3	\$ 3.000,00	\$ 920,25	\$ 3.920,25		\$ 27.000,00
4	\$ 3.000,00	\$ 828,23	\$ 3.828,23		\$ 24.000,00
5	\$ 3.000,00	\$ 736,20	\$ 3.736,20		\$ 21.000,00
6	\$ 3.000,00	\$ 644,18	\$ 3.644,18		\$ 18.000,00
7	\$ 3.000,00	\$ 552,15	\$ 3.552,15		\$ 15.000,00
8	\$ 3.000,00	\$ 460,13	\$ 3.460,13		\$ 12.000,00
9	\$ 3.000,00	\$ 368,10	\$ 3.368,10		\$ 9.000,00
10	\$ 3.000,00	\$ 276,08	\$ 3.276,08		\$ 6.000,00
11	\$ 3.000,00	\$ 184,05	\$ 3.184,05		\$ 3.000,00
12	\$ 3.000,00	\$ 92,03	\$ 3.092,03		\$ -
	Año1 (2018)	Año2 (2019)	Año3 (2020)	TOTAL ANUAL	
Total de interés Trimestral	\$ 3.865,05	\$ 2.392,65	\$ 920,25	\$ 7.177,95	

Estado De Perdida Y Ganancias Proyectado

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
VENTAS	\$ 274.652,00	\$ 352.470,86	\$ 565.738,95	\$ 732.287,43	948413,5313
COSTO Totales	\$ 196.180,00	\$ 257.278,00	\$ 422.193,25	\$ 554.763,21	\$ 729.548,87
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 78.472,00	\$ 95.192,86	\$ 143.545,70	\$ 177.524,23	\$ 218.864,66
INGRESOS OPERACIONALES	\$ -	\$ -	\$ -		
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 78.472,00	\$ 95.192,86	\$ 143.545,70	\$ 177.524,23	\$ 218.864,66
GASTOS OPERACIONALES	\$ 45.062,85	\$ 55.263,28	\$ 85.781,09	\$ 109.843,11	\$ 189.682,71
GASTOS DE VENTAS	\$ 41.197,80	\$ 52.870,63	\$ 84.860,84	109843,11	189682,71
GASTOS FINANCIEROS	\$ 3.865,05	\$ 2.392,65	\$ 920,25	0	0
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 33.409,15	\$ 39.929,58	\$ 57.764,61	\$ 67.681,11	\$ 29.181,95
PARTICIPACIÓN 15%	\$ 5.011,37	\$ 5.989,44	\$ 8.664,69	\$ 10.152,17	\$ 4.377,29
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 28.397,78	\$ 33.940,14	\$ 49.099,92	\$ 57.528,94	\$ 24.804,66
IMPUESTO A LA RENTA 22%	\$ 7.350,01	\$ 8.784,51	\$ 12.708,21	\$ 14.889,84	\$ 6.420,03
UTILIDAD ANTES DE RESERVA	\$ 21.047,76	\$ 25.155,64	\$ 36.391,71	\$ 42.639,10	\$ 18.384,63
RESERVA LEGAL 10%	\$ 3.340,92	\$ 3.992,96	\$ 5.776,46	\$ 6.768,11	\$ 2.918,20
UTILIDAD DEL PERIODO	\$ 17.706,85	\$ 21.162,68	\$ 30.615,24	\$ 35.870,99	\$ 15.466,44

Flujo De Efectivo Proyectado

AÑOS	1ER año	2do año	3er año	4to año	5to año
INGRESO POR VENTAS	\$ 274.652,00	\$ 352.470,86	\$ 565.738,95	\$732.287,43	\$948.413,53
<u>TOTAL INGRESOS</u>	\$ 274.652,00	\$ 352.470,86	\$ 565.738,95	\$ 732.287,43	\$ 948.413,53
EGRESOS					
Gastos					
Costo de venta	\$ 183.600,00	\$ 242.811,00	\$ 401.396,93	\$ 530.847,45	\$ 702.045,75
Envase y empaque	\$ 7.200,00	\$ 8.280,00	\$ 11.902,50	\$ 13.687,88	\$ 15.741,06
Embalaje	\$ 980,00	\$ 1.127,00	\$ 1.620,06	\$ 1.863,07	\$ 2.142,53
carga y estiba	\$ 600,00	\$ 690,00	\$ 991,88	\$ 1.140,66	\$ 1.311,75
Transporte Interno	\$ 1.000,00	\$ 1.150,00	\$ 1.653,13	\$ 1.520,88	\$ 1.749,01
Honorarios Ag. de Aduana	\$ 800,00	\$ 920,00	\$ 1.322,50	\$ 1.520,88	\$ 1.749,01
Otras certificaciones	\$ 800,00	\$ 920,00	\$ 1.322,50	\$ 1.520,88	\$ 1.749,01
Inspección Antinarcóticos	\$ 600,00	\$ 690,00	\$ 991,88	\$ 1.140,66	\$ 1.311,75
Gastos de imprevistos	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Certificaciones origen	\$ 150,00	\$ 172,50	\$ 198,38	\$ 228,13	\$ 262,35
Gastos financieros	\$ 3.865,05	\$ 2.392,65	\$ 920,25		
<u>TOTAL EGRESOS</u>	\$ 241.092,85	\$ 312.323,78	\$ 507.480,84	\$ 663.613,58	\$ 918.044,92
<u>TOTAL EFECTIVO</u> 60000	\$ 33.559,15	\$ 40.147,08	\$ 58.258,11	\$ 68.673,85	\$ 30.368,61

CALCULO DE TIR Y VAN

AÑO	FLUJO DE EFECTIVO	VALOR PRESENTE	TASA DE INTERES:	12,27%
0	-60000,00	(\$ 60.000,00)		
1	33.559,15	\$ 33.559,15		
2	40.147,08	\$ 40.147,08		
3	58.258,11	\$ 58.258,11		
4	68.673,85	\$ 68.673,85		
5	30.368,61	\$ 30.368,61		
		\$ 171.006,81		
VALOR PRESENTE NETO (VPN):		\$ 103.162,14		
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR):		65%		

Elaborado Por Bernal Sánchez, V.; Gancino Bustamante, A (2018)

4.7 Conclusiones

Ecuador posee una excelente ubicación geográfica y condiciones climáticas que permiten que los productos sean de mejor calidad, lo que favorece en la obtención de materias primas y en la elaboración de productos con valor agregado.

La exportación de mantequilla de almendras traerá beneficios al productor como el incrementar sus ganancias y ganar reconocimiento a nivel internacional.

Además, motivará a otros productores a elaborar productos industrializados para luego exportarlos.

Es un proyecto factible y rentable para exportar al mercado de Canadá.

4.7.1 Recomendaciones

Tener en cuenta la demanda en el mercado Canadiense para determinar la producción necesaria y así lograr satisfacerla.

Realizar un préstamo bancario con la finalidad de incrementar la producción y adquirir nuevas maquinarias, además de cubrir con los gastos que conlleva el proceso de exportación

Brindarle un buen servicio al importador, cumpliendo con los plazos acordados para la entrega del producto y en las condiciones exigidas por el mismo.

Mejorar la tecnificación en sus procesos, con la inversión proporcionada por el banco internacional, esto reducirá el riesgo de accidentes, e incrementará el nivel, calidad de producción.

Fundar un departamento de comercio exterior que permita a la empresa Life Choice realizar directamente el proceso de comercialización y exportación del producto Mantequilla de almendras sin recurrir a intermediarios.

Bibliografía

- America, C. (2018). Obtenido De https://www.centralamericadata.com/es/article/home/ms_consumo_de_productos_orgnicos_en_canad
- Americas, H. I. (2017). Obtenido De http://www.paho.org/salud-en-las-americas-2012/index.php?option=com_content&view=article&id=73:canada&itemid=179&lang=es
- Asamblea Nacional . (2011). Registro Oficial 435. Quito.
- Asamblea Nacional . (2011). Registro Oficial 452. Quito.
- Asamblea Nacional. (2010). Registro Oficial 351. Quito.
- Asamblea Nacional. (2011). Registro Oficial 459. Quito.
- Barrera, I. (2016).
- Beviá, & Cano. (2015). Obtenido De http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:67166/componente67164.pdf
- Canadainternational. (29 De Octubre De 2014). Canadainternational. Obtenido De http://www.canadainternational.gc.ca/spain-espagne/about-a_propos/organization-organisation.aspx?lang=spa
- Carlos, A. (2017). Obtenido De https://kupdf.com/download/abc-del-desarrollo-organizacional_59e408b108bbc55449e65d62_pdf
- Carton, C. (2018). Obtenido De https://terzer.blogspot.com/2013/02/pictogramas-mas-utilizados-en-el_5375.html
- Cce-División Promoexport. (2013). Comercioyexportacion. Obtenido De http://www.comercioyexportacion.com/images/documentos/exportar/guia_practica_del_plan_de_exportacion-version_final_oficial_lv.pdf
- Comex. (S.F.). Obtenido De <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/tipos-de-aforos>
- Comopolitica. (2017). Obtenido De <https://compolitica.com/>
- Constitucion. (2011). Obtenido De <https://www.acnur.org/fileadmin/documentos/bdl/2008/6716.pdf>
- Contecon. (S.F.). Contecon. Obtenido De <http://www.cgsa.com.ec/files/zonadescarga/csl/guia-de-aisv-de-carga-suelta.pdf>

Copci. (2016). Obtenido De <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/Copci.pdf>

Datosmacro. (2017). Obtenido De <https://datosmacro.expansion.com/Decision671>.

Decision671. (2007). Obtenido De <http://intranet.comunidadandina.org/documentos/gacetas/gace1520.pdf>

Desarrollo, S. N. (2018). Observatorio Planificacion. Obtenido De <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida-de-ecuador>

Economia. (2016). Santandertrade. Obtenido De <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/canada/politica-y-economia>

Economiasimple. (2018). Obtenido De <https://www.economiasimple.net/glosario/cotizacion>

Ecuador, P. (2018). Obtenido De <https://www.proecuador.gob.ec/monitoreo-de-exportaciones/>

Esan. (2016). Obtenido De <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/10/la-relacion-entre-la-logistica-y-la-teoria-de-restricciones-toc/>

Francia. (S.F.). Santandertrade. Obtenido De Santandertrade: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/francia/presentacion-general>

Garita, R. (2014). Obtenido De <https://www.gestiopolis.com/teoria-economica-del-comercio-internacional/>

Global, P. (2018). Obtenido De <https://www.ilovepalets.com/tipos-de-palets/>

Heart, F. A. (S.F.). Confessionsofadietitian. Obtenido De <http://www.confessionsofadietitian.com/2015/03/restaurants-canada-show-2015/>

Ica. (S.F.). Obtenido De http://webiica.ica.ac.cr/comuniica/N_17/art.asp?art=3

Internacional, C. (2014). Canada Internacional. Obtenido De <https://www.canadainternational.gc.ca/>

Leiva, J. P. (2014). Obtenido De https://www.google.com/search?biw=1366&bih=608&tbm=bks&ei=I60bxjo6llciggempzyydw&q=El+Comercio+Exterior+En+El+Ecuador+2015&oq=El+Comercio+Exterior+En+El+Ecuador+2015&gs_l=Psy-Ab.3...26708.30112.0.31178.7.5.2.0.0.155.754.0j5.5.0...0...1c.1.64.Psy-Ab..0

Life Choice. (2018). Obtenido De <http://lifechoice.ec/>

Logistic. (2018). Obtenido De https://Terzer.Blogspot.Com/2013/02/Pictogramas-Mas-Utilizados-En-El_5375.Html

López, I. G. (2015). Obtenido De <https://Books.Google.Com.Ec/Books?Id=57abawaaqbaj&Printsec=Frontcover&Dq=Comercio+Exterior+Y+Aduanas&Hl=Es-419&Sa=X&Ved=0ahukewibitj62k7fahunhuakhavgb6aq6aeimjac#V=Onepage&Q&F=False>

Luévano, J. H. (2013). Obtenido De <http://Www.Eumed.Net/Cursecon/Ecolat/La/13/Incoterms.Html>

Manubordera. (2 De Agosto De 2012). Manubordera. Obtenido De Manubordera: <http://Www.Manubordera.Com/David-Ricardo-Y-La-Ventaja-Comparativa/>

Map, T. (2018). Trade Map. Obtenido De <https://Www.Trademap.Org/Companieslist.aspx?Nvpm=3|124|||040510||6|1|1|1|3||2|1|1>

Marinetraffic. (2018). Obtenido De <https://Www.Marinetraffic.Com/Es/Voyage-Planner/E24c74824be14ca24606130c5e654788ab03b91177b1e42ffb042f0877fc2b425d2dc4a428d81fd40d9723f70122721456c1e2a43cdb5ceb2c0db68aae7cb4893f2e3e5ac798052315a529af29619304f10ac877db911f00421a8870ad3c6da1cf232c8c43028f3>

Marketing, G. (2014).

Medlineplus. (5 De Junio De 2017). Medlineplus.Gov. Obtenido De Medlineplus.Gov: <https://Medlineplus.Gov/Spanish/Ency/Patientinstructions/000759.Htm>

Molinillo, S. (2014).

Molins, A. (2010). Obtenido De http://Api.Eoi.Es/Api_V1_Dev.Php/Fedora/Asset/Eoi:67166/Componente67164.Pdf

Montori, Escribano, & Martinez. (2016).

Nacional, A. (2008). Constitución De La República Del Ecuador. Quito.

Omc. (2016). Obtenido De https://Www.Wto.Org/Spanish/Thewto_S/Countries_S/Canada_S.Htm

Oms. (2014). Obtenido De http://Www.Who.Int/Nmh/Countries/Can_Es.Pdf

Organizacion Munidal De La Salud. (28 De 06 De 2017). Organizacion Munidal De La Salud. Obtenido De Organizacion Munidal De La Salud: <http://Www.Who.Int/Features/Qa/82/Es/>

Paulina, F. O. (2015). Obtenido De [Http://Comunidad.Todocomercioexterior.Com.Ec/Profiles/Blogs/Tipos-De-Contenedor](http://Comunidad.Todocomercioexterior.Com.Ec/Profiles/Blogs/Tipos-De-Contenedor)

Peña, C. (2016). Manual Del Transporte.

Pierre, D. (2015). Obtenido De [Https://Issuu.Com/Cengagelatam/Docs/Logistica_Internacional_David_Issuu](https://Issuu.Com/Cengagelatam/Docs/Logistica_Internacional_David_Issuu)

Prezi. (24 De Agosto De 2013). Obtenido De [Https://Prezi.Com/23i_Bgtulqld/La-Demanda-Reciproca-John-Stuart-Mill-1806-1873/](https://Prezi.Com/23i_Bgtulqld/La-Demanda-Reciproca-John-Stuart-Mill-1806-1873/)

Proecuador. (26 De 4 De 2013). Proecuador.Gob.Ec. Obtenido De Proecuador.Gob.Ec: [Http://Www.Proecuador.Gob.Ec/Pubs/Guia-De-Certificaciones-Internacionales/](http://Www.Proecuador.Gob.Ec/Pubs/Guia-De-Certificaciones-Internacionales/)

Proecuador. (2016). Obtenido De [Https://Www.Proecuador.Gob.Ec/Tag/Canada/](https://Www.Proecuador.Gob.Ec/Tag/Canada/)

Proecuador. (2017). Obtenido De [Https://Www.Proecuador.Gob.Ec/Perfil-Logistico-De-Canada-2017/](https://Www.Proecuador.Gob.Ec/Perfil-Logistico-De-Canada-2017/)

Roca, Alfaro, & Paternina. (2015). Manual Practico Para La Gestion Logistica.

Sampieri. (2014). Obtenido De [Http://Observatorio.Epacartagena.Gov.Co/Wp-Content/Uploads/2017/08/Metodologia-De-La-Investigacion-Sexta-Edicion.Compressed.Pdf](http://Observatorio.Epacartagena.Gov.Co/Wp-Content/Uploads/2017/08/Metodologia-De-La-Investigacion-Sexta-Edicion.Compressed.Pdf)

Sampieri, D. R. (2010). Metodología De La Investigación . México: Mcgraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. .

Sampieri, R. H. (2014). Metodología De La Investigación 6ta Edición. México D.F.: Mcgraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. De C.V.

Santander. (2017). Obtenido De [Https://Es.Portal.Santandertrade.Com/Establecerse-Extranjero/Canada/Informacion-Practica](https://Es.Portal.Santandertrade.Com/Establecerse-Extranjero/Canada/Informacion-Practica)

Santander. (2018). Obtenido De [Https://Es.Portal.Santandertrade.Com/Analizar-Mercados/Canada/Llegar-Al-Consumidor?&Actualiser_Id_Banque=Oui&Id_Banque=0&Memoriser_Choix=Memoriser](https://Es.Portal.Santandertrade.Com/Analizar-Mercados/Canada/Llegar-Al-Consumidor?&Actualiser_Id_Banque=Oui&Id_Banque=0&Memoriser_Choix=Memoriser)

Santandertrade. (2017). Santandertrade. Obtenido De Santandertrade.: [Https://Es.Portal.Santandertrade.Com/Analizar-Mercados/Canada/Presentacion-General](https://Es.Portal.Santandertrade.Com/Analizar-Mercados/Canada/Presentacion-General)

Satander. (2018). Obtenido De [Https://Es.Portal.Santandertrade.Com/Gestionar-Embarques/Canada/Exportacion-De-Productos](https://Es.Portal.Santandertrade.Com/Gestionar-Embarques/Canada/Exportacion-De-Productos)

Sice. (S.F.). Sice.Oas.Org. Obtenido De Sice.Oas.Org:

[Http://Www.Sice.Oas.Org/Tpd/Gsp/Gsp_Schemes_S.Asp](http://Www.Sice.Oas.Org/Tpd/Gsp/Gsp_Schemes_S.Asp)

Tpg. (S.F.). Tpg. Obtenido De [Http://Www.Tpg.Com.Ec/Images/Tarifariotpg2017-%2007-2017.Pdf](http://Www.Tpg.Com.Ec/Images/Tarifariotpg2017-%2007-2017.Pdf)

ANEXOS

Carta de aceptación por parte de Diana Celi

Anexos 1

Carta de aceptación



Guayaquil 21 de Junio del 2018

Universidad Laica Vicente de Guayaquil
Ciudad.-

De mis consideraciones:

Por medio de la presente carta yo Diana Celi Pereira persona natural con Ruc# 0703344028001 formalizo la aceptación para que los alumnos VICTORIA OTILIA BERNAL SANCHEZ; ANDRE SEBASTIAN GANCINO BUSTAMANTE, estudiantes de la Facultad De Administración, Carrera Comercio Exterior, en La Universidad Laica Vicente Rocafuerte De Guayaquil, realice su trabajo de titulación con el Tema: "Plan de exportación de mantequilla de almendras al mercado de Canadá".

Atentamente.,

Diana Celi Pereira.

CEO LIFE CHOICE.

Modelo de Declaración Aduanera

Anexos 2

Modelo de Declaración de Exportación

REPUBLICA DEL ECUADOR DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION							
Número de DAE							
Información de general							
Código de la distrito	Código de régimen						
Tipo de Despacho	Código del declarante						
Información de Exportador							
Nombre del exportador	Telefono del exportador						
Dirección del exportador							
Numero de documento de CIU	Ciudad del exportador						
Nombre del declarante	Numero de documento de						
Dirección del declarante							
Codigo de forma de pago	Codigo de moneda						
Informacion de carga							
Puerto de carga	Puerto privado desde						
Puerto de llegada o de	Fecha de la carta de						
Nombre del consignatario							
Dirección del							
Ciudad del contribuyente	Tipo de carga						
Almacen de lugar de	Medio de transporte						
Pais de destino final							
Totales							
Codigo de moneda	Tipo de cambio						
Total moneda transaccion (FOB)	Cantidad de item						
Peso neto total	Peso total						
Cantidad total de bultos	Cantidad de contenedores						
Cantidad total de unidades físicas	Cantidad total de unidades comerciales						
Codigo de la mercancia de despacho urgente	Codigo de solicitud de aforo						
Fecha de primer ingreso	Fecha de primer embarque						
Item							
No. Item	Codigo. Subpartida	Codigo. Complementario	Codigo. Suplementario	Descripcion de Mercancias	Pais de Origen	Peso Neto	Cantidad de U. Comerciales
Despacho precedente							
Numero de secuencia	Distrito precedente	Año precedente	Régimen precedente	Secuencial precedente	Numero Item		
Observaciones de oce - Item							
Numero de Item	Tipo Observacion	Contenido					
Documentos							
Numero de item	Numero de documento	Tipo de documento	Fecha de fin de vigencia	Fecha de emision			

Firma del

Firma del Declarante

Información de empresas encuestadas

Anexos 3

Información de empresas

Mundo País **Canadá** Grupo de países Ninguno

Socio Todos Grupo de socios Ninguno

otros criterios **Importaciones** **Empresas**

Perfil de la empresa

498803 Ontario Limited - Nine Star Imports & Exports

Ubicación

País : Canadá
Ciudad : Toronto

Contacto

Sitio web :
Teléfono : +1 4166520416
Fax : +1 4166520114
Ejecutivos : David Macedo (President & Board Member)

Información suplementaria

Volumen de negocios : 910000 CAD
Número de empleados : 5

Categoría de productos o de servicios comercializados por la empresa

Categoría de productos o de servicios

Comestibles y productos afines, ncop
Fuentes: [Dun & Bradstreet](#)

líneas por página: Por defecto (25 por página)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ...

Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados
3K Group Ltd	
415573 Ontario Limited - Wing Lee Trading	
4179412 Canada Inc - Groupe Monarch International Inc	
4296087 Canada Inc - Hydratech Innovations	
435036 Ontario Limited - Empire Trading	
4369777 Canada Inc - S J K Distributer	
4441001 Canada Inc - Groupe P.R. International	
4542410 Canada Inc - Laura Secord	
476228 Ontario Inc - Bluewater Trading	
4904878 Manitoba Inc - Crystal Clear Water Centre	
498803 Ontario Limited - Nine Star Imports & Exports	

Certificado de publicación de artículo científico

Anexos 4

Certificado de aprobación de artículo



El Dr. D. Juan Carlos Martínez Coll, director del grupo EUMED.NET (SEI 309), como editor de la revista electrónica "Observatorio de la Economía Latinoamericana", (ISSN 1696-8352), indexada en IDEAS-RePEc, LATINDEX y alojada en <https://www.eumed.net/rev/oel>

ACREDITA QUE:

el artículo **"EXPORTACIONES DE MANTEQUILLA DE ALMENDRAS ECUATORIANAS AL MERCADO CANADIENSE"**, que consta de 12 páginas en formato PDF, cuyos autores son **Bernal Sánchez Victoria Otilia, Gancino Bustamante André Sebastián y Héctor Duarte Suarez**, ha sido aceptado y publicado en el número de diciembre 2018:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/12/exportacion-mantequilla-almendras.html>

[/hdl.handle.net/20.500.11763/oel/1812exportacion-mantequilla-almendras](https://hdl.handle.net/20.500.11763/oel/1812exportacion-mantequilla-almendras)

Lo que se hace constar en Málaga a 10 de diciembre de 2018.

El director



Fdo.: Juan Carlos Martínez Coll

Modelo de Cotización

Anexos 5
Cotización

LIFE CHOICE



LIFE CHOICE
km 10 via Daule
GUAYAQUIL
(593) 98 456-2271
lifechoice@gmail.com

Date 11/12/2018
Cod # 000213

BILL TO

Patricia MacKinnon
Forever Healthy
19 MacAleer Drive, P.O. Box 22032, Charlottetown, PEI C1A 9J2
(902) 569-3031
pat@foreverhealthy.ca

SHIP TO

Patricia MacKinnon
Forever Healthy
Canada
(902) 569-3031

DESCRIPTION	QTY	UNIT PRICE	TOTAL
ALMOND BUTTER	3600	19,07	68652,00

SUBTOTAL 68652,00

DISCOUNT 0,00

SUBTOTAL LESS DISCOUNT 68652,00

Remarks, notes on how long the estimate is valid, project duration estimates...

Quote Total \$ 68.652,00

**Constitución De La República Del Ecuador Publicada En El Registro Oficial No. 449
20 De Octubre De 2008**

Art. 261.El Estado central tendrá competencias exclusivas sobre:

1. La defensa nacional, protección interna y orden público.
2. Las relaciones internacionales.
3. El registro de personas, nacionalización de extranjeros y control migratorio.
4. La planificación nacional.
5. Las políticas económicas, tributaria, aduanera, arancelaria; Fiscal y monetaria; comercio exterior y endeudamiento.

Art. 416.- Las relaciones del Ecuador con la comunidad internacional responderán a los intereses del pueblo ecuatoriano, al que le rendirán cuenta sus responsables y ejecutores, y, en consecuencia:

1. Proclama la independencia e igualdad jurídica de los Estados, la convivencia pacífica y la autodeterminación de los pueblos, así como la cooperación, la integración y la solidaridad.
2. Propugna la solución pacífica de las controversias y los conflictos internacionales, y rechaza la amenaza o el uso de la fuerza para resolverlos.
3. Condena la injerencia de los Estados en los asuntos internos de otros Estados, y cualquier forma de intervención, sea incursión armada, agresión, ocupación o bloqueo económico o militar.
4. Promueve la paz, el desarme universal; condena el desarrollo y uso de armas de destrucción masiva y la imposición de bases o instalaciones con propósitos militares de unos Estados en el territorio de otros.
5. Reconoce los derechos de los distintos pueblos que coexisten dentro de los Estados, en especial el de promover mecanismos que expresen, preserven y protejan el carácter diverso de sus sociedades, y rechaza el racismo, la xenofobia y toda forma de discriminación.

6. Propugna el principio de ciudadanía universal, la libre movilidad de todos los habitantes del planeta y el progresivo fin de la condición de extranjero como elemento transformador de las relaciones desiguales entre los países, especialmente Norte-Sur.

7. Exige el respeto de los derechos humanos, en particular de los derechos de las personas migrantes, y propicia su pleno ejercicio mediante el cumplimiento de las obligaciones asumidas con la suscripción de instrumentos internacionales de derechos humanos.

8. Condena toda forma de imperialismo, colonialismo, neocolonialismo, y reconoce el derecho de los pueblos a la resistencia y liberación de toda forma de opresión.

9. Reconoce al derecho internacional como norma de conducta, y demanda la democratización de los organismos internacionales y la equitativa participación de los Estados al interior de éstos.

10. Promueve la conformación de un orden global multipolar con la participación activa de bloques económicos y políticos regionales, y el fortalecimiento de las relaciones horizontales para la construcción de un mundo justo, democrático, solidario, diverso e intercultural.

11. Impulsa prioritariamente la integración política, cultural y económica de la región andina, de América del Sur y de Latinoamérica.

12. Fomenta un nuevo sistema de comercio e inversión entre los Estados que se sustente en la justicia, la solidaridad, la complementariedad, la creación de mecanismos de control internacional a las corporaciones multinacionales y el establecimiento de un sistema financiero internacional, justo, transparente y equitativo. Rechaza que controversias con empresas privadas extranjeras se conviertan en conflictos entre Estados.

13. Impulsa la creación, ratificación y vigencia de instrumentos internacionales para la conservación y regeneración de los ciclos vitales del planeta y la biosfera. (Nacional, 2008)

CAPÍTULO SEGUNDO

Tratados e instrumentos internacionales

Art. 417.- Los tratados internacionales ratificados por el Ecuador se sujetarán a lo establecido en la Constitución. En el caso de los tratados y otros instrumentos internacionales de derechos humanos se aplicarán los principios pro ser humano, de no restricción de derechos, de aplicabilidad directa y de cláusula abierta establecidos en la Constitución.

Para ejercer el comercio exterior en el Ecuador, en primera instancia se debe observar el marco legal y regulatorio que se encuentra en vigencia.

El estado ecuatoriano, a través de la Asamblea Nacional, en diciembre de 2010, aprobó el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, en el cual constan las disposiciones legales para ejercer el comercio exterior y el régimen de aduana en el país, posteriormente la presidencia de la República mediante decretos ejecutivos dictaminó los reglamentos a este marco legal, siendo estos:

(ASAMBLEA NACIONAL, 2010)

a.- Reglamento de Aplicación del Libro IV del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, en materia de política comercial, sus órganos de control e instrumentos.

(ASAMBLEA NACIONAL , 2011)

b.- Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del libro V del Código de la Producción, Comercio e Inversiones. (ASAMBLEA NACIONAL , 2011)

c.- Organización y Funcionamiento del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PROECUADOR. (ASAMBLEA NACIONAL, 2011)

Estos artículos dan a conocer que, en la actualidad para ejercer el comercio exterior en el Ecuador, en primera instancia se debe observar el marco legal y regulatorio que se encuentra en vigencia, los cuales con El código orgánico de producción comercio e inversiones en el cual constan las disposiciones legales para llevar acabo toda transacción de manera correcta.

Código Orgánico De La Producción Comercio E Inversiones

Art. 154.- Exportación definitiva. Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás normas aplicables.

Art. 158.- Exportación Definitiva. (Reformado por el Art. 18 del D.E. 1343, R.O. 971S, 27III2017). Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente.

La salida definitiva del territorio aduanero ecuatoriano de las mercancías declaradas para su exportación, deberá tener lugar dentro de los treinta días siguientes a la aceptación de la Declaración Aduanera de Exportación.

La Autoridad Aduanera o la empresa concesionaria del servicio de Depósito Temporal, registrará electrónicamente el ingreso a la Zona Primaria y la salida al exterior de las mercancías a ser exportadas.

Cuando por causas debidas al transporte de las mercancías por motivos de logística no pudiera cumplirse el plazo fijado en el inciso anterior, las autoridades aduaneras podrán prorrogar dicho plazo por una sola vez previo conocimiento de causa, que no será superior al periodo originalmente otorgado, sin perjuicio de las sanciones administrativas a que hubiere lugar.

Sólo se podrán exportar aquellas mercancías que hayan sido objeto de una Declaración Aduanera de Exportación debidamente transmitida o presentada ante la Autoridad Aduanera”, por la frase: “Sólo se podrán exportar aquellas mercancías que estén amparadas en una Declaración Aduanera de Exportación o Declaración Aduanera Simplificada debidamente transmitida o presentada ante la Autoridad Aduanera.

Hay que conocer cual régimen aduanero es el más adecuado para el tipo de negociación que se pretende realizar para no caer en infracciones y demoras en el proceso que puedan conllevar a pérdidas para una o ambas partes de la negociación.

Decisión 671 Armonización Regímenes Aduaneros

Sección 2ª

Regímenes De Exportación

Subsección 1ª

Exportación Definitiva

Artículo 42.- Exportación definitiva

1. Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías comunitarias y no comunitarias en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una zona franca

ubicada dentro del territorio aduanero comunitario, con sujeción a las disposiciones establecidas en la presente Decisión y en las demás normas comunitarias y nacionales de aplicación.

Ámbito de aplicación y tratamiento

2. Las mercancías que gocen de incentivos o beneficios fiscales con ocasión de su exportación definitiva, estarán sometidas a los controles y condiciones que determine la legislación nacional de cada País Miembro.

Plazo

3. La salida definitiva del territorio aduanero comunitario de las mercancías declaradas para su exportación, deberá tener lugar dentro del plazo de treinta (30) días calendario contados a partir de la fecha de aceptación de la declaración aduanera de exportación.

4. Cuando por causas debidas al transporte de las mercancías no pudiera cumplirse el plazo fijado en el numeral anterior, las autoridades aduaneras podrán prorrogar dicho plazo.

Garantía

5. No se constituirá garantía en el régimen de exportación definitiva.

6. Las exportaciones no están sujetas al pago de los derechos de aduana e impuestos a la exportación.

Entidades Intervinientes

Los organismos gubernamentales que se encargan de ejercer el control, regulación, resoluciones en materia de comercio exterior son:

Ministerio de Comercio Exterior “COMEX”

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones “PROECUADOR”

Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador “SENAE”

Requisitos exigidos por la aduana del Ecuador

- ✓ Factura comercial
- ✓ Documento de transporte, de acuerdo a la modalidad del mismo
- ✓ Registro sanitario
- ✓ Certificado INEN

- ✓ Lista de empaque
- ✓ Respectiva declaración aduanera de exportación

Requisitos exigidos por aduana de Canadá

- ✓ Factura comercial
- ✓ Documento de transporte
- ✓ Packing list
- ✓ Registro sanitario
- ✓ Permisos de importación u otros formularios requeridos por las diversas instituciones canadienses de acuerdo a la naturaleza del producto
- ✓ Documento de control de carga
- ✓ Formulario de la aduana de Canadá (formulario B3)
- ✓ Certificado de origen
- ✓ Póliza o aplicación de seguro

Este régimen se refiere a aquellas mercancías que han salido del territorio aduanero con la finalidad de ser utilizada libremente fuera de dicho territorio, ya sea en otro país o en una zona franca o internacional.

La exportación es uno de los más utilizados en nuestra legislación aduanera dentro de las exportaciones, esto se debe a que muchas veces exportamos materias primas definitivas para ser transformadas en el exterior

Dichas exportaciones le permiten a nuestro país obtener las divisas suficientes para cumplir con los pronósticos que los economistas han formulado para estas épocas de crisis financiera internacional.