



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE
GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

PORTADA

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO
COMERCIO EXTERIOR**

TEMA

**“ANÁLISIS DE VIABILIDAD DE LA EXPORTACIÓN DE FRUTAS
TROPICALES DESHIDRATADAS EN PRESENTACIÓN MIX AL
MERCADO CANADIENSE”**

TUTOR

MGS. CARLOS IVAN RIOFRIO ALVAREZ

AUTORA

TANYA BETSABE PROAÑO PIEDRA

GUAYAQUIL – ECUADOR

2020



REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO Y SUBTÍTULO: “ANÁLISIS DE VIABILIDAD DE LA EXPORTACIÓN DE FRUTAS TROPICALES DESHIDRATADAS EN PRESENTACIÓN MIX AL MERCADO CANADIENSE”		
AUTOR/ES: TANYA BETSABÉ PROAÑO PIEDRA	REVISORES O TUTORES: MGS. CARLOS IVAN RIOFRIO ALVAREZ	
INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL	Grado obtenido: Licenciada en Comercio Exterior	
FACULTAD: ADMINISTRACIÓN	CARRERA: COMERCIO EXTERIOR	
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2020	N. DE PAGS: 103	
ÁREAS TEMÁTICAS: Educación Comercial y Administración		
PALABRAS CLAVE: Exportación, Mercado, Fruta, Balanza Comercial, Comercio Exterior.		
RESUMEN: El presente estudio tiene como tema el análisis de viabilidad de la exportación de frutas tropicales deshidratadas en presentación mix al mercado canadiense considerando dentro de dicha presentación frutas como mango, pitahaya, uvilla y piña. En base a las fuentes consultadas, se pudo determinar que dentro de este mercado existe una tendencia atractiva hacia el consumo de frutas y sus derivados que responde a las tendencias de sus habitantes hacia mantener un estilo de vida saludable, ingiriendo frutas deshidratadas incluso como snacks. Para conocer en forma más profunda las condiciones del mercado se utilizó una metodología cualitativa aplicándose encuestas a un representante de una institución gubernamental, dos exportadores nacionales y ocho importadores potenciales de productos en Canadá determinando así que la presentación es atractiva e incluso innovadora por parte de los consultados, especialmente los importadores quienes indican que responde a las nuevas preferencias del consumidor con respecto a estos alimentos. Conociendo la situación del mercado se diseñó el plan de exportación en donde se realiza un análisis de la situación determinando la forma de operar de la empresa, el detalle del producto, el mercado al cual va dirigido, exportándose un contenedor de 20 pies durante los meses donde se encuentra disponible la materia prima, siendo enero a marzo y octubre a diciembre, entre otros puntos claves. Los resultados tras la evaluación financiera demuestran la factibilidad del proyecto obteniéndose ventas constantes y utilidades anuales, demostrando que la inversión es recuperable y justificando la implementación del proyecto.		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: Tanya Betsabe Proaño Piedra	Teléfono: 0979429788	E-mail: michiyuyo@gmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Ph.D Rafael Iturralde Solórzano, DECANO Teléfono: 2596500 EXT. 201 DECANATO E-mail: riturraldes@ulvr.edu.ec Msc. Betty Aguilar Echeverria, DIRECTORA DE LA CARRERA Teléfono: 2596500 EXT. 264 E-mail: baguilare@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: EXPORTACIÓN DE FRUTAS TROPICALES DESHIDRATADAS.docx
(D60312358)
Submitted: 12/5/2019 5:56:00 AM
Submitted By: riofrioa@ulvr.edu.ec
Significance: 8 %

Sources included in the report:

PIÑA DESHIDRATADA.docx (D50151719)
TESIS ROCÍO LÚA FINAL PLAN DE EXPORTACION.docx (D59395713)
proyecto pitahaya ecuafruit sa 1 1.docx (D45927685)
<https://docplayer.es/115019046-Caratula-universidad-laica-vicente-rocafuerte-de-guayaquil-facultad-de-administracion-carrera-de-comercio-exterior-plan-de-titulacion.html>

Instances where selected sources appear:

14

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "C. Iván Riofrio Álvarez". The signature is fluid and cursive, with a long horizontal stroke extending to the right.

Msc. Carlos Iván Riofrio Álvarez

C.I.: 0909182727

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

PATRIMONIALES

La estudiante egresada TANYA BETSABE PROAÑO PIEDRA declara bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente al suscrito y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autora:



TANYA BETSABE PROAÑO PIEDRA

C.I. 091873236-3

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor(a) del Proyecto de Investigación **Análisis de viabilidad de la exportación de frutas tropicales deshidratadas en presentación mix al mercado canadiense**, nombrado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **Análisis de viabilidad de la exportación de frutas tropicales deshidratadas en presentación mix al mercado canadiense** presentado por la estudiante **TANYA BETSABE PROAÑO PIEDRA** como requisito previo, para optar al Título de LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR encontrándose apto para su sustentación

Firma:



Msc. Carlos Iván Riofrio Álvarez

C.I.: 0909182727

AGRADECIMIENTO.

Al finalizar este trabajo quiero utilizar este espacio para agradecer a Dios todo poderoso por todas las bendiciones, a mis padres, hermanos, esposo e hijos por su apoyo y paciencia en este proyecto de estudio.

También quiero agradecer a la ULVR, directivos y profesores por la ayuda brindada en todo este proceso, en especial a mi tutor Msc. Carlos Ivan Riofrio Álvarez por compartir sus conocimientos.

Y a mis amigas/os que con sus consejos y experiencias han ayudado a que yo siga avanzando y poder llegar a la meta.

Gracias

DEDICATORÍA

Mi trabajo investigativo lo dedico principalmente a mi Divino Niño, María Santísima y todos mis ángeles y arcángeles, ya que sin la bendición de ellos no hubiera tenido las fuerzas para continuar el proceso para obtener uno de mis anhelos más deseados.

A mi madre la Sra. Tanya Piedra Vda de Proaño, por todo su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años de ardua tarea, a dos seres muy importantes en mi vida que me impulsaron día a día para llegar a la meta y sé que donde ellos están me miran y están muy felices; por ti y para ti papito bello (+) Sub-oficial(SP) German Rafael Proaño Rodriguez y (+) Clemencia Cleotilde Guerrero Vera que más que mi abuelita fuiste una madre y luchaste inalcanzablemente por mis hermanos y por mí. Sé que ya cumplí con una de mis metas que tanto Uds. querían.

A mi esposo Tcnlgo. Patricio Reyes Obando que desde que empecé con mis estudios universitarios ha estado apoyándome día a día para no declinar y llegar a la meta, en conjunto con mis tres hijos Michellita, Junior y Kenneth y mi sobrina Mahyli que han sido motor de luchar y perseverancia para salir victoriosa de esta meta. Sé que Uds. están muy felices.

A mis dos hermanos Ing. Marlon Proaño Piedra y Msc. Xavier Proaño Piedra, por estar siempre pendiente de mí y por el apoyo que me brindan a lo largo de mi vida.

A todas las personas, en especial a mis amigas/os que me han apoyado tanto moral como espiritual para que realice el trabajo con éxito y un agradecimiento especial para la ULVR que me abrió las puertas y a todo el cuerpo de docentes gracias a mi Directora de carrera, tutor y demás maestros por compartir sus conocimientos.

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES ..	iv
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORÍA.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiv
Introducción.....	1
Capítulo I.....	2
1. El problema a investigar.....	2
1.1. Tema	2
1.2. Planteamiento del problema.....	2
1.3. Formulación del problema	5
1.4. Sistematización de la investigación	5
1.5. Objetivo general.....	5
1.6. Objetivos específicos	5
1.7. Justificación	6
1.8. Delimitación de la investigación.....	6
1.9. Idea a defender.....	7
1.9.1. Variables de la investigación.....	7
1.9.2. Operacionalización de las variables.	8
1.10. Línea de investigación institucional.....	8

Capítulo II.....	9
2. Marco teórico	9
2.1. Marco teórico referencial.....	9
2.1.1. Antecedentes.....	9
2.1.2. Plan de exportación.	11
2.1.3. El comercio exterior.	13
2.1.4. Diversificación de oferta y mercados.	13
2.1.5. Incoterms.	15
2.1.6. Logística internacional.	16
2.1.7. Generalidades de la piña.....	18
2.1.8. Generalidades de la uvilla.....	19
2.1.9. Generalidades del mango.....	20
2.1.10. Generalidades de la pitahaya.	21
2.1.11. El mercado canadiense.	22
2.1.12. Medios de pago internacionales.	28
2.1.13. Requisitos para la exportación.....	30
2.1.14. Documentos necesarios para la exportación.....	31
2.2. Marco conceptual.....	32
2.2.1. Valor agregado.	32
2.2.2. Fruta deshidratada.....	32
2.2.3. Arancel.....	32
2.2.4. Contenedor.....	32
2.2.5. Pallet.....	33
2.2.6. Contenedor.....	33
2.2.7. Embalaje.....	34

2.3.	Marco legal	35
2.3.1.	Constitución del Ecuador.....	35
2.3.2.	Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones.....	35
2.3.3.	Proceso de constitución de compañías.	35
Capitulo III		37
3.	Marco metodológico	37
3.1.	Método de investigación	37
3.2.	Tipo de investigación.....	37
3.3.	Enfoque de la investigación	38
3.4.	Técnicas de la investigación	38
3.5.	Población y muestra.....	38
3.6.	Análisis de resultados	40
3.6.1.	Representante del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR.....	40
3.6.2.	Exportadores de derivados de frutas a Canadá.....	42
3.6.3.	Importadores potenciales de frutas deshidratadas.	45
Capitulo IV		53
4.	Informe final.....	53
4.1.	Título.....	53
4.2.	Plan de exportación.....	53
4.2.1.	Situación actual.....	53
4.2.2.	Selección de productos.	57
4.2.3.	Selección de mercados.....	59
4.2.4.	Plan de trabajo.	60
4.2.5.	Estados financieros proyectados.....	70

Conclusiones.....	77
Recomendaciones	79
Bibliografía.....	80

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de las variables de la hipótesis general.....	8
Tabla 2. La balanza comercial en Ecuador – Canadá periodo 2015 – 2017.....	23
Tabla 3. Productos ecuatorianos con preferencias arancelarias en Canadá por subpartida 08121090 a 09042010	24
Tabla 4. Tarifas Arancelarias aplicadas en Canadá código 081330-081350.....	24
Tabla 5. Valores importados bajo la subpartida 0813.50.00 en Canadá. Miles de USD.27	
Tabla 6. Valores importados bajo la subpartida 0813.50.00 en Canadá. Toneladas.	28
Tabla 7. Empresas importadoras potenciales de productos bajo la partida 0813.50.00.	39
Tabla 8. Partida y Subpartida arancelaria para la exportación del producto.	58
Tabla 9. Materia prima necesaria para cubrir la exportación de un pallet.....	63
Tabla 10. Presentaciones y precios de frutas deshidratadas manejadas en el mercado destino.....	64
Tabla 11. Tiempo de transporte desde Guayaquil a Canadá según naviera y puertos de destino.....	66
Tabla 12. Costo promedio del transporte del contenedor desde Guayaquil a Canadá ...	67
Tabla 13. Detalle de costos y gastos de la exportación	69
Tabla 14. Resumen del financiamiento (1).....	70
Tabla 15. Resumen del financiamiento (2).....	71
Tabla 16. Estado de Resultados Integrales	72
Tabla 17. Flujo de caja	73
Tabla 18. Cálculo del VAN y TIR del negocio	74
Tabla 19. Punto de equilibrio	75
Tabla 20. Datos del gráfico para el punto de equilibrio	75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Diseño de la matriz Ansoff	14
Figura 2. Lista de compras de un hogar canadiense	26
Figura 3. Tipos de contenedores.....	33
Figura 4. Capacidad de los contenedores de 40 pies secos.	34
Figura 5. Imagen de la empresa.....	54
Figura 6. Organigrama de la entidad	55
Figura 7. Diseño del producto en idioma nacional	61
Figura 8. Diseño del producto en idioma para el mercado destino	61
Figura 9. Detalle de las cajas para exportar.....	62
Figura 10. Cajas por Pallet.	62
Figura 11. Detalle de la logística a utilizar	68
Figura 12. Punto de equilibrio graficado.....	76

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como tema el análisis de viabilidad de la exportación de frutas tropicales deshidratadas en presentación mix al mercado canadiense considerando dentro de dicha presentación frutas como mango, pitahaya, uvilla y piña. En base a las fuentes consultadas, se pudo determinar que dentro de este mercado existe una tendencia atractiva hacia el consumo de frutas y sus derivados que responde a las tendencias de sus habitantes hacia mantener un estilo de vida saludable, ingiriendo frutas deshidratadas incluso como snacks. Para conocer en forma más profunda las condiciones del mercado se utilizó una metodología cualitativa aplicándose encuestas a un representante de una institución gubernamental, dos exportadores nacionales y ocho importadores potenciales de productos en Canadá determinando así que la presentación es atractiva e incluso innovadora por parte de los consultados, especialmente los importadores quienes indican que responde a las nuevas preferencias del consumidor con respecto a estos alimentos. Conociendo la situación del mercado se diseñó el plan de exportación en donde se realiza un análisis de la situación determinando la forma de operar de la empresa, el detalle del producto, el mercado al cual va dirigido, exportándose un contenedor de 20 pies durante los meses donde se encuentra disponible la materia prima, siendo enero a marzo y octubre a diciembre, entre otros puntos claves. Los resultados tras la evaluación financiera demuestran la factibilidad del proyecto obteniéndose ventas constantes y utilidades anuales, demostrando que la inversión es recuperable y justificando la implementación del proyecto.

Palabras clave: Exportación, mercado, deshidratado, factibilidad, plan.

Introducción

El presente estudio se concentra en evaluar la factibilidad para la exportación de frutas deshidratadas bajo una presentación mix hacia el mercado canadiense en respuesta a las nuevas tendencias de consumo que presentan los habitantes del país norteamericano. A fin de justificar la relevancia del proyecto y su implementación futura se manejó la siguiente estructura para su desarrollo:

En el capítulo 1 se establecen las bases del problema justificándose las razones por las cuales se desarrolla la investigación y es necesario el diseño del plan de exportación de este producto hacia el mercado canadiense, determinándose además los objetivos a alcanzar y demás aspectos que marcan la línea de partida para la investigadora.

Dentro del capítulo 2 se desarrolla el marco teórico en donde se abordan antecedentes, teorías, conceptos y leyes referentes al estudio en mención sirviendo como sustento documental de la investigación, tomando como referencia información disponible en fuentes bibliográficas que corresponde a temas como el plan de exportación, comercio exterior, logística internacional, entre otros.

El capítulo 3 corresponde al marco metodológico en donde se detallan los parámetros para la recolección de datos que permitirán conocer la situación actual el problema, en este caso el mercado canadiense, consultándose para ello a personas claves para la investigación tales como exportadores nacionales, importadores potenciales y un funcionario de una institución especializada.

El capítulo 4 corresponde a la propuesta en donde se diseña el plan de exportación partiendo de un análisis de la situación actual, determinándose la forma de operar de la empresa, las condiciones del entorno, las características del producto, el mercado al cual desean dirigirse la oferta, la forma de operación y demás aspectos claves, finalizando con un análisis de la viabilidad financiera que justifica la inversión a realizar.

Capítulo I

1. El problema a investigar

1.1. Tema

Análisis de viabilidad de la exportación de frutas tropicales deshidratadas en presentación mix al mercado canadiense.

1.2. Planteamiento del problema

El Ministerio de Agricultura y Ganadería del Ecuador (2016) indica que dentro del país, debido a su ubicación geográfica, pueden cultivarse una variedad de frutas comercializadas en el mercado local e internacional. Entre los frutos que Ecuador exporta y que generan altos ingresos se encuentran el banano, plátano, café y cacao, mismos que figuran en el grupo de productos tradicionales.

Cabe señalar que en los últimos años otros frutos han ido ganando reconocimiento, formando parte de la cartera de productos no tradicionales dentro de las exportaciones ecuatorianas. Según el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR (2014), aquí se encuentran las frutas exóticas, las cuales mantienen popularidad y participación atractiva en el mercado exterior mencionando la uvilla, el mango, la pitahaya, la piña, entre otras. Sin embargo, su oferta se ha enfocado principalmente como materias primas.

El objetivo nacional no es continuar diversificando la oferta de materias primas sino fortalecer la industria debiendo aprovecharse para ello los recursos disponibles, permitiendo la generación de productos con valor agregado que incluso puedan ser exportados a mercados de alto potencial (Ministerio de Industrias y Productividad, 2013). Si bien es cierto, el país cuenta con una variedad de frutas pero no son aprovechadas en su totalidad, no sólo en su procesamiento sino también en su oferta como materias primas.

González (2017) indica que la deshidratación en Ecuador fue un procedimiento poco utilizado pero, hace una década, ha ganado terreno. Sin embargo, la venta al detalle no resulta rentable porque el público desconoce su aporte nutricional y los catalogan como poco novedosos. Por ende existen emprendedores que han optado por ofrecerlo a grandes empresas para su utilización como ingredientes de chocolates, barras energéticas, postres y demás alimentos, mientras otros se han enfocado en la exportación.

Sobre los emprendimientos dedicados a la deshidratación de frutas, Heredia (2018) destaca que se registran 15 empresas catalogadas como pequeños y medianos productores. En su mayoría se dedican a la exportación, abasteciendo a menor escala el canal detallista local debido a limitaciones del mercado respecto al desconocimiento sobre importancia de consumir deshidratados en la dieta como sustituto de los Snacks.

Las ventajas de la fruta ecuatoriana radica en su sabor y dulzura, lo cual le brinda competitividad en el mercado exterior, existiendo potencial para exportar la presentación deshidratada a Canadá, Alemania, Estados Unidos y otros países como una forma de contribuir al reconocimiento de la oferta nacional y aprovechamiento de la agro diversidad ecuatoriana.

Como se mencionó, entre los mercados que podrían aprovecharse para la exportación de frutas deshidratadas se encuentra Canadá. Esto se debe a la alta dependencia de importaciones para satisfacer las necesidades alimentarias de su población, figurando como el 13er mercado más grande de importaciones del mundo (Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto República Argentina , 2015). Lo citado muestra el alto atractivo de Canadá, siendo importante el análisis de las condiciones del entorno.

Como dato importante está la importación del 80% de las frutas consumidas en el mercado mencionado. Según datos publicados en el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto República Argentina (2015) con dichas importaciones se producen derivados

dirigidos para niños. Cabe señalar que son los padres quienes deciden la compra, seleccionando aquellos que, según sus características, les proporcionen mayor seguridad.

La alta dependencia de este mercado favorece al incremento de las importaciones, siendo una de ellas los frutos procesados. Tomando como referencia a TFO Canadá (2014) al año 2013 se alcanzaron cifras elevadas de importaciones respecto a frutas deshidratadas por un monto total de 1,47 mil millones de dólares, donde hubo un incremento del 16,7% en relación al año 2009. Entre las razones que han motivado este incremento constante está el alto interés en la salud y nutrición por parte de los canadienses.

Los consumidores buscan alternativas nutricionales que reemplacen a los snacks ricos en grasa y azúcar, considerando para ello las frutas procesadas y en donde se incluye la presentación deshidratada. El sistema de Inteligencia Comercial Colombiano (2017) añade que las frutas exóticas están ganando participación debido a factores como el multiculturalismo, la baja producción local y el gusto de los canadienses por viajar, lo cual les permite conocer una variedad de frutas que luego son demandadas internamente. Este punto permite el ingreso de una variedad de frutas, que a pesar de no cultivarse en dicho país, tienen un alto potencial de consumo.

En base a ello, se puede observar que existe oportunidad en la oferta de frutas deshidratadas al mercado Canadiense, lo cual favorecería las exportaciones ecuatorianas, además de diversificarlas y aprovechar así la variedad de frutas disponibles en distintas temporadas, como el mango, piña, pitahaya y la uvilla, mismas que son cultivadas en Ecuador.

1.3. Formulación del problema

¿De qué manera el análisis de viabilidad de exportación de frutas tropicales deshidratadas bajo una presentación MIX al mercado canadiense mejorará la oferta exportable?

1.4. Sistematización de la investigación

- ¿Cómo debe constituirse la empresa exportadora del producto propuesto?
- ¿Qué porcentaje de la demanda cubre el producto a exportar en el mercado seleccionado?
- ¿Qué barreras arancelarias y no arancelarias existen en el mercado canadiense?
- ¿Cuál es la viabilidad para la exportación de frutas tropicales deshidratadas al mercado canadiense?

1.5. Objetivo general

Analizar la viabilidad de la exportación de frutas tropicales deshidratadas bajo una presentación mix al mercado canadiense, contribuyendo a la mejora de la oferta exportable.

1.6. Objetivos específicos

- Plantear la forma como debe constituirse la empresa exportadora del producto propuesto, determinando así capacidad operativa.
- Determinar el nivel de demanda cubierta con la exportación del producto propuesto al mercado seleccionado, estableciendo el monto a comercializar.
- Conocer las barreras arancelarias y no arancelarias en el mercado canadiense, diseñando así la estrategia para la exportación.
- Establecer la viabilidad de la propuesta mediante un análisis financiero proyectado que justifique su aplicación.

1.7. Justificación

Canadá es un país donde existe un bajo aporte del sector agrícola en relación al producto interno bruto PIB. Citando al Ministerio Español de Asuntos Exteriores y Cooperación (2017) este sector representa el 1,7% del PIB, causado por los bajos niveles de producción y motivando niveles constantes de importaciones. Esto vuelve evidente las oportunidades que existen en el mercado destino para frutas y sus derivados, añadiendo que sus habitantes se están inclinando hacia el consumo de alimentos sanos.

Por otro lado, Ecuador es un país con una gran biodiversidad y que dispone de una amplia gama de frutas pero son exportadas principalmente como materia prima. La Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES (2013) establece que el objetivo nacional es el cambio de la matriz productiva, buscando con ello el aprovechamiento de los recursos disponibles para ofertar productos con valor agregado y que sean competitivos en el exterior.

Como tal este proyecto responde al cambio que el gobierno plantea, persiguiendo la oferta de frutas deshidratadas a un mercado donde existen altas probabilidades de consumo. Cabe señalar que se considera necesario establecer la estructura de la empresa exportadora, ofreciendo a través de ella el producto propuesto.

1.8. Delimitación de la investigación

El presente análisis está direccionado a la oferta de frutas deshidratadas en una presentación MIX al mercado canadiense, teniendo en cuenta que principalmente son importadas debido a los bajos niveles de producción y a la elevada inclinación de sus habitantes hacia el consumo de alimentos saludables, sustitutos a los snacks comunes. A continuación se delimita la investigación:

Área: Comercio Exterior

Campo: Análisis de viabilidad para la exportación

Producto: Frutas tropicales deshidratadas.

Espacio: Ecuador - Canadá

Tiempo: 2018

1.9. Idea a defender

La exportación de frutas tropicales deshidratadas bajo una presentación MIX al mercado canadiense contribuirá a la mejora de la oferta exportable nacional demostrando su viabilidad comercial y financiera.

1.9.1. Variables de la investigación.

Variable independiente: Exportación de frutas tropicales deshidratadas bajo una presentación MIX al mercado canadiense.

Variable dependiente: Contribución a la mejora de la oferta exportable nacional.

1.9.2. Operacionalización de las variables.

Tabla 1.

Operacionalización de las variables de la hipótesis general.

Variables	Definición conceptual	Definición operativa	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Técnica
Independiente Exportación	Consiste en la comercialización de productos fuera de las fronteras nacionales, siendo factible siempre que genere beneficios para quienes intervienen en el contrato Fuente especificada no válida..	Venta de frutas deshidratadas al mercado canadiense	Constitución del negocio	Requisitos para funcionamiento	Cualitativo	Documental
				Capacidad operativa	Cualitativo	Documental
				Requisitos para la exportación	Cualitativo	Revisión documental y entrevista
			Situación del entorno nacional	Estructura logística nacional	Cualitativo	Revisión documental
			Proveedores y abastecimiento	Cualitativo	Revisión documental	
Dependiente Mejora de la oferta exportable	Hace referencia a los productos que se distribuyen en el mercado exterior, planteándose como mejora a su diversificación y venta con valor agregado Fuente especificada no válida..	Diversificación de la oferta ecuatoriana de frutos procesados	Situación del mercado destino	Interés del público	Mixta	Revisión documental y entrevista
				Leyes y logística	Mixta	Revisión documental y entrevista
			Viabilidad de la exportación	Proyecciones y ganancias	Estados financieros	Análisis financieros

Elaborado por: Proaño, T (2019)

1.10. Línea de investigación institucional

- Línea Institucional: Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables.
- Línea de Facultad: Marketing, comercio y negocios locales.

Capítulo II

2. Marco teórico

2.1. Marco teórico referencial

2.1.1. Antecedentes.

Para el desarrollo de este apartado se consultaron estudios realizados por otros autores referentes a la exportación de frutas deshidratadas hacia el mercado canadiense. Moreno (2013), siendo la primera autora citada, realizó una investigación para determinar la factibilidad en la exportación de piña deshidratada hacia Quebec - Canadá, mencionando que Ecuador cuenta con condiciones favorables para el cultivo de una serie de productos agrícolas apetecidos en el mercado internacional, como la piña, pero su oferta se ha centrado en la presentación fresca principalmente. Debido al interés del gobierno en diversificar la oferta exportable, especialmente de valor agregado, y generar mayores exportaciones es importante que se aproveche el potencial agrícola del país para el procesamiento de derivados apetecidos.

Se menciona que las tendencias de consumo en Canadá como base en el cuidado de la salud y el interés en la ingesta de frutas, incluyendo sus derivados, se convierte en una oportunidad para países como Ecuador, lo cual demuestra su factibilidad comercial. Respecto a la factibilidad financiera, se indica que el proyecto es rentable al alcanzarse una Tasa Interna de Retorno del 13,84% con un Valor Actual Neto positivo. Debe considerarse que se utiliza como materia prima sólo la piña, proponiéndose en el presente estudio la inclusión de otras materias primas para volver más atractiva la oferta.

Son escasos los estudios sobre la exportación de frutas deshidratadas al mercado canadiense, complementándose los antecedentes con estudios del exterior. Ruiz (2014) se enfocó en medir las oportunidades para la exportación de aguaymanto deshidratado desde Perú hasta Canadá, siendo un fruto equivalente a la uvilla. La autora indica que el proceso de deshidratación

permite a las frutas mantener sus beneficios, siendo un aspecto que motiva al consumidor canadiense a su adquisición.

La autora justifica el proyecto debido al aporte hacia el desarrollo de pequeñas zonas agrícolas que en Perú se dedican al cultivo de la uvilla pero la comercializan sin ningún valor agregado, limitando así sus ingresos y contribuyendo a que sus condiciones de vida sean inapropiadas. Por otro lado, se menciona que Canadá ha mostrado una tendencia creciente al consumo de frutas y sus derivados, especialmente exóticas y de gran aporte nutricional.

El proyecto no presenta una factibilidad financiera al concentrarse sólo en la factibilidad comercial, indicando que las importaciones de uvilla desde Canadá han sido crecientes, al igual que frutas deshidratadas cuya ingesta per cápita se ubica en 11 kg anuales. Adicionalmente, se muestra una economía creciente con un promedio del 2% anual, ocupando además el puesto 14 entre las mejores del mundo.

También existen estudios sobre el análisis de factibilidad para la puesta en marcha de una planta para procesar uvilla deshidratada en Colombia y exportarla hacia el mercado canadiense. Serrato y Jiménez (2017) indican que la exportación de uvilla en Colombia se concentra en presentación fresca, siendo muy sensible al ambiente. Esto ocasiona que deban tomarse cuidados, mismos que encarecen los costos al momento de exportarla para evitar su rápida degradación.

Lo mencionado limita los ingresos que percibirían los productores, por ello, al someterla al deshidratado reducirían al mínimo el riesgo de una rápida degradación, además de que el consumo de frutos deshidratados va en aumento en Canadá al tomar conciencia la población sobre el cuidado de su salud, ingiriéndose como snacks. La implementación del proyecto generaría una Tasa Interna de Retorno del 18,84% con un VAN positivo que respalda la viabilidad económica del proyecto

Como pudo observarse, Canadá se evalúa como un mercado de gran potencial para la comercialización de frutos, incluyendo derivados como los deshidratados. Entre las razones que estos autores exponen están el interés en la población hacia la ingesta de alimentos con alto contenido nutricional, motivando a que las frutas y sus derivados ganen espacio en el mercado, consumiéndose estas últimas como snacks. También mencionan la estabilidad económica que presenta el mercado meta, ubicándose como una de las más fuertes en el mundo.

2.1.2. Plan de exportación.

La exportación consiste en una venta que implica la movilización de un producto desde su país de origen a un cliente en el exterior. En una empresa se toma la decisión de expandir la oferta cuando se evidencian oportunidades ligadas a características del mercado exterior como poder adquisitivo, niveles de consumo, necesidades insatisfechas y demás (López, Vidal, & González, 2016). Sin embargo, para garantizar su éxito, debe realizarse una planificación que facilite el ingreso a un mercado con bajos niveles de riesgo.

El plan de exportación es una herramienta u hoja ruta que permite decidir si una empresa obtendrá beneficios tras la internacionalización. Minervini (2015) indica que hay casos donde son los clientes extranjeros quienes contactan a una empresa para adquirir sus productos pero cuando eso no sucede, el diseño del plan es vital. Este autor plantea la siguiente estructura para su desarrollo:

- Estado de la empresa, lo cual implica una descripción de la entidad, el producto y sus características, además de las condiciones del mercado local.
- Mercado o mercados metas, donde se analiza hacia dónde irá dirigida la exportación, detallando aspectos como la competencia, vías de acceso, normas, demanda, características del mercado, entre otros aspectos del mercado o mercados seleccionados.
- Estrategias, mismas que son diseñadas una vez conocido el estado del mercado destino, implicando el diseño del producto a exportar, es decir si requiere alguna adaptación,

estrategias de precio, promoción y de plaza que favorezcan a la aceptación de la oferta por parte del público meta.

- Plan de financiamiento, lo cual implica cuánto deberá invertir la entidad para la exportación y los ingresos que obtendría tras la implementación.

No existe un único modelo, debiendo ajustarse a las necesidades de la entidad y sus características. La Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico (2013) indica que mediante un plan bien diseñado pueden preverse riesgos, identificar si existen oportunidades y diseñar en base a esta información estrategias. Esta entidad establece como modelo el siguiente:

- Análisis del potencial exportador donde se abordan aspectos de la empresa, su oferta y detalles del mercado local como competencia y requisitos impuestos para exportar.
- Este plan menciona la selección de mercados como un paso cuando la entidad no ha definido hacia dónde dirigirá su oferta.
- Inteligencia de mercado que implica el análisis del país de destino en aspectos como economía, políticas, relaciones comerciales, acuerdos, requisitos para el ingreso de productos, aspectos logísticos, participantes de la industria y demás relacionados.
- Diseño de estrategias, misma que son diseñadas en base a la información recabada en los puntos anteriores, estando dirigidas al producto, la plaza, precio, la promoción. En este punto debe detallarse cómo una entidad ingresará al mercado destino y si el producto ofertado requiere alguna adaptación.
- Plan de financiamiento, presentando los desembolsos a incurrir para la internacionalización y el rendimiento que generaría al exportador, teniendo en cuenta que dicho análisis permitirá conocer si es factible la implementación.

Una vez culminado el plan, la entidad podrá determinar si puede implementarse o no según las exigencias, inversión y retorno financiero. Debe mencionarse que en el presente estudio se

pretende el diseño de un plan de exportación que permita conocer la factibilidad para la exportación de frutas deshidratadas al mercado canadiense.

2.1.3.El comercio exterior.

Hace referencia a las transacciones de un país específico con el resto del mundo. González, Martínez, Otero y González (2014) indican que el comercio exterior es una parte del comercio mundial pudiendo definirse como las compraventas realizadas entre dos territorios aduaneros. De esta forma, el comercio entre Ecuador y Canadá se denomina exterior al pertenecer a distintos territorios aduaneros.

A través del comercio exterior un país adquiere productos para satisfacer sus necesidades locales y exporta su excedente para percibir ingresos. Esta información se refleja en la balanza comercial donde se detallan las exportaciones e importaciones de un país con otro, incluso de un país con el resto del mundo (Cue, 2015). Se dice que la balanza tendrá un superávit cuando sus exportaciones superan las importaciones, catalogándose como deficitaria si las importaciones superan las exportaciones.

Los riesgos que acarrea una balanza deficitaria comprenden una mayor salida de divisas, incapacidad de un país para autosatisfacer las necesidades de su población, mayor ingreso de productos extranjeros que compiten en el mercado nacional, dependencia de proveedores, entre otros que perjudican la estabilidad económica de una nación.

2.1.4.Diversificación de oferta y mercados.

Se entiende como diversificación a la capacidad que tiene una empresa para ampliar sus operaciones. Tarzizán (2013) indica que la diversificación de oferta se liga a la de productos donde una entidad identifica oportunidades para entregar al público un producto similar o distinto a los existentes. Debe tenerse claro que el grado de relación entre ese producto y los existentes determinará el nivel de inversión a realizar.

Respecto a la otra diversificación mencionada, esta implica la venta de un producto a un mercado distinto al inicial, mismo que cumple con características favorables para la adquisición y consumo. Debe mencionarse que toda diversificación posee un riesgo; sin embargo, este puede reducirse tras la planificación.

También existen herramientas que permitan evaluar y tomar decisiones de este tipo, siendo el caso de la matriz producto/mercado de Ansoff. Sánchez, Gázquez, Marín, Jiménez y Segovia (2014) indican que es un modelo clásico que propone estrategias de crecimiento que una organización puede adoptar para incrementar su actividad. Cabe señalar que de ahí surgen dos estrategia que son la de crecimiento intensivo y el crecimiento diversificado.

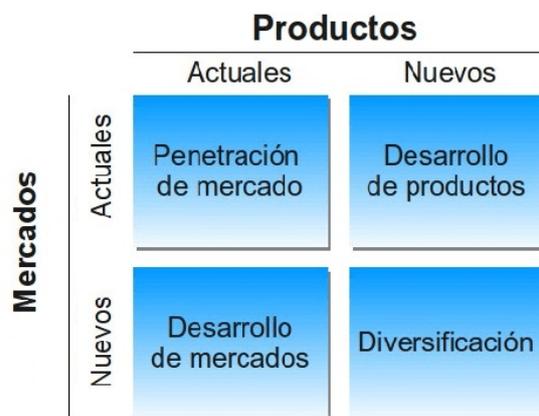


Figura 1. Diseño de la matriz Ansoff

Fuente: Ansoff. Sánchez, Gázquez, Marín, Jiménez y Segovia (2014)

Respecto a las estrategias de crecimiento intensivo, es utilizada cuando una entidad no ha aprovechado completamente las oportunidades que poseen sus productos en un mercado actual. Dentro de ésta existen alternativas como la penetración que implica una mayor capacitación de clientes, el desarrollo del mercado que comprende el ingreso a otros segmentos, zonas geográficas o mercados en el exterior, por último el desarrollo del producto que implica la presentación de variaciones de la oferta

La estrategia de crecimiento diversificado se aplica cuando la entidad no tiene opción para expandir su mercado actual y por ello se deben acceder a otros mercados, lo cual incluso puede requerir la incorporación de nuevos productos relacionados o no a los existentes.

2.1.5. Incoterms.

Su importancia radica en permitir la determinación del precio y transmisión de riesgos entre las partes negociantes en la exportación. Ortega y Espinosa indican que son reglas internacionales establecidas por la Cámara de Comercio Internacional abordando aspectos del comercio exterior como el trámite documental, transporte principal, seguros, entre otros. Su uso permite identificar en forma clara los responsables en asumir riesgos y gastos en la negociación existiendo distintos Incoterms, debiendo las partes contratantes seleccionar el que mejor se ajuste a sus necesidades.

Entre ellos destacan los siguientes:

- EXW que hace referencia a *Ex Works*, es decir *en fábrica*, estableciendo menores obligaciones y riesgos al exportador quien se compromete a entregar la carga en sus propias instalaciones para que el importador gestione todo el proceso.
- FCA *Free Carrier* denominado en español *franco transportista*, pudiendo el exportador entregar la carga en cualquier punto dentro del mercado de origen ya sea puerto, terminal de contenedores, sus propias instalaciones u otros acordados con el vendedor. El trámite para la exportación debe realizarlo el vendedor mientras que el de importación debe realizarlo el importador.
- FAS *Free Alongside Ship* traducido a *franco al costado del buque* donde el exportador se compromete a entregar la carga al lado del buque o al alcance de la zona donde se realiza el embarque de la carga, por ello todos los valores previos deben asumirse por el vendedor.
- FOB *Free on board* o *Franco a bordo* donde el vendedor se responsabiliza de entregar la carga sobre el buque, por ende todos los costos deben asumirse por el vendedor hasta el embarque menos el transporte principal y el seguro.

- CPT *Carriage paid to* o *transporte pagado hasta* donde el vendedor realiza la contratación del transporte principal asumiendo los costos hasta un punto específico pero el seguro no es contratado por él.
- CFR *Cost and freight* denominado *coste y flete* asumiendo aquí el vendedor la contratación del flete hasta el puerto de destino pero el riesgo es del importador desde el puerto de origen.
- CIP *Carriage Insurance and paid to* es decir *coste y seguro pagado hasta*, donde el comprador se responsabiliza por el transporte principal y el seguro, realizando los pagos por éstos pero los riesgos corresponden al comprador.
- CIF o *cost, insurance and freight* que traducido es *Coste, seguro y flete* donde el exportador se encarga de cubrir incluso el transporte y el valor del seguro, siendo los riesgos del comprador cuando la carga sale del puerto de origen.
- DAT *delivered at terminal* o *entregada en terminal* donde el producto está cubierto por el vendedor hasta cuando llega al puerto de destino. El exportador no es responsable del seguro.
- DAP denominado *delivered at place* donde el vendedor asume todos los costos hasta que la mercancía esté disponible para el importador en un vehículo listo para su descarga. El seguro no es obligatorio pero el vendedor asume todos los riesgos hasta que entrega el producto al importador.
- DDP *delivered duty paid* o *entregado derechos pagados* donde el vendedor se encarga de todos los trámites hasta entregar la carga en un punto convenido dentro del mercado destino al comprador. Este último no debe realizar ningún trámite.

2.1.6. Logística internacional.

Hace referencia a la forma como una entidad se abastece y gestiona sus existencias para la distribución y oferta en un mercado destino. Castellano (2015) define a la logística como la

gerencia estratégica de la adquisición, almacenamiento, procesamiento de requerirse, control de inventario, incluyendo su distribución. De esta forma resulta en un modelo de organización para la empresa ideal para la generación de su oferta

Respecto a la logística internacional, ésta ya implica el movimiento de un producto hacia otro país. De esta forma se vuelve esencial su diseño para asegurar que la oferta ingrese sin riesgo, dependiendo también del Incoterm acordado entre las partes. Los aspectos principales a considerarse en la logística internacional son el transporte principal desde el puerto de origen al de destino y los embalajes para la exportación según el tipo de producto.

A su vez, deben considerarse los requisitos de salida que impone el mercado nacional para el producto exportado, incluyendo los de ingreso impuestos por el mercado destino. Lo mencionado ocasiona que la logística internacional sea más compleja en relación a aquella que opera localmente.

La logística internacional puede ser afectada por diversos factores. Cabrera (2014) menciona entre éstos los siguientes:

- La desconfianza existente entre las personas que intervienen en el contrato lo cual se reduce con la aplicación de Incoterms donde los responsables son plenamente identificados.
- Las normativas de cada país que pueden requerir la adopción de nuevos procesos, permisos e incluso la adaptación del producto por exigencias estatales.
- Adaptación del producto no por normativas, sino por gustos y tendencias del mercado.
- Establecimiento del precio según el nivel de exigencia.
- El transporte internacional largos y costos, debiéndose seleccionar aquellos que se ajusten al producto, evitando su deterioro.
- Otros factores.

2.1.7. Generalidades de la piña.

Esta fruta posee el mismo seudónimo de la planta, denominándose a ambas como piña. El Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia (DANE) (2016) asevera que la forma del fruto es ovalada y gruesa, midiendo aproximadamente 30 cm. de largo y 15 cm. de diámetro. Se caracteriza por ser comestible y de un sabor agrídulce que le ha favorecido a su comercialización a gran escala.

De acuerdo a los requerimientos adafoclimáticos de cultivo de la piña el mismo puede desarrollarse en altitudes entre los 800 y 1.200 metros sobre el nivel del mar. En relación al suelo, es necesario que este posea un drenaje adecuado y buena aireación, siendo recomendable su plantación en suelo franco, es decir con alta fertilidad y de textura suelta.

La piña tiene su origen en América del Sur pero su domesticación se cree que se desarrolló en el norte de Brasil y Uruguay, de ahí se propagaron a otros países del continente, llegando así a Ecuador. El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca y la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (2015) indican en el país deben considerarse los siguientes parámetros para la siembra:

- Altura entre 350 a 800 metros sobre el nivel del mar.
- Temperaturas entre 20 a 30°.
- Precipitaciones entre 1000 a 1500.
- Disponibilidad de agua para riego en los meses de calor.
- Suelo ligeros.

Después de haber escogido el terreno se pasa a preparar el suelo para que puedan brindar una excelente cosecha. Es importante incorporar materia orgánica, realizar pases con restas de disco y por último la elaboración de lotes o bloques. Cabe recalcar que se tiene que evitar la erosión hídrica del suelo en el cultivo, la cual se produce por un exceso o estancamiento de agua debido a un drenaje inadecuado.

Para poder sembrar la piña es recomendable iniciar con camas de cultivo, esperando a que la planta se fortalezca en viveros. Una vez la planta alcance entre 28 a 32 cm bajo esta modalidad, debe llevarse al campo agrícola para su desarrollo al aire libre, teniendo en consideración que su cultivo es muy exigente en nutrientes y requiere de un exhaustivo monitoreo o seguimiento en cada etapa.

También es importante que el productor maneje un programa de fertilización basado en el análisis del suelo hasta que transcurran las 22 a 24 semanas cuando la piña alcanza su nivel de madurez. A medida que se va madurando presenta distintas tonalidades de color que varían de verde a anaranjado.

2.1.8. Generalidades de la uvilla.

Esta fruta principalmente se la encuentra en las zonas tropicales de América, Antillas y Australia. Carculea y Prado (2016) afirma que la uvilla es una planta que pertenece a la familia de las solanáceas y por lo general sus frutos crecen y maduran dentro del cáliz, es decir en su flor. Se estima que su origen se dio en los Andes Sudamericanos, específicamente en Perú y Ecuador.

Es considerada un alimento funcional debido a sus características estimulantes del sistema inmunológico, antibacteriano, antiviral y diurético. A parte se le atribuyen las propiedades medicinales como:

- Purificador la sangre.
- Disminuye la albúmina en los riñones.
- Fortifica los nervios.
- Alivia dolores en la garganta.
- Controla la amibiasis.
- Limpia las cataratas en los ojos.

Se caracteriza por tener una raíz fibrosa ramificada y por flores relativamente grandes que protegen el fruto durante su desarrollo en una baya carnosa de un sabor agridulce. El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca y la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (2016) recomiendan realizar una evaluación previa siembra del suelo con la finalidad de conocer si el terreno está apto o no para el cultivo. Se debe tener en cuenta que otros productos antes sembrados pudieron haber generado algún tipo de contaminación.

En caso de no existir riesgo, se procede a la preparación del suelo donde interviene la fertilización mediante el uso de abono animal o vegetal. El clima donde se desarrolla es templado, con una temperatura entre 8 a 20 grados que se alcanza en una altura entre 1.000 a 3.500 metros a nivel del mar.

El cultivo se realiza en camas hasta que alcancen 15 cm de altura y puedan ser llevadas al campo agrícola para su siembra definitiva. Entre 4 a 5 meses luego del cultivo inicia su etapa productiva con una vida útil de la planta de 8 meses promedio. No es una fruta por temporada, es decir que puede producir todo el año.

2.1.9. Generalidades del mango.

Es considerado uno de los 4 frutos tropicales más finos en el mundo. El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca y la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (2014) indican que el mango posee propiedades que favorecen a la salud, reduciendo el riesgo de contraer enfermedades ya que intensifica las funciones inmunológicas. Esta fruta posee una forma ovalada, con piel no comestible y su color por lo general varía según el grado de madurez.

Para poder realizar el cultivo del mango debe considerarse las características edafoclimáticas y los datos referenciales de cultivos antiguos. No es recomendable llevar a cabo el cultivo de mango en suelos que son extremadamente pesados o con tendencia a inundación, además de emplearse en gran medida material orgánico para nutrir la plantación.

La cosecha del mango es una actividad que por lo general es basada y estipulada bajo las decisiones del productor, tomando en cuenta el grado de madurez y el destino que tendrá el fruto. A continuación se indican algunos parámetros que hay que tomar en cuenta:

- El personal que se encargará de realizar la actividad deberá ser capacitado.
- La forma de recolectar frutos deberá ser rigurosa ya que es importante que se mantenga su calidad para la posterior comercialización.
- La fruta debe ser llevada con cuidado en gavetas o recipientes limpios, con una capacidad no mayor a 20 kg cada uno para evitar el aplastamiento.
- Las herramientas que vayan a ser empleadas deben estar limpias y desinfectadas con la finalidad de evitar algún grado de contaminación en el fruto.
- Se debe evitar que la fruta cosechada entre en contacto directo con el suelo para poder evitar bacterias.

Se recomienda establecer un plan para poder monitorear las plagas y mantener un umbral económico bajo. Una vez que se haya realizado la cosecha se deberá utilizar un agua que cumpla con las especificaciones microbiológicas para poder lavar la fruta y de ahí empaquetarla para su debida venta.

Debe indicarse que su cultivo es por temporada, iniciando en los meses de octubre hasta diciembre, destacando Guayas como la provincia de mayor producción. Es una planta de ciclo permanente al tardar la cosecha entre 4 a 5 años impidiendo que los agricultores obtengan rendimientos durante los primeros años.

2.1.10. Generalidades de la pitahaya.

Este fruto pertenece a la familia cactácea y por lo general crece de una forma silvestre sobre los árboles vivos, troncos secos y muros. López y Guido (2014) indican que la pitahaya es una planta suculenta con muchas espinas y se adapta bien a las zonas de baja a mediana precipitación.

La pitahaya tiene dos tipos de raíces: La primera son aquellas que penetran en el suelo alimentando así la planta y la segunda es aquella que nace en la parte aérea de la planta y su función es sostener, para ello se adhieren a la superficie haciendo que sirva de soporte como árboles vivos o muertos. El fruto que brinda la planta es de forma ovoide, redondeada y alargada, teniendo la cáscara brácteas de aspecto carnosos y cerosos.

La propagación de la pitahaya se realiza por medio de las semillas, con un crecimiento lento ocasionando que la primera producción se obtenga entre seis o siete años posteriores a la siembra. Debe tenerse en cuenta que la cosecha en Ecuador se da dos veces al año durante los meses entre enero a marzo y de junio a septiembre (Jarrín, 2016). Esto limita la disponibilidad del fruto; sin embargo, existen zonas en el país que poseen altos rendimientos.

Entre ellos está el cantón Palora con 30 años de trayectoria en la siembra de pitahaya. El Ministerio de Agricultura y Ganadería (2018) indica que al año pueden cosecharse 18.000 kilos de la fruta por hectárea en dicha área geográfica, contando con un total de 1200 hectáreas sembradas.

2.1.11. El mercado canadiense.

Canadá es un país ubicado en América del Norte, ubicado entre las economías más sólidas y estables en el mundo. Su producto interno bruto PIB asciende a 1,6 miles de millones de dólares, lo cual se constituye en un PIB per cápita de \$48.100 (Instituto de promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR, 2018). De acuerdo a estas cifras se puede evidenciar un alto nivel productivo en el mercado canadiense.

Entre las industrias que generan un aporte significativo al PIB se encuentra la de servicios, correspondiente a 70,2%, seguido de la industrial que aporta 28,1% y por último la agricultura representando el 1,7% del total. Lo mostrado se constituye en una baja participación del sector agrícola, lo cual se debe a cuestiones de clima que provoca la necesidad en la importación de frutas y verduras.

Ecuador y Canadá han mantenido relaciones diplomáticas, comerciales y democráticas establecidas desde el siglo XX. Government of Canadá (2015) menciona que la relación comercial se basa principalmente en la adquisición de productos agrícolas como cacao, rosas y frutas tropicales.

Debe mencionarse que el comportamiento de la balanza comercial con Canadá es desfavorable, presentando cifras negativas según el Instituto de promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR (2018):

Tabla 2.

La balanza comercial en Ecuador – Canadá periodo 2015 – 2017.

	2015	2016	2017
Exportaciones	117.190	77.873	86.372
		-34%	11%
Importaciones	253.381	175.085	200.822
		-31%	15%
Saldo	-136.191	-97.212	-114.450
		-29%	18%

Fuente: Instituto de promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR (2018)

Los productos que se exportaron en mayor volumen al año 2017 fueron cacao, rosas, camarones, flores, aceite y grasas de pescado, maracuyá mientras las importaciones se concentraron en lentejas, automóviles, maquinaria y caucho. El Ministerio de Comercio Exterior (2018) indica que Ecuador se mantiene un acuerdo firmado con Canadá denominado "Sistema Generalizado de Preferencias SGP". Sin embargo, no ofrece ninguna preferencia para las frutas deshidratadas bajo la subpartida 0813.50.00 "Mezclas de frutas u otros frutos, secos, o de frutos de cáscara de este capítulo".

Tabla 3.

Productos ecuatorianos con preferencias arancelarias en Canadá por subpartida 08121090 a 09042010

Hs Code	Descripción	MFN Applied rate	GSP Rate	LDC Rate
08121090	Cerezas, conservadas provisionalmente, no para consumo inmediato -- otras	9.37 centavos / kg pero no menos del 10.5%	12.5%	0%
08122000	Fresas, conservadas provisionalmente, no para consumo inmediato	9.37 centavos / kg pero no menos del 14.5%	12.5%	0%
08129090	Frutas y nueces, conservadas provisionalmente, no para consumo inmediato, nes -- otras	6%	5%	0%
09041200	Pimiento triturado o molido	3%	0%	0%
09042010	Frutos del género capsicum o pimienta, secos, triturados o molidos, triturados o molidos, excepto los chiles y los pimentones	3%	0%	0%

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior (2001)

A pesar de no estar cubierto el producto con la preferencia, el importador no pagará una tarifa por su importación al existir una liberación del 100% para la subpartida 0813.50.00 según la Organización Mundial de Comercio (2018):

Tabla 4.

Tarifas Arancelarias aplicadas en Canadá código 081330-081350

Código SA	Número de subpartida	Número de línea arancelaria	Número de derechos AV	ARANCEL NFM APLICADO				
				Promedio de derechos AV	Derecho AV mínimo	Derecho AV máximo	Líneas libres de derechos (%)	Números de derechos no AV
081330	1	1	1	0,0	0	0	100,0	0
081340	1	1	1	0,0	0	0	100,0	0
081350	1	1	1	0,0	0	0	100,0	0

Fuente: Organización Mundial de Comercio (2018)

2.1.11.1. Requisitos para el ingreso de la carga.

Si se quiere ingresar algún tipo de mercadería a otro país es indispensable cumplir con los requisitos y restricciones aduaneras que impone ese país. El Sistema Integrado de Información

de Comercio Exterior (2014) indica que Canadá es una de las naciones más ricas del mundo. Esto lo vuelve atractivo para los productores quienes desean expandir sus operaciones.

Los aranceles que aplica Canadá varían dependiendo del tratamiento que se le otorga al país de donde se origina la importación. La tarifa que es impuesta suele ser afectada por la materia prima y los componentes que suelen usar para fabricar los productos; sin embargo, para aquellos países que gozan de acuerdos bilaterales con Canadá la tarifa suele bajar.

Para que un producto tenga su ingreso satisfactorio al mercado canadiense, la aduana deberá comprobar si dichos artículos empaquetados están en la Lista de Control de Importaciones. Si el producto no llegase a estar en la lista se deberá solicitar un permiso de importación.

El embalaje, empaque y etiquetado es supervisado y controlado por el departamento federal de Salud de Canadá. Dentro de los puntos que el departamento revisa están el hecho que la etiqueta sea verídica y de fácil lectura, siendo el idioma inglés y francés.

2.1.11.2. Perfil del consumidor.

Los niños y los jóvenes tienen un gran impacto en los hábitos de compra de los padres. El Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto República Argentina (2015) menciona que los padres canadienses ponen como prioridad brindar a sus hijos una dieta más saludable, es por ello que adquieren más productos orgánicos que les brinden los nutrientes y vitaminas para el crecimiento y cuidado de sus hijos. El segmento del mercado se ha enfocado en la mujer, siendo en su mayoría la responsable de comprar algún artículo o alimento para el hogar.

Cabe recalcar que el nivel de vida en Canadá es uno de los más altos y estables en todo el mundo, volviéndolo un mercado competitivo considerando además el fuerte desarrollo del mercado orgánico. El ingreso de una variedad de proveedores y el interés de la población ha permitido una alta disponibilidad de frutas y verduras exóticas.

Incluso el Estado canadiense aparece como un promotor de estos productos, demostrando interés en la salud y nutrición de la población. En un hogar canadiense aproximadamente se gasta \$58.600 al año, presentando a continuación hacia qué productos se destina dicho gasto:

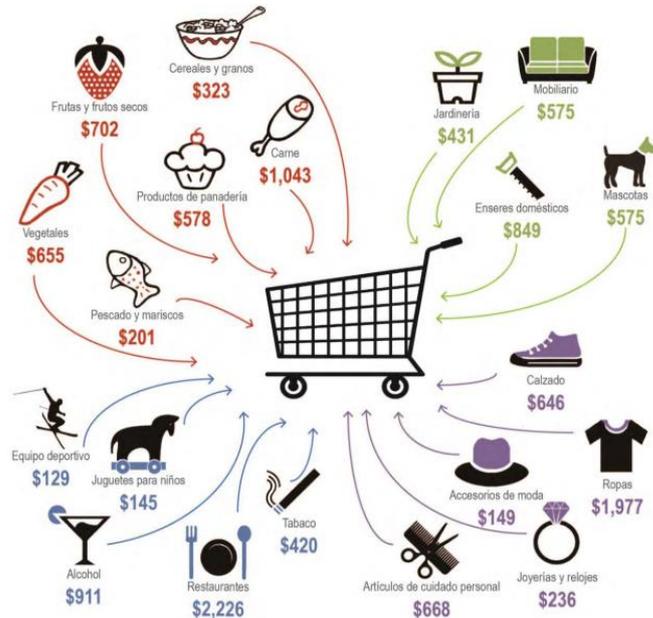


Figura 2. Lista de compras de un hogar canadiense

Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto República Argentina (2015)

2.1.11.3. Competencia en el mercado destino.

Para conocer la demanda de estos productos en el mercado canadiense se consultó el sitio Trade Map (2018), mismo que muestra información estadísticas del comercio Internacional por país, entre ellos Canadá. A continuación se presentan los resultados:

Tabla 5.

Valores importados bajo la subpartida 0813.50.00 en Canadá. Miles de USD.

Proveedores de Canadá	2013	2014	2015	2016	2017
Mundo	5.357	5.901	5.614	3.638	2.880
		10,15%	-4,86%	-35,20%	-20,84%
Estados Unidos de América	4.744	5.185	4.819	2.684	2.174
		9,30%	-7,06%	-44,30%	-19,00%
Irán	46	18	79	340	201
		-60,87%	338,89%	330,38%	-40,88%
China	135	138	188	208	140
		2,22%	36,23%	10,64%	-32,69%
Tailandia	81	109	86	110	90
		34,57%	-21,10%	27,91%	-18,18%
Colombia	56	130	145	57	36
		132,14%	11,54%	-60,69%	-36,84%
Otros	295	321	297	239	239
		8,81%	-7,48%	-19,53%	0,00%

Fuente: Trade Map (2018)

Como puede observarse ha existido una reducción en los valores importados bajo la subpartida 0813.50.00; sin embargo, continúan siendo valores atractivos. Al año 2017 se importaron en Canadá 2,88 millones de dólares, siendo Estados Unidos el principal proveedor.

A continuación se presentan los valores importados en toneladas:

Tabla 6.
Valores importados bajo la subpartida 0813.50.00 en Canadá. Toneladas.

Proveedores de Canadá	2013	2014	2015	2016	2017
Mundo	508	603	665	482	401
		18,70%	10,28%	-27,52%	-16,80%
Estados Unidos de América	430	505	569	357	309
		17,44%	12,67%	-37,26%	-13,45%
Irán	8	2	11	36	31
		-75,00%	450,00%	227,27%	-13,89%
Tailandia	17	26	21	29	16
		52,94%	-19,23%	38,10%	-44,83%
China	13	16	12	12	12
		23,08%	-25,00%	0,00%	0,00%
India	18	13	6	4	4
		-27,78%	-53,85%	-33,33%	0,00%
Otros	22	41	46	44	29
		86,36%	12,20%	-4,35%	-34,09%

Fuente: Trade Map (2018)

Respecto a las toneladas, se puede observar que han presentado una reducción menos significativa en relación a los valores en dólares estadounidenses, lo cual indica que el precio de venta de los productos sufrió una reducción. Al año 2017 fueron 401 toneladas importadas de frutas deshidratadas siendo el mayor proveedor Estados Unidos con 309.

2.1.12. Medios de pago internacionales.

Al momento de seleccionar las formas o métodos de pago en el comercio internacional deben considerarse los riesgos y ventajas que implicarían. El Banco Central del Ecuador (2010)

indica que la selección dependerá de la confianza entre las dos partes negociantes. A continuación se explican dos de los medios más factibles para poder realizar un pago en el comercio internacional:

- Cuenta abierta: Para poder realizar esta modalidad es indispensable que se tenga una alta confianza entre las dos partes. El exportador deberá remitirle los documentos al importador, este luego de recibirlos realiza la transferencia por el valor acordado. No es recomendado para las exportaciones que recién están ejecutando su actividad ya que pueden correr el riesgo de enviar la carga y no recibir ningún valor.
- Cartas de crédito: Esta modalidad es considerada como una promesa de pago en la cual interviene un banco emisor que tendrá que operar en el país exportador, el importador realiza un desembolso al exportador por la entrega de la documentación de la mercadería. Este método es el más factible ya que involucran a una entidad financiera la cual tiene una seguridad entre las dos partes.

El segundo modo de pago es el más acertado al momento de iniciar una exportación, ya que existe una garantía del pago previo a la entrega de la mercadería. Morales (2014) indica que el crédito documentario es una herramienta de garantía, considerada también como un convenio en virtud de un banco. Esta actividad trae consigo una serie de instrucciones para su ejecución:

- Se autoriza a otro banco a efectuar el pago o a aceptar las letras de cambio.
- Se obliga a efectuar el pago a terceras personas o a aceptar letras de cambio.
- Se autoriza a otro banco para que realice la negociación.

Los conocidos créditos documentarios son el medio de pago internacional que tiene como finalidad cuidar los intereses de las partes que intervienen en la comercialización, es decir el exportador y el cliente. El banco por lo general exige los documentos que solicita el ordenante del crédito:

- Factura Comercial, este documento certifica toda la mercadería que se haya adquirido para proceder a importarla, se puede observar la descripción, la cantidad de los artículos, precio unitario, precio total y la legalizaciones que se exija en el crédito.
- Documentos de transporte, se puede apreciar el conocimiento sobre el embarque, carta de parte de parte por ferrocarril y también por el transporte combinado.
- Documentos de seguro, son aquellos que han sido remitos y firmados por las compañías de seguros y reaseguradoras.
- Otros documentos, suelen ser los certificados de origen por lo general estos son los más habituales y solicitados, también podrían estar la factura de la aduana, certificados de análisis, certificado de inspección y la lista de embalaje.

2.1.13. Requisitos para la exportación.

Para iniciar con la comercialización de un producto fuera de la frontera nacional se deben cumplir una serie de requisitos, los cuales son exigidos por entidades que regulan y controlan al sector. El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR (2017) menciona dichos requisitos, indicando que deben ser cumplidos por residentes nacionales como extranjeros, incluyendo empresas deberán, siendo presentados a continuación:

- Disponer de un Registro Único del Contribuyente – RUC, siendo solicitado ante el Servicio de Rentas Internas como única entidad autorizada para proporcionarlo. En dicho RUC se destaca la actividad económica de la empresa en donde debe constar aquella que realice, haciendo énfasis a la exportación.
- Obtener el certificado de firma digital y TOKEN, siendo proporcionado por dos entidades que son el Registro Civil y el Security Data. Consultando el sitio web del Banco Central del Ecuador (2018) el costo para obtener el Certificado de la Firma Digital o TOKEN otorgado por el Registro Civil y Security Data asciende a \$ 27 para el certificado y \$ 22

para el dispositivo. La renovación del certificado deberá realizarse cada dos años, teniendo un valor de \$18,00.

- Estar registrado como exportador en el portal del Ecuapass, siendo un requisito que puede tramitarse una vez han sido cubiertos los anteriores mencionados. En el portal del sitio tendrá que crearse el usuario y contraseña respectiva, incluyendo luego datos referentes a las operaciones a realizar por la empresa y el registro de la firma electrónica.

2.1.14. Documentos necesarios para la exportación.

Con el fin de exportar es necesario presentar documentos habilitantes ante la autoridad, garantizando que la carga salga del país hacia el cliente importador. El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR (2017) explica cuáles son dichos documentos y qué información proporciona cada uno de ellos:

- La Declaración Aduanera de Exportación conocida por sus siglas DAE cuyo fin corresponde dar a conocer el detalle de la carga que se exporta a la autoridad. En su contenido constará información sobre el producto, la empresa, destino y demás datos relacionados.
- La Factura Comercial, la cual contiene la información referente a la carga exportada en términos de cantidad, costos y precios, entre otros detalles que las facturas tradicionales también poseen, utilizando la aduana para establecer el monto de impuestos a cobrar.
- Certificados de origen: Es empleado para conocer el país donde un producto se fabricó, determinando así los posibles beneficios arancelarios que gozan aquellos provenientes de territorios específicos. Según el sitio web Portal Único de Trámites Ciudadanos (2019) su costo asciende a \$ 10.00.
- La lista de embalaje en donde consta el detalle de cada bulto, indicando su peso, número de unidades, entre otros.

2.2. Marco conceptual

2.2.1. Valor agregado.

Este término hace referencia al incremento del precio o valor del producto. Zuluaga (2018) afirma que el valor agregado permite la mejora de una empresa al momento de ofrecer bienes o servicios que hayan pasado por una serie de transformaciones o proceso para luego ser ofrecidos al cliente. Desde el punto de vista contable este término se define como la diferencia entre el importe de las ventas y el de las compras, es decir la resta entre los precios del mercado y los costes de producción.

2.2.2. Fruta deshidratada.

El proceso de deshidratación de las frutas es muy utilizado en las zonas rurales del país para poder preservar las frutas e incrementar el ciclo de vida. Folgar (2017) asevera que la fruta deshidratada es un bien fresco que pasa por un proceso de desecación reduciendo el consumo de agua con el propósito de aprovechar las propiedades y vitaminas. El proceso de deshidratación se basa en tres elementos importantes para poder realizar el proceso: El aire, temperatura y la humedad.

2.2.3. Arancel.

La nomenclatura o el arancel contienen la enumeración de los productos que son exportados o importados. El fondo monetario internacional (2013) indica que las entidades de regulación y control es decir las Aduanas aplican aumentos en los bienes que son importados ya que tiene la finalidad de proteger e incrementar los ingresos para que el Estado pueda generar un margen de solvencia e impulse las actividades para el desarrollo.

2.2.4. Contenedor.

Este término hace referencia a la necesidad que posee el cliente por transportar productos con una mayor facilidad a grandes distancias con el propósito de generar rentabilidad. Larrucea (2016) asevera que el contenedor es un recipiente que está construido para facilitar el transporte

de una mercancía con la resistencia suficiente para soportar situaciones de peligro, desastres naturales o de cualquier índole. Los contenedores se verifican por medio de una combinación alfanumérica de 11 dígitos, las primeras tres son asignadas por el BIC (Bureau International des Containers et du Transport Intermodal).

2.2.5. Pallet.

Es una plataforma rígida que es portátil, por lo general se la usan para consolidar envíos y facilitar el manejo de los mismos. Gleason (2013) afirma que un pallet de calidad está diseñado a base de madera o de plástico y pueden pesar de 9 hasta 31 kilogramos. Existen dos tipos que son el estadounidense (120 cm * 100 cm) y el europeo (120 cm * 80 cm).

2.2.6. Contenedor.

Es el embalaje para el comercio internacional que permite el transporte de los pallets que agrupan las cajas. El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones los contenedores tienen las siguientes medidas:

INFORMACIÓN GENERAL DE CONTENEDORES ESTÁNDAR			
	20'	40'	40' HIGH CUBE
DIMENSIONES	20' X 8' X 8"	40' X 8' X 8"	40' X 8' X 9'6"
TARA	2,370 kg / 5,220 lb	4,030 kg / 8,885 lb	4,010 kg / 8,840 lb
CARGA MÁXIMA	30,130 kg / 64,430 lb	28,470 kg / 62,765 lb	28,490 kg / 62,810 lb
PESO BRUTO	32,500 kg / 71,650 lb	32,500 kg / 71,650 lb	32,500 kg / 71,650 lb
LARGO	5,900 mm / 19'4"	12,032 mm / 39'5"	12,032 mm / 39'5"
ANCHO	2,352 mm / 7'8"	2,352 mm / 7'8"	2,350 mm / 7'8"
ALTURA	2,395 mm / 7'10"	2,395 mm / 7'10"	2,700 mm / 8'10"
CAPACIDAD	33.2 m3 / 1,172 ft3	67.7 m3 / 2,390 ft3	76.3 m3 / 2,694 ft3



Figura 3. Tipos de contenedores

Fuente: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR (2018)

Según las medidas presentadas, la cantidad de pallets variarán, presentando a continuación la capacidad:

CONTENEDOR	Nº DE PALLETS	GRÁFICO
20' STANDARD	10 standard pallets 1,2 x 1,0m	
	11 europallets 1,2 x 0,8m	
40' STANDARD	21 standard pallets 1,2 x 1,0m	
	25 europallets 1,2 x 0,8m	
40' PALLETWIDE	24 standard pallets 1,2 x 1,0m	
	30 europallets 1,2 x 0,8m	
45' STANDARD	24 standard pallets 1,2 x 1,0m	
	27 europallets 1,2 x 0,8m	
45' PALLETWIDE	26 standard pallets 1,2 x 1,0m	
	33 europallets 1,2 x 0,8m	

Figura 4. Capacidad de los contenedores de 40 pies secos.

Fuente: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR (2018)

2.2.7. Embalaje.

Esta herramienta sirve para poder recubrir y proteger la mercancía durante el transporte del mismo. Carvajal, García, Ormeño y Valverde (2014) afirman que un embalaje es una carga compacta que le permite resguardar el bien para que este no sufra daños durante el proceso de comercialización, reduciendo así las superficies de almacenamiento y facilitando la manipulación hasta llegar al punto de destino. Las funciones más importantes del embalaje es prever la calidad de los bienes con el objetivo de garantizar la confianza y aceptación del cliente.

2.3. Marco legal

2.3.1. Constitución del Ecuador.

Esta es la máxima normativa en territorio ecuatoriano, abordando aspectos relacionados al comercio exterior. La Asamblea Nacional (2008), entidad que la emite, presenta en el artículo 306 de la constitución que el Estado promueve las exportaciones responsables, especialmente aquellas con valor agregado. Es decir, que emplean procesos de transformación de las materias primas disponibles en el país, siendo el caso del producto propuesto.

Lo mencionado forma parte de la política comercial del país, figurando entre sus objetivos la regulación, promoción y ejecución de acciones que permitan al país una inserción estratégica a la economía mundial, es decir diversificar la oferta exportables ofertando productos con valor agregado al exterior, ganar reconocimiento y aumentar ingresos.

2.3.2. Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones.

Este código se presenta con el objetivo de regular las actividades productivas en territorio nacional. La Asamblea Nacional (2017), entidad aprobatoria, indica que esta normativa presenta en su artículo 4 sus fines, estando entre ellos el fomento y diversificación de exportaciones. De esta forma, la realización del proyecto propuesto se justifica mediante el código mencionado.

En el artículo 81 indica que el Estado debe facilitar los trámites del comercio exterior, permitiendo que se realicen en forma ágil. Adicionalmente, en el artículo 93 se mencionan también cómo el Estado las promoverá, indicando entre las acciones los siguientes puntos:

- Preferencias arancelarias mediante acuerdo que el Estado realice con otros países.
- Recibir asistencia financiera, capacitaciones e incluso la promoción de su oferta.

2.3.3. Proceso de constitución de compañías.

La creación de empresas se ha automatizado en Ecuador, permitiendo realizar el trámite por medio de internet para cualquier tipo de denominación. La Superintendencia de

Compañías, Valores y Seguros (2019) explica dicho procedimiento, siendo mostrado a continuación:

- Ingresar al sitio oficial de la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros <http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>.
- Registro e ingreso como usuario.
- Seleccionar la denominación de la empresa a constituir, siendo sociedad anónima.
- Llenar el formulario para “Solicitud de Constitución de Compañía” en donde se deberá indicar la actividad económica a realizar, datos de los accionistas, capital, dirección de la compañía, entre otros.
- Adjuntar documentos adicionales solicitados por el sitio.
- Una vez subidos se selecciona la notaría de preferencia.
- La notaría recibe una notificación y emite el monto a pagar por el trámite, número del mismo y en qué entidad realizar el pago.
- Cancelado el valor se presenta al notario y se valida.
- Se asigna cita para firmar las escrituras y nombramientos.
- La documentación firmada es enviada al Registro Mercantil.
- Con el número de expediente generado con el trámite, el Servicio de Rentas Internas proporciona el RUC de la nueva compañía según la actividad.
- Finalizado el trámite se notifica la constitución exitosa de la compañía.

Capítulo III

3. Marco metodológico

3.1. Método de investigación

Para el desarrollo del presente proyecto se consideraron métodos, enfoques, tipos y técnicas de investigación, escogiéndose como método el descriptivo. Lara (2013) establece que dicho método implica el abordaje de un tema u objeto de estudio con el fin de describir, caracterizar o definir su estado actual y funcionamiento. En este caso se pretendió conocer la situación del entorno del mercado nacional y de destino, siendo ambos objeto de estudio, para minimizar el riesgo en la internacionalización del producto propuesto.

Del mercado nacional se recopiló información respecto a la producción de la materia prima utilizada, incluyendo requisitos y procedimientos para la exportación. Respecto al mercado destino, se identificaron las barreras de entrada, clientes potenciales y otros aspectos importantes para el ingreso exitoso del producto. Con esta información se presenta el plan de exportación de frutas deshidratadas hacia el mercado canadiense, siendo el aporte de la investigadora.

3.2. Tipo de investigación

Para acceder a la información que permitió describir el objeto de estudio se utilizaron dos tipos de investigación que fueron el documental y el de campo. Muñoz (2016) que la documental implica la consulta de fuentes bibliográfica correspondiente a libros, sitios webs, revistas, periódicos y demás cuya autoría corresponde a terceros. En el proyecto fue utilizada para definir teorías relacionadas al tema, incluyendo aspectos necesarios para la exportación exitosa hacia el mercado destino.

La investigación de campo comprende un acercamiento de la autora hacia la realidad estudiada. Fassio y Pascual (2016) establecen que la recolección de información en el campo permite lograr un contacto directo con el objeto de estudio, comprendiendo la situación desde

la experiencia propia o mediante los participantes quienes exponen sus conocimientos sobre la situación en específico. Su implementación permitió definir, mediante experiencias y opiniones de un público selecto, cómo abordar el mercado canadiense y las preferencias del público meta en relación al producto ofertado.

3.3. Enfoque de la investigación

La recolección de información de campo se realizó bajo un enfoque cualitativo. Bruhn (2015) menciona que dicho enfoque implica el acceso a información amplia de un número reducido de personas, misma que responde a opiniones y puntos de vistas forjados a través de su contacto directo con la realidad de estudio. Al existir un público limitado que aporte en forma significativa con información relevante al estudio se escogió el enfoque cualitativo, considerando sólo expertos en el tema.

3.4. Técnicas de la investigación

En el proyecto se consideró como técnica idónea para la recolección de datos a la entrevista no estructurada. Baena (2014) indica que la estructura de dicha técnica, siendo preguntas abiertas, permite recopilar información amplia de un individuo al no existir limitaciones en las respuestas, mismas que posteriormente son depuradas y analizadas para su aporte al tema. La entrevista fue implementada a un grupo de individuos previamente seleccionados, considerados de relevancia para el estudio.

3.5. Población y muestra

En el presente proyecto, al trabajarse bajo un enfoque cualitativo, se seleccionaron individuos claves a quienes se consideraron esenciales para la investigación. Dicho esto, son mencionados a continuación:

- Un representante del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR quien ayudó con información respecto al mercado destino, requisitos para exportar y experiencias en proyectos similares.

- Dos exportadores de derivados de frutas a Canadá, conociendo su experiencia en el ingreso a dicho mercado, describiendo las principales limitaciones y oportunidades para futuros emprendedores.
- Ocho importadores potenciales de frutas deshidratadas en el mercado destino quienes permitieron evaluar si existen condiciones favorables para la comercialización del producto y bajo qué parámetros se distribuiría. El sitio Trade Map (2018) presenta información sobre el comercio internacional donde se enlistan empresas que ya importan en Canadá alimentos bajo la partida 0813.50.00, siendo mencionadas a continuación:

Tabla 7.

Empresas importadoras potenciales de productos bajo la partida 0813.50.00.

Nombre de la empresa	Ciudad	Mail
Rancho Vignola Distributors Ltd	Armstrong	info@ranchovignola.com
Donmar Foods Incorporated	Aurora	info@donmar.ca
John Teklenburg International Inc - Jti	Burlington	sales@Teklenburg.com
Aliments Trans Gras Inc, Les - Drummond Export	Drummondville	jhamel@drummondexport.com
Produits Alimentaires Berthelet Inc	Laval	info@berthelet.com
Vegetron Inc	Markham	vegetron@rogers.com
Linda Foods Ltd	Mississauga	agrant@farmjournal.com
Shah, Jay Foods Ltd	Mississauga	info@shahfoods.com ; shahfoods.ahmedabad@gmail.com
Agha Impex Inc	Montreal	zafaragha@yahoo.com
Freeze-Dry Foods Limited	Oakville	info@freeze-dry.com
Aliments Ed Foods Inc - Aliments E.D.	Pointe-Claire	janedoe@ed.ca
Agrawest Investments Limited - Agrawest Foods	Souris	jtrainor@agrawest.com
Harvest Foodworks (1995) Limited	Toledo	investor@jublfood.com

Fuente: Trade Map (2018)

La forma como se implementaron las entrevistas al grupo de los importadores potenciales implicó el envío de correos con las preguntas, esperando al menos ocho mails de respuesta.

Dicha información fue procesada y presentada en el proyecto, ayudando describir la situación del mercado destino.

3.6. Análisis de resultados

3.6.1. Representante del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR.

1. ¿Cómo evalúa las relaciones comerciales que Ecuador mantiene con Canadá?

Son favorables, incluso en los últimos meses se ha estado coordinando un proyecto de cooperación económica entre Ecuador y Canadá donde se han capacitado a distintas empresas PYMES, asesorándolos para la exportaciones hacia este país, diseñando las etiquetas, medios digitales, ayudándolos a la obtención de los permisos y demás requisitos necesarios.

2. ¿Se están promoviendo exportaciones al mercado canadiense? Mencione los productos a los cuales se enfoca de ser el caso.

Generalmente nos enfocamos en productos con valor agregado, tales como chocolates, mermeladas, jugos, entre otros procesados de frutas. También se encuentran las rosas eternas, camarones y pescado enlatado.

3. ¿Qué potencial existe en este mercado para la comercialización de frutas procesadas?

El potencial es muy alto, siendo incluso productos que se promovieron mediante el proyecto de cooperación que se coordinó con Canadá a través de PRO ECUADOR.

4. ¿Qué barreras o exigencias se imponen para el ingreso de alimentos ecuatorianos?

Se exige que el producto cumpla con requisitos puntuales, especialmente la etiqueta, además del control que determina si el producto no es un peligro biológico, no teniendo pertenecer a la Lista de Control de Importaciones.

5. ¿Considera usted que las frutas deshidratadas resultarían en una oferta atractiva para importadores en este país? Explique.

Considero que resultaría factible especialmente porque en dicho país existe preferencia al consumo de frutas y sus derivados, ingiriéndose algunas como snacks, siendo el caso de la presentación deshidratada.

6. ¿Qué soporte da la entidad a empresas que deseen exportar hacia Canadá?

Los beneficios que otorgamos a las empresas son la asesoría en todas las etapas de comercialización e incluso brindamos apoyo en el diseño de etiquetas, páginas webs y presencia en ferias principalmente.

7. Indique las recomendaciones que daría a empresas que deseen exportar su oferta a este destino.

En primera instancia está el respetar al 100% los acuerdos que se llegan con los clientes, siendo muy exigentes con los plazos. Otro punto a rescatar es la diferencia de idioma, al existir dos lenguas oficiales que son el francés e inglés, esto puede suponer una barrera al exportador lo cual demandaría disponer de un intérprete.

Análisis: En base a las respuestas dadas por el representante de PRO ECUADOR se pudo conocer que actualmente el Ecuador mantiene buenas relaciones comerciales con el mercado canadiense existiendo proyectos que han involucrado la cooperación de ambos países para promover las exportaciones ecuatorianas hacia dicho mercado. Cabe señalar que existen condiciones favorables para la comercialización de productos derivados de frutas incluyendo la presentación deshidratada al responder a una tendencia actual de consumo donde estos alimentos se ingieren como snacks.

Asimismo, esta institución brinda asesoría para los nuevos exportadores, además de dar soporte al diseño de etiquetas, medios digitales, presencia en ferias internacionales y obtención de permisos para la exportación.

3.6.2. Exportadores de derivados de frutas a Canadá.

1. Tiempo exportando a Canadá

- a) Llevo exportando a ese mercado tres años.
- b) Empecé a exportar este año hacia ese país.

2. Producto o productos que exporta

- a) Exporto mermelada de mango y uvilla.
- b) Por ahora comercializo pitahaya congelada.

3. ¿Cómo evalúa el atractivo de este mercado para la oferta de frutos procesados?

a) Es un mercado que debido a las tendencias de consumo ha ocasionado que las compras de frutas y sus derivados incrementen de manera progresiva. Hay demanda todo el año, especialmente de uvilla que es posible adquirirla cualquier mes.

b) La demanda es favorable existiendo en el mercado una variedad de frutas, algunas más apetecidas que otras como es el caso de las consideradas exóticas, pero es importante acotar que existe demanda.

4. ¿Qué limitaciones tuvo que afrontar para el ingreso a Canadá?

a) Son exigentes con sus proveedores y al inicio, fue necesario solicitar asesoría a PRO ECUADOR para los trámites, además de contratar a una persona quien sirvió de apoyo durante las negociaciones.

b) Sí fue necesario investigar qué se requería para exportar e ingresar a ese mercado, las negociaciones también demandaron contratar a un intérprete para evitar malos entendidos posteriores y evitar comprometernos con puntos que no nos sería posible cumplir. Por el momento existe más confianza con el cliente aunque previo envío de la carga nos llaman constantemente para saber el estado de la exportación.

5. ¿Cuáles son las principales exigencias para la exportación de frutas procesadas a este país?

a) Lo primero es respaldar que el producto ha sido fabricado cumpliendo con normas sanitarias, además de cumplir con los requisitos de etiquetado en el país de destino exigiéndose que sea presentada la etiqueta en dos idiomas.

b) El principal corresponde a las leyes de etiquetado exigiendo que los empaques del producto estén en dos idiomas, siendo el inglés y el francés. El cliente también busca la estética del producto, por ende, al colocarse más información se requiere que esto no afecte la imagen que se proyecta al consumidor.

6. ¿Considera usted que la comercialización de frutas deshidratadas tendría oportunidad en este mercado? Explique.

a) Efectivamente, es un derivado muy apetecido junto a las mermeladas. Por un lado las mermeladas forman parte del desayuno y colaciones, tanto de niños como adultos, mientras que las frutas deshidratadas se ingieren como un snack.

b) Dentro de Canadá las personas acostumbran a comerlo como aquí en Ecuador se comieran chifles o nachos, son un tipo de snack natural que en lugar de afectar su salud, tendrá un impacto positivo en su nutrición.

7. ¿Qué Incoterm generalmente usted negocia para la exportación hacia este destino?

a) Siempre es recomendable iniciar bajo el Incoterm FOB, especialmente cuando el importador tiene experiencia en estos trámites porque le es posible negociar de mejor forma el transporte principal y reducir sus costos. Además, esto amenora los costos para el exportador, asumiendo solo los valores hasta que la carga está a bordo del buque.

b) Entre los existentes, es el FOB que resulta más factible para la exportación, no teniendo que asumir el exportador los costos por el transporte principal y seguro. Si bien estos valores incrementarán el precio del producto que se venda al cliente importador, tendrá el exportador

que pagarlos antes de cobrar, pudiendo demandar incluso que solicite un préstamo reduciendo el margen de ganancia.

8. ¿Qué recomendaciones daría para futuros exportadores nacionales de frutas procesadas hacia Canadá?

a) Que se negocie términos que favorezcan a ambas partes, por ello siempre debe manejarse el FOB, además de contratar a una persona que maneje inglés y francés, misma que deberá intervenir en el cierre de contratos con los clientes.

b) Cumplir con lo dictado en las leyes canadienses sobre el etiquetado, además es importante manejar el idioma inglés al menos para evitar confusiones al momento de negociar.

Análisis: En base a la consulta realizada a exportadores derivados de fruta a Canadá se pudo conocer que tienen una trayectoria entre 1 a 3 años exportando mermelada y fruta congelada que según su criterio responden a las necesidades actuales y tendencias de consumo presentadas dentro del territorio canadiense. Sobre ello indican que la demanda es sostenida de estos alimentos en respuesta al interés en el cuidado de la alimentación.

Sobre las limitaciones que destacan en este mercado se encuentran el idioma y la fuerte exigencia en el cumplimiento de las negociaciones. Con respecto a los requisitos que más demanda esfuerzo está el etiquetado en donde se exige que se manejen dos idiomas que son el inglés y el francés, añadiendo que las frutas deshidratadas se ubican como uno de los productos que mantienen altas preferencias por ser consumidos incluso como snacks.

Con respecto al tipo de Incoterm manejado se recomienda el FOB reduciendo así la obligaciones del exportador quien se compromete únicamente a entregar la carga a bordo del buque, no teniendo que asumir los costos posteriores y evitando con ello realizar posibles préstamos para cubrir los flujos hasta recibir el pago por la venta. A fin de evitar errores en la exportación indican la contratación de intérpretes quienes brindan soporte en las negociaciones y minimizan el riesgo a confusiones.

3.6.3. Importadores potenciales de frutas deshidratadas.

1. ¿Cómo evalúa usted el mercado de frutas deshidratadas en Canadá?

a) El mercado crece cada año, lo cual se debe a que las personas lo consumen con gran frecuencia, casi a cualquier momento del día.

b) El consumo se mantiene al alza, volviéndose un producto que se están convirtiendo en lo más cercano a un snack natural.

c) Su comportamiento es favorable, creciendo su consumo especialmente en frutas consideradas exóticas.

d) Es un producto apetecido por los canadienses y esto ha influido en que su consumo se mantenga creciente.

e) Son un alimento que forma parte del diario vivir de los canadienses, existiendo personas que lo consumen diariamente luego del almuerzo o entre comidas, considerándolo un snack pero sin impactos negativos a su salud.

f) Son alimentos que las personas desean consumir, forman parte incluso de las colaciones de los niños en las escuelas y de adultos en el trabajo. Esto se ha logrado gracias al trabajo del gobierno y la industria alimenticia quienes, en conjunto, han promovido el consumo de frutas y derivados.

g) Los evaluó como favorable y esto se debe a factores como la educación que ha tenido el público respecto a la nutrición, las personas saben que estos alimentos son nutritivos.

h) Considero que el mercado canadiense para estos productos es positivo, lo cual responde a la conciencia que las personas han realizado respecto a su alimentación saludable y el conocimiento que poseen sobre los beneficios en su consumo.

Análisis: A través de los comentarios de los entrevistados se pudo determinar que las condiciones del mercado canadiense para las frutas deshidratadas resultan favorables gracias a la conciencia del público sobre el consumo de alimentos nutritivos, conociendo los beneficios

de las frutas deshidratadas. Esta conciencia, indican, ha sido formada mediante el trabajo conjunto del gobierno y la industria alimentaria.

2. En un año ¿Qué cantidad de este producto importa?

a) Considerando variedades de frutas que comercializo, puedo importar hasta un contenedor de 40 pies cada dos meses.

b) Suelo importar entre uno a dos contenedores cada mes pero en variedades distintas de frutas.

c) Hasta uno o dos contenedores de 40 pies cada mes; sin embargo, manejo varias frutas por ende se varían de presentaciones mensualmente.

d) Hasta dos contenedores de 40 pies cada mes; sin embargo, no solo corresponde a un tipo de frutas, proviniendo de uno o más proveedores.

e) Suelo adquirir uno o dos contenedores de 40 pies cada dos meses.

f) Debido a la demanda, suelo importar un contenedor mensual en medidas de 40 pies.

g) Realizo importaciones cada dos meses, esto en cantidades que corresponden hasta al menos 3 contenedores.

h) Las importaciones las realizo cada dos meses y varían entre dos a tres contenedores.

Análisis: Los entrevistados indican que suelen realizar importaciones en una frecuencia mensual o bimestral, o cual oscila entre 12 a 6 envíos anuales. Sin embargo, los pedidos provienen de distintos proveedores quienes los abastecen de varias frutas. Esto supondría reduce la cantidad de envíos que un proveedor podría realizar a cada cliente pero ello también dependerá del tipo de oferta que realice.

3. ¿De dónde sus principales proveedores de frutas deshidratadas?

a) Mis principales proveedores están en Perú y Colombia, manejando también negociaciones con Ecuador.

b) Se encuentra principalmente México, además de Colombia y Costa Rica como principales proveedores.

c) Por ahora están en América del Sur tales como Chile, Perú, Colombia y Ecuador.

d) Existen proveedores de México, también de Costa Rica, Colombia, Perú, Ecuador, Chile como los principales.

e) Los principales son México y Colombia.

f) Están Costa Rica, Perú y Colombia.

g) Se encuentran Chile, Colombia y Perú.

h) Mantengo negociaciones con proveedores en México, Costa Rica y Colombia.

Análisis: Dentro de los proveedores figuran principalmente países latinoamericanos lo cual destaca el reconocimiento del área geográfica como productora de frutas y derivados para su comercialización a mercados internacionales de gran importancia. Entre los mencionados por los importadores potenciales también se encuentra Ecuador, considerándola una zona proveedora para tres de los siete entrevistados.

4. ¿Ha importado este producto o algún otro desde Ecuador? Califique su experiencia.

a) Sí manejo importaciones y considero que la experiencia ha sido satisfactoria.

b) En efecto he importador desde Ecuador, teniendo una experiencia positiva en las negociaciones.

c) Actualmente contamos con proveedores en ese país y la forma de negociación es favorable.

d) Contamos con proveedores ecuatorianos quienes cumplen en forma óptima todos los parámetros para ser quienes nos abastezcan de los productos que vendedor.

e) No manejamos proveedores con ese país.

f) Por ahora son mínimas las importaciones que hemos realizado desde este país pero la experiencia no ha sido negativa.

g) No contamos por ahora con proveedores ecuatorianos.

h) Sí se han gestionado importaciones y las expectativas han sido cumplidas.

Análisis: Si bien existen clientes potenciales que no tienen experiencia importando desde Ecuador, aquellos que sí han realizado pedidos indican que sus expectativas fueron cumplidas. Ello supone que la experiencia fue positiva, favoreciendo así a futuros exportadores quienes ofrezcan a estos clientes un producto competitivo y acorde a las expectativas del mercado canadiense.

5. ¿Qué exigencias generalmente impone a proveedores nuevos y actuales?

a) Lo principal es el etiquetado y además que cumplan los tiempos que exigimos porque la demanda es alta, por ende, si no tenemos el producto entonces perdemos ventas.

b) No pueden existir retrasos en las ventas y eso es esencial, además de que deben cumplir los requisitos que exige el mercado canadiense, especialmente con las etiquetas.

c) Lo esencial es que el producto sea enviado en los tiempos pactados cumpliendo con todos los requerimientos que se exigen para su nacionalización en Canadá.

d) Lo que demandamos del proveedor es compromiso por eso incluso evaluamos sus instalaciones antes de cerrar un contrato, esto porque nos interesa conocer su forma de trabajo y ahí determinar si cumplirá o no nuestras expectativas.

e) Lo principal es que conozca qué requisitos impone Canadá para estos productos y así evitar problemas una vez se desee desaduanizar la carga. Si esto falla entonces tendremos pérdidas económicas que tendrá que asumir el proveedor.

f) Nos enfocados en tres pilares que son la calidad del producto, el cumplimiento de los plazos de entrega y los requisitos que el mercado nacional exige para importar frutas deshidratadas.

g) Suelen realizarse visitas a los proveedores potenciales para conocer el lugar de operaciones y asegurar la calidad del producto, considerando el alto volumen de importaciones

que realizamos. Otra exigencia está en los procesos, debiendo garantizarse que la entrega se realice con eficiencia según lo negociado.

h) Las exigencias son de calidad, cumplimiento del contrato y además respetar los requisitos que Canadá establece para los productos alimenticios, especialmente con el etiquetado.

Análisis: Tras la recolección de datos se pudo identificar que las exigencias dentro del mercado destino van direccionadas al cumplimiento de los requisitos que impone Canadá para estos alimentos, entre los cuales destaca el etiquetado. Se observan clientes potenciales quienes acuden a las instalaciones de sus proveedores para constatar las medidas utilizadas en la producción, garantizando con ello la calidad de los productos y su capacidad para cumplir sus expectativas.

Finalmente, aunque no menos importante, se encuentra el cumplir las condiciones del contrato sobre los tiempos de entrega, necesitando estar abastecidos según lo programado para evitar pérdida de clientes.

6. ¿Qué Incoterm suele usted negociar para la compra de este producto?

- a) Se maneja el FOB.
- b) Utilizamos el FOB
- c) Con más frecuencia se utiliza el FOB aunque también solemos emplear el CIF.
- d) Se negocia en términos FOB.
- e) La mayoría de negociaciones es en FOB.
- f) El FOB manejamos con mayor frecuencia y con proveedores de mayor trayectoria se aplica el CIF.
- g) Se utiliza el FOB para los proveedores nuevos.
- h) Generalmente empleamos el FOB aunque puede cambiarse la forma de negociar cuando ya son proveedores de confianza.

Análisis: En base a las respuestas de los entrevistados se puede determinar que el Incoterm más utilizado corresponde al FOB, siendo responsable el exportador de colocar la carga sobre el buque mientras el importador asumirá costos de transporte principal y seguro. Esto le permite al cliente negociar mejores precios con las navieras y aseguradoras, favoreciendo a la reducción de sus costos. Sin embargo, pueden aceptar otros términos con proveedores de mayor trayectoria o confianza.

7. ¿Bajo qué canales distribuye usted las frutas deshidratadas en el mercado canadiense?

a) Vendemos el producto a clientes mayoristas y detallistas especialmente cadenas de supermercados para que se venda posteriormente al consumidor.

b) Se realizan ventas a detallistas quienes se encargan de vender el producto al consumidor.

c) Distribuimos a clientes detallistas para luego vender el producto al consumidor

d) Lo vendemos en nuestras tiendas, además de realizar ventas a otros establecimientos tanto detallistas como mayoristas.

e) Las ventas se realizan a mayoristas y detallistas dentro del mercado canadiense.

f) Abastecemos a clientes mayoristas y también detallistas.

g) Se ofrecen a través de nuestras tiendas al consumidor e incluso abastecemos a otros detallistas.

h) Contamos con puntos de ventas propios, además de ofrecerle el producto a detallistas.

Análisis: Entre las respuestas de los consultados es posible evidencia que manejan canales cortos o largos. Por un lado, están quienes venden los productos en sus propios establecimientos, además de también ofrecerlos a clientes mayoristas y detallistas. Aquellos que no poseen puntos de venta propios indican ofrecerlos a detallistas y/o mayoristas. Bajo ambos esquemas se asegura que la fruta deshidratada llegue al cliente final, sea de fácil alcance y esté en las condiciones necesarias para su consumo.

8. ¿Estaría usted dispuesto a importar este producto bajo una presentación mix compuesta por mango, piña, pitahaya y uvilla?

a) La propuesta resulta atractiva porque el consumidor está prefiriendo variedad de frutas, además esta presentación contiene las más apetecidas por el público al ser exóticas.

b) Considero que es una propuesta innovadora y que podría considerarlo

c) Si es rentable y obtengo beneficios atractivos, sí estaría dispuesto a su compra.

d) Podríamos evaluar los precios que se manejarían, de hecho las personas actualmente prefieren mezclar diferentes presentaciones para consumirlas durante el día, especialmente frutas exóticas. Por ello, con esta presentación, quienes tienen esta forma de consumo y otras personas podrían interesarse en su compra.

e) Sí estaría interesado siempre y cuando resulte rentable.

f) De hecho, hemos estado realizando la búsqueda de proveedores de este tipo porque el consumidor tiende a mezclar él mismo distintas frutas de su preferencia, especialmente exóticas. Por ende, este tipo de ofertas podría tener la aceptación del consumidor.

g) Todo depende de si resulta o no atractivo para el negocio.

h) Considero que responde a las nuevas tendencias del consumidor canadiense pero debe determinarse si resulta o no rentable su compra.

Análisis: Mediante las respuestas de los entrevistados se pudo conocer que este producto responde a las preferencias del público, optando los consumidores por mezclar por sí mismos varios sabores para degustar. Incluso, se indica que han existido clientes potenciales que han iniciado la búsqueda de proveedores de este tipo, favoreciendo así a la propuesta. Sin embargo, consideran de gran relevancia el demostrar que la oferta será rentable para lo cual es importante realizar un análisis de factibilidad.

3.6.3.1.Principales hallazgos de recolección de datos para importadores potenciales.

Los importadores potenciales de frutas deshidratadas, mencionan que el consumo de estos alimentos se encuentra al alza, lo cual es evidenciable en sus niveles de importación indicando que se proveen mensualmente de entre uno a dos contenedores que responden a distintas variedades de fruta para cubrir la demanda de sus clientes. Entre los sitios de los cuales proviene la carga se encuentran Perú, Colombia, México, Costa Rica y también Ecuador, indicando de este último que las negociaciones han sido favorables.

Sobre las exigencias a los proveedores se destacó el cumplimiento de los términos contractuales, además de las leyes para el etiquetado evitando que el producto no pueda ser nacionalizado en Canadá. El Incoterm que manejan es el FOB, encargándose del transporte principal y el seguro una vez el exportador coloca la carga a bordo del buque dentro del puerto de origen.

Cuando disponen del producto, éste es distribuido por medio de canal mayorista y detallista observándose que existen quienes poseen sus propias tiendas donde lo comercializan. La presentación mix presenta una fuerte aceptación por parte del público lo cual se justifica debido a que los canadienses están optando por consumir frutas deshidratadas de diferentes sabores, uniendo presentaciones para cubrir esta necesidad. Por ende, con una presentación de este tipo se despertará el interés de consumo por parte de dicho público como una presentación innovadora dentro del mercado meta.

Capítulo IV

4. Informe final

4.1. Título

Diseño de plan de exportación de frutas deshidratadas en presentación mix al mercado canadiense.

Plan direccionado a Canadá ya que la economía es sólida y estable, es por eso que se encuentra en el noveno lugar en la lista de las economías más grandes según el PIB; los habitantes de Canadá consumen estos productos debido a que contienen múltiples beneficios para la salud ya que no necesitan cocción para consumo sino que se realiza un proceso de deshidratación, por ende no pierde su valor nutricional.

Además, Canadá es el 13avo mercado más grande de importaciones en el mundo.

4.2. Plan de exportación

4.2.1. Situación actual.

4.2.1.1. Entorno interno.

4.2.1.1.1. Antecedentes y perfil de la empresa.

La empresa se constituye como un aporte a la diversificación de la oferta exportable ecuatoriana, enfocándose en el mercado exterior para la comercialización de mango, piña, pitahaya y la uvilla deshidratada en presentación mix. Al dedicarse al procesamiento de materia prima se constituye en una entidad del sector secundario, vendiendo el producto empaquetado para su ingreso a mercados de alto potencial.

4.2.1.1.2. Nombre de la empresa.

La empresa se constituirá bajo el nombre “FRUIT MIX” que en español se traduce como “Mezcla de frutas”. De esta forma la entidad podrá, a futuro, diversificar su oferta exportable a una variedad de derivados cuya base sea la mezcla de distintas frutas.



Figura 5. Imagen de la empresa
Elaborado por: Proaño, T (2019)

4.2.1.1.3. Actividad económica.

Dentro de la Clasificación Industrial Internacional uniforme de todas las actividades económicas conocida como CIUU, la entidad a constituir se encuentra dentro del código referente a la “Conservación de frutas mediante secado, deshidratado, inmersión en aceite o vinagre, etcétera”, siendo otorgada por el Servicio de Rentas Internas (2018). Cabe señalar que, para registrar su actividad de exportación, deberá también informar a la entidad mencionada.

4.2.1.1.4. Misión.

“Somos una empresa ecuatoriana dedicada al procesamiento de frutas y su comercialización al exterior, cumpliendo con estos productos las expectativas de los mercados más exigentes, fomentando así el reconocimiento de la oferta nacional”

4.2.1.1.5. Visión.

“Ser al año 2023 reconocida en el mercado canadiense por la oferta de un producto de calidad y buen sabor, cumpliendo las expectativas de los clientes importadores y consumidores”.

4.2.1.1.6. Tipo de empresa.

La entidad se constituirá bajo la denominación de compañía o sociedad anónima, misma que está caracterizada por brindar protección al patrimonio de los socios quienes responden sólo con el capital aportado. De esta forma, en caso de insolvencia de la entidad para cumplir

con las obligaciones no se pondrá en riesgo el patrimonio de los socios no vinculado a la actividad económica.

Para su constitución se requieren dos o más socios quienes aportarán con el capital, planteándose como mínimo \$ 800. Respecto al costo por el trámite de constitución, el mismo asciende a \$190 dólares.

Respecto a la ubicación de la compañía, se plantea como Guayaquil, específicamente en el km. 7 vía a Daule, donde se encuentra la zona industrial de la ciudad, operando empresas textiles y de alimentos. El terreno como tal tendría una dimensión corresponde a 30 metros de ancho y 30 metros de largo, siendo las medidas referencias de los demás lotes en la zona.

4.2.1.1.7. Organigrama.

En base a las operaciones que se realizarán dentro de la entidad se establece como estructura la siguiente:

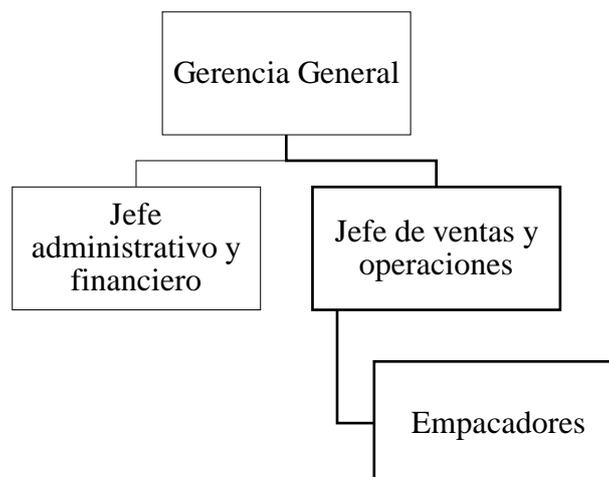


Figura 6. Organigrama de la entidad
Elaborado por: Proaño, T (2019)

Entre los miembros del talento humano están el gerente general quien representará la entidad y se encargará de coordinar las exportaciones; el jefe administrativo y financiero quien se encargará del registro de las operaciones diarias y manejo de compras; jefe de ventas y operaciones quien manejará el contacto con los clientes potenciales y asegurará que el producto

esté listo para su exportación, teniendo a cargo los empacadores quienes harán la maquila del producto.

4.2.1.2. Entorno externo.

4.2.1.2.1. Proveedores.

Considerando que para la producción de la oferta exportable se requiere de mango, piña, pitahaya y la uvilla se detalla a continuación información relevante respecto a su cultivo y producción:

Piña: Es un producto que puede obtenerse en cualquier fecha del año. Al año 2017, según los últimos datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (2018), existen aproximadamente 9.019 hectáreas de piña cultivada en el país que producen 165.308 toneladas de fruta donde Guayas produce 110.318 ubicándose como la de mayor aporte al total nacional.

En la Asociación de Productores de Piña (2018) puede contactarse a potenciales proveedores.

Mango: Sólo se produce el último trimestre del año, es decir octubre, noviembre y diciembre. En Ecuador existe una superficie de mango cultivada que asciende a 18.984 hectáreas que producen 70.160 toneladas, produciendo Guayas 67.569 toneladas al año 2017 (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2018).

En Fundación Mango Ecuador (2018) pueden consultarse potenciales proveedores de mango en Ecuador.

Pitahaya: El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR (2014) conociéndose que las zonas principales para la producción corresponden a Morona Santiago, específicamente Palora, Pichincha y la provincia de Los Ríos.

La cosecha de la fruta se da dos veces al año durante los meses de enero a marzo y de junio a septiembre. La Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario Agrocalidad (2017) indica que el número de hectáreas de pitahaya corresponde a 1.634 a nivel nacional.

Uvilla: El Instituto de Promoción de Exportaciones e inversiones PRO ECUADOR (2014) indica que las zonas productoras de uvilla son Imbabura (Cotacachi), Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Azuay y Carchi. Debe indicarse que se cosecha todo el año en el país.

4.2.1.2.2. Empresas nacionales competidoras.

Hasta el año 2016 existían 15 empresas del país dedicadas a la producción de frutas deshidratadas principalmente para la exportación, además de abastecer el mercado local mediante supermercados, autoservicios y tiendas (Revista Líderes, 2016). Una de ellas es Milano ubicada en Quito con una producción de 600 empaques diarios.

4.2.2. Selección de productos.

4.2.2.1. Producto a exportar.

Serán bolsitas de frutas deshidratadas en presentación mix, específicamente piña, pitahaya, uvilla y mango. La presentación a manejar corresponde a 100 gramos, 25 gr por fruta, siendo una porción que puede ser consumida en cualquier momento del día distribuyéndose bajo el nombre “Fruit Mix”.

4.2.2.2. Proceso de producción.

El proceso de producción para la oferta exportable es descrito a continuación, teniendo en cuenta que la deshidratación de las frutas es idéntica a pesar de ser distintas materias primas:

- Lavado, pelado y rebanado de la fruta: Cabe señalar que la uvilla no requiere ser pelada ni rebanada para su deshidratación.
- Deshidratado, lo cual implica la colocación del producto en hornos industriales especializados.
- Empacado de la fruta deshidratada en bolsas para su posterior embalaje en cajas.
- Almacenado del producto en bodegas.

Durante el proceso de deshidratado la fruta pierde en promedio 75% de su peso (Subdirección de Orientación y Educación Alimentaria de México, 2017).

4.2.2.3. Partida arancelaria para la exportación de frutas deshidratadas mix.

Para determinar la partida y subpartida arancelaria para la exportación se consultó al Comité de Comercio Exterior del Ecuador (2013). Mediante la revisión, el producto a exportar se ubica dentro del capítulo 8 de la Nomenclatura arancelaria común NANDINA referente a frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones y sandías.

La partida arancelaria corresponde a la 08.13 referente a "Frutas y otros frutos, secos, excepto los de las partidas 08.01 a 08.06; mezclas de frutas u otros frutos, secos, o de frutos de cáscara de este capítulo". Como subpartida se establece la 0813.50.00 que hace referencia a "Mezclas de frutas u otros frutos, secos, o de frutos de cáscara de este capítulo".

Al ser un producto que se ofrecerá bajo una presentación "mix", esta subpartida es considerada idónea.

Tabla 8.

Partida y Subpartida arancelaria para la exportación del producto.

Código arancelario	Descripción
08.13	Frutas y otros frutos, secos, excepto los de las partidas 08.01 a 08.06; mezclas de frutas u otros frutos, secos, o de frutos de cáscara de este Capítulo.
08.13.10.00	Damascos (albaricoques, chabacanos).
08.13.20.00	Ciruelas.
08.13.30.00	Manzanas.
08.13.40.00	Las demás frutas u otros frutos.
08.13.50.00	- Mezclas de frutas u otros frutos, secos, o de frutos de cáscara de este Capítulo.

Fuente: Comité de Comercio Exterior del Ecuador (2013)

4.2.3. Selección de mercados.

4.2.3.1. Descripción general.

El mercado destino corresponde a Canadá, caracterizada por ser una economía sólida y demandante de productos, especialmente agrícolas para satisfacer las necesidades alimentarios de su población. Debido a las relaciones que Ecuador posee con este país, los productos bajo la partida 0813.50.00 "Mezclas de frutas u otros frutos, secos, o de frutos de cáscara de este capítulo" no gravan tarifa arancelaria.

Dentro de Canadá se promueve el consumo de productos de alto aporte nutricional, permitiendo que el consumo de frutas y derivados, especialmente orgánicos, se fortalezca. Respecto a la competencia, mediante el sitio web Trade Map (2018) se identifica a los principales proveedores de productos bajo esta partida a Estados Unidos y entre países latinos, Colombia.

4.2.3.2. Metas de exportación.

Al ser el mango y la pitahaya frutas estacionarias es necesario que las exportaciones se programen según su disponibilidad.

- El mango se cosecha en los meses de octubre, noviembre y diciembre
- La pitahaya está disponible en el mercado durante los meses de enero a marzo y de junio a septiembre

En base a lo mencionado se propone realizar exportaciones en los meses de enero a marzo y de octubre a diciembre justificándose de la siguiente forma:

- La empresa FRUIT MIX puede abastecerse de mango durante la única cosecha del año, permitiendo exportar durante octubre a diciembre e incluso tener materia prima para abastecerse desde enero a marzo.

- La empresa FRUIT MIX puede abastecerse de pitahaya en la segunda cosecha, permitiendo la disponibilidad de la fruta durante octubre a diciembre, teniendo en cuenta que de enero a marzo es la primera cosecha.

Las demás frutas, es decir la uvilla y la piña, no existe mayor limitante al ser producidos durante todo el año.

4.2.4. Plan de trabajo.

4.2.4.1. Producto.

4.2.4.1.1. Diseño del producto según leyes Canadienses.

Se determina que el empaque tendrá una medida de 11 cm. de alto, 7 cm. de ancho, esperando que una vez llenado el producto tenga un grosor de 5 cm. Respecto a los requisitos para la exportación de alimentos a Canadá se consulta la Guía de Etiquetado para Alimentos y Productos Textiles diseñada por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR (2013) donde se menciona que el etiquetado de alimentos en el mercado destino está regulado por la "Ley sobre productos alimenticios y farmacéuticos" indicando que un producto destinado al consumo humano debe contener:

- Nombre del producto
- Cantidad neta
- Datos del fabricante, especialmente nombre y dirección.
- Ingredientes usados para la producción.
- Datos nutricionales.
- Fecha de consumo.
- Estar en inglés y francés.

En base a esto, se presenta a continuación el diseño:



Figura 7. Diseño del producto en idioma nacional
Elaborado por: Proaño, T (2019)

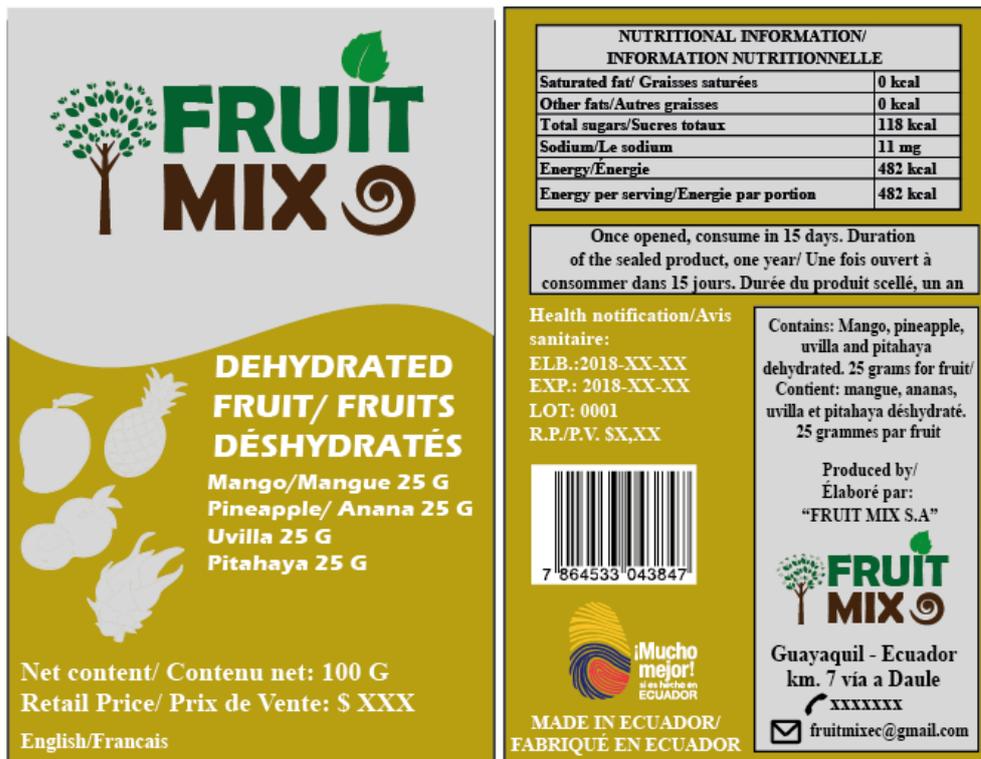


Figura 8. Diseño del producto en idioma para el mercado destino
Elaborado por: Proaño, T (2019)

4.2.4.1.2. Embalaje utilizado.

Como embalaje para los empaques están las cajas de cartón con medidas de 45 cm de largo x 25 cm de ancho x 25 cm de alto. En base a estas medidas, los productos serán acomodados así:

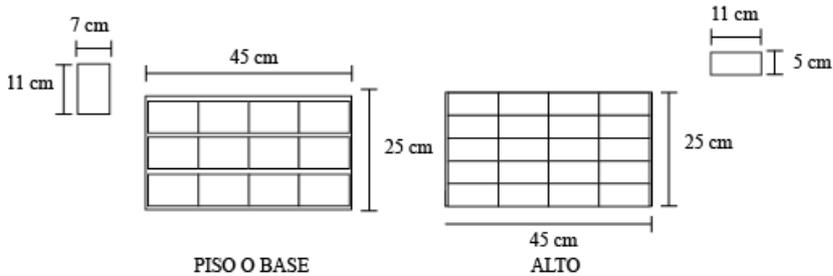


Figura 9. Detalle de las cajas para exportar.

Elaborado por: Proaño, T (2019)

En base al cálculo realizado por piso ingresarían un total de 12 empaques en cada caja, siendo cinco pisos en total, dando como resultado 60 empaques. Las cajas serán acomodadas en pallets, utilizándose el estadounidense y cuyas medidas corresponden a 120 cm x 100 cm, presentando a continuación cómo se agruparía la carga:

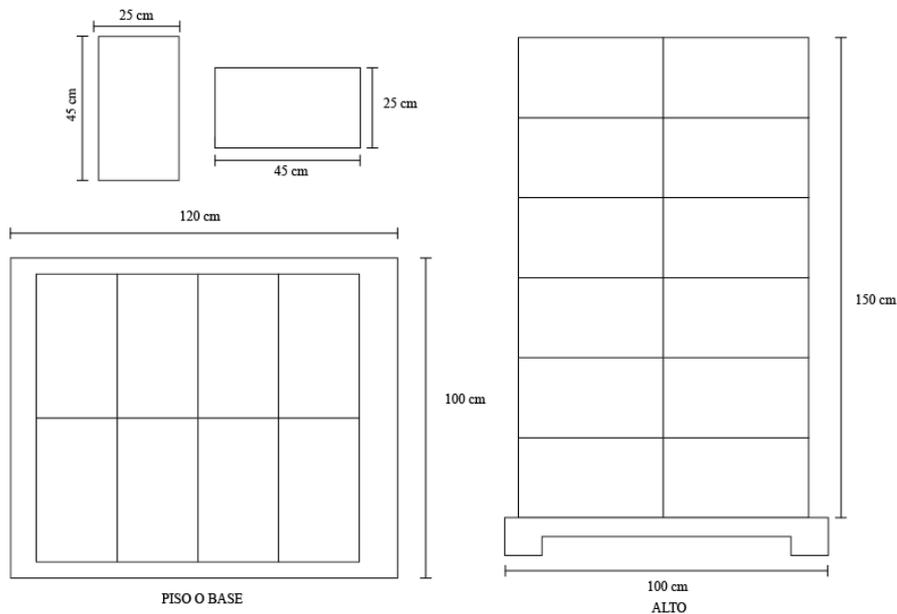


Figura 10. Cajas por Pallet.

Elaborado por: Proaño, T (2019)

El cálculo da como resultado 8 cajas por piso, siendo un total de seis pisos que equivaldrían a 48 cajas agrupadas en cada pallet. Conociéndose que por caja ingresarían 60 empaques de 100 gramos se tendrían los siguientes resultados:

- Empaque por caja: 60
- Cajas por pallet: 48
- Empaques por pallet (60*48): 2.880
- Peso del producto: 100 gramos
- Peso de la caja cerrada: 6.000 gramos/ 6 kilos
- Peso de la carga por pallet: 288.000 gramos/ 288 kilos

De exportarse la carga en contenedores, ingresarían 10 pallets en uno de 20 pies y 21 pallets en uno de 40 pies.

Tabla 9.

Materia prima necesaria para cubrir la exportación de un pallet.

Frutas	Carga pallets	Deshidratado por fruta	Pulpa necesaria	Fruta
Mango	288 kg	72 kg	288 kg	480 kg
Pitahaya		72 kg	288 kg	320 kg
Piña		72 kg	288 kg	360 kg
Uvilla		72 kg	288 kg	320 kg

Elaborado por: Proaño, T (2019)

En la tabla anterior deben tenerse las siguientes consideraciones: 1) La fruta al ser deshidratada pierde el 75% de su peso en pulpa; 2) El mango, una vez extraída la semilla y cáscara pierde 40% de su peso; 3) La uvilla y la pitahaya pierden el 10%; 4) La piña pierde un 20% de su peso.

4.2.4.2.Precio.

4.2.4.2.1. Niveles de precio de productos similares en Canadá.

Realizando una búsqueda exploratoria se conocieron precios de venta al público sobre distintas presentaciones manejadas en Canadá para las frutas deshidratadas:

Tabla 10.
Presentaciones y precios de frutas deshidratadas manejadas en el mercado destino.

Cadena de supermercado	Descripción del producto	Precio canadiense	Precio americano	Presentación del producto
Longos Store	Snack de Piña deshidratada (Snacks Pineapple dried fruit), 16 g.	\$ 1,69	\$ 1,30	
Longos Store	Snack de banana deshidratada (Snacks banana dried fruit), 20 g.	\$ 1,69	\$ 1,30	
Amazon CA	Fruta seca orgánica del dragón rojo, Pitahaya por comida para vivir non OMG kosher sin azúcar, insalubres, merienda saludable, a granel) - 20 gr	\$ 3,35	\$ 2,56	

Elaborado por: Proaño, T (2019)

Como puede observarse el precio mínimo por 20 gramos es de 1,69 dólares canadienses que equivaldrían a 8,45 por 100 gramos del producto. El precio máximo corresponde a 3,35 dólares canadienses equivalentes a 16,75 por la presentación a exportar. De esta forma, el producto a ofrecer debería ser comercializado al consumidor en un margen entre 8,45 a 16,75 dólares canadienses y que en dólares estadounidenses comprende \$ 6,48 a \$ 12,82.

4.2.4.2.2. Medio de pago recomendado

Entre los existentes se considera factible la utilización de las cartas de crédito donde interviene una entidad bancaria que, una vez presentados los documentos de la exportación,

inicia con el proceso de pago. De esta forma, FRUIT MIX recibirá el pago una vez presente los documentos que certifican el embarque del producto para dar seguridad al importador.

4.2.4.3.Plaza.

4.2.4.3.1. Potenciales clientes importadores

El sitio Trade Map (2018) permitió conocer una lista de potenciales importadores del producto, siendo un total de 13 clientes.

4.2.4.3.2. Incoterm utilizado.

Se determina como Incoterm a utilizar el FOB “Free on board” o libre a bordo, responsabilizándose FRUIT MIX de los riesgos hasta la entrega de la carga a bordo del buque. Bajo este esquema, la empresa deberá realizar todos los trámites por la exportación, gestión documental y portuaria mientras que el importador se responsabiliza del pago del transporte principal y demás desembolsos a partir de este punto.

4.2.4.3.3. Puerto de origen.

Al estar ubicada la empresa en la ciudad de Guayaquil se hace factible la exportación mediante el puerto de la misma ciudad. Su empleo se justifica al movilizar el 70% de las exportaciones, catalogado como segundo puerto en el ranking de la Comunidad Andina de Naciones con mayor movimiento de contenedores y en el 10mo puesto en América Latina y el Caribe (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2015).

4.2.4.3.4. Puerto de destino.

Para conocer los puertos principales se consultó el Perfil Logístico de Canadá desarrollado por PRO ECUADOR (2017). Entre estos están:

- Vancouver, siendo el más grande de Canadá
- Puerto de Montreal, siendo el segundo puerto más grande del país recibiendo cerca de 2000 buques anuales.

- Puerto de Toronto, desde donde ingresa principalmente la carga ecuatoriana moviendo cerca de 2 millones de toneladas al año.

Debe mencionarse que la selección del puerto dependerá del importador, su ubicación y facilidades que le ofrezca para la recepción de su carga. En base a lo expuesto, se considera idónea la exportación hacia el puerto de Vancouver debido a su tamaño y eficiencia en el comercio internacional.

4.2.4.3.5. *Tiempo de tránsito y costo por contenedor.*

El Perfil Logístico de Canadá desarrollado por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR (2017) muestra que el tiempo de transporte desde Guayaquil a Canadá varía según las navieras. En base a esto se presenta la siguiente tabla:

Tabla 11.

Tiempo de transporte desde Guayaquil a Canadá según naviera y puertos de destino

Naviera	Puerto de Vancouver
CCNI	24
Mediterranean Shipping	20
Hamburg Sud	24
Hapag Lloyd	23

Fuente: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR (2017)

Como puede observarse, la naviera Hapag Lloyd es más eficiente en los tiempos de transporte a los puertos principales en Canadá. Respecto a los costos por el transporte del contenedor, el mismo es detallado a continuación tomando como referencia el documento citado:

Tabla 12.*Costo promedio del transporte del contenedor desde Guayaquil a Canadá*

Tipo de contenedor	Costo en dólares por transporte
Seco 20 pies	\$ 1.000
Seco 40 pies	\$ 1.400
Refrigerado 40 pies	\$ 2.500

Fuente: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR (2017)

Elaborado por: Proaño, T (2019)

De esta forma, el importador debería desembolsar un valor de \$ 1.400 para la movilización de un contenedor completo hacia el puerto de destino.

4.2.4.3.6. Proceso logístico para la exportación.

Dentro del proceso de exportación se plantea que el puerto de origen será el de Guayaquil, estando ubicada la entidad en esta ciudad. Mediante la empresa “Trading Solutions S.A”, siendo una entidad que brinda el servicio para el transporte de carga por contenedor, se movilizaría el contenedor desde las instalaciones de “FRUIT MIX” hasta el puerto, siendo el costo de \$ 100.

Hasta este punto debieron haberse ya realizado el trámite documental que comprende la elaboración de la Declaración Aduanera de Exportación DAE, certificado de origen, factura comercial y lista de empaque. Para el ingreso de la carga al puerto, la misma será sometida a un aforo o revisión que puede ser documental, automática cuando no requiere ser revisada o intrusivo cuando se necesita revisar la carga.

Si todo está correcto, se colca la carga contenerizada a bordo del buque para su embarque hacia el puerto de destino, siendo este punto donde el importador se responsabiliza por el trámite restante hasta el desembarque y desaduanización en el puerto de Vancouver.

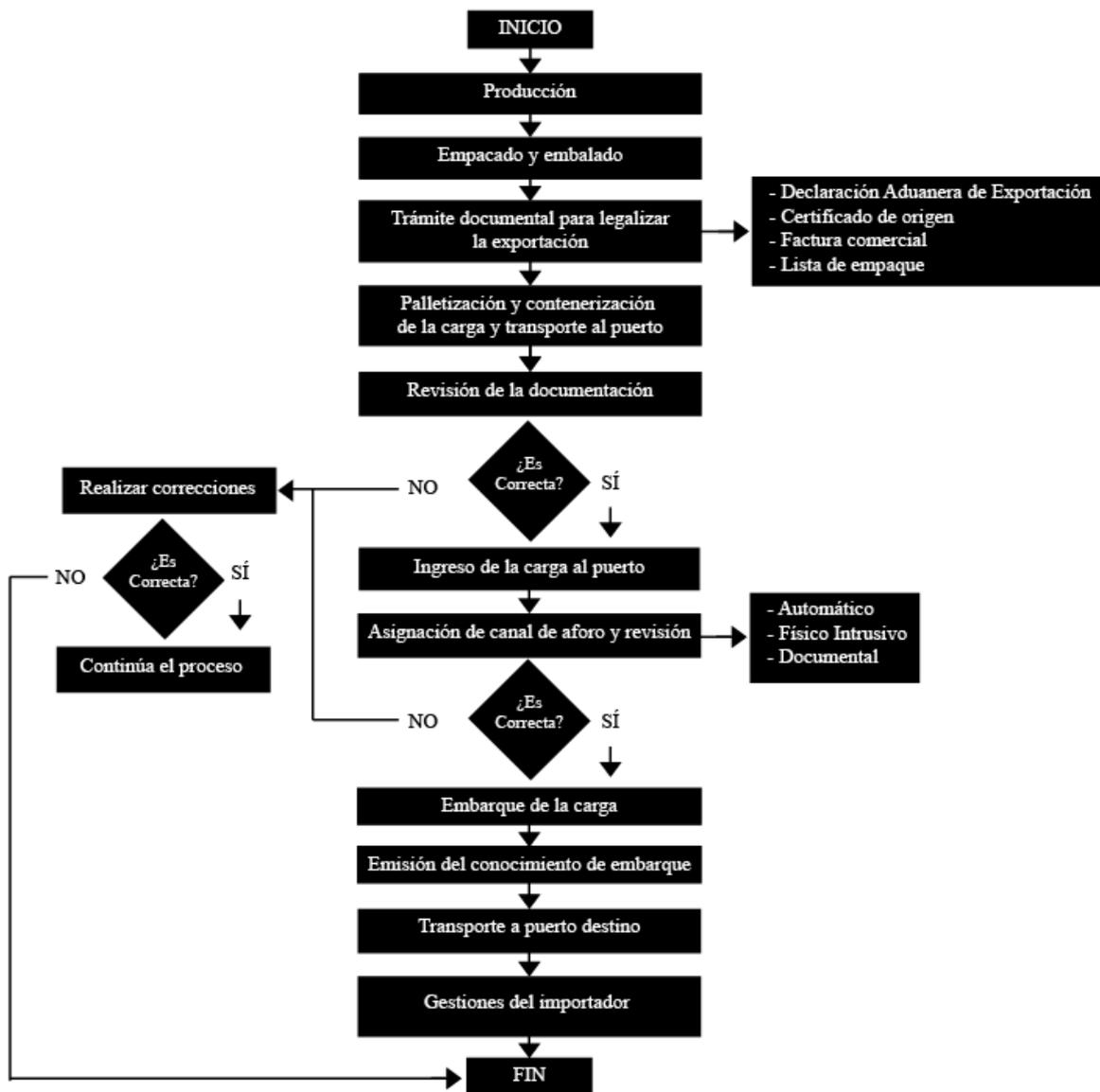


Figura 11. Detalle de la logística a utilizar
Elaborado por: Proaño, T (2019)

4.2.4.3.7. Costos según Incoterm.

Al trabajarse el proyecto bajo el Incoterm FOB el exportador sólo cubrirá los desembolsos hasta el embarque de la carga en el buque. A continuación se presentan los desembolsos a incurrir considerando los trámites a realizar para ser exportador y los documentos a obtener para la salida de la mercancía desde territorio ecuatoriano:

Tabla 13.*Detalle de costos y gastos de la exportación*

Desembolsos para la exportación	Valor único	Valor para cada envío	Desembolso
Obtención de RUC	x		\$ -
ECUAPASS	x		\$ -
Obtención de firma digital o TOKEN	x		\$ 49,00
DAE - Declaración Aduanera de exportación		x	\$ -
Factura comercial		x	\$ -
Certificado de origen		x	\$ 10,00
Lista de empaque		x	\$ -
Transporte terrestre (“FRUIT MIX” hasta puerto)		x	\$ 100,00
Gestiones portuarias		x	\$ 200,00
TOTAL			

*Elaborado por: Proaño, T (2019)***4.2.4.4.Promoción.**

Como una forma de promover las exportaciones, mediante el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, se puede coordinar la asistencia a ferias para dar a conocer los productos ecuatorianos a potenciales clientes alrededor del mundo. Las mismas son reflejadas en el sitio web oficial de la entidad, específicamente en <https://www.proecuador.gob.ec/events/>.

En este sitio se muestran las ferias organizadas en forma mensual entre ellas las multisectoriales, como EXPOALADI PERÚ 2018, donde se exponen productos de distintos sectores productivos. Hasta la fecha octubre del año 2018 no existen ferias organizadas para el año 2019, siendo recomendable realizar un seguimiento los próximos meses para acceder a estos eventos y programar la asistencia.

4.2.5. Estados financieros proyectados.

4.2.5.1. Valores.

Para que el proyecto se desarrolle, la compañía deberá realizar una inversión de USD \$ 40.880,59 lo cual implica tanto activos circulantes como fijos, mencionándose a continuación los flujos considerados:

Tabla 14.
Resumen del financiamiento (1)

ACTIVOS	
Activos Circulantes	\$ 6.710,59
Caja Chica	\$ 350,00
Bancos	\$ 6.360,59
Activos Fijos	\$ 34.170,00
Equipos de Computo	\$ 2.770,00
Muebles y Enseres	\$ 2.800,00
Equipos de Oficina	\$ 3.600,00
Vehículos	\$ 25.000,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 40.880,59

Elaborado por: Proaño, T (2019)

4.2.5.2. Financiamiento.

Para cubrir este monto de inversión se solicitaría un préstamo a una institución financiera, misma que cubriría el 70% del monto mientras que el saldo, es decir el 30%, serían asumidos por la empresa expresándose a continuación los valores con sus condiciones de financiamiento:

Tabla 15.
Resumen del financiamiento (2)

<i>Condiciones</i>	<i>Activos fijos</i>	<i>Capital de trabajo</i>
Monto del préstamo	\$ 23.919,00	\$ 4.697,42
Tasa efectiva anual (%)	10,35%	10,35%
Años	5	3
Frecuencia de pagos	12	12
Tasa periodo (%)	0,86%	0,86%
Nº DE PAGOS A EFECTUAR	60	36

Elaborado por: Proaño, T (2019)

4.2.5.3.Estado de Resultados Integrales.

Tabla 16.
Estado de Resultados Integrales

VENTAS (DESGLOSE)	2019	2020	2021	2022	2023
VENTAS TOTALES	259.200,00	261.792,00	264.409,92	269.698,12	275.092,08
COSTO FRUTA DESH.	136.800,00	136.800,00	136.800,00	136.800,00	136.800,00
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	122.400,00	124.992,00	127.609,92	132.898,12	138.292,08
Gastos Operativos	94.789,75	96.273,17	97.854,23	99.430,55	101.074,76
Gastos Administrativos	50.795,08	51.810,98	52.847,20	53.904,15	54.982,23
Gastos Ventas	25.825,67	26.342,18	26.869,03	27.406,41	27.954,53
Gastos de Exportación	18.169,00	18.120,00	18.138,00	18.120,00	18.138,00
UTILIDAD OPERACIONAL	27.610,25	28.718,83	29.755,69	33.467,57	37.217,32
Gastos Financieros	2.882,87	2.247,15	1.502,89	847,73	297,85
Utilidad antes de Reparto	24.727,38	26.471,68	28.252,80	32.619,84	36.919,47
15% a Trabajadores	3.709,11	3.970,75	4.237,92	4.892,98	5.537,92
Utilidad antes de Impto/Renta	21.018,27	22.500,93	24.014,88	27.726,86	31.381,55
22% Impto. Renta	4.624,02	4.950,21	5.283,27	6.099,91	6.903,94
Utilidad antes de Reservas	16.394,25	17.550,73	18.731,61	21.626,95	24.477,61
10% Reserva Legal	1.639,43	1.755,07	1.873,16	2.162,70	2.447,76
Utilidad del Ejercicio	14.754,83	15.795,65	16.858,44	19.464,26	22.029,85

Elaborado por: Proaño, T (2019)

Una vez se ponga en marcha el proyecto, se pronostican ingresos al alza generando una utilidades desde el primer año iniciando en USD \$ 14.754,83 y cerrando el quinto año en USD \$ 22.029,85. Esto significa que el proyecto demuestra generar ganancias respaldando su viabilidad.

4.2.5.4. Flujo de caja, TIR y VAN del proyecto.

En virtud de medir el comportamiento del efectivo, se utilizó el flujo de caja y los índices de rentabilidad como la TIR y el VAN, (la Tasa Interna de Retorno TIR y el Valor Actual Neto VAN), registrándose los valores a continuación:

Tabla 17.
Flujo de caja

AÑOS	0	1	2	3	4	5
a) Ingresos Operacionales		259.200,0	261.792,0	264.409,9	269.698,1	275.092,1
Recuperación de Ventas		259.200,0	261.792,0	264.409,9	269.698,1	275.092,1
b) Egresos Operacionales		231.589,8	233.073,2	234.654,2	236.230,6	237.874,8
Costo de Producción		136.800,0	136.800,0	136.800,0	136.800,0	136.800,0
Gastos Administrativos		50.795,1	51.811,0	52.847,2	53.904,1	54.982,2
Gastos de Ventas		25.825,7	26.342,2	26.869,0	27.406,4	27.954,5
Costos de Exportación		18.169,0	18.120,0	18.138,0	18.120,0	18.138,0
c) Flujo de Caja Operacional		27.610,2	28.718,8	29.755,7	33.467,6	37.217,3
d) Ingresos NO Operacionales	40.880,6	-	-	-	-	-
Aportación de Accionistas	12.264,2	-	-	-	-	-
Préstamos Bancarios	28.616,4	-	-	-	-	-
Otros		-	-	-	-	-
e) Egresos NO Operacional	50.880,6	6.480,0	17.774,6	17.618,2	15.684,3	16.606,1
Gastos Financieros		2.882,9	2.247,2	1.502,9	847,7	297,8
Amortización de Capital		3.597,1	7.194,3	7.194,3	5.315,3	5.315,3
<i>Beneficios de los Trabajadores</i>			3.709,1	3.970,8	4.237,9	4.893,0
<i>Impuestos – SRI</i>			4.624,0	4.950,2	5.283,3	6.099,9
Presupuesto de Capital Inicial:	50.880,6	-	-	-	-	-
<i>Activos Fijos</i>	34.170,0					
<i>Capital de Trabajo</i>	6.710,6					
<i>Activos Diferidos</i>	10.000,0	-	-	-	-	-
F) Flujo de Caja NO Operacional	- 10.000,0	- 6.480,0	-17.774,6	-17.618,2	- 15.684,3	-16.606,1
G) Flujo de Caja NETO (c+f)		21.130,2	10.944,3	12.137,5	17.783,3	20.611,2
h) Flujo de Caja Inicial		-	21.130,2	32.074,5	44.212,0	61.995,3
i) <i>Flujo de Caja Final (g+h)</i>		-	21.130,2	32.074,5	44.212,0	61.995,3

Elaborado por: Proaño, T (2019)

Efectuando un análisis sobre el flujo de caja proyectado del proyecto, es rescatable destacar que el modelo es económicamente viable, en virtud de no presentar flujos negativos en ningún periodo. Al final del quinto año, se alcanzarían valores de USD \$228.714,90 en tal sentido existe mucha liquidez acumulada en el tiempo que permitiría recuperar la inversión inicial de implementar dicha propuesta.

Tabla 18.*Cálculo del VAN y TIR del negocio*

INVERSIONES	0	1	2	3	4	5
Activos Fijos	34.170,00					
Capital de Trabajo	6.710,59					
Otros	10.000,00					
Flujo de Caja Operativo	-	27.610,25	28.718,83	29.755,69	33.467,57	37.217,32
Flujo de Caja NETO	(50.880,59)	27.610,25	28.718,83	29.755,69	33.467,57	37.217,32
Flujo de Caja Acumulado	-\$ 50.880,59	-\$ 23.270,34	\$ 5.448,49	\$ 35.204,18	\$ 68.671,75	\$ 105.889,06
TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERA	50,77%					
VALOR ACTUAL NETO, VAN	60.232,75					
PAYBACK PERIORD	AÑO 3					

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN*Elaborado por: Proño, T (2019)*

La evaluación del proyecto es muy positiva desde el punto de vista financiero registrándose una TIR del 50,77% y un VAN positivo de USD \$ 60.232,75. Con ello, al término del tercer año se daría por totalmente recuperada la inversión del proyecto, es decir que desde este punto se percibirían únicamente ganancias. Es importante señalar que para calcular el VAN se utilizó la tasa de castigo del 12%, la misma que representa la TMAR de la Corporación Financiera Nacional acorde a su normativa para evaluar proyectos de inversión.

4.2.5.5. Flujo de caja, TIR y VAN del proyecto.

Si bien, la empresa proyecta ingresos y utilidades constantes, además mostrar un comportamiento al alza, fue necesario determinar el punto de equilibrio estableciéndose así la cantidad de artículos que la empresa deberá vender para cubrir con sus costos y gastos. Dicho esto, se presentan a continuación los resultados del cálculo realizado.

Tabla 19.
Punto de equilibrio

Datos iniciales	
Precio Venta	9,00
Coste Unitario	4,75
Gastos Fijos Año	83.100,77
Q de Pto. Equilibrio	19.553
\$ Ventas Equilibrio	\$ 175.978,10

Elaborado por: Proaño, T (2019)

Sobre lo expuesto, el precio de venta que maneja la empresa por unidad corresponde a USD \$ 9,00 teniendo un costo de USD \$ 4,75. Tomando en cuenta los gastos, el punto de equilibrio se ubicó en 19.553 unidades vendidas que equivalen a USD \$ 175.978,10 significando que a partir de este punto, los demás flujos serán ganancias, graficándose a continuación el punto de equilibrio:

Tabla 20.
Datos del gráfico para el punto de equilibrio

Datos para el gráfico			
Q Ventas	9.777	19.553	29.330
\$ Ventas	87.989	175.978	263.967
Costo Variable	46.439	92.877	139.316
Costo Fijo	83.101	83.101	83.101
Costo Total	129.539	175.978	222.417
Beneficio	-41.550	0	41.550

Elaborado por: Proaño, T (2019)

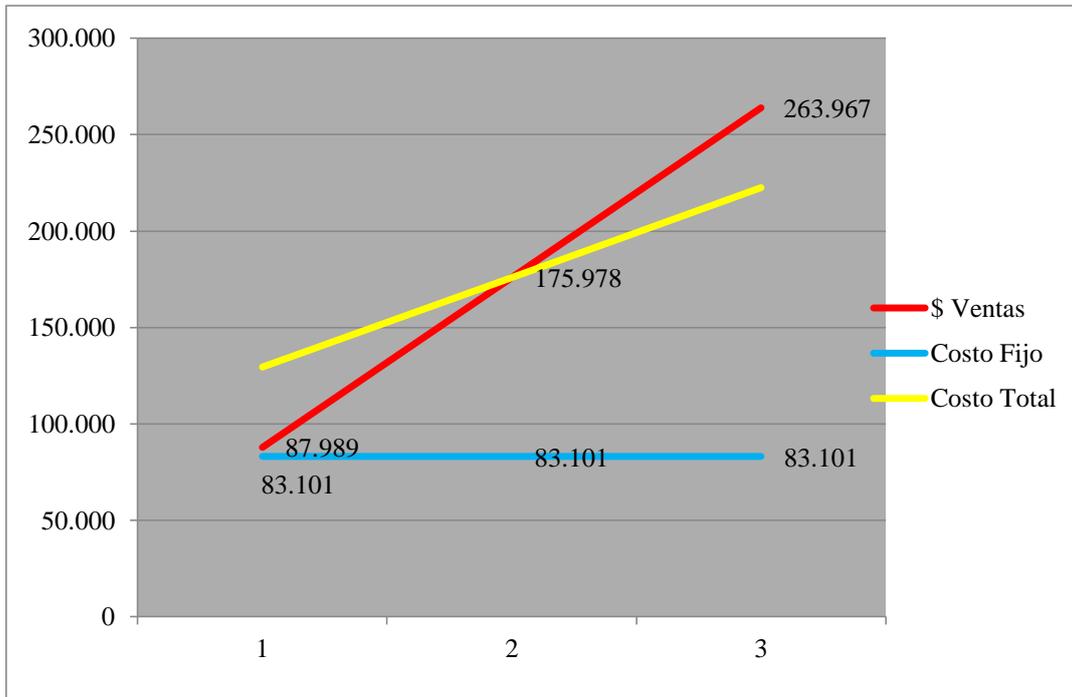


Figura 12. Punto de equilibrio graficado.

Elaborado por: Proaño, T (2019)

Como puede observarse, la línea de costos totales y ventas se interceptan en USD \$ 175.978 constatando que a este nivel la empresa no percibirá pérdidas ni ganancias.

Conclusiones

El presente estudio tiene como objetivo principal analizar la viabilidad de la exportación de frutas tropicales deshidratadas bajo la presentación mix indicándose con la evaluación financiera realizada que se alcanzaría un retorno económico atractivo justificando la inversión. Cabe señalar que los niveles utilidad se encuentran constantes lo cual significa que cada año se percibirán ganancias.

La empresa se constituye como una sociedad anónima encargándose de la adquisición de la fruta deshidratada de productores nacionales, ascendiendo a un total de 15, para posteriormente empaclarla en empaques de 100g bajo el nombre de FRUIT MIX que en español se traduce como mezcla de frutas, conteniendo mango, piña, pitahaya y uvilla.

Para iniciar la exportación se identificaron una serie de requisitos tanto de infraestructura como documentales. Entre la infraestructura se encuentran el disponer de equipos tanto humanos como materiales que intervendrán en los procesos, mientras que los documentales corresponden a la obtención del RUC, certificado de firma electrónica y TOKEN, además del registro como exportador en ECUAPASS, incluyendo documentos que se exigirán para cada envío, siendo necesarios para el ingreso de la carga al país de destino.

Con respecto al segundo objetivo sobre los niveles de demanda, la exportación de un contenedor de 20 pies mensual durante enero a marzo y octubre a diciembre cubre parcialmente la demanda en el mercado canadiense tomando como referencia que existen importadores en capacidad de importar hasta 2 contenedores de 40 pies mensualmente.

La entrevista realizada a importadores potenciales arroja que el producto responde a las nuevas tendencias del mercado canadiense, existiendo consumidores quienes ingieren las frutas deshidratadas mezclando diferentes sabores, especialmente exóticos. Además,

mencionan haber iniciado la búsqueda de proveedores potenciales favoreciendo esto a la propuesta.

Con respecto a las barreras arancelarias y no arancelarias se encuentran el arancel que corresponde al 0% según información consultada del Ministerio de Comercio Exterior mientras, que entre las barreras no arancelarias, destaca el cumplimiento de las leyes de etiquetado donde se exigen parámetros para la presentación de empaques figurando entre ellos manejar el idioma inglés y francés.

Para el ingreso a este mercado, los clientes potenciales destacan como exigencia para el exportador, además de cumplir con los requisitos previos, el garantizar la calidad de los productos que ofrecen para lo cual realizan visitas a las instalaciones de los potenciales proveedores, verificando así los procesos y su capacidad para cumplir los contratos. Además, ponen especial relevancia a los plazos de entrega lo cual surge de la constante demanda de las frutas deshidratadas, prefiriendo negociar ellos mismos el transporte principal y el seguro.

Sobre la viabilidad financiera de la propuesta se evidencian valores positivos justificados por un incremento sostenido de las ventas recuperando su inversión en menos de 5 años y alcanzando niveles de rentabilidad atractivos, aportando al desarrollo económico de los inversores.

Recomendaciones

En base a los hallazgos de investigación se plantean las siguientes recomendaciones

- Asistir a ferias internacionales a fin de promover la oferta a diferentes clientes diversificando así los destinos dentro y fuera de Canadá.
- Considerar la posible contratación de un intérprete que maneje inglés y francés para manejar negociaciones dentro de Canadá evitando así confusiones Al momento de cerrar las ventas.
- De evidenciarse altos niveles de rentabilidad sería favorable considerar la inversión en infraestructura para la producción de fruta deshidratada dentro de la empresa, no dependiendo de esta manera de terceros para el abastecimiento del producto.
- Considerar la diversificación de la oferta exportable, involucrando la mezcla de otras frutas teniendo en cuenta que existen períodos donde no se podrá exportar a causa de la estacionalidad de frutas como el mango y la pitahaya.
- Diseñar presentaciones para clientes industriales dedicados a producir alimentos, tanto a nivel nacional como en el exterior. Con ello podrían elaborarse productos como chocolates, barras dietéticas, entre otros.
- Diseñar de medios digitales, tales como una página web y redes sociales, para contactar posibles clientes y difundir la oferta al público promoviendo así el reconocimiento del producto en el mercado.
- Asegurar que las empresas proveedoras de frutas deshidratadas posean certificaciones de calidad para sus productos tales como Buenas Prácticas de Manufactura BPM, ISO 9001 y/o HACCP para la seguridad alimentaria.

Bibliografía

- Agrocalidad. (26 de Septiembre de 2017). *Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario*. Obtenido de Ecuador inicia exportaciones de pitahaya hacia Estados Unidos después de 10 años de negociación: <http://www.agrocalidad.gob.ec/ecuador-inicia-exportaciones-de-pitahaya-hacia-estados-unidos-despues-de-10-anos-de-negociacion/>
- Asamblea Nacional. (2008). *Organización de los Estados Americanos OAS*. Obtenido de Constitución del Ecuador: http://www.oas.org/juridico/MLA/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf
- Asamblea Nacional. (2017). *Aduana del Ecuador SENA*. Obtenido de Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones: https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2018/08/CODIGO_ORGANICO_DE_LA_PRODUCION_COMERCIO_E_INVER_974.pdf
- Asociación de Productores de Piña. (2018). *Asociación de Productores de Piña*. Obtenido de Productores: <http://asopina-ecuador.com/areas-cultivo.html>
- Baena, G. (2014). *Metodología de la Investigación*. México : Grupo editorial Patria .
- Banco Central del Ecuador. (5 de Agosto de 2010). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Taller de carta de crédito: https://www.bce.fin.ec/documents/pdf/servicios_bancarios/tallerCCREDITO.pdf
- Banco Central del Ecuador. (2018). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Tarifas vigentes para certificado digital: <https://www.eci.bce.ec/tarifas>
- Bruhn, K. (2015). *La comunicación y los medios: Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa*. Barcelona : Fondo de Cultura Económica.
- Cabrera, A. (2014). *Logística internacional: Una herramienta para la competitividad*. Madrid: ICEX España Exportación e Inversiones.

- Carculea, D., & Prado, D. (5 de Abril de 2016). *BCulinaryLAB*. Obtenido de Uvilla :
<http://www.bculinarylab.com/tag/uvilla/>
- Carvajal, L., García, J., Ormeño, J., & Valverde, M. (2014). *Preparación de pedidos y venta de productos*. Madrid: Editex.
- Castellano, A. (2015). *Logística comercial internacional*. Barranquilla: ECOE Ediciones; Universidad del Norte.
- Comité de Comercio Exterior del Ecuador. (1 de Enero de 2013). *Aduana del Ecuador SENA*. Obtenido de Arancel Nacional de Importaciones:
https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2013/ARANCEL_FINAL_1_DE_ENERO_R93.pdf
- Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico. (2013). *Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico*. Obtenido de Guía práctica: Plan de Exportación:
http://www.comercioyexportacion.com/images/documentos/exportar/Guia_Practica_del_Plan_de_Exportacion-Version_Final_Oficial_LV.pdf
- Cue, A. (2015). *Negocios Internacionales: En un mundo globalizado*. México: Grupo Editorial Patria.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia (DANE). (Diciembre de 2016). *Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia (DANE)* . Obtenido de Principales características del cultivo de la Piña (Ananas comosus L.):
https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/agropecuario/sipsa/Bol_Insumos_dic_2016.pdf
- El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca; Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro . (18 de Abril de 2016). *Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario* . Obtenido de Buenas prácticas agrícolas

- para el cultivo de uvilla: <http://www.agrocalidad.gob.ec/documentos/dia/guia-uvilla.pdf>
- Fassio, A., & Pascual, L. (2016). *Apuntes para desarrollar una investigación en el campo de la administración y el análisis organizacional*. Buenos Aires : EUDEBA .
- Folgar, L. (2017). *Aprender a comer solo: Manual sobre el método Baby Led Weaning*. Madrid: Arcopress.
- Fondo Monetario Internacional . (2013). *Finanzas & Desarrollo, diciembre de 2013*. California : International Monetary Fund.
- Fundación Mango Ecuador. (2018). *Fundación Mango Ecuador*. Obtenido de Plantas & Exportadores: <https://www.mangoecuador.org/plantas-exportadores.php>
- Gleason, C. (2013). *Wood Pallet Projects: Cool and Easy-to-Make Projects for the Home and Garden*. Estados Unidos : Fox Chapel Publishing.
- González, I., Martínez, A., Otero, C., & González, E. (2014). *Gestión del comercio exterior de la empresa 3ª edición: Manual teórico y Práctico*. Madrid: ESIC.
- González, P. (29 de Mayo de 2017). *Revista Líderes*. Obtenido de Deshidratados de exportación: <https://www.revistalideres.ec/lideres/deshidratados-exportacion-agricultura-produccion-frutas.html>
- Government of Canada . (Abril de 2015). *Embajada de Canadá en Ecuador* . Obtenido de Relaciones Canadá-Ecuador : http://www.canadainternational.gc.ca/ecuador-equateur/bilateral_relations_bilaterales/index.aspx?lang=spa
- Heredia, V. (3 de Octubre de 2018). *Revista Líderes*. Obtenido de La fruta deshidratada gana espacio : [revistalideres.ec/lideres/fruta-deshidratada-negocios-ecuador-agronegocios.html](http://www.revistalideres.ec/lideres/fruta-deshidratada-negocios-ecuador-agronegocios.html)
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR. (26 de Abril de 2013). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR*.

- Obtenido de Guía de Etiquetado para Alimentos y Productos Textiles:
<https://issuu.com/josedu224/docs/guia-de-etiquetado-para-alimentos-y>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e inversiones PRO ECUADOR. (2014).
Instituto de Promoción de Exportaciones e inversiones PRO ECUADOR.
- Obtenido de Análisis sectorial de frutas exóticas: <https://issuu.com/pro-ecuador/docs/analisissectorialfrutas>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e inversiones PRO ECUADOR. (2014).
Instituto de Promoción de Exportaciones e inversiones PRO ECUADOR.
- Obtenido de Análisis sectorial de frutas exóticas: <https://issuu.com/pro-ecuador/docs/analisissectorialfrutas>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR. (2014).
Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR.
- Obtenido de Análisis sectorial frutas exóticas 2014: <https://issuu.com/pro-ecuador/docs/analisissectorialfrutas>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR. (2017).
Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR.
- Obtenido de Guia del Exportador: <https://www.proecuador.gob.ec/guia-del-exportador/>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR. (2017).
Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR.
- Obtenido de Canadá Perfil Logístico: <https://www.proecuador.gob.ec/perfil-logistico-de-canada-2017/>
- Instituto de promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR. (2018).
Instituto de promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR.

- Obtenido de Ficha técnica de Canadá: <https://www.proecuador.gob.ec/ficha-tecnica-pais/>
- Instituto de promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR. (2018). *Instituto de promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR*.
Obtenido de Ficha Técnica País: <https://www.proecuador.gob.ec/ficha-tecnica-pais/>
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR. (Mayo de 2018). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR*.
Obtenido de Guía Logística internacional 2017: https://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2018/05/PROEC_GL_2017.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (22 de Mayo de 2015). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/INEC_Historia_Censos.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (2018). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC*. Obtenido de Encuesta de Superficie de Producción Agropecuaria: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2/>
- Jarrín, F. (2016). *Universidad de Las Américas*. Obtenido de Plan de Negocios para la creación de una empresa exportadora de pitahaya al mercado chileno: <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/5039/1/UDLA-EC-TINI-2016-40.pdf>
- Lara, E. (2013). *Fundamentos de investigación - Un enfoque por competencias 2a edición*. Santiago : Alfaomega Grupo Editor.
- Larrucea, J. (2016). *Transporte en contenedor 2ª Edición*. México : Alfaomega Grupo Editor.

- López, C., Vidal, M., & González, C. (2016). *Estrategias de internacionalización de la empresa: Casos prácticos*. Oviedo: Septem Ediciones.
- López, H., & Guido, A. (2014). *Instituto Nicaraguense de Tecnología Agropecuaria*. Obtenido de Cultivo de Pitahaya : <http://www.inta.gob.ni/biblioteca/images/pdf/guias/GUIA%20PITAHAYA%202014.pdf>
- Minervini, N. (2015). *INGENIERIA DE LA EXPORTACIÓN*. Madrid: FC Editorial.
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2016). *Ministerio de Agricultura y Ganadería*. Obtenido de La política agropecuaria ecuatoriana: <http://servicios.agricultura.gob.ec/politicas/La%20Pol%C3%ADticas%20Agropecuarias%20al%202025%20I%20parte.pdf>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (Abril de 2018). *Ministerio de Agricultura y Ganadería*. Obtenido de Informe de Servicios Institucionales: <http://servicios.agricultura.gob.ec/transparencia/viaticos/Abril2018/PC/1685.pdf>
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca; Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro . (17 de Abril de 2014). *Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario* . Obtenido de Buenas Prácticas agrícolas para mango : <http://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/pdf/inocuidad/MANGO/mango.pdf>
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca; Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro . (2015). *Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario* . Obtenido de Manual de aplicación de buenas prácticas agrícolas de producción de piña : <http://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/pdf/inocuidad/manuales-aplicabilidad/manual-pina.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior . (2018). *Ministerio de Comercio Exterior* . Obtenido de Acuerdos Comerciales: <https://www.comercioexterior.gob.ec/acuerdos-comerciales-3/>

Ministerio de Comercio Exterior. (Diciembre de 2001). *Ministerio de Comercio Exterior*. Obtenido de Sistema General de Preferencias: Manual sobre el esquema de Canadá: <https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/SGP-CANADA.pdf>

Ministerio de Industrias y Productividad. (2013). *Ministerio de Industrias y Productividad*. Obtenido de País Productivo: <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/revista4.pdf>

Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto República Argentina . (2015). *TFO Canada*. Obtenido de Bienvenido al Mercado Canadiense:Un manual para exportar a Canadá:
http://ctoro.mrecic.gob.ar/userfiles/Bienvenido%20al%20Mercado%20Canadiense_Un%20Manual%20para%20Exportar%20a%20Canada.pdf

Ministerio Español de Asuntos Exteriores y Cooperación. (2017). *Ministerio Español de Asuntos Exteriores y Cooperación*. Obtenido de Canadá:
http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/CANADA_FICHA%20PAIS.pdf

Morales, G. (2014). *Pontificia Universidad Católica del Perú*. Obtenido de LAS MODIFICACIONES A LAS REGLAS Y USOS UNIFORMES RELATIVOS A LOS CREDITOS DOCUMENTARIOS INTRODUCIDAS POR LA PUBLICACION N° 500 DE LA CAMARA DE COMERCIO INTERNACIONAL:

<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/agendainternacional/article/viewFile/7143/7343>

Moreno, C. (2013). *Universidad Tecnológica Equinoccial*. Obtenido de PROYECTO DE PRE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE PIÑA DESHIDRATADA A QUEBEC, CANADÁ : http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8341/1/55539_1.pdf

Muñoz, C. (2016). *Metodología de la investigación*. México: Oxford.

Organización Mundial de Comercio. (2018). *Organización Mundial de Comercio*. Obtenido de Canadá: <http://tariffdata.wto.org/TariffList.aspx>

Portal Único de Trámites Ciudadanos. (14 de Noviembre de 2019). *Portal Único de Trámites Ciudadanos*. Obtenido de Emisión de Certificados de Origen de productos originarios de Ecuador para exportación: <https://www.gob.ec/index.php/mpceip/tramites/emision-certificados-origen-productos-originarios-ecuador-exportacion>

Revista Líderes. (3 de Octubre de 2016). *Revista Líderes*. Obtenido de La fruta deshidratada gana espacio : <https://www.revistalideres.ec/lideres/fruta-deshidratada-negocios-ecuador-agronegocios.html>

Ruiz, K. (1 de Junio de 2014). *Universidad Privada del Norte*. Obtenido de Oportunidades de negocio en el mercado de Canadá para incrementar las exportaciones peruanas de aguaymanto deshidratado de la región de Cajamarca en el período 2014- 2018: <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/6405/Ruiz%20Alfaro%2c%20Kady%20Eugenia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sánchez, M., Gázquez, J., Marín, M., Jiménez, D., & Segovia, C. (2014). *Casos de marketing y estrategia*. Barcelona: Editorial UOC.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES . (Enero de 2013).

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES . Obtenido de Transformación de la matriz productiva: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf

Serrato, D., & Jiménez, J. (2017). *Escuela Colombiana de Ingeniería Julio Garavito*.

Obtenido de Elaboración de un estudio de prefactibilidad para el montaje de una empresa de producción y exportación de uchuva deshidratada en Colombia: <https://repositorio.escuelaing.edu.co/bitstream/001/727/2/Serrato%20Prada%2C%20Diana%20Patricia%20-%202017.pdf>

Servicio de Rentas Internas. (2018). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de Registro

Único del Contribuyente RUC: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC#gu%C3%ADas>

Sistema de Inteligencia Comercial Colombiano. (17 de Enero de 2017). *Sistema de*

Inteligencia Comercial Colombiano. Obtenido de Creció el consumo de productos exóticos en Canadá: <https://www.legiscomex.com/Documentos/crecio-consumo-productos-exoticos-canada-ene-17-17-1not>

Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. (2014). *Prom Perú*. Obtenido

de Guía de Mercado de Canadá : <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/Canad%C3%A1.pdf>

Subdirección de Orientación y Educación Alimentaria de México. (Noviembre de 2017).

Dirección General Mexicana de Alimentación y Desarrollo Comunitario. Obtenido de Fruta deshidratada : <http://sitios.dif.gob.mx/dgadc/wp-content/uploads/2017/11/2.-Fruta-deshidratada-XVII-Encuentro-Nacional-171113.pdf>

- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2019). *Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros*. Obtenido de Inicio: <http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>
- Tarziján, J. (2013). *Fundamentos de estrategia empresarial*. Santiago: Ediciones Universidad Católica de Chile.
- TFO Canadá. (2014). *TFO Canadá*. Obtenido de Exportando a Canadá - Noticias: http://www.tfocanada.ca/global/File/JANUARY_-_MARCH__2014_-SPANISH.pdf
- Trade Map. (2018). *Trade Map*. Obtenido de Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Canadá Producto: 081350 Mezclas de frutos secos comestibles o de frutos de cáscara comestibles: https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|124|||081350||6|1|1|1|2|1|2|1|1
- Zuluaga, J. (2018). *Cartilla impuesto al valor agregado, 2018*. Bogotá : ECOE.