



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA

“EXPORTACIÓN DE BITES DE QUINUA Y MAÍZ CUBIERTOS DE CHOCOLATE DE LA EMPRESA PRODUCTORA DE ALIMENTOS SALUDABLES Y CHOCOLATE PROCHOC C.A. AL MERCADO CANADIENSE”

TUTORA

MGS. EVANGELINA AUXILIADORA MÉNDEZ ENCALADA

AUTORES

MERA GILER YARLEY TAIZ

MOREIRA BONILLA JOSÉ FRANCISCO

GUAYAQUIL - ECUADOR

2022

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

“Exportación de bites de quinua y maíz cubiertos de chocolate de la empresa productora de alimentos saludables y chocolate Prochoc C.A. mercadocanadiense”.

AUTOR/ES:

Mera Giler Yarley Taíz
Moreira Bonilla José Francisco

TUTORES:

Mgs. Evangelina Auxiliadora Méndez
Encalada

INSTITUCIÓN:

**Universidad Laica Vicente Rocafuerte
de Guayaquil**

Grado obtenido:

Ingeniería en Comercio Exterior

FACULTAD: Administración

CARRERA: Comercio Exterior

FECHA DE PUBLICACIÓN: 2022

N. DE PAGS: 112 páginas

ÁREAS TEMÁTICAS: Educación Comercial y Administración.

PALABRAS CLAVE: Exportación, importación, quinua, maíz, chocolate, mercado, oferta y mercado.

RESUMEN:

El presente proyecto tiene como objetivos proporcionar las herramientas necesarias para ejecutar de la mejor manera los procedimientos de comercialización del snack de chocolate a base de quinua en un mercado internacional, el consumo del producto seleccionado ya es distribuido nacional e internacionalmente.

La empresa Prochoc C.A encargada de la elaboración de los productos a exportar al mercado canadiense, se beneficiará mediante los acuerdos existentes que relacionan al mercado canadiense con el país, ofreciendo un producto sano y saludable para su población que demuestra altos índices de consumo sano.

Los productos como la quinua son muy pocos usados en la producción de este tipo de mercancía, lo que le da un valor agregado a la mercancía, adicional que es rico en nutrientes.

El plan de exportación detalla el proceso detallado que inicia desde la emisión de la DAE, incluido el proceso logístico donde se comenta la paletización de la mercancía, la travesía tanto de origen hasta la llegada al destino, demostrando la viabilidad de la implementación del plan de exportación mediante los costos e inversión requerida para el mismo.

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: Mera Giler Yarley Taíz Moreira Bonilla José Francisco	Teléfono: 0985730953 0985228269	E-mail: ymerag@ulvr.edu.ec jmoreirabo@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Decano, Facultad de Administración Mgtr. Oscar Machado Álvarez Teléfono: 2596500 Ext. 201 Decanato E-mail: omachadoa@ulvr.edu.ec Directora: Ph. D Mónica Villamar Mendoza Teléfono: 2596500 Ext. 264 E-mail: mvillamarm@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO.

EXPORTACIÓN DE BITES DE QUINUA Y MAÍZ CUBIERTOS DE CHOCOLATE DE LA EMPRESA PRODUCTORA DE ALIMENTOS SALUDABLES Y CHOCOLATE PROCHOC C.A. AL MERCADO CANADIENSE

INFORME DE ORIGINALIDAD

3 %	6 %	0 %	4 %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ulvr.edu.ec	3 %
	Fuente de Internet	

Excluir citas Activo Excluir coincidencias < 3%
Excluir bibliografía Activo



DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.

Los estudiantes egresados **MERA GILER YARLEY TAÍZ, MOREIRA BONILLA JOSÉ FRANCISCO**, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, **EXPORTACIÓN DE BITES DE QUINUA Y MAÍZ CUBIERTOS DE CHOCOLATE DE LA EMPRESA PRODUCTORA DE ALIMENTOS SALUDABLES Y CHOCOLATE PROCHOC C.A. AL MERCADO CANADIENSE**, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

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

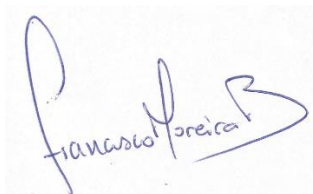
Autores



Firma:

MERA GILER YARLEY TAÍZ

CI: 0940887839



Firma:

MOREIRA BONILLA JOSÉ FRANCISCO

CI: 0931826358

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación **EXPORTACIÓN DE BITES DE QUINUA Y MAÍZ CUBIERTOS DE CHOCOLATE DE LA EMPRESA PRODUCTORA DE ALIMENTOS SALUDABLES Y CHOCOLATE PROCHOC C.A. AL MERCADO CANADIENSE** designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de **ADMINISTRACIÓN** de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **EXPORTACIÓN DE BITES DE QUINUA Y MAÍZ CUBIERTOS DE CHOCOLATE DE LA EMPRESA PRODUCTORA DE ALIMENTOS SALUDABLES Y CHOCOLATE PROCHOC C.A. AL MERCADO CANADIENSE**, presentado por los estudiantes **MERA GILER YARLEY TAÍZ** y **MOREIRA BONILLA JOSÉ FRANCISCO** como requisito previo, para optar al Título de **INGENIEROS EN COMERCIO EXTERIOR**, encontrándose apto para su sustentación.



Firma:

MGS. EVANGELINA AUXILIADORA MÉNDEZ ENCALADA

CI: 0916872963

AGRADECIMIENTO.

Cada paso en la vida tiene sus esfuerzos y sacrificios por tal motivo le agradezco a Dios por ser mi guía, por darme la fuerza y responsabilidad para poder culminar mi carrera universitaria, por la salud que hemos gozado junto con mi compañero de tesis durante la situación que está viviendo el mundo y por haberme permitido conocer personas que han contribuido en mi formación personal y profesional.

Expreso toda mi gratitud a mis padres y hermanas que son el motor y pilar fundamental para mi vida, ellos con su paciencia, consejos, apoyo incondicional y amor lograron que yo pueda creer en mí y estar consciente que soy capaz de lograr todo lo que me proponga.

También agradezco a mi familia, por haberme ayudado cuando tuve complicaciones durante el trayecto de mi carrera universitaria y fueron un gran soporte para que logre alcanzar un objetivo más en mi vida.

Doy gracias a mi enamorado por confiar en mí, por cada palabra de aliento, por cada consejo, por toda la paciencia, apoyo y amor incondicional.

Quiero agradecer a mi tutora de tesis por guiarnos en todo este proceso, fueron sus enseñanzas y dedicación lo que hicieron que pudiéramos culminar de forma óptima.

A mis maestros de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte porque cada uno de ellos dejó una huella y enseñanza tanto en la vida personal como profesional.

Al Gerente de la compañía Prochoc, por su tiempo y colaboración con información clave para poder realizar un buen trabajo.

A los amigos que hice durante mi carrera mi universitaria, juntos fuimos creciendo, todas las palabras motivadoras y apoyo hicieron que logremos dar un gran paso.

Y por último quiero agradecer a mi compañero de tesis y mejor amigo, hemos crecido como personas y profesionales, agradezco tu apoyo, enseñanzas, consejos y paciencia durante toda la etapa universitaria.

Yarley Taíz Mera Giler

AGRADECIMIENTO.

Este agradecimiento va dedicado principalmente a Dios, por darme todo lo necesario para poder culminar esta importante etapa en mi vida, quedo muy agradecido por haberme mantenido con salud, que a pesar de las situaciones muy difícil que muchos de nosotros atravesamos, me ha dado la oportunidad de poder estar aquí ante ustedes y sustentar este trabajo junto a mi compañera.

Estoy agradecido por la travesía que me ha dado la universidad, porque todo momento difícil que se nos presenta es una oportunidad que hay que aprovechar, y gracias a esta institución he podido conocer a personas muy importante que han ayudado en mi formación como profesional y como persona.

Agradecer a mi familia, a mi compañera de vida, por el apoyo indispensable en todo momento que más lo necesité, sobre todo a mis padres, que desafortunadamente no van a poder presenciar este hecho, pero sé que están muy orgullosos.

Agradecer a nuestra tutora de tesis por la dedicación, paciencia, sabiduría y tiempo que nos brindó en el proceso de la elaboración del presente trabajo.

Y por último agradecer a mi compañera de tesis, que desde inicios de la universidad, estuvo ahí siempre dando su apoyo, su tiempo y paciencia para poder estar aquí sustentando nuestro proyecto.

José Francisco Moreira Bonilla

DEDICATORIA.

A mis padres, sin ellos no estaría hoy aquí, sin todo el apoyo y oportunidades que me brindaron, ellos son los más importante en mi vida y cada logro que tenga no es mío sino de ellos y para ellos.

A mis hermanas, porque al ser la mayor soy un ejemplo a seguir para ellas y quiero demostrarles que a pesar de los obstáculos todo es posible si ellas se lo proponen.

A mi abuela y mascota que hoy no se encuentran aquí, pero sé que desde el cielo están muy orgullosas.

Yarley Taíz Mera Giler

DEDICATORIA.

El presente trabajo va dedicado especialmente a mis padres, que desde un principio dieron todo por mi formación profesional que, con toda seguridad, les hubiese gustado presenciar este acto.

José Francisco Moreira Bonilla

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
Diseño de la investigación	2
1.1. Tema.....	2
1.2. Planteamiento del Problema.....	2
1.3. Formulación del Problema.....	2
1.4. Sistematización del problema.	2
1.5. Objetivos de la Investigación	3
1.5.1. Objetivo General.....	3
1.5.2. Objetivos específicos.	3
1.6. Justificación de la investigación	3
1.7. Delimitación o alcance de la investigación.....	4
1.8. Idea a Defender	5
1.9. Línea de investigación institucional/facultad.....	5
CAPITULO II	6
2. Marco Teórico.....	6
2.1. Antecedentes	6
2.1.1. La empresa	6
2.1.2. Gama de productos Sunkao.....	8
2.1.3. Ingredientes	8
2.1.3.1. Cacao.....	8
2.1.3.1.1. Historia del cacao.....	9
2.1.3.1.2. Producción de cacao.....	9
2.1.3.1.3. Industrialización del cacao.....	10
2.1.3.2. Quinoa.....	10
2.1.3.3. Garbanzos.....	11
2.1.3.4. Maracuyá.....	11
2.1.4. Análisis de la subpartida	12
2.1.5. Mercado Meta	12
2.1.5.1. Ficha de mercado.	12
2.1.5.2. Perfil del consumidor.....	13

2.1.6. Principales países exportadores de la subpartida en los últimos 5 años.	14
2.1.7. Clientes que manejan las marcas locales	16
2.1.8. Ventajas frente a marcas nacionales	16
2.1.9. Comercialización y destinos de competencia en Canadá.....	16
2.2. Marco Referencial.....	17
2.2.1. Teorías del comercio exterior.....	17
2.2.1.1. Economías de escala.	18
2.2.1.2. Teoría de la ventaja comparativa.	19
2.2.2. Tipo de negociación	19
2.2.2.1. Negociación Prochoc C.A.....	20
2.2.3. Cadena de suministro	21
2.2.4. Modelo de diseño de Plan de exportación de Puerto Rico.....	23
2.2.5. Estructura del plan de exportación de bites de quinua cubiertos de chocolate al mercado canadiense.	27
2.3. Marco conceptual	28
2.3.1. Fluctuar	28
2.3.2. NAFTA	28
2.3.3. SOES	28
2.3.4. Smog	29
2.3.5. PESTEL	29
2.3.6. Autóctonos	29
2.3.7. Premium	29
2.3.8. Snack.....	29
2.3.9. Comercialización.....	29
2.3.10. Fertilizar	29
2.3.11. Superfoods:.....	29
2.3.12. Delicatessen:.....	30
2.4. Marco Legal	30
2.4.1. Constitución de la Republica	30
2.4.2. Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones.	31
2.4.3. Reglamento del COPCI.....	33
2.4.4. Normas Internacionales para Medidas Fitosanitarias	34
CAPÍTULO III.....	35

3.	Metodología de la investigación.	35
3.1.	Metodología.	35
3.1.1.	Tipo de investigación.	35
3.1.1.1.	Metodología exploratoria.	35
3.1.1.2.	Metodología descriptiva.	35
3.1.2.	Métodos de la investigación.	36
3.1.2.1.	Método Deductivo – Inductivo.	36
3.1.3.	Enfoque de la investigación.	36
3.1.3.1.	El enfoque cuantitativo.	36
3.1.3.2.	El enfoque cualitativo.	36
3.1.4.	Técnicas de investigación.	37
3.1.4.1.	Encuesta.	37
3.1.4.2.	Entrevista.	37
3.1.4.2.	Ficha de observación.	38
3.1.5.	Población.	38
3.1.6.	Muestra.	38
3.1.7.	Presentación de resultados.	38
3.1.7.1.	Encuesta a consumidores canadienses.	38
3.1.7.2.	Ficha de observación.	41
3.1.7.3.	Entrevista al Gerente General de la empresa Prochoc C.A.	42
	Capítulo IV.	45
4.	INFORME FINAL.	45
4.1.	Título de la propuesta.	45
4.2.	Análisis del potencial exportador.	45
4.2.1.	Detalles del productor – exportador.	45
4.2.2.	Análisis FODA de la empresa.	45
4.2.2.1.	Fortalezas.	45
4.2.2.2.	Debilidades.	45
4.2.2.3.	Oportunidades.	45
4.2.2.4.	Amenazas.	46
4.3.	Mercadeo.	46
4.3.1.	El producto: SUNKAO.	46

Bolitas de quinua cubiertas de quinua Chocolate Premium Milk	47
4.3.1.1. Precio de Sunkao.	47
4.3.2. Evaluación de matrices del producto	47
4.3.3. Tendencias del consumidor.....	48
4.3.3.1. Superfoods.	48
4.3.4. Población de Canadá.....	49
4.3.5. Gastos de consumo.....	50
4.3.6. El ingreso del consumidor canadiense	50
4.3.7. Participantes de la industria local de los snacks de chocolate	51
4.3.8. Comercialización y destinos	51
4.3.9. Clientes locales de Prochoc C.A.	52
4.3.10. Ventajas frente a marcas nacionales.....	52
4.4. Mercado destino	53
4.4.1. Indicadores económicos	53
4.4.2. Macro entorno	54
4.4.2.1. Factor Político.....	54
4.4.2.2. Factor Económico.....	55
4.4.2.3. Factor Social.	55
4.4.2.4. Factor tecnológico.....	56
4.4.2.5. Factor tecnológico.....	56
4.4.2.6. Factor legal.	56
4.4.3. Relación comercial Ecuador-Canadá	57
4.4.4. Balanza comercial entre Ecuador-Canadá	57
4.4.5. Canal de distribución.....	57
4.4.5.1. Plan de Acción.	58
4.5. Exportación del producto	59
4.5.1. Diseño y composición.....	59
4.6. Promoción	60
4.7. Tratado entre Ecuador y Canadá.	60
4.8. Documentación requerida para la entrada del producto a Canadá.....	61
4.8.1. Permisos de importación y exportación	61
4.8.2. Certificado de Importación Internacional	62

4.8.3.	Requisitos del país exportador (Ecuador)	62
4.8.4.	Trámites necesarios para la exportación del producto	63
4.8.5.	Etapa del Pre-embarque	63
4.8.5.1.	Adquisición del certificado digital (token).....	63
4.8.5.2.	Registro del exportador en el Ecuapass.	63
4.8.5.3.	Documentación de exportación.	64
4.8.5.4.	Transmisión de la DAE en el Ecuapass.	66
4.8.6.	Etapa del Post-embarque.....	66
4.8.7.	Contenedor a usar.....	66
4.8.8.	Proceso Logístico	68
4.8.9.	Logística en el mercado de destino	68
4.8.10.	Empaque	69
4.8.11.	Empaque y Embalaje.....	69
4.8.12.	Contenerización.....	70
4.8.13.	Medidas de seguridad y bioseguridad	71
4.8.14.	Travesía en origen	72
4.8.15.	Compañía de transporte.....	73
4.8.16.	Flete internacional	73
4.8.17.	Travesía	73
4.9.	Financiamiento.....	74
4.9.1.	Inversión.....	74
4.9.2.	Costos.....	74
4.9.2.1.	Costos variables	74
4.9.3.	Estado de resultado	75
4.9.4.	Flujo de efectivo.....	76
Conclusiones y recomendaciones		77
Conclusiones		77
Recomendaciones.....		78
ANEXOS.		84
5. Bibliografía		79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Detalle de ingresos y egresos de la empresa Prochoc S.A.....	8
Tabla 2: Análisis de subpartida.....	12
Tabla 3: Ficha de mercado.....	12
Tabla 4: Principales países exportadores de la partida 1806.90.....	15
Tabla 5: Comercialización y destino.....	15
Tabla 6: Cadena de suministro.....	22
Tabla 7: Ficha de observación de la empresa Prochoc C.A.....	41
Tabla 8: Precio local e internacional.....	47
Tabla 9: Población de Canadá.....	49
Tabla 10: Paridad del poder adquisitivo.....	50
Tabla 11: Empresas exportadoras (competencia).....	52
Tabla 12: Balanza comercial entre Ecuador.Canadá.....	57
Tabla 13: Proyección por unidades.....	74
Tabla 14: Costo del producto.....	74
Tabla 15: Gastos de exportación.....	75
Tabla 16: Estado de resultado.....	75
Tabla 17: Flujo de efectivo.....	76

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1:Gama de Productos Sunkao.....	8
Figura 2:Imagen del cacao.....	8
Figura 3: Producción del cacao.....	9
Figura 4: Quinua.....	10
Figura 5: Garbanzos.....	11
Figura 6: Maracuyá.....	11
Figura 7: Principales vendedores canadienses.....	16
Figura 8: Precios de productos sustitutos.....	17
Figura 9: Pregunta 1 de la encuesta a consumidores de Quebec-Canadá.....	39
Figura 10: Pregunta 2 de la encuesta a consumidores de Quebec-Canadá.....	39
Figura 11: Pregunta 3 de la encuesta a consumidores de Quebec-Canadá.....	40
Figura 12: Pregunta 4 de la encuesta a consumidores de Quebec-Canadá.....	40
Figura 13: Pregunta 5 de la encuesta a consumidores de Quebec-Canadá.....	41
Figura 14: Producto.....	47
Figura 15: Evaluación de matrices.....	47
Figura 16:División del ingreso del consumidor.....	51
Figura 17: Exportaciones ecuatorianas a Canadá.....	53
Figura 18: Canal indirecto corto.....	58
Figura 19: Obligaciones del exportador y minorista.....	59
Figura 20: El producto (diseño y composición).....	59
Figura 21: SGP entre Ecuador y Canadá.....	61
Figura 22: Requisitos del país exportador (Ecuador).....	62

Figura 23: Requisitos para obtener el token.....	63
Figura 24: Requisitos para registrarse como OCE en el Ecuapass.....	64
Figura 25: Transmisión de DAE	66
Figura 26: Etapa del Post-embarque	66
Figura 27: Proceso logístico.....	68
Figura 28: Empaque del producto	69
Figura 29:Embalaje del producto	70
Figura 30: Pallet	70
Figura 31: Paletización del producto	71
Figura 32: Contenerización del producto.....	71
Figura 33: Travesía del transporte interno	72
Figura 34: Travesía internacional.....	73

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos 1 RUC	84
Anexos 2 Ficha técnica	85
Anexos 3 Incoterm CFR	87
Anexos 4 GSP entre Ecuador y Canadá.....	88
Anexos 5 Cotización de flete internacional	89
Anexos 6 Certificado de exportación.....	90
Anexos 7 Portal Ecuapass	91
Anexos 8 Portal Security Data	92
Anexos 9 Ejemplo de contrato de distribución	93
Anexos 10 Formato de DAE.....	94
Anexos 11 Preguntas de la entrevista al Gerente General de la empresa Prochoc C.A..	95

INTRODUCCIÓN.

El presente proyecto tiene como objetivos proporcionar las herramientas necesarias para ejecutar de la mejor manera los procedimientos de comercialización del snack de chocolate a base de quinua en un mercado internacional, el consumo del producto seleccionado ya es distribuido nacional e internacionalmente.

La empresa Prochoc C.A encargada de la elaboración de los productos a exportar al mercado canadiense, se beneficiará mediante los acuerdos existentes que relacionan al mercado canadiense con el país, ofreciendo un producto sano y saludable para su población que demuestra altos índices de consumo sano.

Los productos como la quinua son muy pocos usados en la producción de este tipo de mercancía, lo que le da un valor agregado a la mercancía, adicional que es rico en nutrientes.

La investigación se la realizo con un enfoque cualitativo y cuantitativo, utilizando las diversas metodologías para conocer bien al mercado que afrontan.

El plan de exportación detalla el proceso detallado que inicia desde la emisión de la DAE, incluido el proceso logístico donde se comenta la paletización de la mercancía, la travesía tanto de origen hasta la llegada al destino, demostrando la viabilidad de la implementación del plan de exportación mediante los costos e inversión requerida para el mismo.

CAPÍTULO I

Diseño de la investigación

1.1. Tema

Exportación de bites de quinua cubiertos de chocolate de la empresa Productora de alimentos saludables y chocolate Prochoc C.A. al mercado canadiense

1.2.Planteamiento del Problema

Actualmente, el producto se comercializa en cadenas de supermercados y tiendas especializadas. Según Corporación Favorita, Prochoc ofrece productos sanos y nutritivos y “al presentarlos como bocaditos tienen una mejor aceptación del cliente”. Asimismo, los snacks se venden en Cinemark. Joffre López, encargado del departamento de alimentos y bebidas de la cadena de cines, indica que el producto, en todas sus presentaciones, se ofrece en todas las salas que tienen en el país: Quito, Guayaquil, Ambato y Latacunga.

Cabe recalcar que Ecuador y Canadá cuentan con numerosas negociaciones bilaterales que permiten la expansión de productos ecuatorianos a nuevos mercados, así mismo los países latinoamericanos cada vez abarcan mayor relevancia para los consumidores canadienses debido su alta aceptación a los productos saludables.

La empresa Prochoc C.A. está incursionando en la internacionalización de sus productos, pero a pesar de que cuenta con la capacidad productiva el desconocimiento de oportunidades y de procesos operativos y logísticos, la inexperiencia en otros mercados y la estabilidad en el mercado nacional han hecho que la empresa no logre sobrepasar las fronteras y posicionarse en mercados internacionales.

1.3.Formulación del Problema.

¿Cuáles son los procesos de exportación del producto bites de quinua cubiertos de chocolate hacia el mercado de Canadá?

1.4.Sistematización del problema.

¿Cuáles son los procesos operativos y logísticos para ingresar al mercado de Canadá?

¿Qué medidas se deben cumplir para poder realizar exportación al mercado de Canadá?
¿De qué manera se pueden identificar los procesos para comercializar bites de quinua cubiertos en el mercado de Canadá?

1.5.Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General.

Elaborar un plan de exportación de bites de quinua cubiertos de chocolate de la empresa Prochoc hacia Montreal-Canadá para posicionar el producto en un nuevo mercado.

1.5.2. Objetivos específicos.

- Recopilar información inherente al proceso de exportación hacia el mercado de Canadá.
- Identificar la normativa de comercialización de productos del mercado de Montreal-Canadá.
- Desarrollar un plan de exportación de bites de quinua cubiertos de chocolate al mercado de Montreal-Canadá.

1.6.Justificación de la investigación

El desarrollo de esta investigación es importante porque será de utilidad como una guía para la empresa Prochoc a través de la determinación de los procesos de exportación hacia el mercado de Canadá.

Productora de alimentos saludables y chocolates Prochoc C.A. es una empresa ecuatoriana ubicada en Guayaquil, entre sus principales actividades está la fabricación de chocolate y pastelería de granos de cacao la cual desde sus inicios se proyectó a la internacionalización del producto, lo cual tiene una alta relevancia, debido a que la implementación del presente proyecto incentivará a los productores locales a poder extender sus ventas a niveles internacionales realizando negociaciones directas y de esta forma incrementar el margen de ganancia.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) considera a la quinua como uno de los alimentos más completos de la naturaleza debido a su alta consideración alimenticia.

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) indica que “Sus granos son altamente nutritivos; con una importante cantidad de proteínas y compuestos bioactivos. Además, la quinua representa un alimento nutricionalmente bien balanceado, con múltiples propiedades funcionales relevantes para la reducción de factores de riesgo de enfermedades crónicas.

Mediante este proyecto se demostrará las facilidades en el proceso de exportación de productos perecibles a través de métodos operativos y logísticos previamente establecidos para llegar a un mercado donde la calidad alimenticia se fundamenta en el consumo de productos saludables que contengan un buen sabor.

1.7.Delimitación o alcance de la investigación

- Campo: Exportación
- Área: Comercio Exterior
- Destino: Montreal – Canadá
- Producto: bites de quinua cubiertos de chocolate
- Empresa: Productora de alimentos saludables y chocolate Prochoc C.A
- Tiempo: El tiempo de la investigación de aproximadamente 4 meses para su posterior presentación y sustentación del proyecto.
- Espacio: Guayaquil-Ecuador
- Año: 2022

La presente investigación se enfoca en identificar los procesos de comercialización de los bites de quinua cubiertos de chocolate de la empresa Prochoc en el mercado de Quebec-Canadá.

Según lo que se estipula en la presente investigación del mercado canadiense, se recopilará información inherente al proceso de exportación hacia el mercado se identificará la normativa de comercialización de productos del mercado de Montreal-Canadá tomando como referencia el modelo de la compañía de comercio y exportación de Puerto Rico, de la cual solo se van a considerar ciertos puntos necesarios para el desarrollo del presente proyecto y otros serán omitidos, esto se encuentra detallado en el capítulo II y desarrollado en el capítulo IV.

En el capítulo II donde se encuentra el marco teórico de la investigación en mención se tomó en cuenta la teoría de las economías a escala, ya que nos sirve en cuanto al análisis del crecimiento de la empresa, verificando la viabilidad de sus costos de producción. Adicional se consideró la teoría de la ventaja comparativa debido a que la empresa Prochoc, en relación a la teoría mencionada, posee la ventaja de tener al alcance la biodiversidad de productos locales que tiene el Ecuador, lo que reduce sus costos en comparación al país destino, beneficia a la producción, y contribuye al consumo de productos locales.

En el capítulo III se detalló la metodología y técnicas de investigación con el fin de recopilar información como lo indica el primer objetivo específico de la presente investigación, a través de encuestas y ficha de observación de la empresa Prochoc C.A.

El modo de transporte se realizará vía marítima, debido a que el producto tiene como fecha de vencimiento 1 año a partir de la fecha de producción, además este tipo de transporte tiene costos más bajos con respecto a las demás modalidades.

En cuanto al incoterm se utilizará CFR (Cost and Freight), debido a que el transporte internacional hacia Canadá es menor si se contrata desde Ecuador, lo que hará que el costo final de importación sea atractivo para los importadores.

1.8.Idea a Defender

La propuesta de desarrollar un plan de exportación de bites de quinua cubiertos de chocolate para la empresa Prochoc permitirá identificar los procesos de comercialización del producto en el mercado de Montreal – Canadá.

1.9.Línea de investigación institucional/facultad

La línea de investigación se la encuentra en la Unidad de Titulación de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, situándonos en la línea 1 la cual hace referencia a la formación integral, atención a la diversidad y educación inclusiva.

Cabe recalcar que el dominio 1 indica que se encuentran los emprendimientos sustentables y sostenibles, seguido por la línea institucional del desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables y como último punto las líneas de la facultad el proyecto se encuentra en el área de Marketing, comercio y negocios globales.

CAPITULO II

2. Marco Teórico

2.1. Antecedentes

2.1.1. La empresa

PROCHOC es una empresa nueva que elabora y comercializa productos saludables y naturales, combinando con el chocolate Premium de Ecuador, fue fundada el 12 de noviembre del 2015 e inscrita en el registro mercantil el 27 de noviembre del mismo año, ubicada en el km 4.5 de la av. Juan Tanca Marengo en la ciudad de Guayaquil.

SUNKAO es una marca ecuatoriana que rescata los valores nutricionales milenarios que nos ofrece nuestra tierra, fusionando nuestro cacao de calidad premium con productos exóticos y nutritivos para obtener así un snack saludable 100% ecuatoriano. Los productos que les presentamos actualmente son: Bolitas de Quinoa recubiertas de Chocolate Milk y Dark, en presentaciones diferentes.

Cabe recalcar que empresa Prochoc C.A. utiliza cacao nacional arriba que es un insumo muy apreciado en el exterior debido a que tiene aroma más fino y sabor fresco, para agosto del 2021 el 28% de las exportaciones de Ecuador corresponden a este tipo de cacao. Han existido varios intentos de cultivo en otros países, pero han fracasado y su producción solo se desarrolla en Ecuador, cabe recalcar que en la provincia de Los Ríos y Bolívar logran mejores resultados en cuanto a sabor.

Alimentarse de manera saludable y deliciosa, utilizando insumos autóctonos de Ecuador, es el objetivo de Productora de Alimentos Saludables y Chocolates (Prochoc).

En el 2015 surgió la necesidad de crear un tipo de oferta que combine lo delicioso con nutritivo ya que no existía en el mercado. Uno de los detalles que se quería incluir en los alimentos era chocolate premium. Se realizó un análisis de opciones y llegaron a la conclusión que podían fabricar un snack 100% ecuatoriano. La pequeña empresa desarrolló la parte pre-operativa durante el 2016. En el 2017 comenzó la producción. En agosto se hizo el lanzamiento y comercialización a escala nacional de los productos, bajo la marca Sunkao. El nombre es una combinación de dos palabras vinculadas con sol y

cacao. El astro es uno de los principales elementos que fertiliza y permite la producción de alimentos nutritivos en el mundo. La elaboración arrancó con dos tipos de productos, pero ahora cuenta con cuatro, cada uno con dos presentaciones (35 y 120 gramos). Al momento, la iniciativa ecuatoriana está dedicada a nuevos desarrollos.

Entre los alimentos que comercializa Prochoc están bolitas de quinua cubiertas de chocolate con leche y bolitas de cada cereal cubiertas con chocolate negro semi-amargo, con un alto porcentaje de cacao fino de aroma.

La planta productora se encuentra en Guayaquil por razones logísticas. “Dentro de nuestra estrategia de negocio está el realizar una verificación in situ de los insumos y en la Costa están los cultivos de cacao. Tratamos de estar cerca de los productores para obtener materias primas de alta calidad.

La compañía ha cancelado anticipadamente con el aporte voluntario a las cuentas por pagar con cargo de sus accionistas y en su totalidad la obligación bancaria mantenida con el banco de pacifico por el monto de \$45.000 a 180 días plazos a una tasa de interés del 11.23%.

Las fundas de Sunkao aparte de ser comercializadas en los supermercados también se venden dentro de los combos de los cines, que incluyen también canguil y bebida. “Eso tiene un costo de USD 9; esto genera una compra mensual de 900 unidades.

La oficina comercial de Pro Ecuador en Bolivia anunció que la empresa, precisamente, participó en una misión comercial a mediados de abril pasado en Santa Cruz y La Paz. En la última década, Bolivia importó USD 4 804 millones en alimentos elaborados, creciendo en un promedio de 6% anual y comprando a 71 países distintos. Los propietarios explicaron que prevén participar en ferias para presentar sus productos.

Tabla 1 Detalle de ingresos y egresos de la empresa Prochoc S.A.

Año	Ingresos	Egresos	Utilidad/Perdida
2018	\$ 11.761,00	\$ 58.288,00	\$ -46.527,00
2019	\$ 54.512,00	\$139.609,00	\$ -85.097,00
2020	\$ 89.871,00	\$109.736,00	\$ -19.865,00

Fuente: Superintendencia de Compañías y Seguros

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

Según la tabla #1, se puede observar que en el periodo 2018-2020 no ha existido una utilidad neta, pero los ingresos han ido en crecimiento lo que da a notar la acogida en el mercado ecuatoriano.

2.1.2. Gama de productos Sunkao

<p>Bolitas de Quinoa cubiertas de Chocolate Premium Milk</p>	<p>Bolitas de Quinoa cubiertas de Chocolate Premium Negro 55% Cacao</p>	<p>Bolitas de Quinoa sabor a Maracuyá cubiertas de Chocolate Premium Negro 55% Cacao</p>	<p>Bolitas de Garbanzo cubiertas de Chocolate Premium Negro 55% Cacao</p>
			
<p>Presentaciones 40g y 120g 40g 30 unidades por caja 120g 12 unidades por caja</p> <p>Libre de gluten Sin preservantes Producto natural 0% grasas trans Fuente de energía</p>	<p>Presentaciones 40g y 120g 40g 30 unidades por caja 120g 12 unidades por caja</p> <p>Libre de gluten Sin preservantes Producto natural 0% grasas trans Apto para veganos Fuente de energía</p>	<p>Presentaciones 40g y 120g 40g 30 unidades por caja 120g 12 unidades por caja</p> <p>Libre de gluten Sin preservantes Producto natural 0% grasas trans Apto para veganos Fuente de energía</p>	<p>Presentaciones 50g y 140g 50g 30 unidades por caja 140g 12 unidades por caja</p> <p>Libre de gluten Sin preservantes Producto natural 0% grasas trans Apto para veganos Fuente de energía</p>

Figura 1:Gama de Productos Sunkao

Fuente: Sunkao.com

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

2.1.3. Ingredientes

2.1.3.1. Cacao.



Figura 2:Imagen del cacao

Fuente: Deposiphotos

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

El cacao es una fruta tropical, sus cultivos se encuentran mayormente en el Litoral y en la Amazonía. Es un árbol con flores pequeñas que se observan en las ramas y producen una mazorca que contiene granos cubiertos de una pulpa rica en azúcar. La producción de cacao se concentra principalmente en las provincias de Los Ríos, Guayas, Manabí y Sucumbíos.

2.1.3.1.1. Historia del cacao.

La domesticación, cultivo y consumo del cacao fueron realizados por los toltecas, aztecas y mayas hace unos 2.000 años; sin embargo, investigaciones recientes indican que al menos una variedad de cacao tiene su origen en la Alta Amazonía, hace 5 000 años.

Existen registros de que Ecuador produce cacao desde 1780, pero en 1911 fue cuando llegó a ser uno de los mayores exportadores. Hoy, la mayor parte del cacao exportado por Ecuador corresponde a una mezcla de Nacional y Trinitarios introducidos en 1930 y 1940, y se define como Complejo Tradicional.

2.1.3.1.2. Producción de cacao.



Figura 3: Producción del cacao
Fuente: Redagrícola
Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

Para establecer una plantación de cacao se requiere obtener la superficie adecuada, que permita una producción sustentable. La zona escogida debe tener tanto el tipo de suelo como las condiciones climáticas adecuadas, para asegurar el establecimiento de una plantación productiva con las labores mínimas necesarias. En cuanto al establecimiento de una plantación de cacao, esta incluye los costos de instalación: preparación del suelo, plantación de los árboles de sombra y de cacao, podas de formación, control de malezas,

aplicación de fertilizantes y otros productos. Así mismo se requiere la construcción de la infraestructura que incluye caminos internos, canales de drenaje y riego, viveros, fermentadores y secadoras.

2.1.3.1.3. Industrialización del cacao.

El proceso industrial del cacao inicia con la limpieza del grano para retirar todo tipo de material extraño la procesadora tuesta el grano para que sobresalga el sabor y el color a chocolate a una temperatura tiempo y grado de humedad que dependerá del tipo de grano utilizado y el tipo de chocolate que se requiere producir

El proceso continúa en la descascaradora; se lo alcaliniza para desarrollar el sabor y color; y, se muele para producir licor de cacao. Como cada empresa manufacturera utiliza más de un tipo de grano en sus productos, es necesario que se los prepare bien para poder mezclarlos en la fórmula. El licor que no se destina a la producción de chocolate para mesa, va a un proceso de filtración mediante el cual se separan las tortas, o sólidos de cacao, de la manteca de cacao.

2.1.3.2. Quinua.



Figura 4: Quinua
Fuente: El tiempo
Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

Originaria de los Andes, la quinua es un recurso alimenticio natural de alto valor nutritivo cuya importancia es cada vez más reconocida en la seguridad alimentaria, para las generaciones presentes y futuras. Los pueblos indígenas andinos han mantenido, controlado, protegido y preservado este cultivo alimentario utilizando sus conocimientos y prácticas tradicionales.

2.1.3.3. Garbanzos.



Figura 5: Garbanzos
Fuente: Delicias Kitchen
Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

El garbanzo es una especie de leguminosa muy apreciada desde la antigüedad en la cocina a nivel mundial. Desde su origen en Turquía hasta la actualidad en el mundo el garbanzo forma parte cada vez más de platos y snacks. Destaca por ser una gran fuente de fibra, vitaminas, minerales, y sobre todo de proteínas. Por lo que consumir garbanzos es beneficioso para la salud mientras que aporta varios nutrientes y minerales.

2.1.3.4. Maracuyá.



Figura 6: Maracuyá
Fuente: ActualFruveg
Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

Es una de las frutas tropicales más populares, se cultiva en Manabí, Esmeraldas, Los Ríos y Guayas, tiene picos de producción en los meses de abril-junio y en el mes de octubre, esto se debe a las favorables condiciones climáticas que ofrece Ecuador. Se destaca por su alto contenido de vitamina C, vitaminas antioxidantes y provitamina A.

2.1.4. Análisis de la subpartida

Tabla 2: Análisis de subpartida

Análisis de subpartida nacional	
Sección IV	Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados
Capítulo 18	Cacao y sus preparaciones
Partida sistema armonizado 18.06:	- Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao
Subpartida del Sistema Armonizado:	- Los demás
Subpartida regional 1806.90.00	
Subpartida nacional 1806.90.00.00	

Fuente: Pudeleco Editores S.A.

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

2.1.5. Mercado Meta

2.1.5.1. Ficha de mercado.

Tabla 3: Ficha de mercado

Ficha del mercado	
País importador	Canadá
Capital	Ottawa
Mercado meta	Quebec
Superficie	9.879.750 Km ²
Población Quebec	8.164.361
Tipo de gobierno	Democracia parlamentaria, federación, monarquía constitucional
Niveles de gobierno	Federal, provincial/territorial, municipal
Moneda	1 CAD
Horario laboral	Lunes a viernes de 9:00 am - 17:00 pm
Horario negocios	Lunes a domingos
Idiomas	Inglés y francés
Total import. (2021)	8000 miles USD
Total export. (2021)	0

PIB	2,90%
Tasa de desempleo	5,67%
Inflación (bienes)	4,40%

Fuente: TFO Canadá

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

2.1.5.2. Perfil del consumidor.

El alto consumo se da principalmente en las provincias de Ontario, Quebec y Columbia Británica, los cuales se dividen en:

- El consumidor de clase media y baja se centra en la adquisición de productos de bajo precio.
- El consumidor con alto poder adquisitivo se orienta a la compra de productos de gran calidad y muy específicos denominados “delicatessen”.

Se aprecia una demanda creciente de productos orgánicos, naturales que, normalmente ocupan lugares destacados en los puntos de venta, ya que, existe una gran concentración de los consumidores con mejor poder adquisitivo en las áreas metropolitanas, así mismo la demanda de productos naturales, orgánicos, gourmet y delicatessen. (Subsecretaría General de Relaciones Internacionales y Asuntos comunitarios, 2019).

Los canadienses buscan cadenas de supermercados que contengan productos naturales, saludables y orgánicos, estos tienen una amplia acogida además de recomendaciones y excelentes comentarios por los clientes ya que va de acuerdo a su tendencia alimenticia. Cabe recalcar que Quebec es la segunda ciudad más grande Canadá por lo cual se logrará que el producto sea demandante en este mercado en poco tiempo así podrá satisfacer las necesidades de los clientes e incrementar el número de consumidores que es lo que la empresa busca, abrirse paso en un nuevo mercado.

Cabe recalcar que Canadá es un país con una balanza comercial estable, por lo cual está abierto al ingreso de nuevos productos que tengan diversificación e individualidad. En Canadá es de suma importancia conectarse con el cliente y estar atento a las opiniones

del bien que se está ofertando, ya que con esta estrategia se puede lograr fidelizar de forma rápida y oportuna, es recomendable indicar en el producto alguna página web o correo electrónico donde puedan comunicarse por cualquier inquietud o inconformidad, de esta forma la experiencia post venta será una clave al éxito en este mercado.

En relación a la población cabe destacar que el 62% de los canadienses viven en Ontario y Quebec, adicional 1 de cada 3 canadienses viven en Toronto, Montreal o Vancouver. Canadá busca impulsar el crecimiento económico y satisfacer todas las demandas del consumidor, es por eso que necesitan una amplia variedad de productos dependiendo fuertemente de las importaciones para lograr esta diversidad y obtener productos diferenciadores.

La inmigración ha hecho que existan diversos gustos del consumidor, el multiculturalismo de Canadá causa una gran influencia en los gustos y preferencias del consumidor, en la actualidad muchos de los productos que solo se comercializaban en ciertos nichos de mercados étnicos ahora se han esparcido ampliamente y están siendo adoptados por nuevos nichos ofreciendo a los importadores de productos nuevos incrementando el potencial de ventas en Canadá.

El gobierno canadiense ofrece accesos preferenciales al mercado y busca diversificar las oportunidades comerciales y ha firmado varios tratados comerciales tanto con países en desarrollo como emergentes, en la actualidad cuenta con tratados con 43 países.

Cabe recalcar que este país ofrece tasas arancelarias más bajas y un acceso al mercado libre de impuestos y contingentes a los países en desarrollo con el fin de que tengan una ventaja competitiva.

2.1.6. Principales países exportadores de la subpartida en los últimos 5 años.

Tabla 4: Principales países exportadores de la partida 1806.90

\$ americanos (miles)

Exportadores	2017	2018	2019	2020	2021
Alemania	\$ 2.079.419,00	\$ 2.210.656,00	\$ 2.148.689,00	\$ 2.140.446,00	\$ 2.321.509,00
Italia	\$ 1.466.757,00	\$ 1.517.078,00	\$ 1.570.519,00	\$ 1.541.734,00	\$ 1.794.955,00
Polonia	\$ 1.042.061,00	\$ 1.157.559,00	\$ 1.198.699,00	\$ 1.287.621,00	\$ 1.514.001,00
Bélgica	\$ 1.371.615,00	\$ 1.448.317,00	\$ 1.424.673,00	\$ 1.362.206,00	\$ 1.488.579,00
USA	\$ 957.405,00	\$ 987.307,00	\$ 998.302,00	\$ 824.230,00	\$ 1.007.551,00

Fuente: TradeMap**Elaborado por:** Mera&Moreira (2022)

En la tabla #4 se puede observar cómo los países exportadores de la partida 1806.90 han incrementado sus ventas en los últimos 5 años, en el 2020 por efectos de pandemia estos bajaron, pero no significativamente, manteniendo así una línea constante y en su mayoría en aumento, para el 2021 Alemania se posiciona como el principal exportador de Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao.

Tabla 5: Comercialización y destino

Empresas	Volumen de negocio en USD	Numero de categoría de producto	Principales importadores
Ferrero del Ecuador S.A.	\$81.154,00	2	Colombia, Argentina y Chile
Nestle Ecuador, S.A.	\$465.038,40	3	Colombia, Argentina y Chile
Universal Sweets Industries S.A - Universal Sweet Industries S.A.	\$ 25.796,00	2	Colombia, Argentina y Chile
Cacaos Finos Ecuatorianos S.A Cafiesa - Cafiesa	\$10.655,02	1	Colombia, Argentina y Chile

Fuente: TradeMap**Elaborado por:** Mera&Moreira (2022)

Como observamos en el cuadro anterior, tenemos las 4 primeras competencias indirectas en el mercado nacional en cuanto a la comercialización de los productos similares, teniendo a Nestlé S.A como líder en la distribución de snack a base de chocolate, seguido de Ferrero del Ecuador S.A, teniendo como principales mercados internacionales a Colombia, Argentina y Chile debido a los acuerdos comerciales que tiene el Ecuador con los países Sudamericanos.

Es de conocimiento que la empresa Prochoc C.A. posee clientes en el mercado local, lo cual facilita la posible negociación con distribuidores nacionales, no obstante, la exportación resulta más recomendable al existir en Canadá una tendencia mayor hacia el consumo de este tipo de producto.

2.1.7. Clientes que manejan las marcas locales

Las marcas a nivel nacional se dedican principalmente a la venta mayorista y minorista, lo cual les permite estar al alcance del consumidor. Como puntos de ventas estratégicos se mencionan los supermercados, despensas y mini markets, a diferencia de la empresa PROCHOC C.A que abastece a clientes mayoristas y supermercados con un alcance medio en el mercado, teniendo como principal distribuidor, a la Corporación Favorita C.A.

2.1.8. Ventajas frente a marcas nacionales

Los productores de snack a base de cacao, Quinoa ubicados en el país están muy bien posesionados, inclusive exportan hacia otros países como Chile, Colombia, Argentina y Perú. Entre las ventajas que pueden darse es contar con un producto poco explotado como es el caso del Sunkao.

El mercado canadiense se encuentra innovando, además de contar con un alto consumo de productos orgánicos y nutritivo, favoreciendo la comercialización del producto y la marca. Para esto se deben dar a conocer oportunidades que los importadores consideren que posee el snack, siendo así una ventaja para la empresa PROCHOC C.A. para quien está desarrollando el presente plan de exportación.

2.1.9. Comercialización y destinos de competencia en Canadá

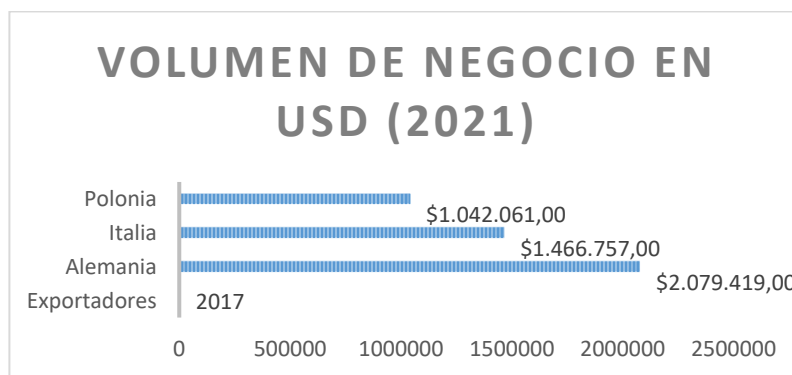


Figura 7: Principales vendedores canadienses

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

Como se puede observar en la ilustración #13 existe una competencia indirecta tanto por compañías canadienses como por compañías extranjeras y en la actualidad cuentan con un alto volumen de negocio.

Empresas	Valor unitario	Procedencia	Imagen
Brookside Foods Ltd	\$ 9,29	USA	
Barry Callebaut Canada Inc - Bouchées D'amour	\$ 15,63	Suiza	
Meury, Laurent Inc - Petite Grange, La	\$ 35,00	Canadá	
Chocolat Lamontagne Inc	\$ 11,16	Canadá	

Figura 8: Precios de productos sustitutos

Fuente: Varias

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

En la ilustración 12 podemos observar los precios de los snacks que actualmente se comercializan en Quebec-Canadá, estas 4 empresas son la competencia directa, ya que ofrecen productos sustitos a Sunkao.

2.2.Marco Referencial

2.2.1. Teorías del comercio exterior

A partir del siglo XVII comenzó a tener una gran relevancia el surgimiento de diferentes teorías, el comercio internacional es una actividad que se va expandiendo y cada vez y actualmente es una clave para que las empresas logren incorporarse a nuevos mercados. El término de economía internacional es muy aplico ya que abarca un estudio

de varios factores como balanza comercial, mercado de divisas, teorías y políticas de comercio internacional.

En el presente proyecto se tomará como referencias 2 teorías detalladas a continuación:

2.2.1.1. Economías de escala.

El objetivo de una economía escala es incrementar la producción a menos costo por cada unidad producida, ese modelo es atractivo para las empresas debido a que permite una mejora de rendimiento constante, por lo cual se busca “Lograr mayores niveles de producción a la vez que se alcanza reducir los costes operativos es para las empresas un objetivo que se busca constantemente. Y esto es lo que se entiende por economía de escala. Incrementar al máximo los niveles de producción de un producto, abaratando el coste unitario por la producción de dicho producto” (S., 2022)

En relación a esta teoría, el cual hace referencia a la capacidad de producción de las empresas, cuando una empresa alcanza un nivel de producción superior, los costos proyectarán una variación a favor, es decir, a medida que la empresa aumenta su nivel de producción, los costos por unidad se reducirán, cuanto más produce menos será el costo.

Las economías a escala permiten que exista un crecimiento en la producción y el comercio internacional busca que los países realicen la producción restringida de bienes y servicios diferenciadores, por lo cual a unir estos dos conceptos da origen a una competencia imperfecta rompiendo con las restricciones que posee el mercado interno. De esta manera se contribuye al incremento de variedad de los bienes/servicios de los países que realizan intercambios comerciales.

La empresa Prohoc cuenta con una infraestructura capaz de cubrir la demanda del mercado, según los resultados proyectados en sus balances, esto implica a que la empresa presenta una capacidad para entrar a un mercado nuevo.

La teoría descrita nos sirve en cuanto al análisis del crecimiento de la empresa, verificando la viabilidad de sus costos de producción, en cuanto al impacto que tendrá en un mercado extranjero, si es capaz de cubrir la demanda extranjera.

2.2.1.2. Teoría de la ventaja comparativa.

“La ventaja comparativa significa poder producir algo utilizando relativamente menos esfuerzos o recursos que otro. Como su nombre indica, en comparación con X puede ser más eficiente, pero no necesariamente será el mejor. Esta teoría que es más antigua que la anterior. Fue David Ricardo quien la ideó pensando en dos cuestiones: especialización en los productos en los que sean relativamente mejores y coste de oportunidad. Este último concepto hace referencia al coste al que renunciamos al tomar una decisión. Es decir, todo aquello que perdemos por lo haber elegido la mejor opción posible” (Universidad UNADE, 2022).

Para definir la teoría de la ventaja comparativa, es necesario mencionar aspectos importantes de la ventaja absoluta. Esta teoría señala que un país exportaría aquellas mercancías en las que tuviera ventaja absoluta de costes, esto es, aquellas mercancías cuyo coste total de producción en términos absolutos fuera inferior en dicho país, en comparación con los costes de producir la misma mercancía en otro país.

Mencionado lo anterior, los países deberán importar sus productos a aquellos países que no cuenten con la capacidad de producir dicho bien y exportar el bien que puedan producir.

Dicha teoría de la ventaja comparativa hace referencia al beneficio que tienen los países que cuentan con su propia capacidad de autoabastecimientos, ya sea en materia prima o servicios esenciales, donde el costo relativo de producción es en comparación más bajo que en otros países.

La empresa Prohoc, en relación a la teoría mencionada, posee la ventaja de tener al alcance la biodiversidad de productos locales que tiene el Ecuador, lo que reduce sus costos en comparación al país destino, beneficia a la producción, y contribuye al consumo de productos locales.

2.2.2. Tipo de negociación

Los INCOTERMS 2020, denominados términos de negociación voluntaria entre importador y exportador en el comercio internacional, aquellos determinan ciertos parámetros para que la negociación sea justa para ambas partes.

Dichos parámetros describen los siguientes aspectos, el cual ayudará la mejor comprensión de cada uno de los términos establecidos el cual se acoplen a la negociación realizada:

- Lugar y tiempo donde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercancía, del vendedor al comprador.
- El lugar de entrega de la mercancía
- Quién contrata y paga los gastos de transporte y seguro.
- Qué documentación tiene que tramitar cada una de las partes.

Haciendo referencia a los incoterms 2010, los cambios que se presentan en la publicación actual son mínimas, uno de ellos se da en el término DAT (delivered at terminal) a DPU (delivered at place unloaded – entregada en lugar de descarga), dicho cambio se da por el poco uso que han hecho del término de negociación, debido a la mala interpretación de la palabra “terminal” que se entendía que se usaba únicamente para transporte marítimo, el cual la versión 2010, detallaba que no era destinado únicamente a los terminales marítimo.

DPU está pensado para aquellas empresas que se encargan de vender por proyectos o mercancías muy delicadas que requieren controlar toda la cadena logística desde la carga en origen a la descarga y puesta en funcionamiento en destino (a excepción de los trámites aduaneros y el pago de impuestos en destino).

2.2.2.1. Negociación Prohoc C.A.

En el proyecto presentado, el término de negociación a utilizar y más óptimo a ser aplicado en el plan de exportación presentado es el término CFR. En la actualización de los incoterms, en el término CFR no se realizaron modificaciones

En los términos C el vendedor contrata y asume los costes del transporte principal pero no el riesgo por pérdida o daño, que será por cuenta del comprador desde el momento en que se realiza la entrega al primer transportista en el país de origen. (revisar anexo #3)

Entre los términos de negociación que están dentro de esta categoría son los siguientes:

- Cost and Freight significa costo y flete.
- Cost, Insurance and Freight, significa Coste, seguro y flete.
- Carriage Paid To, significa transporte pagado hasta.
- Carriage and Insurance Paid To, significa transporte y seguro pagado hasta.

En la mayoría de los INCOTERMS, los intervinientes no están obligados a contratar un seguro contra riesgos, esto conlleva a que a menudo las mercancías acaben viajando sin seguridad alguna, teniendo en cuenta los riesgos por el que atraviesan. En el caso del termino CFR, el vendedor está obligado a cumplir con todas las responsabilidades que se dan en la travesía del país del origen.

Se escogió este término debido a que los costos pueden ser controlados por la empresa, lo que dejaría oportunidades de negociación en cuanto al valor de la mercancía a exportar dejando toda la responsabilidad en gran parte de la operación.

2.2.3. Cadena de suministro

“La cadena de suministros, son un conjunto de elementos que permiten a las empresas contar con la estructura necesaria para llevar adelante el desarrollo de un producto. El objetivo principal, como es de suponer, es la de llegar al mercado satisfaciendo las necesidades de los consumidores finales”. (Nieto, 2021)

Es el conjunto de funciones, procesos y actividades que permiten que la materia prima, productos o servicios sean transformados, entregados y consumidos por el cliente final.

En cuanto a las funciones mencionadas, cada una cumple un objetivo como la función de compras, encargada de adquisición de las mercancías y servicios de calidad para la compañía, la función de planificación, es la encargada del estudio de la demanda actual y futura del producto y servicio que ofrece la empresa.

En cuanto los procesos uno de los más importantes es el de cliente – importador, encargada de realizar los pedidos de ventas, la entrega y recepción de los productos, en la facturación es importante identificar las necesidades, las peticiones de oferta, las

negociaciones con los proveedores, el aprovisionamiento de las mercancías y la emisión de los pagos.

Entre las negociaciones cabe dejar claro todo lo relacionado con lo siguiente:

Ecuador se encuentra en un proceso de desarrollo en cuanto a la logística, los avances tecnológicos que se encuentra realizando el puerto marítimo de manta como el dragado, el propósito de esta socialización es dar a conocer la finalización del Dragado en el Terminal Pesquero, el cumplimiento de los respectivos estándares ambientales, proceso de remoción de escombros del fondo marino y ejecución presupuestaria del proyecto, en el marco de la política de transparencia y de rendición de cuentas a la ciudadanía, lo cual mejorará la calidad del servicio que tendrá el comprador en cuanto a la exportación del bites de chocolate con quinua al mercado Canadiense.

En cuanto al puerto de Guayaquil, según José Modesto Apolo, un jurista ligado a la actividad marítima, dice que el sistema portuario de Guayaquil ha crecido en los últimos años con importantes inversiones, de las cuales una parte ha sido desplegada en los puertos privados. Solo en lo que va del año estima que hay casi \$ 40 millones invertidos en los puertos privados.

Estas inversiones que se han realizado en los puertos más importantes del Ecuador, provocarán un incremento en el flujo de buques, causando una mejoría en la calidad del servicio al momento de la exportación.

Según (Nieto, 2021) indica que, los elementos que conforman la cadena de suministros de una empresa son las siguientes: supervisión desde la cual se obtienen las materias primas, fabricación de productos, producción, distribución y transporte, entrega”

Para el presente proyecto, se decidió resumir en tres procesos para complementar nuestra cadena de suministro, los cuales tenemos:

Tabla 6: Cadena de suministro

Proceso	Detalles
Suministro	En este punto se realizará la compra de los insumos a productores nacionales que utiliza Prochoc C.A. para elaborar sus productos

Fabricación	Prohoc C.A. se encarga de realizar todo el proceso de producción, industrialización, empaque y embalaje
Logística Local	Prohoc C.A. se encarga de contratar el transporte interno y la logística pertinente
Distribución Internacional	Este proceso se realizará a través de empresas comercializadoras de alimentos con el fin de llegar al consumidor final

Fuente: Cetys Universidad

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

La cadena de suministro que se espera tener para la empresa Prohoc S.A empieza desde la adquisición de los insumos para proceder con la transformación de los mismos hasta lograr llegar al producto empacado para su distribución internacional.

2.2.4. Modelo de diseño de Plan de exportación de Puerto Rico.

En el presente proyecto, el modelo a usar para realizar exportación de bites de quinua cubiertos de chocolate de la empresa Productora de alimentos saludables y chocolate Prohoc C.A. al mercado canadiense es el plan de exportación de la Compañía Comercio y Exportaciones de Puerto Rico.

Resumen ejecutivo

Introducción

1. Análisis del potencial exportador

1.1 Perfil de la compañía

1.2 Datos básicos y reseña histórica de la compañía

1.3 Visión, Misión y Objetivos de la empresa

1.4 Situación de la compañía

1.5 Análisis organizacional

1.6 Productos y/o Servicios

1.7 Producción

1.8 Recursos financieros y no financieros para la exportación

1.9 Mercadeo

1.10 Estructura de la industria

1.11 Políticas de mercadeo y comercialización

1.12 Destinos de productos, volúmenes y precios

1.13 Canales de distribución

1.14 Principales clientes

1.15 Expectativas de los clientes

1.16 Percepción del cliente sobre el producto

1.17 Estrategias de promoción

1.18 Competitividad

1.19 Análisis de la competencia

1.20 Posición frente a la competencia

1.21 Ventajas comparativas

1.22 Evaluación global y conclusiones

1.23 Análisis FODA

1.24 Percepción de barreras

1.25 Conocimiento de mercados internacionales

1.26 Evaluación / comentario potencial exportador

2. Selección de mercados

2.1 Preselección de mercados (países de interés)

2.2 Priorización de mercados (criterios de selección)

2.3 Selección final de mercados

3. Análisis del país objetivo (más país alterno y país contingente)

- 3.1 Perfil del país
- 3.2 Análisis del entorno comercial e indicadores económicos
- 3.3 Identificación de las oportunidades y amenazas del mercado
- 3.4 Análisis del sector xz y mercado
- 3.5 Comercio bilateral
- 3.6 Acuerdos comerciales
- 3.7 Tratamiento arancelario
- 3.8 Requisitos
 - 3.8.1 Requisitos para entrar al mercado
 - 3.8.2 Licencias
 - 3.8.3 Documentación requerida para la entrada del producto
 - 3.8.4 Etiquetado y empaque
- 3.9 Otras barreras no arancelarias
- 3.10 Logística
- 3.11 Canales de distribución
- 3.12 Mercadeo
 - 3.12.1 Posicionamiento de la marca
 - 3.12.2 Segmento del mercado al que está dirigido el producto
 - 3.12.3 Perfil del consumidor
 - 3.12.4 Elementos que inciden en la decisión de compra
 - 3.12.5 Temporadas de compra

- 3.13 Análisis competencia local e internacional
 - 3.13.1 Compañías y países competidores en el mercado
 - 3.13.2 Precios
- 3.14 Entidades de apoyo/ Organismos de promoción y ayuda para ingresar al mercado
- 3.15 Contactos comerciales
- 3.16 Protocolo
 - Cultura / cómo hacer negocio en el país

4. Estrategias

- 4.1 Estrategias dirigidas a la empresa
- 4.2 Estrategias dirigidas al producto
- 4.3 Estrategias dirigidas al mercado / de promoción
- 4.4 Mezcla de mercado (4 Ps)

5. Plan de acción

- 5.1 Cronograma
- 5.2 Identificación de necesidades
- 5.3 Participación en ferias/misiones especializadas

6. Plan de financiación

2.2.5. Estructura del plan de exportación de bites de quinua cubiertos de chocolate al mercado canadiense.

1. Título de la propuesta

2. Análisis del potencial exportador

- Detalles del productor – exportador
- Análisis FODA de la empresa

3. Mercadeo

- El producto: Sunkao
- Evaluación de matrices del producto
- Tendencias del consumidor
- Población de Canadá
- Gastos de consumo
- El ingreso del consumidor canadiense
- Participantes de la industria local de los snacks de chocolate
- Comercialización y destinos
- Calientes locales de Prochoc
- Ventajas frente a las marcas nacionales

4. Mercado de destino

- Indicadores económicos
- Macro entrono
- Relación comercial Ecuador-Canadá
- Balanza comercial entre Ecuador-Canadá
- Canal de distribución

5. Exportación del producto

- Diseño y composición
- Promoción
- Tratado entre Ecuador y Canadá
- Documentación requerida para la entrada del producto a Canadá

- Requisitos del país exportador (Ecuador)
- Trámites necesarios para la exportación del producto
- Etapa del Pre-embarque
- Etapa del Post-embarque
- Contenedor a usar
- Proceso Logístico
- Logística en el mercado de destino
- Empaque y Embalaje
- Compañía de transporte
- Flete internacional
- Travesía

6. Financiamiento

- Inversión
- Costos
- Estado de resultado
- Flujo de efectivo
- VAN y TIR

2.3.Marco conceptual

2.3.1. Fluctuar

Es el acto y las consecuencias de fluctuar, esta definición hace referencia a la oscilación (incrementar y reducir de manera alternada), en las finanzas, es la pérdida monetaria que se produce por la disminución de una rotunda cantidad de mercancías o por la actualización del capital.

2.3.2. NAFTA

Tratado de Libre Comercio de América del Norte - North American Free Trade.

2.3.3. SOES

State-owned enterprise (SOE) es una entidad legal creada por un gobierno para participar en actividades comerciales en nombre del gobierno.

2.3.4. Smog

Combinación de humo, niebla y diversas partículas que se encuentran en el ambiente de los lugares con eminentes índices de contaminación. El fenómeno se origina cuando el aire se estanca por un periodo extendido de alta presión y las partículas contaminantes quedan flotando en las capas atmosféricas menores por su mayor densidad.

2.3.5. PESTEL

Es una herramienta manejada para identificar las fuerzas macro (externas) que afectan a una organización.

2.3.6. Autóctonos

Es un adjetivo que puede emplearse a un vivo, a un producto o a un lugar que es procedente u originario del país en el que se encuentran, es decir, que es propio de un sitio.

2.3.7. Premium

Adjetivo que se utiliza para considerar a un servicio o un producto de peculiaridades especiales, de calidad superior a la media. Lo habitual es que lo premium sea un privilegio destinado a aquellos consumidores que pagan un monto adicional.

2.3.8. Snack

Son un tipo de alimento que se utilizan para satisfacer temporalmente el hambre, proporcionar una mínima cantidad de energía para el cuerpo o simplemente por placer.

2.3.9. Comercialización

Es la acción de poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta.

2.3.10. Fertilizar

Es el acto que serena que algo se convierta en fértil o se vuelva más fértil. El concepto suele usarse respecto a la tierra.

2.3.11. Superfoods:

Son alimentos que reúnen un gran contenido de nutrientes como grasas monoinsaturadas y poliinsaturadas, vitaminas, aminoácidos esenciales y compuestos

antioxidantes, que complementan al alimento grandes índices nutricionales, otorgándoles un interesante producto final al consumidor.

2.3.12. Delicatessen:

Según (Clubdelicatessen.com, 202) el término delicatessen hace referencia a “los productos gourmet o delicatessen son artículos gastronómicos que son una delicia o exquisitez y que además son del agrado de las personas amantes de lo exquisito, lo tradicional y la calidad”

2.4.Marco Legal

2.4.1. Constitución de la Republica

Art. 281.- La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente. Para ello, será responsabilidad del Estado:

1. Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria.

2. Adoptar políticas fiscales, tributarias y arancelarias que protejan al sector agroalimentario y pesquero nacional, para evitar la dependencia de importaciones de alimentos

5. Establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitándoles la adquisición de medios de producción.

10. Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y de consumidores, así como la de comercialización y distribución de alimentos que promueva la equidad entre espacios rurales y urbanos.

Las exportaciones contribuyen para que la balanza comercial no indique un déficit al final de las operaciones durante 1 año, es así que el Estado aporta con facilidades a los exportadores para que los procesos sean más simplificados y se pueda obtener un margen de ganancia.

Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.

En el artículo se aplica el producto a exportar debido que va a enfocarse en el valor agregado siendo así, los bites de chocolate complementándose con la quinua.

Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo cual se definirá mediante ley.

Al exportar el producto a un nuevo mercado, el estado regulará que todo el procedimiento y estipulaciones regidos en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador se cumplan a paso.

2.4.2. Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones.

Art. 93.-Fomento a la exportación. -El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno:

Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios.

Las preferencias arancelarias logran que los productos ingresen a nuevos mercados y sean más competitivos en relación a forma y precio.

Art. 109.-Hecho Generador de la Obligación Tributaria Aduanera. -El Hecho Generador de la obligación tributaria aduanera es el ingreso de mercancías extranjeras o la salida de mercancías del territorio aduanero bajo el control de la autoridad aduanera competente.

Al realizar una exportación se está sujeto a una obligación tributaria, ya que, se realiza la salida de mercancías del territorio aduanero.

Art. 111.-Sujetos de la Obligación Tributaria Aduanera. -Son sujetos de la obligación tributaria: el sujeto activo y el sujeto pasivo:

a. Sujeto activo de la obligación tributaria aduanera es el Estado, por intermedio del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

b. Sujeto pasivo de la obligación tributaria aduanera es quien debe satisfacer el respectivo tributo en calidad de contribuyente o responsable.

La persona natural o jurídica que realice exportaciones o importaciones deberá registrarse en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, conforme las disposiciones que expida para el efecto la Directora o el Director General. En las importaciones, contribuyente es el propietario o consignatario de las mercancías; y, en las exportaciones, contribuyente es el consignante.

La empresa Prohoc C.A. es el sujeto pasivo ya que tendrá que cancelar los tributos y cumplir con las demás formalidades aduaneras.

Art. 138.- De la declaración aduanera. -La declaración aduanera será presentada conforme los procedimientos establecidos por la Directora o el Director General.

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador podrá autorizar el desaduanamiento directo de las mercancías en los casos previstos en el reglamento a este Código, previo cumplimiento de los requisitos en él establecidos, y de acuerdo a las disposiciones emitidas por la Directora o el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. En estos casos la declaración aduanera se podrá presentar luego del levante de las mercancías en la forma que establezca el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Se exceptúa de la presentación de la declaración aduanera a las importaciones y exportaciones calificadas como material bélico realizadas exclusivamente por las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional.

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador podrá establecer, reglamentar y eliminar, las declaraciones aduaneras simplificadas, cuando así lo

Requieran las condiciones del comercio, para cuya aplicación se podrán reducir o modificar formalidades, para dar una mayor agilidad.

Para realizar una exportación, la empresa Prohoc C.A. tendrá que realizar una declaración aduanera donde se detalle la mercancía a exportar.

Art. 140.- Aforo. - Es el acto de determinación tributaria a cargo de la Administración Aduanera y se realiza mediante la verificación electrónica, física o documental del origen, naturaleza, cantidad, valor, peso, medida y clasificación arancelaria de la mercancía.

Cuando se realizan exportaciones en las primeras ocasiones el perfil del exportador el alto, es decir, será sometido a inspecciones de la carga previo a la salida del país.

2.4.3. Reglamento del COPCI

Art. 63.- Declaración Aduanera. - La Declaración Aduanera será presentada de manera electrónica y/o física de acuerdo al procedimiento y al formato establecido por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Una sola Declaración Aduanera, podrá contener las facturas, documentos de transporte de un mismo manifiesto de carga y demás documentos de soporte o de acompañamiento que conformen la importación o exportación, siempre y cuando correspondan a un mismo declarante y puerto, aeropuerto o paso fronterizo de arribo para las importaciones; y de embarque y destino para las exportaciones.

Actualmente la declaración aduanera se maneja de forma electrónica y se realiza el ingreso en la plataforma Ecuapass.

Art. 158.- Exportación Definitiva. -Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente.

La salida definitiva del territorio aduanero ecuatoriano de las mercancías declaradas para su exportación, deberá tener lugar dentro de los treinta días siguientes a la aceptación de la Declaración Aduanera de Exportación. La Autoridad Aduanera o la empresa concesionaria del servicio de Depósito Temporal, registrará electrónicamente el ingreso a la Zona Primaria y la salida al exterior de las mercancías a ser exportadas.

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

Sólo se podrán exportar aquellas mercancías que hayan sido objeto de una Declaración Aduanera de Exportación debidamente transmitida o presentada ante la Autoridad Aduanera. El ingreso a la Zona Primaria Aduanera de las mercancías destinadas a la exportación será realizado de acuerdo a los procedimientos que para el efecto dicte la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Este es el régimen al cual se acogerá la empresa Prochoc C.A., se deberán cumplir los plazos establecidos con el fin de con caer en sanciones.

2.4.4. Normas Internacionales para Medidas Fitosanitarias

NIMF 15. - La presente norma describe las medidas fitosanitarias que disminuyen el riesgo de introducción y/o dispersión de plagas cuarentenarias asociadas con la movilización en el comercio internacional de embalaje de madera fabricado de madera en bruto. El embalaje de madera regulado por esta norma incluye la madera de estiba, pero excluye el embalaje fabricado con madera procesada de tal forma que quede libre de plagas (p.ej. madera contrachapada).

La mercadería deberá cumplir con todas las regulaciones, normas y certificaciones en el país de origen antes de su exportación.

CAPÍTULO III

3. Metodología de la investigación.

3.1. Metodología.

“La metodología de la investigación es el método que utilizarás para resolver un problema de investigación mediante la recopilación de datos utilizando diversas técnicas, proporcionando una interpretación de los datos recopilados y sacando conclusiones sobre los datos de la investigación. En esencia, la metodología de la investigación es el proyecto de una investigación o estudio.” (RinconTic, 2022)

3.1.1. Tipo de investigación.

En el presente proyecto, se seleccionaron 2 tipos de investigación la exploratoria y la descriptiva debido a los procedimientos y componentes que se utilizan.

3.1.1.1. Metodología exploratoria.

Es un tipo de investigación científica que se utiliza con la finalidad de estudiar un problema que no se ha definido de forma clara para tener un mejor entendimiento, pero no proporciona resultados concluyentes.

La presente investigación busca describir los procesos internos desde la adquisición de materia prima hasta su distribución para determinar que debe realizar la empresa Prochoc C.A. para lograr entrar al mercado meta cumpliendo con todas las normativas en origen y destino.

3.1.1.2. Metodología descriptiva.

La metodología descriptiva busca explicar lo que se está investigando, pero no da razones por las cuales eso tiene lugar, en términos generales busca el “que” más que el “por qué”. Por lo general se utiliza para investigaciones cuantitativas y observacionales.

Se utiliza la metodología descriptiva, ya que esta nos ayuda a interpretar los hallazgos encontrados en el desarrollo de la investigación que permitirá elaborar un plan de exportación de bites de quinua cubiertos de chocolate de la empresa Productora de alimentos saludables y chocolate Prochoc C.A. al mercado canadiense que se piensa implementar con el fin de demostrar que el proyecto es viable técnica, legal y financieramente.

3.1.2. Métodos de la investigación

3.1.2.1. Método Deductivo – Inductivo.

Según (Porfirio, 2022) indica que el método deductivo “Como su nombre lo indica, sirve para deducir un evento supeditado de un evento determinante. Por ejemplo, “estamos en verano, así que deduzco que mañana hará calor”. Va de lo general a lo particular y parte de nuestros conocimientos o experiencias previas.”

Mientras que el método inductivo “Es la contraparte del razonamiento deductivo y va de lo particular a lo general. Parte de la experiencia empírica y de observaciones puntuales a través de las cuales generamos teorías, leyes, creencias o nuevos conocimientos”. (Porfirio, 2022). Es así que el método inductivo se basa en premisas particulares y obtiene una conclusión general mientras que el método deductivo se basa en datos generales para llegar a una conclusión específica.

En la presente investigación, se utilizará ambos métodos, debido a que al realizar una exportación de bites de quinua cubiertos de chocolate al mercado de Quebec-Canadá se emplea el método deductivo al realizar la recopilación de datos se va a obtener un proceso específico; el uso del método inductivo se dará a través de la obtención de opiniones del producto de los posibles consumidores para obtener datos más certeros del mercado meta.

3.1.3. Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación es mixto, la cual permite realizar entrevistas como instrumentos para poder obtener información cualitativa necesaria para fines de realizar esta investigación

3.1.3.1. El enfoque cuantitativo.

El enfoque cuantitativo en las encuestas diseñadas, además de información numérica obtenida de fuentes bibliográficas y la observación a analizar permite establecer conclusiones y hacer registros narrativos del problema que se presenta en relación al hábito de como se ha llevado a cabo la gestión de inventario de la empresa.

En el caso de la empresa Prochoc C.A. la cual proporcionará información general en cuanto a la producción del producto Sunkao y de esta forma realizar las respectivas conclusiones conociendo las preferencias del mercado meta.

3.1.3.2. El enfoque cualitativo.

El enfoque cualitativo busca integrar la información, por lo general se asocia con los experimentos, encuestas que contengan preguntas cerradas e instrumentos de medición

estandarizados. Para el desarrollo del proyecto se utilizarán encuestas a los consumidores canadienses con el fin de conocer el perfil de compra y realizar la sectorización correcta para fidelizar a los clientes.

En ambos casos, los enfoques empleados sirvieron para determinar la demanda potencial del producto a importar.

La investigación abordada es de tipo descriptivo, por cuanto se expone de manera clara y precisa la situación actual de la industria, a su vez toda esta recolección de datos nos dará la oportunidad que como resultado se nos proporcione un conjunto de recomendaciones basadas en la aplicación de la presente investigación.

3.1.4. Técnicas de investigación

Para el desarrollo de una investigación se deben utilizar técnicas o instrumentos para la recolección de datos por lo cual se emplearon:

- Encuesta a 10 consumidores de Quebec-Canadá
- Ficha de observación de las maquinarias de producción de la empresa Prochoc C.A.
- Entrevista al Gerente General de la empresa Prochoc C.A.

Los instrumentos que utilizamos para recolección de la información requerida para verificar datos, el cuestionario y la observación. Se trabajará con Big Data para revisar y analizar los posibles productos sustitutos y la competencia directa e indirecta.

3.1.4.1. Encuesta.

Las encuestas se utilizan para recolectar datos que se utilizan como un cuestionario en una muestra de la población, su objetivo es conocer las opiniones de forma general sobre un tema determinado. Se utilizan por lo general en las investigaciones cuantitativas y estas deben ser de forma sistemática y metódica.

Para la ejecución de esta técnica, se realizó encuestas a consumidores de Quebec-Canadá sobre el producto, los perfiles de compra y las opiniones acerca del consumo de snacks de chocolate.

3.1.4.2. Entrevista.

De acuerdo con (Palacios, 2022) afirma que “La entrevista en el periodismo es una herramienta esencial para obtener información. Esta se lleva a cabo por el periodista o

comunicador, mediante una serie de estrategias enfocadas en interactuar con la persona entrevistada y obtener una respuesta satisfactoria para completar la investigación.”

Para el presente estudio, se realizó este instrumento de entrevista con preguntas abiertas al Ing. Diego Romero Rueda, que desempeña el cargo de Gerente General de la empresa Prochoc C.A., con el fin de adquirir información más detallada sobre el producto bites de quinua cubiertos de chocolate. La entrevista se realizó de forma presencial, se puede observar el anexo 11 las preguntas de la entrevista.

3.1.4.2. Ficha de observación.

Con el fin de observar el proceso que se realiza para la elaboración del producto Sunkao se utilizó este instrumento y de esta forma valorar todos los procesos y condiciones en que se encuentra.

3.1.5. Población

“La población está compuesta por todos los elementos (personas, objetos, organismos) que participan del fenómeno que fue definido y delimitado en el análisis del problema de investigación. Tiene la característica de ser estudiada, medida y cuantificada.” (León, 2021).

En el presente proyecto se escogió 10 consumidores de la ciudad de Quebec para realizar una encuesta sobre el producto Sunkao y su apreciación en el mercado.

3.1.6. Muestra

“El desarrollo o presencia de la muestra se establece por ser una pequeña o también porción de un producto, al mismo tiempo que permite que se puedan conocer las diversas calidades de este. Siendo esta un tipo subconjunto que en base de un estudio a un determinado grupo de población ofrece resultados buscados”. (MarketerosLATAM, 2021)

Se tomará en cuenta el 100% de la población de la ciudad de Quebec-Canadá en la cual se pudo constatar que la respuesta del mercado meta es favorable, ya que, las 10 personas encuestadas coincidieron en su gusto por el producto.

3.1.7. Presentación de resultados

3.1.7.1. Encuesta a consumidores canadienses.

1. ¿Qué destaca a primera impresión del producto Sunkao?

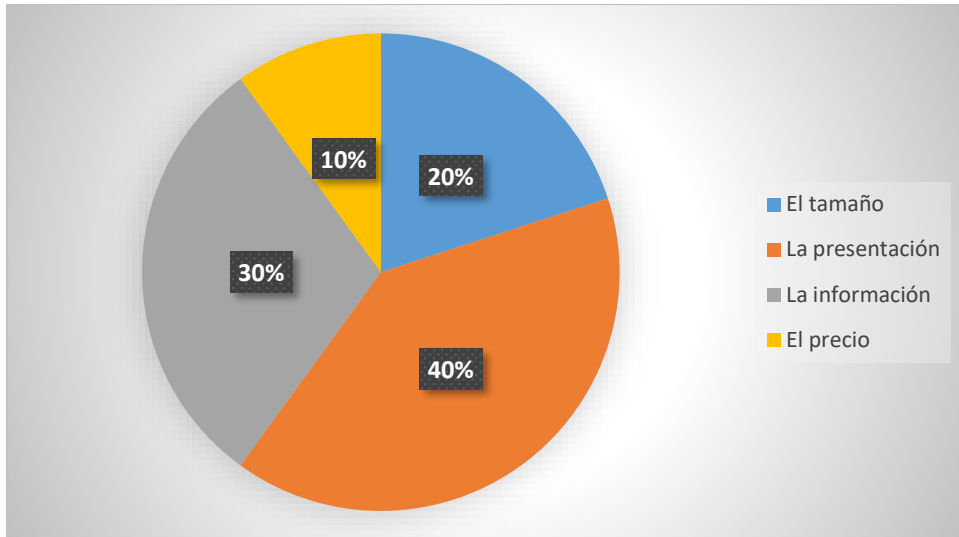


Figura 9: Pregunta 1 de la encuesta a consumidores de Quebec-Canadá

Fuente: Encuesta a consumidores de Quebec-Canadá

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

2. ¿Cuál es el grado de aceptación del mercado de Quebec para la comercialización de bites de chocolate de quinua cubiertos de chocolate?

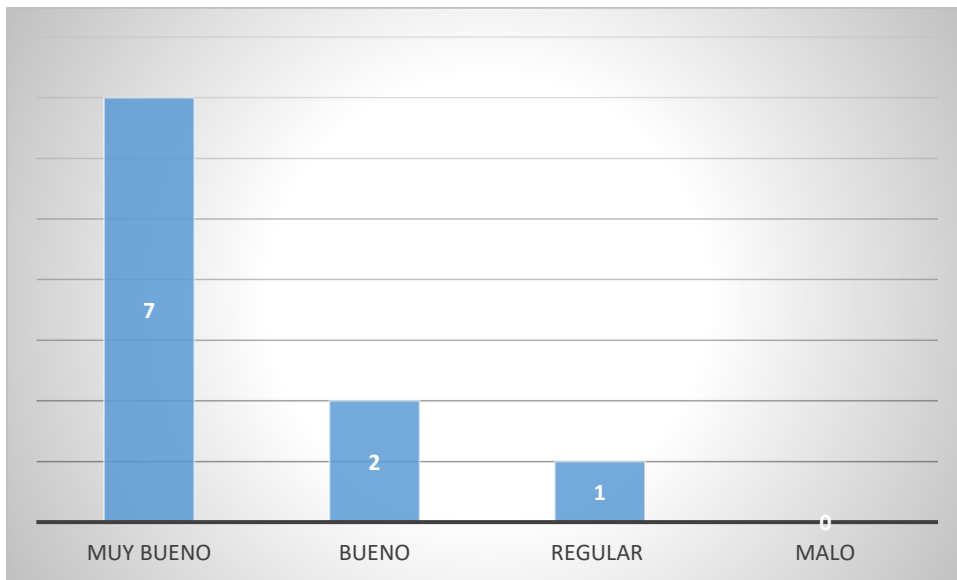


Figura 10: Pregunta 2 de la encuesta a consumidores de Quebec-Canadá

Fuente: Encuesta a consumidores de Quebec-Canadá

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

Realizada la encuesta a los 10 clientes potenciales se conoció que en el mercado de Quebec presenta el grado de aceptación idónea para la comercialización de los bites de quinua cubiertos de chocolate.

3. ¿Estaría dispuesto a consumir bites de quinua cubiertos de chocolate?

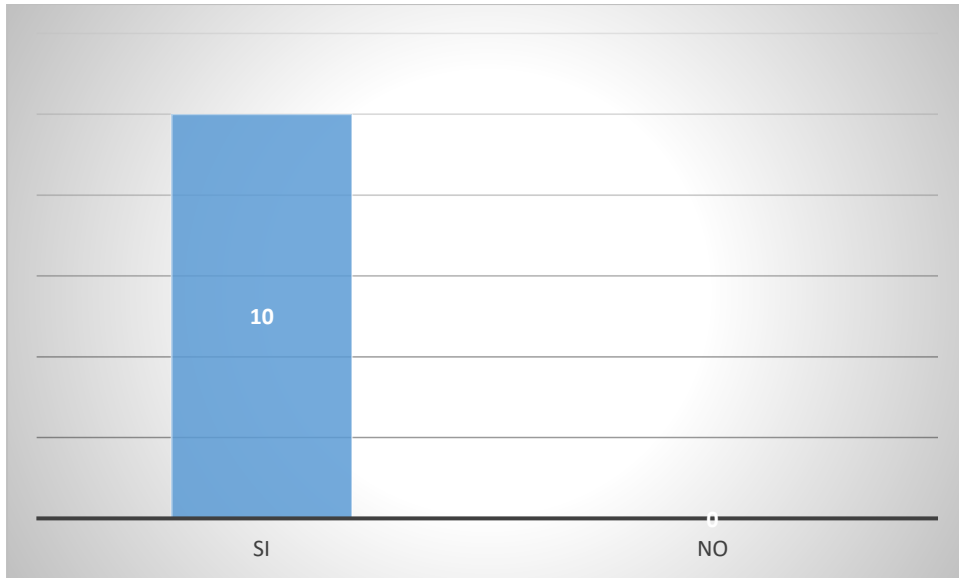


Figura 11: Pregunta 3 de la encuesta a consumidores de Quebec-Canadá

Fuente: Encuesta a consumidores de Quebec-Canadá

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

De acuerdo a la información obtenida, las 10 personas encuestadas, indicaron que comprarían el producto.

4. ¿De qué origen han sido los productos similares al ofertado que ha consumido?

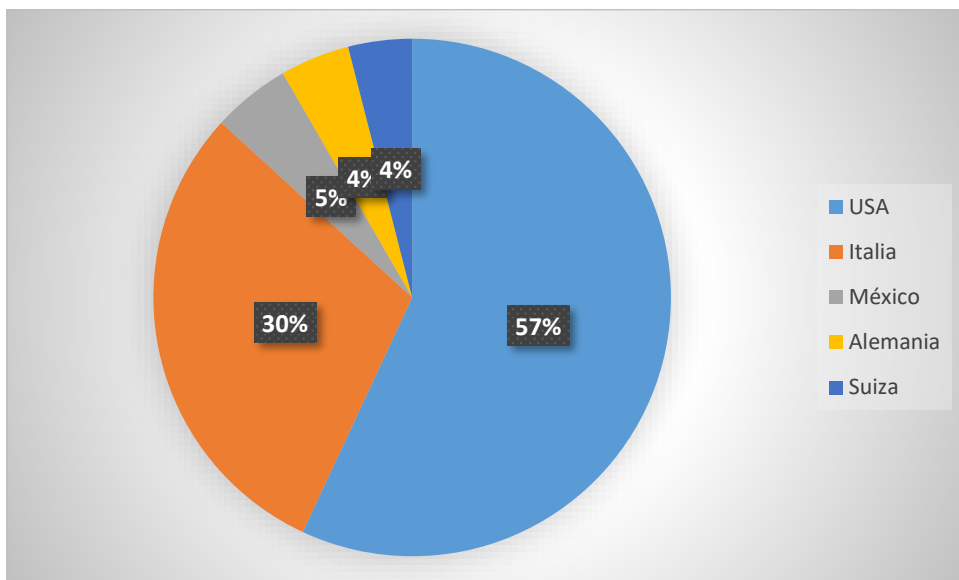


Figura 12: Pregunta 4 de la encuesta a consumidores de Quebec-Canadá

Fuente: Encuesta a consumidores de Quebec-Canadá

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

Entre los principales países exportadores de productos similares se encuentra en primer lugar Estados Unidos con un 52,21%, Italia con un 29,98%, México 4,89%, Alemania con

4,36% y Suiza con un 4%. Cabe indicar que Ecuador no figura como actual proveedor de este producto entre los consumidores encuestados.

5. ¿Considera usted que el producto cumple con la tendencia del consumidor canadiense?

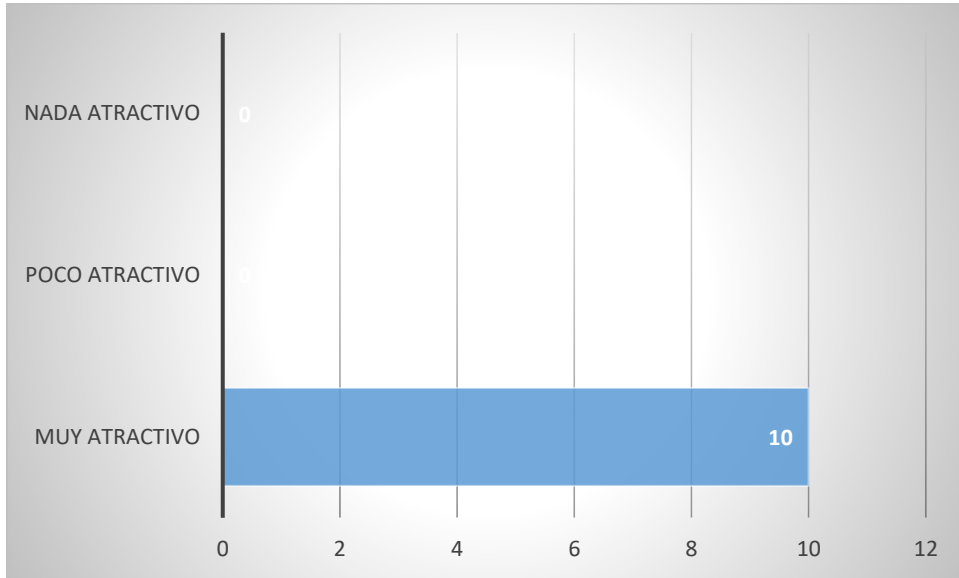


Figura 13: Pregunta 5 de la encuesta a consumidores de Quebec-Canadá

Fuente: Encuesta a consumidores de Quebec-Canadá

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

En base al sabor e ingredientes incorporados en los bites se consultó si su oferta resultaría atractiva para el mercado meta, obteniendo resultados óptimos entre los importadores potenciales, favoreciendo la propuesta planteada

3.1.7.2. Ficha de observación.

Tabla 7: Ficha de observación de la empresa Prochoc C.A.

Aspectos	Valoración de condición				
	Condición		Malo	Bueno	Muy bueno
	Si	No			
Maquinarias modernas	X				X
Producción	X				X
Infraestructura adecuada	X				X
Capacidad de producción	X				X
Normas sanitarias	X				X
Logística empresarial	X				X

Fuente: Prochoc C.A.

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

Se logró observar el muy buen estado de su infraestructura, empezando por el área de producción, esta empresa tiene una amplia cartera de producto, cuenta con maquinaria de última tecnología, encargada de procesar el producto en bruto al producto ya envasado, en este caso los bites, cuenta con un equipo especializado con la debida protección para la elaboración del mismo. Cabe recalcar que las maquinarias utilizadas en la empresa Prochoc C.A. son de origen italiano.

La planta se encuentra en condiciones para abarcar la demanda externa, es decir que cuenta con una amplia infraestructura para la elaboración en grandes cantidades del producto terminado. Cuenta con los registros sanitarios y permisos para su funcionamiento actualizado, además cumple con las normas higiénicas dentro de los procesos de fabricación, manipulación y almacenamiento del producto.

3.1.7.3. Entrevista al Gerente General de la empresa Prochoc C.A.

1. ¿Cuál es la actividad comercial de la empresa?

Fabricación de snack de quinua.

2. ¿Cómo surgió la idea de elaborar el producto Sunkao?

Surgió por la búsqueda de snack nutritivos y saludables y que contenga un buen sabor motivo a que en Ecuador no había productos con estas características. (la idea surgió del Ing. Diego Romero Rueda)

3. ¿Dónde se sitúa la planta de producción?

En Quito la planta de producción y en Guayaquil la planta del proceso de cubierta de chocolate

4. ¿Los insumos e ingredientes de los productos son importados o locales?

Todos son productos locales.

5. ¿Cuál es el proceso de producción e industrialización del producto Sunkao?

Partimos de los semielaborados de cacao licor manteca elaboramos nuestro propio de chocolate perfil por cada chocolate, proceso de producción de garbanzo(tostado) quinua(extruccin)maracuyá (desidratado), foodservices.

6. ¿Cuál es el costo de producción de la unidad de 40g?

\$0.80 ctvos.

7. ¿Cuál es el costo del empaque y embalaje de la caja que contienen 30 unidades de 40g?

Cada unidad ya incluida el empaque y embajada tiene un valor de \$1,10

8. ¿Posee sucursales? ¿Dónde?

En Guayaquil (km 10,5 vía Daule) y en Quito (Carcelén Industrial)

9. ¿Se requirió de alguna financiación para la inversión inicial? De ser afirmativo indicar con que Banco se realizó y el monto.

No, todo se realizó con capital propio, capitalización de las máquinas de origen italiano por el proveedor

10. ¿Cuál es la estructura organizacional de Prochoc C.A.?

- Jefatura de comercio exterior (1)
- Jefatura administrativo y financiero (1)
- Jefatura de marketing y ventas (1)
- Jefatura de producción (1)
- Jefatura de ventas (1)
- Supervisión de producción (1)
- Investigación y desarrollo (3)
- Ventas (3 Quito) (2 Guayaquil)
- Asistencia de Administración y finanzas (1)
- Producción (15 operadores)
- Mercadeo (2)
- Transporte (2)

11. ¿Cuántos empleados posee Prochoc C.A. en la actualidad?

25 empleados actualmente (30-07-2022)

12. ¿Ha realizado exportaciones? ¿A qué países?

Si, a Chile, Bolivia, USA. Adicional tenemos negocios por concretar en el Corea del sur, Panamá y México.

13. ¿En la actualidad donde se comercializa en producto Sunkao?

La favorita, Corporación El Rosado, Del portal, Gerardo Ortiza (Coral), La española, Nelson Market, Primax.

14. Según la página web de Sunkao para la presentación de 40g indica que entran 30 unidades ¿Cuáles son las dimensiones de la caja?

L 35 a 24 a 13, 5 (cm) pallets 144 caja, contenedor de 20 100 pallets

15. ¿Qué certificaciones nacionales o normas de calidad tiene el producto Sunkao?

- BPM (Buenas Prácticas de Manufactura)
- HACCP
- Gluten -free.

En conclusión, actualmente la marca tiene buena acogida a nivel nacional, en cuanto a su logística, el producto llega al consumidor final mediante distintos canales de distribución uno de ellos, los supermercados a nivel nacional, el más importante la Corporación Favorita la cual oferta el producto en Megamaxi, Supermaxi y Cinemark, adicional también se comercializa en Del Portal, La Española y la gasolinera Listo.

En las observaciones realizadas a la empresa Prochoc C.A., se constató que esta apta para poder cubrir la demanda externa en este caso, a un mercado nuevo que presenta una alta tendencia de consumo de producto similares al que se quiere exportar, los procesos que implementan en la producción se simplifica gracias a la tecnología moderna que poseen, brindando a la futura clientela un producto de calidad.

Prochoc C.A es una empresa con productos que ya se encuentran en otros países, la idea de querer ampliar el mercado, proponiendo un plan de exportación del producto suena atractivo debido a que buscan ampliar y aumentar sus niveles de ventas, además que gracias a las investigaciones realizadas en el país destino, los índices de tendencias concluyen que un producto natural, lo que hace que los importadores muestren un alto interés, considerando que el mercado es esencial para una oferta del producto.

Se determina el mercado destino muy bueno, gracias a la tendencia de consumo que presenta un alto porcentaje en la actualidad, los tratados y acuerdos que mantiene Ecuador con Canadá facilitan las negociaciones con el importador.

Capítulo IV

4. INFORME FINAL.

4.1. Título de la propuesta

Exportación de bites de quinua cubiertos de chocolate de la empresa Productora de alimentos saludables y chocolate Prochoc C.A. al mercado canadiense

4.2. Análisis del potencial exportador.

4.2.1. Detalles del productor – exportador

Productora de alimentos saludables y chocolates Prochoc C.A. es una empresa ecuatoriana ubicada en Guayaquil, entre sus principales actividades está la fabricación de chocolate y pastelería de granos de cacao, fue fundada el 12 de noviembre del 2015 e inscrita en el registro mercantil el 27 de noviembre del mismo año, ubicada en el km 4.5 de la av. Juan Tanca Marengo en la ciudad de Guayaquil, siendo el RUC 0992952784001.

La diversificación de los productos de la compañía está limitada a dos muy llamativos que son las mini bolitas de quinua cubiertas de chocolate premium y los botones de chocolate premium, cada producto tiene su diferente presentación catalogada por sabores, en cuanto a las bolitas, son cuatro las presentaciones que varían por sabor de chocolate y por la base del producto (quinua y garbanzo), mientras que los botones únicamente varía el tipo de chocolate premium que tiene en su cubierta.

4.2.2. Análisis FODA de la empresa

4.2.2.1. Fortalezas.

1. Maquinaria adecuada para la producción
2. Producción durante todo el año
3. Gama de productos diversificados y orgánicos
4. Costo de producción bajo, ya que todos los ingredientes son nacionales

4.2.2.2. Debilidades.

1. Conflictos internos
2. Envase no biodegradable
3. No posee un plan de exportación
4. Desconocimiento del mercado canadiense

4.2.2.3. Oportunidades.

1. Beneficioso para personas que buscan un complemento en su alimentación

2. Inexistencia de competencia directa
3. Índice alto de consumo de productos veganos
4. Mercado con alta capacidad adquisitiva

4.2.2.4. Amenazas.

1. Cambio climático
2. No cuenta con marca país
3. Competencia en productos similares
4. Nuevo producto en el mercado

4.3. Mercadeo

4.3.1. El producto: SUNKAO

Es una marca ecuatoriana que se preocupa por la vida y rescata los valores nutricionales milenarios que nos ofrece nuestra tierra, fusionando el cacao de calidad premium con productos exóticos para obtener así un snack delicioso y nutritivo.

Actualmente la empresa cuenta con 3 certificaciones:

- **BPM:** Según el (Ministerio de Salud Pública, 2021) indica que “Las buenas prácticas de manufactura (BPM) son los principios básicos y prácticas generales de higiene que garantizan que los alimentos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas para disminuir los riesgos inherentes a la producción. El cumplimiento de las BPM se concreta en la emisión de los certificados de operación”
- **HACCP:** De acuerdo con (LRQA, 2021) detalla que “HACCP es un sistema de base científica que identifica peligros específicos y medidas para su control, con el fin de garantizar la inocuidad alimentaria. La certificación es obligatoria en varios países, incluyendo los EE.UU. y en toda la UE”.
- **Gluten-Free:** Como lo expresa (NSF, 2022) “La rigurosa certificación NSF se alinea con la normativa final de etiquetado como "sin gluten" de la FDA y cuenta con el respaldo de la experiencia en evaluación y la excelencia de servicio al cliente que usted podría esperar de una organización líder en salud y seguridad pública a lo largo de más de 75 años”.

Bolitas de quinua cubiertas de quinua Chocolate Premium Milk.

Estas mini bolitas son, además de deliciosas y nutritivas, un complemento perfecto para muchos productos de pastelerías, cafeterías, heladerías y demás creaciones innovadoras en hoteles, restaurantes y catering. Su diámetro es de 5mm. (Revisar anexo #2)



Figura 14: Producto
Fuente: Sunkao.com
Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

4.3.1.1. Precio de Sunkao.

Tabla 8: Precio local e internacional

Precio del mercado local	USD 1.17
Precio de mercado internacional	USD 2,54

Fuente: Sunkao.com
Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

4.3.2. Evaluación de matrices del producto

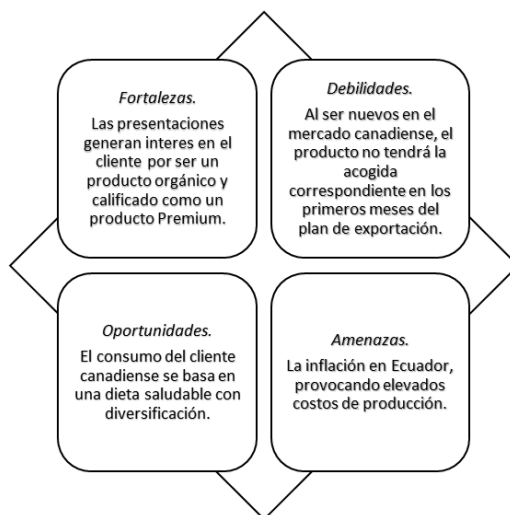


Figura 15: Evaluación de matrices
Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

4.3.3. Tendencias del consumidor

“De los más de 15 millones de hogares en Canadá, solo el 30 % son leales a un minorista para satisfacer sus necesidades de compra, lo que deja a casi el 70 % de los hogares disponibles para convertirse en compradores leales. El nuevo estudio de MVS segmenta a los compradores en tres grupos de lealtad exclusivos para cada minorista: consumidores leales que gastan más del 50% de sus dólares en un minorista; consumidores casi leales que gastan entre el 25% y el 50% de su dinero en un minorista; y consumidores no leales que gastan menos del 25% de sus dólares con un minorista” (Nielsen Consumer LLC, 2022)

El consumo canadiense es muy consciente de su salud por lo cual conocen los ingredientes de los alimentos que consumen, en sus hábitos alimenticios destaca la búsqueda de alimentos procesados que ofrecen un buen sabor ya sea con o sin azúcar, es por eso que los fabricantes están respondiendo a esta tendencia con los productos innovadores. La rutina de estos consumidores es muy compleja y tienen muy poco tiempo por lo cual buscan el ahorro del tiempo, los hogares son cada vez más pequeños y en la actualidad cuentan con 1 o 2 personas, por lo cual para el mercado esto representa la necesidad de elaborar productos con un tamaño pequeño.

Los canadienses tienen un alto interés por el consumo de alimentos saludables y unida a esta tendencia, son clientes vanguardistas y buscan exclusividad. Cabe recalcar que para este tipo de cliente el precio es el factor menos importante al realizar una compra, ya que, la principal exigencia es la calidad y el grado de beneficio nutricional que posea un producto en especial si es un producto nuevo en el mercado, aun así, se atreve a probar nuevas ofertas. El 73% de los canadienses visitan el supermercado al menos una vez por semana y el 58% de esta población está dispuesto a pagar más por productos con propiedades naturales y con beneficios para la salud.

Además de supermercados y tiendas naturistas son los principales canales de distribución. Canadá es el décimo segundo mercado de destino de las exportaciones y mantiene un comercio bilateral con Ecuador

4.3.3.1. *Superfoods.*

Los “superfoods” son alimentos que reúnen un gran contenido de nutrientes como grasas monoinsaturadas y poliinsaturadas, vitaminas, aminoácidos esenciales y

compuestos antioxidantes, que complementan al alimento grandes índices nutricionales, otorgándoles un interesante producto final al consumidor.

Afortunadamente, alimentarse bien se transformó en el último tiempo prácticamente en una "moda". En este sentido, se potenció el interés por conocer las propiedades y efectos de diferentes alimentos en la salud. Así fue que tomaron relevancia los alimentos que, por su densidad nutricional, son capaces de acumular un ejército de proteínas, vitaminas, aminoácidos, ácidos grasos monoinsaturados y poliinsaturados, minerales y antioxidantes incluso en escasos centímetros de superficie. Son los "superalimentos". Entre los 10 súper alimentos tenemos a las Semillas de cacao, placer y nutrientes.

Es una gran agrupación de minerales, especialmente hierro (28 gramos de cacao aportan el 315 por ciento de la dosis recomendada), fósforo, zinc, cobre, manganeso, magnesio, potasio. Por otro lado, apenas contiene sodio y es una óptima fuente de antioxidantes. Sin embargo, es importante entender que sus propiedades se pierden o disminuyen al ser combinadas con azúcares, grasas y lácteos.

Según el universo, el ministerio de Producción presentó veinte iniciativas de clusteres, que como principal mercado es el de Estados Unidos, donde tenemos una participación de 28% seguido por Israel con el 19 %, India con el 16 %, Canadá con 11 %, Francia.

4.3.4. Población de Canadá

Tabla 9: Población de Canadá

NOMBRE GEOGRÁFICO	2017	2021	% CREC. (2017-21)	TERRENO EN Km2	REPRESENTACION PORCENTUAL
Canadá	36.314.099	38.068.872	4,83%	8.965.121	100,00%
Ontario	13.971.785	14.759.431	5,64%	908,699	38,77%
Quebec	8.257.450	8.579.370	3,90%	1.356.625	22,54%
Columbia Británica	4.890.848	5.163.919	5,58%	922,503	13,56%
Alberta	4.217.855	4.431.454	5,06%	640,33	11,64%
Manitoba	1.324.129	1.381.459	4,33%	552,37	3,63%
Saskatchewan	1.143.313	1.178.971	3,12%	588,243	3,10%
Nueva Escocia	945.943	982.012	3,81%	52,942	2,58%
Nuevo Brunswick	764.617	784.156	2,56%	71,388	2,06%
Terranova y Labrador	529.347	519.664	-1,83%	370,514	1,37%
Isla del Príncipe Eduardo	148.181	161.514	9,00%	5,686	0,42%
Territorios del Noroeste	44.607	45.323	1,61%	1.143.793	0,12%
Yukón	38.848	42.344	9,00%	474,713	0,11%
Nunavut	37.176	39.255	5,59%	1.877.778	0,10%

Fuente: Banco Mundial

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

Según la tabla #9 se puede observar que la ciudad de Quebec está ubicada como el segundo más poblado en el país, teniendo una representación del 22,54% de la población, en los que en los últimos 5 años ha tenido un crecimiento del 3,90% de los habitantes de la ciudad.

4.3.5. Gastos de consumo

Tabla 10: Paridad del poder adquisitivo

Años	Paridad del poder adquisitivo
2019	1,2
2020	1,19
2021	1,24
2022	1,25
2023	1,23

Fuente: IMF-World Economic Outlook Database

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

La paridad de poder adquisitivo es el número de unidades de moneda de un país requeridas para comprar las mismas cantidades de bienes y servicios en el mercado interior que los USD comprarían en los Estados Unidos, cabe recalcar que estos son datos estimados.

“Expertos de Gedeth Network explican que en Canadá no existen tradiciones culinarias propias, motivo por el que el consumidor canadiense “busca cada vez más productos de importación y productos saludables que estén asociados a una producción sostenible, eficiente y ecológica”, según señala el socio de Gedeth, Juan Millán. Millán añade que se ha producido un aumento en el consumo de productos gourmet y delicatessen en Canadá. La razón principal es la sofisticación que existe en el consumo gastronómico y el hecho de que los canadienses aprecian cada vez más los productos artesanos, de calidad y los nuevos sabores”. (GONZÁLEZ, 2022)

4.3.6. El ingreso del consumidor canadiense

El ingreso del consumidor canadiense se divide de la siguiente forma:

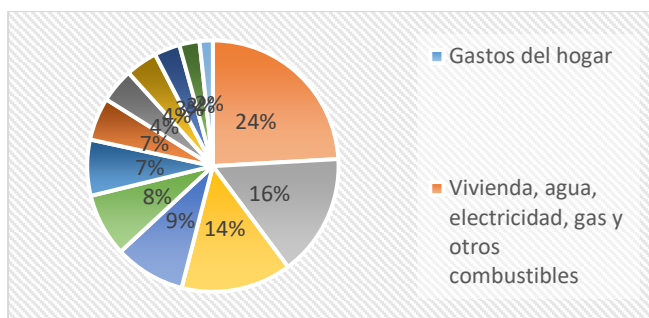


Figura 16: División del ingreso del consumidor

Fuente: Estadísticas de la OCDE

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

En la figura #16 se puede observar que el 9.1% de los ingresos se destinan para alimentos y bebidas no alcohólicas, es aquí, donde se incluiría el producto Sunkao.

4.3.7. Participantes de la industria local de los snacks de chocolate

Para conocer las empresas distribuidoras del snack de chocolate se consultó el sitio web EMIS. Esta página ofrece información general de las empresas y compañías que ofrecen productos similares:

- Nestlé: Se dedica a la fabricación de chocolates y pastelería, entre sus productos se destacan: tango, galak, crunch.
- Universal Sweet Industries S.A.: Se dedica a la fabricación de chocolates y pastelería de granos de cacao, entre sus productos están: huevitos, monedas, zambo, palito, manicho, osite.
- Cafiesa: Se dedica a la fabricación de pastelería con y sin chocolate, entre sus productos tenemos: Chocoxtreme, coberturas de chocolate.
- Ferrero del Ecuador: Se dedica a la fabricación de chocolate y pastelería de grano de cacao, entre sus productos tenemos: Ferrero, nutella, kínder.

Como se puede observar, hay una gran variedad de competidores en el mercado local e incluso exportan sus productos, por lo cual Prochoc C.A. tiene una desventaja al haberse limitado a nivel nacional, por el desconocimiento del proceso de comercializar su producto.

4.3.8. Comercialización y destinos

Tabla 11: Empresas exportadoras (competencia)

Empresas	Volumen de negocio en USD	Numero de categoría de producto	Principales importadores
Ferrero del Ecuador S.A.	\$81.154,00	2	Colombia, Argentina y Chile
Nestlé Ecuador, S.A.	\$465.038,40	3	Colombia, Argentina y Chile
Universal Sweets Industries S.A - Universal Sweet Industries S.A.	\$ 25.796,00	2	Colombia, Argentina y Chile
Cacaos Finos Ecuatorianos S.A Cafiesa - Cafiesa	\$10.655,02	1	Colombia, Argentina y Chile

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

Como observamos en el cuadro anterior, tenemos las 4 primeras competencias indirectas en el mercado nacional en cuanto a la comercialización de los productos similares, teniendo a Nestlé S.A como líder en la distribución de snack a base de chocolate, seguido de Ferrero del Ecuador S.A, teniendo como principales mercados internacionales a Colombia, Argentina y Chile debido a los acuerdos comerciales que tiene el Ecuador con los países Sudamericanos.

Es de conocimiento que la empresa Prochoc C.A. posee clientes en el mercado local, lo cual facilita la posible negociación con distribuidores nacionales, no obstante, la exportación resulta más recomendable al existir en Canadá una tendencia mayor hacia el consumo de este tipo de producto.

4.3.9. Clientes locales de Prochoc C.A.

Las marcas a nivel nacional se dedican principalmente a la venta mayorista y minorista, lo cual les permite estar al alcance del consumidor. Como puntos de ventas estratégicos se mencionan los supermercados, despensas y mini markets, a diferencia de la empresa PROCHOC C.A que abastece a clientes mayoristas y supermercados con un alcance medio en el mercado, teniendo como principal distribuidor, a la Corporación Favorita C.A.

4.3.10. Ventajas frente a marcas nacionales

Los productores de snack a base de cacao, Quinoa ubicados en el país están muy bien posesionados, inclusive exportan hacia otros países como Chile, Colombia, Argentina y Perú. Entre las ventajas que pueden darse es contar con un producto poco explotado como es el caso del Sunkao.

El mercado canadiense se encuentra innovando, además de contar con un alto consumo de productos orgánicos y nutritivo, favoreciendo la comercialización del producto y la marca. Para esto se deben dar a conocer oportunidades que los importadores consideren que posee el snack, siendo así una ventaja para la empresa PROCHOC C.A. para quien está desarrollando el presente plan de exportación.

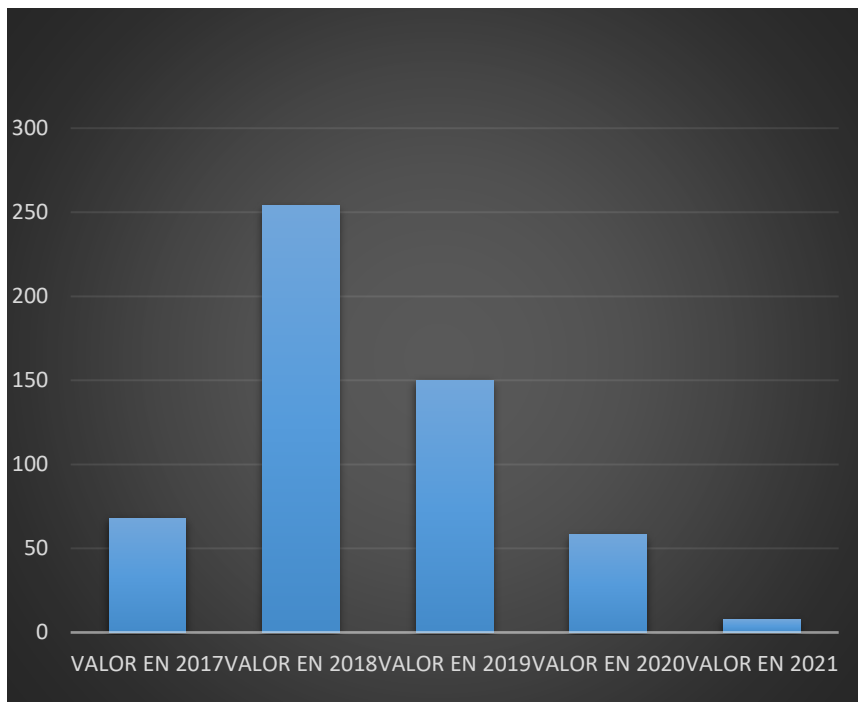


Figura 17: Exportaciones ecuatorianas a Canadá

Fuente: TradeMap

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

Según la figura #17, observamos cómo han caído las importaciones de la subpartida 1806900000 desde el 2019, esta caída se ha presentado también en el 2010, entre las razones de la caída de exportación al país esta las pérdidas económicas por el COVID 19, el incremento en los costos de producción, incumplimientos de los clientes, así como también se vio afectado por la logística, el financiamiento, entre otros.

4.4.Mercado destino

4.4.1. Indicadores económicos

Canadá cuenta actualmente con 37.50 millones de habitantes según el censo de este país en el año 2019, por ende, es un gran mercado y con una gran variedad de nacionalidades las cuales abastecer. Ecuador posee aproximadamente 16 millones de habitantes según datos proporcionados por el INEC.

Dicho país emplea el dólar canadiense, la cual tiene un valor inferior al dólar estadounidense que emplea Ecuador.

El PIB per cápita de Canadá es de \$44.40 creciendo un 12% aproximado, en comparación al 2020 que fue de \$30,25, mientras que, Ecuador maneja un PIB per cápita de \$5.94 al año 2021, estos datos benefician al exportador ecuatoriano ya que al poseer una economía en ascenso.

Cabe recalcar que Ecuador exporta otros productos en bruto e industrializados al mercado canadiense, debido a que, por las condiciones climáticas del país destino permite a Ecuador la expansión de sus productos. Este es un país con una economía estable y en crecimiento por lo cual el mercado está más abierto a las diferentes opciones de productos y servicios que les puedan ofrecer.

- Los canadienses son clientes vanguardistas.
- Buscan exclusividad.
- Se atreven a probar nuevas ofertas.
- Los canadienses tienen un alto interés por el consumo de comida orgánica y saludable y unida a esta tendencia.
- El 73% de los canadienses visitan el supermercado al menos una vez por semana.
- El 58% de esta población está dispuesto a pagar más por productos con propiedades naturales y con beneficios para la salud.
- Optan por comprar en tiendas naturistas como canales de distribución.

4.4.2. Macro entorno

4.4.2.1. *Factor Político.*

Canadá es uno de los miembros establecido de las Naciones Unidas y es un país poderoso. Mantiene buenas relaciones con el país más poderoso en cuanto económico, los Estados Unidos. También, mantiene buenas relaciones con Reino Unido, Francia y muchos otros países en el mundo. Ottawa es la capital de Canadá.

Canadá es un país democrático con un sistema parlamentario. También, tiene una constitución monarca la cual la reina Isabel II es la jefa de estado mientras el gobierno general es su representante quien lleva a cabo los deberes reales en Canadá. El primer ministro es el jefe del gobierno y sostiene el poder ejecutivo.

Canadá disfruta una muy buena estabilidad política y es de hecho uno de los países más seguros en el mundo. Con un rango bajo de crímenes y servicios policiales de alta confianza. Canadá se posiciona a sí mismo como un buen lugar para negocios y turismo. Es digno de mencionar que la concentración de Canadá en mantener la paz internacionalmente ha ganado una muy buena imagen global.

4.4.2.2. *Factor Económico.*

Canadá es uno de los 10 más grandes económicamente en el mundo con datos estadísticos obtenidos desde abril 2018. Tiene membresía en la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), partícipe en la Organización Mundial del Comercio (OMC), el G20 y en la Mancomunidad de Naciones. También, tiene acuerdos de libre comercio con un número de países. Por ejemplo, Canadá firmó un acuerdo de libre comercio llamado Acuerdo Integral de Economía y Comercio con la Unión Europea en septiembre del 2017.

Este acuerdo apunta en hacerse más fácil exportar productos y servicios para beneficiar a las personas y negocios tanto en Canadá como en la Unión europea. Canadá junto con México y los Estados Unidos firmaron el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (NAFTA) en 1994 para crear un intercambio trilateral.

Canadá tiene un alto desarrollo mixto económico. Tanto el gobierno de Canadá como la gente de ella hacen elecciones económicas para el país.

4.4.2.3. *Factor Social.*

Canadá es el segundo país más grande del mundo por área; Sin embargo, su población no es tan grande. A partir de mayo de 2018, la población total del país es de 36.90 millones y la densidad de población es de 4 por Km² (Worldmeters, 2018). El crecimiento de la población ha sido bastante constante en las últimas cuatro décadas y actualmente no hay signos de desaceleración.

Canadá es un país muy diverso. De hecho, la diversidad ha jugado un papel importante en la historia de Canadá, y muchas personas llaman al país un país de recién llegados. Hay una gran escasez de trabajadores calificados en varios sectores en Canadá y muchos dueños de negocios dicen que esta escasez está obstruyendo el crecimiento de sus empresas.

El gobierno de Canadá está lidiando con esta situación con el desarrollo de las personas en el país y un sistema de inmigración flexible. Canadá alienta la inmigración y las personas con habilidades y experiencia adecuadas pueden solicitar la inmigración al país.

4.4.2.4. *Factor tecnológico.*

Otro aspecto importante en el análisis PESTEL de Canadá es el entorno tecnológico. Como todas las otras economías importantes, la tecnología juega un papel importante en la economía canadiense. De hecho, la tecnología es uno de los sectores de más rápido crecimiento en el país. Los canadienses hacen uso de la tecnología para muchos propósitos, especialmente educación, carreras y ocio.

Las inversiones públicas y privadas en la industria tecnológica de Canadá están creciendo rápidamente. Además, la estabilidad política, económica y social ha hecho del país un terreno fértil para el avance empresarial.

De hecho, muchos profesionales y empresas internacionales de TI ven a Canadá como uno de los mejores países del mundo para avanzar en sus carreras y hacer crecer sus negocios. En todo Canadá, la tecnología está cambiando el panorama de muchas industrias tradicionales y ofrece muchas oportunidades tanto a las personas como a las empresas.

4.4.2.5. *Factor tecnológico.*

Millones de turistas visitan Canadá cada año para experimentar su belleza escénica. Las montañas árticas, los glaciares, los lagos, los bosques, los desiertos y muchos más ofrecen a los turistas un paisaje diverso lleno de sorpresas. Sin embargo, hay una serie de desafíos ambientales que Canadá enfrenta hoy. Por ejemplo, una serie de contaminantes del aire, lluvia ácida, smog y cambio climático están afectando a los canadienses.

De hecho, muchos canadienses ven la contaminación del aire como una preocupación ambiental importante. Sin embargo, vale la pena mencionar que el gobierno de Canadá ha tomado una serie de iniciativas para disminuir la contaminación del aire y las emisiones de gases de efecto invernadero como el dióxido de carbono que causan el cambio climático.

4.4.2.6. *Factor legal.*

El entorno legal es el último elemento para discutir en el análisis PESTEL de Canadá. Aquí se debatirán varios temas relevantes. Por ejemplo, ciertos derechos de los empleados están protegidos por ley en Canadá.

Hay algunas normas mínimas que los empleadores deben cumplir con respecto a las horas de trabajo de los empleados, salarios mínimos, días de enfermedad, vacaciones, despidos y muchos más. La Ley Canadiense de Derechos Humanos (CHRA) prohíbe la discriminación por motivos de género, raza, etnia, edad y otros motivos.

4.4.3. Relación comercial Ecuador-Canadá

En el 2021, el comercio bilateral entre Ecuador y Canadá alcanzó los \$925.53 millones de dólares canadienses, esta relación comercial es complementaria y cada vez más relevante en los productos agrícolas.

Adicional la inversión directa de Canadá en Ecuador ascendió a \$3.7 mil millones de dólares canadienses y este valor se ha triplicado en los últimos 5 años por lo cual convierte a Canadá en el mayor inversionista extranjero de Ecuador. Cabe recalcar que en el 2022 entro en vigor el tratado de doble tributación entre Canadá y Ecuador.

4.4.4. Balanza comercial entre Ecuador-Canadá

Los datos presentados a continuación son obtenidos de la página oficial del Banco Central del Ecuador (Banco Central del Ecuador, 2019)

Tabla 12: Balanza comercial entre Ecuador-Canadá

Cifras en millones de USD	2020	2021
Exportaciones	118,90	189,80
Importaciones	226,30	392,20
Balanza Comercial	-107,40	- 202,40

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

En la tabla # 12 se puede observar que Ecuador ha mantenido durante los 2 últimos años una balanza comercial negativa con Canadá, con una pérdida en la relación comercial del -46,10%. Con estos datos se puede concluir que existe la necesidad de impulsar las exportaciones ecuatorianas, productos con valor agregado que son de relevancia para el mercado canadiense y de esta manera otras empresas incursiones en el comercio exterior con la diversificación de mercados.

4.4.5. Canal de distribución

Producción ----- exportación ----- distribuidor

- Producción inicia en Ecuador, en las instalaciones de PROCHOC.

- Exportación, nos contactamos con un agente de aduana local para su debida tramitación.
- Distribuidor, se deberá contactar con un distribuidor en Canadá, quien se encargará de la gestión respetando las cláusulas establecidas en el contrato acordado.

En el presente proyecto se utilizará una distribución indirecta corta, es decir, se utilizarán intermediarios para poder llegar al consumidor final, en este caso empresas minoristas, de tal forma que no exista intervención de más usuarios en la negociación y esta se más rápida con menor costos.

Según lo que expresa (Quiroa, Economipedia, 2020) “un canal de distribución corta está formado por tres niveles. Empieza con la empresa productora, sigue el minorista y termina con el consumidor final.”



Figura 18: Canal indirecto corto
Fuente: Construinnovar
Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

4.4.5.1. *Plan de Acción.*

El tipo de contrato para la exportación a este mercado es el Contrato de distribución, ya que, permite una conexión directa con el minorista extranjero. “El contrato de distribución internacional es uno de los documentos más utilizados por parte de empresas que desean exportar su producto a otros países. También son conocidos como contratos de distribución en países extranjeros. Mediante este documento el distribuidor hace llegar los productos de las empresas al país destino” (Ibañez, 2021).

El producto final será para el minorista, con el cual se debe realizar las negociaciones permitentes en cuanto a costos, logística y fechas de entregas. Ese tipo de contratos es ideal para la expansión de las pequeñas y medianas empresas ya que es más equitativo y crea obligaciones para las partes interesadas usualmente por un largo tiempo (revisar anexo #9).

Para este tipo de contrato es vital importancia que se designen las obligaciones para las partes:

Obligaciones del minorista	Obligaciones del exportador
<ul style="list-style-type: none"> • Lealtad y buena fe contractual. • Realizar en nombre y por cuenta propia la distribución del producto. • Cumplir con las condiciones de reventa. • Confidencialidad en cuanto al know-how. • Promocionar los productos como se haya pactado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lealtad y buena fe contractual. • Entregar la documentación necesaria. • Respetar los precios pactados. • Entregar el producto en las cantidades adecuadas. • Respetar los tiempos de entrega y notificar en cambio que haya un cambio.

Figura 19: Obligaciones del exportador y minorista

Fuente: Asturias Corporación Universitaria

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

4.5. Exportación del producto



Figura 20: El producto (diseño y composición)

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

4.5.1. Diseño y composición

Este será el envase en el cual se distribuirá el producto con su respectivo etiquetado y código de barra. La ciudad de Quebec como destino, cuenta 8,6 millones de habitantes aproximadamente, convirtiéndose en la segunda ciudad más poblada de Canadá.

Quebec tiene como idioma oficial es el francés, cabe recalcar que el 94,6% de la población domina este idioma, es así que el etiquetado deberá incluir este idioma además del inglés y contará con su respectiva información nutricional y medidor conocido como semáforo en el cual se reflejarán la composición del producto.

El envase del producto se realiza en fundas doypack, ya que son versátiles debido a que poseen la habilidad de permanecer en una posición erguida en estanterías, adicional son empaques artesanales, flexibles, ecológicos, y personalizados a la medida.

Cabe mencionar que al detallar el país donde se fabrica el producto se constituye en una exigencia de etiquetado en Canadá, desempeñando esta representación el requisito adquirido.

Respecto a la notificación sanitaria, según la empresa Prochoc C.A. se rige con la certificación 11336-ALN-0816

4.6.Promoción

Para dar a conocer la oferta de la Empresa Prochoc C.A. a importadores potenciales en el exterior existen medios favorables como las ferias internacionales o macro ruedas mismas que son incentivadas anualmente por PROECUADOR donde se puede exponer todos los beneficios y demás atractivos que tiene el producto.

Actualmente PROECUADOR cuenta con proyectos en el cual brindan asesoría de como exportar hacia el país de destino y contactos de posibles compradores que estén interesados en el producto ofertado, además, de trabajar en conjunto con otras instituciones como los es la CFN entre otras entidades financieras que dan apoyo de financiamiento del proyecto.

La negociación se dará con importadores que muestran interés de promover el producto. Si bien es cierto al estar ellos involucrados en plazas donde se mueven grandes masas se lograría la captación y reconocimiento por el mercado canadiense.

A través del Trade Marketing se debe realizar un plan de incentivos al canal de distribución utilizando los siguientes elementos:

- Souvenirs
- Ofertas exclusivas
- On-pack
- Estrategia Pull

4.7.Tratado entre Ecuador y Canadá.

Según la (OEA, 2022) indica que “El Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) concede arancel cero o aranceles reducidos a los países beneficiarios. Los países menos desarrollados (LDCs, por sus siglas en inglés) generalmente reciben tratamiento preferencial para ciertos productos y reducciones arancelarias significativas”

Ecuador por pertenecer a la Organización Mundial del Comercio (OMC) tiene con Canadá es el Sistema Generalizado de Preferencias lo cual otorga al país en ingreso de una lista de productos con 0% de arancel

GSP beneficiaries	GSP donors													
	Australia	Belarus	Canada	European Union			Japan	New Zealand	Norway	Russian Federation	Switzerland	Turkey	United States	
				GSP	GSP-LDCs (EBA)	GSP +							GSP	AGOA
Djibouti	LDC	X	X	X	X	X		X	X		X	X	X	X
Dominica			X	X	X			X	X	X	X	X	X	
Dominican Republic			X	X	X			X	X	X	X	X	X	
Ecuador			X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	

Figura 21: SGP entre Ecuador y Canadá
Fuente: OEA
Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

En el caso de la partida 1806.90, tenemos la tarifa MFN por lo cual tendría que pagar un 6% de arancel para ingresar el mercado de Quebec-Canadá (revisar anexo 4)

4.8.Documentación requerida para la entrada del producto a Canadá

Según (Embajada de Canadá en Ecuador, 2022) indica que # Canadá y Ecuador han mantenido relaciones oficiales diplomáticas bilaterales desde el año 1960. No obstante, nuestros lazos bilaterales empezaron a principios del siglo XX cuando ingenieros del ferrocarril, expertos en minería y misioneros canadienses trabajaron en Ecuador.

Hoy en día, nuestras relaciones están creciendo constantemente en sectores tales como el comercio, político, y cultural, con aproximadamente 25,000 ecuatorianos que viven en Canadá y 3,000 canadienses que viven en Ecuador.”

4.8.1. Permisos de importación y exportación

En Canadá existe una ley de permisos de exportación e importación por lo cual designa a como responsable de emitir permisos y certificaciones a la Oficina de Controles Comerciales y Barreras Técnicas. Los productos agrícolas, acero, textiles, aluminio y armas de fuego son sujetos a controles de importación.

Cabe recalcar que hay productos que no están sujetos a controles de importación, pero puede existir un requisito de emisión de un certificado internacional de importación. Existe una tabla de tarifas por permisos de importación.

El producto Sunkao no se encuentra sujeta a un control ni permiso de importación por lo cual debido a que la subpartida no lo requiere, por lo cual el importador no deberá cancelar ninguna tarifa.

4.8.2. Certificado de Importación Internacional

Un Certificado de Importación Internacional está destinado a permitir que un proveedor extranjero obtenga las aprobaciones que necesita de su propio gobierno para permitir la exportación de bienes o tecnología a Canadá. Un Certificado Internacional de Importación no autoriza la importación de mercancías a Canadá. (Embajada de Canadá en Ecuador, 2022)

Tener en cuenta los siguientes puntos:

- Es un documento de garantía de uso final
- El portador puede requerir este certificado antes de que Canadá autorice un permiso/licencia de exportación
- Es utilizado por las autoridades de control de exportaciones del estado exportador en su proceso de emisión de permisos/licencias de exportación
- Solo se emiten a ciudadano canadiense que deseen importar un bien y este a su vez se remiten una copia a sus proveedores extranjeros.
- En este documento se detalla: descripción exacta de la mecánica, cantidad, valor y el uso final que se otorgara en el país importador.

En el presente proyecto no se necesitará obtener este certificado, debido a que el producto no se encuentra en la lista de los bienes que deben terminar permisos de explotación.

4.8.3. Requisitos del país exportador (Ecuador)

Para ingresar el mercado de Quebec-Canadá, son indispensables los siguientes documentos:

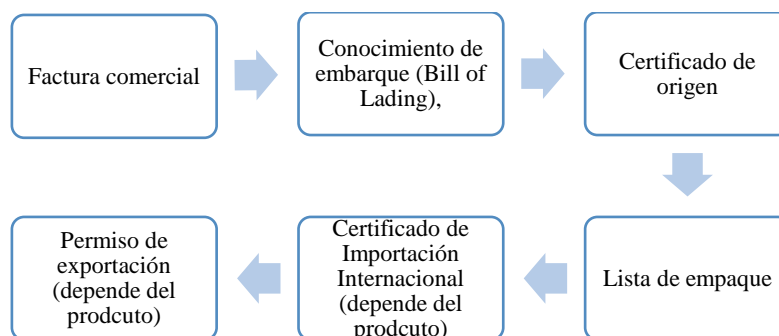


Figura 22: Requisitos del país exportador (Ecuador).

Fuente: Senae

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

4.8.4. Trámites necesarios para la exportación del producto

Las personas naturales o jurídicas con fines de comercio u otro motivo pueden exportar, siempre que cumplan con los requisitos necesarios que solicita el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Los organismos que participan en las exportaciones por lo general suelen ser: Proveedores, importador, banco comercial, la compañía de seguros, servicio nacional de aduana, las empresas certificadoras.

Los requisitos que deben poseer para ser exportador son:

1. Poseer el RUC (Registro Único del Contribuyente) emitido por el SRI (Servicio de Rentas Internas) indicando la actividad que desarrolla la empresa.
2. Obtener el Token (Firma digital) que es otorgado por el Registro Civil y el Security Data.
3. Por último, la persona tiene que registrarse en el Ecuapass como un exportador, donde se deberá colocar: Información personal actualizada, crear un usuario y contraseña, aceptar las políticas de uso y por último registrar el Token (firma electrónica)

4.8.5. Etapa del Pre-embarque

4.8.5.1. *Adquisición del certificado digital (token).*

Este certificado es necesario para poder registrarse en el Ecuapass y es otorgado por el Banco Central del Ecuador y Security Data (revisar anexo #7 y 8), los requisitos son:

BCE	Security Data
<ul style="list-style-type: none">• Llenar un formulario en www.eci.bce.ec• Adjuntar los documentos solicitados• Realizar pago de \$54.88 (incluye IVA)	<ul style="list-style-type: none">• Ingresar la solicitud en https://www.securitydata.net.ec/firma-electronica-en-ecuador/• Adjuntar los documentos solicitados• Realizar pago de \$83.55 (incluye IVA)

Figura 23: Requisitos para obtener el token.

Fuente: SENA E

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

4.8.5.2. *Registro del exportador en el Ecuapass.*

Para poder realizar una exportación la persona natural o jurídica, ecuatoriana o extranjera radicada en el país se debe registrar en el sistema informático Ecuapass y de esta manera puedan el OCE (operador de comercio exterior) pueda realizar operaciones del

inherente a los procesos de exportación, este registro es aprobado por la SENA (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador) y es gratuito. Los requisitos son los siguientes:

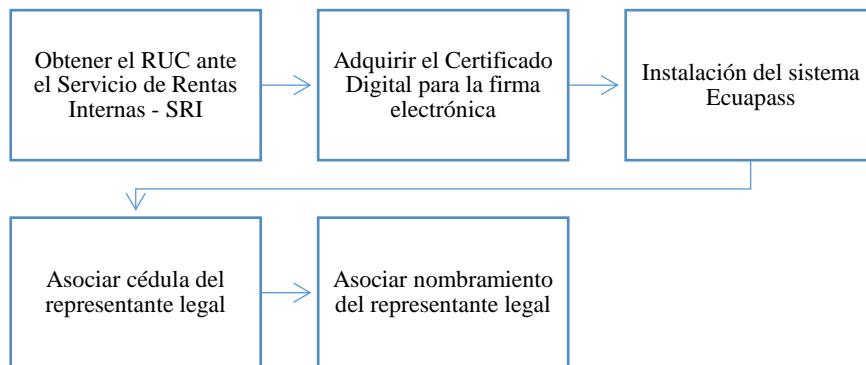


Figura 24: Requisitos para registrarse como OCE en el Ecuapass

Fuente: SENA

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

4.8.5.3. Documentación de exportación.

Al realizar una exportación existe una serie de documentos que se deben obtener en digital a fin de subirlos al portal Ecuapass para realizar la transmisión:

- I. **Cotización de exportación:** Este documento es elaborado por el exportador a fin de dar a conocer los productos a ofertar, este documento debe incluir datos del exportador, datos del importador, número de cotización, fecha, cantidad, detalle del producto, valor unitario, valor total, término de pago, plazo de pago, validez de la cotización.
- II. **Factura de exportación** Para su elaboración debe existir una proforma o cotización previamente aprobada, este documento debe incluir datos del exportador, datos del importador, número de factura, fecha, cantidad, detalle del producto, medidas y pesos, valor unitario, valor total, término de pago, plazo de pago, partida arancelaria, país origen y destino, origen de la mercadería, incoterm, detalle de gastos originados en origen hasta el flete internacional (por el incoterm CFR).
- III. **Lista de empaque:** código del producto, detalle del producto, dimensiones, números de cajas, unidades por cajas, total de las unidades, peso neto, peso bruto, número de factura, país de origen, puerto embarque y desembarque, vía de embarque, incoterm, embalaje, cubillaje, observaciones.
- IV. **Certificado de origen:** Este documento certifica la procedencia del producto y que cumple con los requisitos de origen para control de la administración aduanera, el trámite se realiza en el Ecuapass (se debe cancelar una tasa por

servicio de emisión y formulario expedido de \$10 no grava IVA), este documento se retira en las instalaciones del MPCEIP. Se detalla, el país importador, el país exportador, la declaración de origen, detalle de la mercadería, incoterm, cantidad, valor total, datos del importador, datos del exportador, medio de transporte, puerto de origen, fecha, firma y sello.

V. Certificaciones previas (Certificado Sanitario): Según el (Gobierno del Ecuador, 2022) indica que el certificado sanitario de exportación (revisar anexo #6) es un “Documento que certifica que los productos de uso y consumo humano que se fabrican en la República del Ecuador son exclusivamente de exportación y que los mismos son fabricados en establecimientos que aseguran la calidad, seguridad, eficacia y/o inocuidad de los productos”. Para obtener este documento el exportador deberá:

- i. Descargar la orden de pago por medio del URL: <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/ordenes/main.php>, por concepto del proceso de obtención del Certificado Sanitario de Exportación.
- ii. Después de su emisión el exportador tendrá 5 días laborables para cancelar el valor de la tasa \$58.34 (no grava IVA).
- iii. Ingresar una solicitud escrita mediante oficio dirigido a la máxima autoridad de la ARCSA adjuntando los requisitos solicitados.
- iv. El ARCSA revisará los documentos en el plazo de 5 días laborables y en este tiempo se notificarán las observaciones por una sola vez si las hubiere.
- v. El exportador tendrá un tiempo de 10 días laborables para subsanar las correcciones si las hubiere (sino lo hace en este tiempo se cancela el trámite y deberá volver a realizar todos los pasos incluido el pago)
- vi. Si el trámite cumple a cabalidad con los requisitos establecidos se otorgará en máximo 5 días laborables el Certificado Sanitario de Exportación (el efecto será exclusivamente para el producto y lote(s) solicitado(s).)
- vii. Retirar documento en la Secretaria General de planta central de la Agencia o en la Coordinación Zonal correspondiente.

VI. Clave de exportador ante el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca: Los requisitos son para esta tramite son el Ruc activo y

dirección de correo electrónico actualizada en el SRI. Se debe ingresar a la página web del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca: <http://www.produccion.gob.ec> , elegir la opción servicios en línea y llenar la solicitud, la plataforma le señalará la categoría e indicará que imprima su certificado (este trámite no tiene costo).

4.8.5.4. Transmisión de la DAE en el Ecuapass.

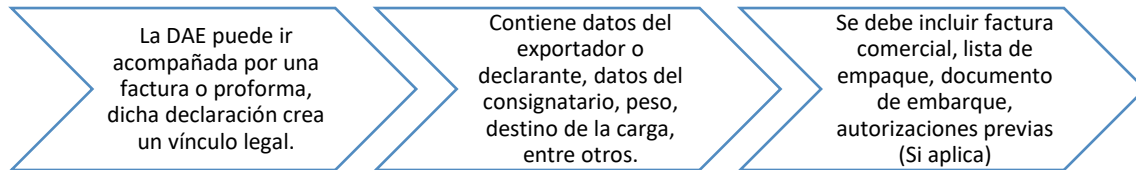


Figura 25: Transmisión de DAE

Fuente: Proecuador

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

4.8.6. Etapa del Post-embarque

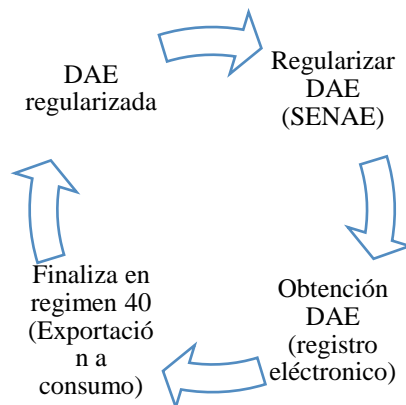


Figura 26: Etapa del Post-embarque

Fuente: Proecuador

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

4.8.7. Contenedor a usar

La mercadería a exportar requiere un tratamiento especial debido a sus componentes perecibles, se deberá realizar mediante un contenedor de 20 pies refrigerado permitiendo el ingreso de un mayor volumen de productos, este posee un motor capaz de mantener las diferentes cargas perecibles tales como frutas, verduras, lácteos, carnes (varios), chocolates, productos de la industria farmacéutica, productos químicos entre otros.

Es por esa razón si bien el contenedor refrigerado posee dentro de su composición un motor refrigerante, deberá contar con una fuente de alimentación externa, ya que el mismo no es capaz

de funcionar por sus propios medios, por tal razón cada nave carguera posee una fuente de poder para que la unidad funcione con normalidad a lo largo del viaje, de igual manera en los diferentes almacenes temporales existe esta fuente de poder externa lista para ser utilizada.

Incluso los medios de transporte terrestre especializados en movilizar este tipo de contenedores poseen un genset o un thermoking para poder generar la energía durante la logística interna,

Los sistemas de refrigeración modernos controlan la temperatura en general utilizando tres diferentes modos: capacidad full, control modulado y on-off control. El establecer un punto en la temperatura es obtener el control establecido y deseado para cada alimento.

El principal objeto del transporte refrigerado es asegurar al mínimo las pérdidas de calidad durante el transporte. Por lo tanto, precisa el control mínimo de temperatura que se pueda brindar en el transporte. El producto Sunkao debe conservarse en un ambiente fresco y seco (20 °C-25 °C y 45%-60% HR)

La logística para la exportación de este producto al mercado de Quebec adoptara una serie de etapas. Comenzando con la producción en la planta para su empaquetado y envasado, realizando posterior a esto los trámites documentales que permitan la salida del producto hacia Canadá.

Una vez realizados estos trámites se procede a negociar el transporte terrestre al puerto de origen donde se someterá la carga a ciertas revisiones hasta su embarque en el buque para su transporte al puerto de destino. Cabe mencionar que al ser nuevos exportadores el perfil de riesgo será alto y el porcentaje de riesgo para las autoridades será latente. Por lo tanto, la carga será sometida a una revisión de antinarcótico.

4.8.8. Proceso Logístico

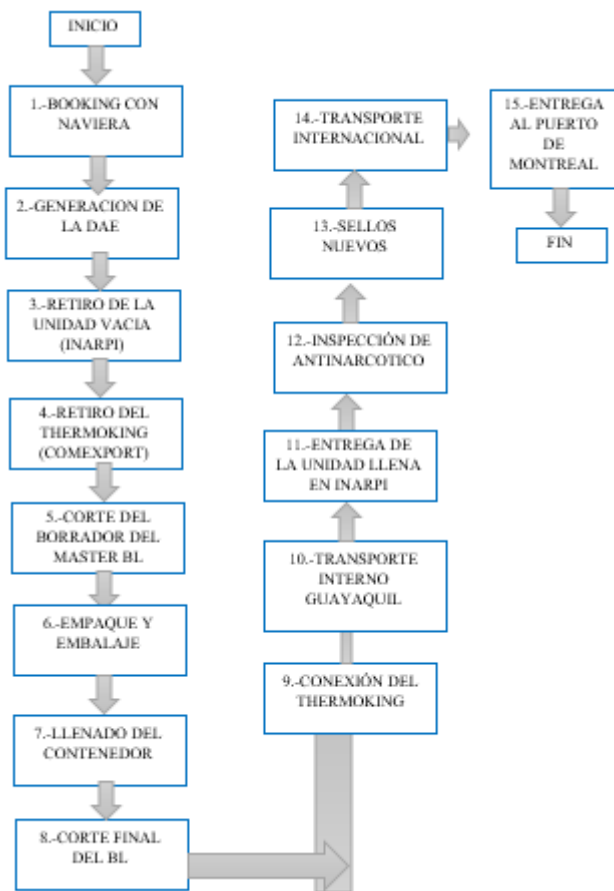


Figura 27: Proceso logístico

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

4.8.9. Logística en el mercado de destino

La carga llegará al puerto de Montreal-Canadá para ser retirada por el importador en un promedio de 12 días de tránsito. Previa a la llegada de la mercancía el importador, con 12 horas de anticipación deberá informar a la Canadian Food Inspection Agency – CFIA (Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos) para su inspección según lo dispuesto en la “Ley Canadiense”.

Según PROECUADOR La CFIA se encarga de la inspección y cuarentena de los programas relacionados con los alimentos, plantas y animales en 18 regiones y 160 oficinas de campo, laboratorios y plantas de procesamiento de alimentos en todo el país. La CFIA fomenta a la industria a adoptar prácticas de gestión de riesgos basadas en la ciencia, llevando a cabo

evaluaciones de riesgo de las enfermedades y plagas para evitar su introducción y propagación. (PROECUADOR, 2018).

4.8.10. Empaque

Florempaque S.A empresa que provee del envase del producto, que se compone de fundas doypack con su respectivo sello, el empaque que se utiliza en el producto es conveniente debido a que son versátiles por la habilidad de permanecer erguidas en la estantería, es decir se mantienen firme en el mostrador, entre sus características principales son su flexibilidad, son ecológicos, artesanales y personalizados.

4.8.11. Empaque y Embalaje

El empaque del producto se compone de una funda de material metálico Doypack, en tamaño de 10cm por 18cm, el cual por su contenido se recomienda estar en una temperatura de 20c a 25c.



Funda Doypack Metalizada

Figura 28: Empaque del producto

Fuente: Florempaque S.A.

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

Según la figura #28 el producto Doypack metalizado es apto para la preservación del producto y son prácticos en su uso.

Los Snacks irán empacadas de 30 unidades por caja en la presentación de 40g, las dimensiones de la caja seleccionada de acuerdo a la ISO 3394 son de 35cmx24cmx13.5cm



Figura 29:Embalaje del producto

Fuente: iStock

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

Se utilizará un contenedor de 20 pies, el cual será abastecido en la planta de la empresa Prochoc C.A, la unidad vacía se retirará de INARPI, 48h antes del cut off.



Figura 30: Pallet

Fuente: GrupoCabeza

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

La mercancía ira en pallets de 120 x 100 cm según la ISO 3394, cada pallet ira con un total de 184 cajas y 202 cajas ubicados de manera en que se aproveche el espacio del contenedor, mismos que irán reforzados con flejes verticales cada uno, en el contenedor irán 9 pallets en total

4.8.12. Contenerización.

El proceso de contenerización consiste en la ubicación correcta de las mercancías ya paletizadas con el objetivo de aprovechar todo el espacio disponible del contenedor sin afectar la integridad del empaque y embalaje del producto.

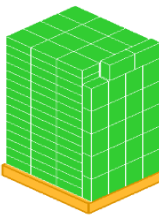
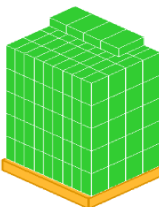
Paletas	Carga del embalaje
	<p>Cantidad de paletas en el contenedor: 8 paquetes</p> <p>On the pallet: Carga Carga1 - 202 paquetes Carga volume: 2.22 m³ (93% pallet volume) Carga weight: 242.4 kg. (32% pallet payload)</p> <p>Muestre la carga de la paleta por bloques Muestre la carga de la paleta paso a paso</p>
	<p>Cantidad de paletas en el contenedor: 1 paquetes</p> <p>On the pallet: Carga Carga1 - 184 paquetes Carga volume: 2.02 m³ (84% pallet volume) Carga weight: 220.8 kg. (29% pallet payload)</p> <p>Muestre la carga de la paleta por bloques Muestre la carga de la paleta paso a paso</p>

Figura 31: Paletización del producto

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

Fuente: SeaRates.com

En la figura # 31, se observa la palatización adecuada de las cajas, apilados de dos maneras para aprovechar el espacio del contenedor en su totalidad.

Contenedores	Carga del embalaje
<p>Todos los contenedores:</p> <p>20' dv: 2 unidades</p>	<p>1800e paquetes totales. Packed: 1800e paquetes. (100%)</p>
	<p>Contenedor N°1 (20' dv 1 unidades)</p> <p>Packed: 1800 packages: (100%). Including: Carga1 - 1800 paquetes (100%)</p> <p>Carga volume: 19.81 m³ (60% of volume)</p> <p>Carga weight: 2160 kg. (8% of max payload)</p> <p>Muestre los paquetes por bloques Muestre el empaquetado paso a paso Muestre las imágenes de carga del palet</p>

Figura 32: Contenerización del producto

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

Fuente: SeaRates.com

En la figura #32, se observa un contenedor RF de 20'' con el total de las mercancías a exportar, con las dimensiones del contenedor de 20 se logró ingresar 9 euro pallets con 200 cajas aproximadas cada una, totalizando 432 cajas en un contenedor de 20''.

4.8.13. Medidas de seguridad y bioseguridad

En la exportación de productos alimenticios se tiene presente que exista el proceso adecuado para la manipulación de los productos a comercializar en el exterior.

Además de asegurar la calidad del producto, se debe tomar en cuenta de los requisitos que exige el país destino.

En Latinoamérica se ha implementado un plan de seguridad alimentaria debido a las consecuencias que provocó el COVID 19, según la Asesoría técnica Parlamentaria de la BCN, se abarcó 3 temas importante para preservar la seguridad en la comercialización de productos alimenticios,

- La evaluación global del impacto de la crisis del COVID-19 sobre la seguridad alimentaria en la región
- Los riesgos sanitarios y fitosanitarios en las fronteras
- capacidad de producción y abastecimiento de alimentos.

La pandemia provoco que el estado tenga un rol central en facilitar, coordinar e intervenir en el manejo y distribución de los alimentos, es en este punto donde se debe evitar que una crisis sanitaria entre en el entorno de una crisis alimentaria, para ello se ejecutó diversos mecanismos de cooperación multilateral a niveles internacionales.

Por ende, Los países con sistemas de salud pública amplios generalmente cuentan con planes nacionales de salud de gran alcance.

4.8.14. Travesía en origen

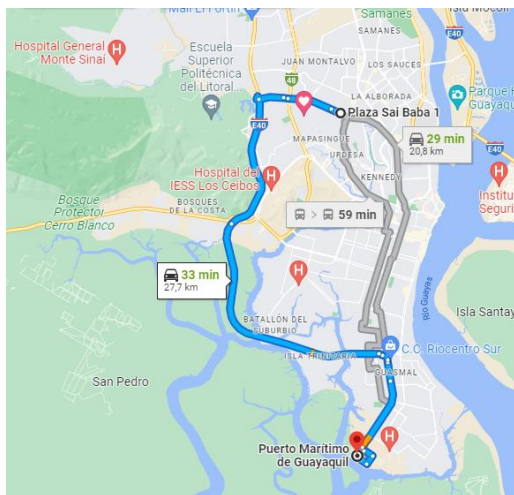


Figura 33: Travesía del transporte interno

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

Fuente: Googlemaps

En la figura #33, la travesía en origen parte desde la matriz de la empresa Prochoc C.A, ubicada en Plaza Sai Baba 1 al norte de Guayaquil, directo al Puerto Marítimo de

Guayaquil, tomando la ruta habilitada para camiones de carga pesada que es por la vía perimetral, tomando entre 30min a 40min.

4.8.15. Compañía de transporte

Valor para transportar un contenedor de 20 pies de HAPALLOYDS al puerto es de \$ 500, datos provenientes de la empresa ROLACARGA, y el TERMOKING de \$50, datos provenientes de COMEXPORT.

El tiempo de transporte vía terrestre según Google Maps (2022) es de 5 a 6 horas, debe mencionarse que la carga saldrá de la empresa lista en el contenedor para su embarque, el cual parte desde la locación de la empresa Prochoc C.A, al puerto.

4.8.16. Flete internacional

El flete internacional se cotizó con diferentes navieras, el transporte internacional desde Guayaquil Ecuador a Montreal Canadá, realizado por empresa Hapag Lloyd, quien brindo el servicio requerido, se cotizó con otras navieras como Maersk, Homburg Sud, Evergreen, y ONE ofrecieron tarifas más altas, travesías más largas o que no ofrecían la ruta deseada. Según el anexo # 5 el cual detalla la cotización realizada proyecta un costo de \$2063,00, mas los costos de combustible.

4.8.17. Travesía

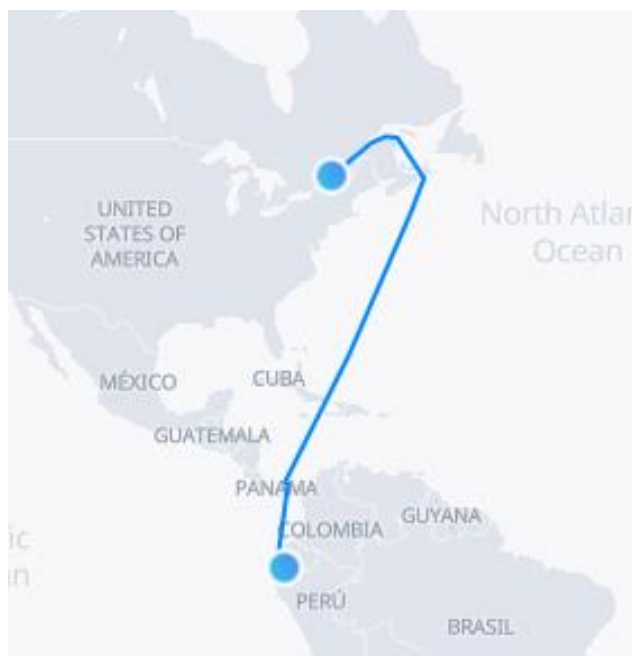


Figura 34: Travesía internacional

Fuente: SeaRates

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

Según la figura # 34, la ruta que la empresa Hapag Lloyds propuso parte desde el puerto de Guayaquil – Ecuador tiene dos trasbordos en Cartagena – Colombia, en New York – NY y finalmente en el puerto de Montreal, el tiempo de la travesía es de 29 días.

4.9. Financiamiento

4.9.1. Inversión

Para la inversión requerida para el presente proyecto, se ha propuesto a la empresa iniciar con un valor de \$55.000,00, lo cual abarca todos los costos y gastos que van a incurrir en el proceso de producción y exportación del producto en el mercado seleccionado.

4.9.2. Costos

4.9.2.1. Costos variables

Los costos variables son aquellos que van cambiando de acuerdo a como va evolucionando la producción en una empresa, quiere decir, que los costos dependen de los volúmenes de producción, por ende, entre más producción genere una empresa, mayores serán sus costos. La mercadería que se va a enviar al mercado canadiense se realizará en dos envíos por año.

Tabla 13: Proyección por unidades.

PROYECCION POR UNIDADES					
SEMESTRAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
54000	112320	116813	121485	126345	131399

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

En la tabla # 13, las unidades que se ha proyectado enviar al mercado seleccionado, estimando la producción planificada para este proyecto, apuntando a un incremento anual del 4%, enviado un total de 112.320 unidades en el primer año.

Tabla 14: Costo del producto.

EXW	1	2	3	4	5
COSTO UNITARIO	\$ 0.80	\$ 0.84	\$ 0.88	\$ 0.93	\$ 0.97
CANTIDADES	112320	116813	121485	126345	131399
TOTAL	\$ 89,856.00	\$ 98,122.75	\$ 107,150.05	\$ 117,007.85	\$ 127,772.57

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

En la tabla #14, el costo de producción del snack de quinua con chocolate, (información otorgada por el Gerente de la empresa), es de \$0,80 ctvs. por unidad, incluyendo los costos fijos y variables, más los costos administrativos, proyectada con un crecimiento de 5% anual,

al igual que las unidades a exportar semestralmente al mercado canadiense, dando como resultado el costo EXW anual del producto.

Tabla 15: Gastos de exportación

GASTOS DE EXPORTACION	
COSTO DE TERMINAL	\$ 590.80
TRANSPORTE INTERNO (HAPAG LOYD)	\$ 1,000.00
GENSET	\$ 190.00
AGENTE DE ADUANA	\$ 190.00
EMISION DE B/L	\$ 120.00
COURIER	\$ 151.30
GASTOS NAVIEROS	\$ 950.00
INSPECCION	\$ 220.00
RETIRO DE CONTENEDOR VACIO	\$ 80.00
CERTIFICADOS	\$ 680.00
TOTAL	\$ 4,172.10
COSTO FOB	\$ 94,028.10
COSTO FOB UNITARIO	\$ 0.84
FLETE	\$ 4,786.00
MARGEN DE UTILIDAD 40%	\$ 37,611.24
PRECIO CFR	\$ 136,425.34
PRECIO CFR UNITARIO	\$ 1.21

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

En la tabla # 17, se detallan los rubros para los gastos de exportación, donde abarca gastos como el transporte interno que se va a realizar con la empresa HAPAG LOYD, la emisión del B/L, entre otros, dando un total de \$4172,10, en la misma tabla detallamos el costo FOB de la mercancía, el flete cotizado en \$2063,00, más los costos de combustibles detallados en el anexo#5 por viaje, dando un total de \$4786,00, se proyecta un margen de utilidad del 40%, dando como resultado un precio CFR de \$1,21.

4.9.3. Estado de resultado

El estado financiero es aquel que muestra los datos recopilados del total de los ingresos y de los gastos que ha incurrido la empresa a lo largo de periodo financiero, que por lo general son doce meses, en el siguiente cuadro mostramos la proyección de los ingresos y gastos que ha realizado la empresa a lo largo de los cinco años proyectados:

Tabla 16: Estado de resultado

ESTADO DE RESULTADO					
PERDIDAS O GANANCIAS	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 136,425.34	\$ 141,882.35	\$ 147,557.65	\$ 153,459.95	\$ 159,598.35
COSTOS	\$ 94,028.10	\$ 97,789.22	\$ 101,700.79	\$ 105,768.82	\$ 109,999.58
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 42,397.24	\$ 44,093.13	\$ 45,856.85	\$ 47,691.13	\$ 49,598.77

GASTOS DE EXPORTACION	\$ 4,172.10	\$ 4,338.98	\$ 4,512.54	\$ 4,693.05	\$ 4,880.77
GASTOS OPERACIONALES	\$ 4,172.10	\$ 4,338.98	\$ 4,512.54	\$ 4,693.05	\$ 4,880.77
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 38,225.14	\$ 39,754.15	\$ 41,344.31	\$ 42,998.08	\$ 44,718.01
PARTICIPACION DE TRABAJADORES 15%	\$ 5,733.77	\$ 5,963.12	\$ 6,201.65	\$ 6,449.71	\$ 6,707.70
UTILIDAD OPERATIVA ANTES DEL IMPUESTO	\$ 32,491.37	\$ 33,791.02	\$ 35,142.66	\$ 36,548.37	\$ 38,010.31
IMPUESTO A LA RENTA 25%	\$ 8,122.84	\$ 8,447.76	\$ 8,785.67	\$ 9,137.09	\$ 9,502.58
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 24,368.53	\$ 25,343.27	\$ 26,357.00	\$ 27,411.28	\$ 28,507.73

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

En la tabla # 18, se detalla la utilidad del ejercicio, mismo que desde el primer año, se proyecta con valores positivos, el cual se conforman de la diferencia de los ingresos y de los gastos operacionales, pagando el 15% a los trabajadores y el 25% de impuesto a la renta que se proyectan con un incremento del 4% por año.

4.9.4. Flujo de efectivo

El flujo de efectivo es un documento donde se proyecta la entrada y salida de efectivo en la empresa dentro del periodo establecido, entendiéndose que las entradas abarcan a todas las actividades que aumentan el dinero disponible en la empresa, es decir que el dinero que ingresa de la venta del producto, mientras que las salidas son todas las actividades que disminuyen el efectivo de la empresa.

Tabla 17: Flujo de efectivo

FLUJO DE EFECTIVO						
INVERSION INICIAL	-\$ 55,000.00					
AÑO	0	1	2	3	4	5
VENTAS		\$ 136,425.34	\$ 141,882.35	\$ 147,557.65	\$ 153,459.95	\$ 159,598.35
TOTAL INGRESOS		\$ 136,425.34	\$ 141,882.35	\$ 147,557.65	\$ 153,459.95	\$ 159,598.35
EGRESOS						
COSTOS VARIABLES		\$ 17,850.00	\$ 18,742.50	\$ 19,679.63	\$ 20,663.61	\$ 21,696.79
COSTOS FIJOS		\$ 18,151.31	\$ 19,058.88	\$ 20,011.82	\$ 21,012.41	\$ 22,063.03
GASTOS DE EXPORTACION		\$ 4,172.10	\$ 4,338.98	\$ 4,512.54	\$ 4,693.05	\$ 4,880.77
TOTAL EGRESOS		\$ 40,173.41	\$ 42,140.36	\$ 44,203.99	\$ 46,369.06	\$ 48,640.58
UTILIDAD		\$ 96,251.93	\$ 99,741.99	\$ 103,353.66	\$ 107,090.89	\$ 110,957.77
15% TRABAJADORES		\$ 14,437.79	\$ 14,961.30	\$ 15,503.05	\$ 16,063.63	\$ 16,643.67
UTILIDAD NETA		\$ 81,814.14	\$ 84,780.69	\$ 87,850.61	\$ 91,027.26	\$ 94,314.10
25% IMPUESTO A LA RENTA		\$ 20,453.54	\$ 21,195.17	\$ 21,962.65	\$ 22,756.81	\$ 23,578.53
TOTAL		\$ 61,360.61	\$ 63,585.52	\$ 65,887.96	\$ 68,270.44	\$ 70,735.58
FLUJO DE EFECTIVO	-\$ 55,000.00	\$ 20,064.73	\$ 23,296.83	\$ 26,669.69	\$ 30,189.51	\$ 33,862.77

Elaborado por: Mera&Moreira (2022)

En la tabla # 19, se proyecta la entrada y salida de dinero que la empresa Prochoc C.A ha proyectado por 5 años para la exportación del snack de chocolate a base de quinua, en el cuadro se observa la inversión inicial de \$55.000,00 que la empresa decidió asumir para llevar a cabo el proyecto, mismo que desde el primer año da como resultados números positivos, es decir, que desde el primer año se va a ir recuperando la inversión del capital.

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Con la investigación realizada se determina el Exportación de bites de quinua cubiertos de chocolate de la empresa Productora de alimentos saludables y chocolate Prohoc C.A. al mercado canadiense, el cual presenta resultados favorables para la empresa, existiendo en la actualidad una alta tendencia de consumo de productos saludables en Canadá, centrando un alto porcentaje, aproximadamente del 60% en el estado de Quebec.

La empresa PROCHOC C.A esta apta para cubrir más del 50% de la demanda que exige el estado de Quebec gracias a la buena calidad tanto en infraestructura como en tecnología implementados en el proceso de producción.

En cuanto al plan de exportación del producto bites de quinua cubiertos de chocolate, se tomó como referencia el modelo del plan de exportación realizado por la compañía de comercio y exportación de Puerto Rico, el cual consta de seis partes importantes donde se detalla paso a paso los procesos a seguir desde la salida del producto de la fábrica hasta llegar al lugar negociado para su comercialización en el mercado de Quebec - Canadá.

El plan de exportación apropiado para la comercialización de los bites de quinua cubiertos de chocolate se detalla desde el mercado destino, en este caso Quebec Canadá, seguido de la muestra seleccionada, la población vegana en Canadá, dicha población se encuentra en crecimiento debido a las diversas enfermedades que han surgido gracias al mal hábito alimenticio, los bites de quinua cubiertos de chocolate cumple con las exigencias que el mercado demanda en la actualidad, en cuanto al financiamiento afronta la inversión y la rentabilidad que produce la comercialización de los bites de quinua cubiertos de chocolate.

Cabe recalcar que, por aceptación de mercado, actualmente ya no se utiliza en maíz en la producción, la presentación que se comercializa y con la cual se realizó el estudio de mercado es de quinua cubiertas de chocolate.

Recomendaciones

En relación a la conclusión, se establecen las siguientes recomendaciones: Una vez comercializado bites de quinua cubiertos de chocolate al mercado de Quebec Canadá, incentivar al mercado local al consumo de productos naturales, estableciendo una oportunidad de crecimiento a nivel nacional.

Teniendo en cuenta el proyecto establecido en el estado de Quebec, es importante analizar la rentabilidad que podría existir en los mercados de los alrededores, para el abastecimiento de los mismos, incrementando la oferta exportable e ingresos de la compañía.

Dentro de los procesos realizados en el plan de exportación, analizar tanto los puntos fuertes del proyecto, así como los puntos débiles, permitiendo mejorar tanto en la calidad del producto como en la calidad del servicio.

Es importante considerar los factores de negociación de ambas partes, analizando los puntos favorables no solo para la empresa PROCHOC C.A, sino también para el cliente en el exterior, cabe recalcar que el cambio del término de negociación afectaría los costos y gastos involucrados.

5. Bibliografía

- ARCSA. (2021). <https://www.controlsanitario.gob.ec/>. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/autorizacion-para-importar-exportar-medicamentos-que-contengan-sustancias-catalogadas-sujetas-a-fiscalizacion/>
- ARCSA. (28 de 04 de 2022). <https://www.gob.ec/>. Obtenido de <https://www.gob.ec/arcsa/tramites/certificado-sanitario-exportacion-alimentos#:~:text=Para%20obtener%20el%20Certificado%20Sanitario,del%20Certificado%20Sanitario%20de%20Exportaci%C3%B3n>
- BULLA, J. L. (2020). <https://repository.icesi.edu.co>. Obtenido de https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/87561/1/TG03037.pdf
- Cabeza. (19 de 03 de 2020). <https://www.cabeza.com/es>. Obtenido de <https://www.cabeza.com/es/palets-tipo-tamanos-y-usos/>
- Callebaut. (2022). <https://www.barry-callebaut.com>. Obtenido de <https://www.barry-callebaut.com/en>
- Canada, S. (23 de 03 de 2020). <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/marco-geografico/index.html?idPais=CA#:~:text=octubre%20de%202018.-,En%20la%20%C3%BAlti>. Obtenido de <https://www.icex.es>
- Certificaciones, C. G. (06 de 2017). <https://www.controlsanitario.gob.ec>. Obtenido de https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/07/IE-B.3.1.3-GN-01_Obtencio%CC%81n-Certificado-Exportacio%CC%81n.pdf
- Clubdelicatessen.com. (13 de Abril de 202). [Clubdelicatessen.com](http://clubdelicatessen.com). Obtenido de <https://clubdelicatessen.com/productos-delicatessen-o-gourmet/>
- costa, U. d. (2021). https://eduvirtual.cuc.edu.co/moodle/pluginfile.php/618544/mod_resource/content/1/T%C3%A9nicas%20y%20m%C3%A9todos%20inv.pdf#:~:text=Las%20t%C3%A9nicas%20de%20investigaci%C3%B3n%20son,para%20obtener%20informaci%C3%B3n%20y%20conocimiento. Obtenido de <https://eduvirtual.cuc.edu.co>
- ECUADOR, I. D. (06 de 01 de 2022). <https://www.importacionesecuador.com.ec>. Obtenido de <https://www.importacionesecuador.com.ec/merceologia/clasificacion-arancelaria-de-mercancias/>
- Embajada de Canadá en Ecuador. (2 de Junio de 2022). *Embajada de Canadá en Ecuador*. Obtenido de https://www.canadainternational.gc.ca/ecuador-equateur/bilateral_relations_bilaterales/index.aspx?lang=spa
- Euroinnova. (2022). <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-la-investigacion-exploratoria>. Obtenido de <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-la-investigacion-exploratoria>

Exteriores. (2021). <https://www.exteriores.gob.es>. Obtenido de https://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/CANADA_FICHA%20PAIS.pdf

Gobierno del Ecuador. (2022). *Gobierno del Ecuador*. Obtenido de <https://www.gob.ec/arcsa/tramites/certificado-sanitario-exportacion-alimentos#:~:text=Para%20obtener%20el%20Certificado%20Sanitario,del%20Certificado%20Sanitario%20de%20Exportaci%C3%B3n>

GONZÁLEZ, R. (13 de Mayo de 2022). *CincoDías*. Obtenido de https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/05/12/pyme/1652390845_160480.html

grange, L. p. (2022). <https://lapetitegrange.ca>. Obtenido de <https://lapetitegrange.ca/chocolaterie-et-centre-dinterpretation-du-chocolat/>

Grudemi. (12 de 2021). <https://enciclopediaeconomica.com>. Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/costos-variables/>

Ibañez, S. (7 de Diciembre de 2021). *Mil Formatos*. Obtenido de <https://milformatos.com/contratos/contrato-de-distribucion-internacional/>

Iñiguez, K. (06 de 12 de 2020). <https://saboryestilo.com.mx>. Obtenido de <https://saboryestilo.com.mx/vida-saludable/que-es-un-superfood/>

León, N. T. (28 de Agosto de 2021). *Universidad Autónoma del estado de México*. Obtenido de <https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=rm&ogbl#sent?projector=1>

LRQA. (4 de Noviemre de 2021). *LRQA*. Obtenido de <https://www.google.com/search?q=certificacion+haccp&source=Int&tbs=qdr:y&sa=X&ved=2ahUKEwiL3bqU7aP5AhUesIQIHYTgDUYQpwV6BAgBEB0&biw=1366&bih=657&dpr=1>

MarketerosLATAM. (29 de Julio de 2021). *MarketerosLATAM*. Obtenido de <https://www.marketeroslatam.com/muestra-como-determinarla-en-la-investigacion/>

master, T. y. (2021). <https://tesisymasters.com.ar/investigacion-descriptiva-ejemplos/#:~:text=Una%20investigaci%C3%B3n%20descriptiva%20es%20aquella,las%20cuales%20eso%20tiene%20lugar>. Obtenido de <https://tesisymasters.com.ar>

MDG. (31 de 05 de 2022). <https://www.gob.ec/>. Obtenido de <https://www.gob.ec/mdg/tramites/aprobacion-autorizacion-previa-electronica-importacion-sustancias-catalogadas-sujetas-fiscalizacion>

Ministerio de Salud Pública. (27 de Noviembre de 2021). *Ministerio de Salud Pública*. Obtenido de [https://www.salud.gob.ec/las-industrias-deben-obtener-certificados-de-buenas-practicas-de-manufactura-para-alimentos-hasta-el-27-de-noviembre/#:~:text=Las%20buenas%20pr%C3%A1cticas%20de%20manufactura%20\(BPM\)%20son%20los%20principios%20b%C3%A1sicos,riesgos](https://www.salud.gob.ec/las-industrias-deben-obtener-certificados-de-buenas-practicas-de-manufactura-para-alimentos-hasta-el-27-de-noviembre/#:~:text=Las%20buenas%20pr%C3%A1cticas%20de%20manufactura%20(BPM)%20son%20los%20principios%20b%C3%A1sicos,riesgos)

montagne, L. (2022). <https://lamontagnechocolate.com/>. Obtenido de <https://lamontagnechocolate.com/shop/>

- MPCEIP. (15 de 09 de 2021). <https://www.gob.ec/>. Obtenido de <https://www.gob.ec/mpceip/tramites/autorizacion-productos-prohibida-exportacion-sujeta-autorizacion-previa>
- MPCEIP. (23 de 03 de 2022). <https://www.gob.ec/>. Obtenido de <https://www.gob.ec/mpceip/tramites/emision-registro-unico-mipymes>
- Mundi. (13 de 10 de 2021). <https://mundi.io/>. Obtenido de <https://mundi.io/contabilidad/hacer-flujo-de-efectivo/>
- Neder, M. A. (17 de 04 de 2022). <https://www.eluniversaledomex.mx/>. Obtenido de <https://www.eluniversaledomex.mx/que-es-el-concepto-deli>
- Nielsen Consumer LLC. (15 de Junio de 2022). *Nielsen Consumer LLC*. Obtenido de <https://nielseniq.com/global/en/news-center/2022/nielseniq-releases-canadian-most-valuable-shopper-study/>
- Nieto, J. (06 de Agosto de 2021). *CETYS UNIVERSIDAD*. Obtenido de <https://www.cetys.mx/educon/programas-de-estudio-mexicali/>
- NSF. (6 de Enero de 2022). *NSF*. Obtenido de <https://www.nsf.org/mx/es/evaluaci%C3%B3n/alimentos/certificaci%C3%B3n-producto-alimentos-bebidas/certificaci%C3%B3n-gluten-free>
- OEA. (2022). *OEA*. Obtenido de http://www.sice.oas.org/tpd/gsp/gsp_schemes_s.asp
- Organos. (23 de 12 de 2021). <https://organosdepalencia.com/>. Obtenido de <https://organosdepalencia.com/biblioteca/articulo/read/61282-cual-es-la-diferencia-entre-el-metodo-inductivo-y-deductivo>
- Palacios, C. (11 de Febrero de 2022). *Crehana*. Obtenido de <https://www.crehana.com/blog/negocios/caracteristicas-y-funciones-de-una-entrevista/>
- Parlamentaria, A. T. (08 de 2021). <https://obtienearchivo.bcn.cl/>. Obtenido de https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/32440/1/BCN_sistemas_alimentarios_en_LATAM_impactos__vulnerabilidad_y_politicas_publicas.pdf
- Porfirio, C. (17 de Abril de 2022). *Pearson*. Obtenido de <https://blog.pearsonlatam.com/talento-humano/metodos-inductivo-y-deductivo-en-las-empresas#:~:text=Todos%20usamos%20los%20m%C3%A9todos%20inductivo,a%20partir%20de%20fen%C3%B3menos%20individuales.>
- PROECUADOR. (2018).
- Quiroa, M. (5 de Octubre de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-canales-de-distribucion.html>
- Quiroa, M. (05 de 10 de 2020). <https://economipedia.com/>. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-canales-de-distribucion.html>

RegistroCivil. (2021). <https://www.registrocivil.gob.ec/>. Obtenido de <https://www.registrocivil.gob.ec/solicitud-de-emision-de-certificado-digital-de-firma-electronica/>

RinconTic. (9 de Febrero de 2022). *RinconTic*. Obtenido de <https://rincontic.org/2022/02/09/que-es-la-metodologia-de-la-investigacion/>

Riverón, B. (10 de 03 de 2022). <https://actualfruveg.com>. Obtenido de <https://actualfruveg.com/2022/03/10/maracuya-pasion-flor-fruto/>

S., J. (04 de Mayo de 2022). *Economía3*. Obtenido de <https://economia3.com/que-es-economia-de-escala/#:~:text=Econom%C3%ADa%20de%20escala%20definici%C3%B3n&text=Dicho%20de%20la%20manera%20m%C3%A1s,productos%20con%20precios%20m%C3%A1s%20competitivos>.

Santander. (03 de 2022). <https://santandertrade.com/es/>. Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/canada/llegar-al-consumidor>

SeaRates. (2022). <https://www.searates.com/reference/stuffing/>. Obtenido de <https://www.searates.com>

SecurityData. (2021). <https://www.securitydata.net.ec>. Obtenido de <https://www.securitydata.net.ec/firma-electronica-en-ecuador/>

SENAE. (11 de 2021). <https://www.aduana.gob.ec/>. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>

SENAE. (05 de 04 de 2022). <https://www.gob.ec/>. Obtenido de <https://www.gob.ec/senae/tramites/aprobacion-registro-oce-importadorexportador-sistema-informatico-ecuapass>

Simfruit. (22 de 04 de 2021). <https://www.simfruit.cl>. Obtenido de <https://www.simfruit.cl/analisis-los-consumidores-canadienses-muestran-una-alta-ansiedad-por-el-covid-19/>

Subsecretaría General de Relaciones Internacionales y Asuntos comunitarios. (26 de Septiembre de 2019). *Noticias del exterior*. Obtenido de https://www.mapa.gob.es/images/es/_bne43319canadahocomi-e_tcm30-513599.pdf

tech, T. f. (17 de 11 de 2021). <https://thefoodtech.com>. Obtenido de <https://thefoodtech.com/columnistas/superfoods-naturales-funcionales-y-muy-populares/>

Trademap. (13 de 06 de 2022). <https://www.trademap.org>. Obtenido de https://www.trademap.org/Bilateral_10D_TS.aspx?nvpm=3%7c218%7c%7c124%7c%7c180690%7c%7c%7c8%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1

Universidad UNADE. (21 de Abril de 2022). *UNADE*. Obtenido de <https://unade.edu.mx/ventaja-absoluta-y-comparativa/>

UVALDO, B. C. (2019). *http://repositorio.utmachala.edu.ec*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/13496/1/ECUACE-2019-CI-DE00253.pdf>

Weisson, I. (22 de 08 de 2016). *https://blog.confianza.com.ec/*. Obtenido de <https://blog.confianza.com.ec/blog/exportacion-ecuador-requisitos>

ANEXOS.

Anexo 1 RUC

Consulta de RUC

RUC

0992952784001

Razón social

PRODUCTORA DE ALIMENTOS SALUDABLES Y CHOCOLATE
PROCHOC C.A.

Estado contribuyente en el RUC

ACTIVO

Nombre comercial

Representante legal

Nombre: ROMERO RUEDA DIEGO FERNANDO
Cédula/RUC: 1709211138

Actividad económica principal

ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE CHOCOLATE.

Tipo contribuyente

SOCIEDAD

Subtipo contribuyente

BAJO CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

Clase contribuyente

OTROS

Obligado a llevar contabilidad

SI

Fecha inicio actividades

30/12/2015

Fecha actualización

10/09/2019

Fecha cese actividades

Agente de retención

SI

Ficha técnica de Producto Terminado	
<i>1. Información de producto:</i>	
SNACK DE QUINUA Y CHOCOLATE	725551
Producto terminado:	SNACK DE QUINUA Y CHOCOLATE
Descripción del producto:	<p>Producto obtenido a partir de frutos sanos, maduros y limpios.</p> <p>Apto para consumo humano.</p> <p>Debe estar libre de materias extrañas, sustancias tóxicas y patógenas que pudieran ocasionar trastornos para la salud.</p>
Lista de ingredientes:	Cobertura de chocolate negro (licor de cacao, manteca de cacao, azúcar de caña, emulsionante (lecitina de soya no. GMO)), quinua, puede contener trozos de nueces.
Vida útil:	1 año a partir de la fecha de fabricación, en el envase sin abrir, y en las condiciones de almacenamiento recomendadas (conservar en un ambiente fresco y seco (20c - 25c y 45% - 60% HR)). Hacia el final de la vida útil la coloración puede sufrir modificaciones leves.
Embalaje y material de empaque:	<p>El producto se empaqueta en envase PET de 10g</p> <p>El producto ya empaquetado se distribuye en cajas con 12 unidades de producto por caja.</p> <p>El producto se embarca en un contenedor de 20ft con un total de 576 cajas (6912 u)</p>
Contenido neto:	10g
Rotulación:	Una etiqueta con denominación de: sabor, origen del producto, N° de lote, fecha de fabricación, contenido neto, condiciones de almacenaje, preparación, ingredientes e información nutricional.
Condiciones de Almacenamiento	Se recomienda almacenar a temperatura ambiente, una vez abierta en refrigeración máxima de (25 °C).

2. Características organolépticas		
Color:	Color chocolate	
Olor:	Característico del cacao	
Sabor:	Característico del cacao	
3. Características nutricionales		
Análisis	Especificación	valor diario
Grasa total	4 g	6%
Grasas saturadas	2 g	12%
Ácidos grasos trans	0 g	
Ácidos grasos monoinsaturados	2 g	
Ácidos grasos poliinsaturados	0 g	
colesterol	0 mg	0
sodio	0 mg	0
Carbohidratos totales	5 g	0.02
Azúcares	3 g	
Proteínas	1g	0.02

4. Intolerancias y alergias alimentarias		
Intolerancia y alergia alimentaria	Presencia/ Ausencia	Concentración y Comentarios
Cereales que contienen gluten y sus productos	Ausencia	
Crustáceos y sus productos	Ausencia	
Huevo y sus productos	Ausencia	
Pescado y sus productos	Ausencia	
Maní y sus productos	Ausencia	
Soya y sus productos	Ausencia	
Leche y sus productos	Ausencia	
Nueces y sus productos	Ausencia	
Semillas de Sésamo y sus productos	Ausencia	
Sulfitos ($\geq 10\text{mg/kg}$)	Ausencia	

Anexo 3 Incoterm CFR



Modalidad	Embalaje y verificación	Carga	Transporte interior (origen)	Formalidades aduana (exportación)	Costes de manipulación (exportación)
Marítimo	Vendedor	Vendedor	Vendedor	Vendedor	Vendedor

Transporte principal	Costes de manipulación (importación)	Formalidades aduana (importación)	Transporte interior (destino)	Descarga y recepción	Seguro
Comprador	Comprador	Comprador	Comprador	Comprador	Comprador

Anexo 4 GSP entre Ecuador y Canadá

GSP beneficiaries		GSP donors													
		Australia	Belarus	Canada	European Union			Japan	New Zealand	Norway	Russian Federation	Switzerland	Turkey	United States	
					GSP	GSP-LDCs (EBA)	GSP +							GSP	AGOA
Djibouti	LDC	X	X	X	X	X		X	X		X	X	X	X	X
Dominica			X	X	X			X	X	X	X	X	X	X	
Dominican Republic			X	X	X			X	X	X	X	X	X	X	
Ecuador			X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	
Egypt			X	X	X			X	X		X		X	X	
El Salvador			X	X	X		X	X	X	X	X	X	X		
Equatorial Guinea	LDC	X	X	X	X	X		X	X		X	X	X	X	
Eritrea	LDC			X	X	X		X				X	X	X	X
Ethiopia	LDC	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X
Falkland Islands (Malvinas) and Dependencies				X	X			X	X				X	X	
Fiji		X	X	X	X			X	X	X	X	X	X	X	
French Southern and Antarctic Territories				X	X							X	X		
French Polynesia				X	X			X				X	X		
Gabon			X	X	X			X	X	X	X	X	X	X	X
Gambia	LDC	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X
Georgia				X	X		X	X				X	X	X	
Ghana			X	X	X			X	X	X	X	X	X	X	X
Gibraltar				X	X			X	X			X	X	X	
Greenland					X								X		
Grenada				X	X			X	X		X	X	X	X	

Anexo 5 Cotización de flete internacional

Fecha: July 19th 2022

No. COTIZACIÓN.: W3101GYE015497

Por favor proporcione un número de cotización para cada booking

Estimado Yarley Mera,

Gracias por su reciente consulta. Hapag-Lloyd se complace en presentar la siguiente oferta, a continuación, encontrará nuestras tarifas y otra información:

From GUAYAQUIL, EC (Port) via CARTAGENA (COLOMBIA), CO via NEW YORK, NY, US to MONTREAL, QC, CA (Port)

Freight Charges	Curr	20'STD	40'STD	40'HC
Lumpsum	USD	2063	2526	2526

Unless otherwise specified, all rates are subject to all surcharges as they are valid at time of shipment. The currently applicable surcharges are:

Export Surcharges				
Terminal Handling Charge Orig.	USD	192	192	192
Freight Surcharges				
Marine Fuel Recovery	USD	138	276	276
Import Surcharges				
Ny Pass Through Charge Destin	USD	12.08	24.16	24.16
Fuel Destination Inland (Rail)	USD	16	16	16
Destination Landfreight (Rail)	USD	1080	1265	1265
Carbon Tax Surcharge Dest. (Rail)	USD	4.8	4.8	4.8

The Lumpsum includes the following assessorial charges:

Container Maintenance Fee, Carrier Security Fee, Panama Canal Charge, Terminal Security Charge Dest.

Notes

Subject to Security Manifest Document Fee: USD 35 per Bill of Lading



From GUAYAQUIL, EC Haulage Export Port
 To MONTREAL, QC, CA Haulage Import Ramp

Estimated Transportation Days

29

The expected transit time for above mentioned service is subject to possible changes and given as an indication only

Commodity

FAK

Unless otherwise specified, the below Seafreight/Lumpsum is subject to all surcharges valid at time of shipment.




Seafreight / Lumpsum

20'STD 40'STD
 2063 2526

40'HC
 2526

Valid From 19 Jul 22 To 19 Aug 22

Anexo 6 Certificado de exportación

	Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria			Ministerio de Salud Pública
---	--	---	---	--------------------------------

CERTIFICADO SANITARIO DE EXPORTACIÓN

CERTIFICADO N°:
FECHA DE EMISIÓN:

1. INFORMACIÓN GENERAL

Factura N°:
Puerto de Salida:
Fabricante:
Dirección del Fabricante:
Exportador:
Dirección del Exportador:
País de Destino:
Destinatario:
Dirección del destinatario:

2. IDENTIFICACIÓN DE LOS ALIMENTOS PROCESADOS A EXPORTAR

Nombre del Producto	Cantidad a Exportar	Lote	Presentación Comercial	Fecha de Caducidad

LA VALIDEZ DEL CERTIFICADO SANITARIO DE EXPORTACIÓN ES EXCLUSIVAMENTE PARA EL PRODUCTO Y LOTE(S) SOLICITADO(S)

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA, certifica que el/los producto(s) antes detallados es/son fabricado(s) por un establecimiento legalmente constituido en el país, el cual está sujeto a supervisiones periódicas por parte de la Autoridad Sanitaria competente.

COORDINADOR GENERAL TÉCNICO DE CERTIFICACIONES
AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA.

PRODUCTO EXCLUSIVO PARA EXPORTACIÓN

Artes, para que tú estés bien, hacemos las cosas bien

Calle Saraguro, Av. Francisco de Orellana y Av. Páez del Pungui
Bloque 3, Guayaquil - Ecuador
Código Postal: 090103
Tel.: (593) 4- 3737440
www.controlsanitario.gob.ec

Anexo 7 Portal Ecuapass



TRÁMITES OPERATIVOS

- 1.3 Integración de estados d
- 1.6 e-Documentos
- 1.11 Solicitud de facilidad d
- 1.10 Solicitud de Remisión d
- Solicitud de Exoneración de

SERVICIOS INFORMATIVOS

- 2.6 Catálogos
- 2.7 Consulta de Verificación
- 2.15 Anexo de la resolución
- 3.2.8 Resultado de registro
- Consulta Solicitud de Exoner

VENTANILLA ÚNICA

- 2.1.1 Consulta de arancel
- Para Importar
- Para Exportar
- Requerimientos importación/e
- Autorización de operadores
- Biblioteca aduanera

La lucha contra la corrupción es tarea de Todos!



Envíe sus denuncias sobre actos ilícitos cometidos en el SENAE al correo: hazlocorrecto@aduana.gob.ec o mediante el siguiente enlace:

[Denuncie aquí](#)

Se garantiza absoluta confidencialidad

RUC

ID. USUARIO

CONTRASEÑA

USUARIO GENERAL / ORGANISMO INTERNACIONAL

[SERVICIOS DE USO FRECUENTE](#) [E-DOCS. DE USO FRECUENTE](#)

Anexo 8 Portal Security Data

The screenshot displays the top navigation bar of the Security Data website. The logo 'SECURITY DATA' is on the left, with the tagline 'TU IDENTIDAD DIGITAL, EN UNA FIRMA.' below it. The navigation menu includes 'Inicio', 'Firma Electrónica', 'Security Factura', 'Servicios', 'Nosotros', 'Contáctanos', 'Ayuda', 'Blog', and a 'Iniciar Sesión' button with a search icon.

The main banner features a dark background with a hand holding a pen over a document, and the text 'FIRMA ELECTRÓNICA' in large white letters.

Below the banner, the text reads: 'Escoge el tipo de atención que deseas y obtén tu firma electrónica.'

Two service options are presented:

- EN LINEA 15% DESCUENTO**: Represented by an icon of a computer monitor with a checkmark.
- PRESENCIAL**: Represented by an icon of a person at a laptop with a speech bubble.

Small icons for 'Módulo de Firma' and a circular logo are visible at the bottom of the page.

Anexo 9 Ejemplo de contrato de distribución

CONTRATO DE DISTRIBUCIÓN

En _____, a _____.

REUNIDOS

De una parte,

_____, con DNI/NIF _____, y con domicilio en: _____.

Y de otra parte,

_____, con DNI/NIF _____, y con domicilio en: _____.

Y que, a continuación, serán referidas, individualmente como Parte, PARTE DISTRIBUIDORA o DISTRIBUIDOR, PARTE PROVEEDORA o PROVEEDOR o, de forma conjunta, como Partes,

INTERVIENEN

De una parte,

_____, quien comparece en su propio nombre y derecho, como PARTE DISTRIBUIDORA.

Y de otra parte,

_____, quien comparece en su propio nombre y derecho, como PARTE PROVEEDORA.

Las Partes, en la calidad con la que actúan, y reconociéndose capacidad jurídica

Anexo 10 Formato de DAE

Número de DAE							
Información de general							
Código de la distrito	Código de régimen						
Tipo de Despacho	Código del declarante						
Información de Exportador							
Nombre del exportador	Teléfono del exportador						
Dirección del exportador							
Numero de documento de CIU	Ciudad del exportador						
Nombre del declarante	Numero de documento de						
Dirección del declarante							
Código de forma de pago	Código de moneda						
Información de carga							
Puerto de carga	Puerto privado desde						
Puerto de llegada o de	Fecha de la carta de						
Nombre del consignatario							
Dirección del							
Ciudad del contribuyente	Tipo de carga						
Almacén de lugar de	Medio de transporte						
País de destino final							
Totales							
Código de moneda	Tipo de cambio						
Total moneda transacción (FOB)	Cantidad de ítem						
Peso neto total	Peso total						
Cantidad total de bultos	Cantidad de contenedores						
Cantidad total de unidades físicas	Cantidad total de unidades comerciales						
Código de la mercancía de despacho urgente	Código de solicitud de aforo						
Fecha de primer ingreso	Fecha de primer embarque						
Ítem							
No. Ítem	Código Subpartida	Código Complementario	Código Suplementario	Descripción de Mercancías	País de Origen	Peso Neto	Cantidad de U. Comerciales
Despacho precedente							
Numero de secuencia	Distrito precedente	Año precedente	Régimen precedente	Secuencial precedente	Numero ítem		
Observaciones de oce - Ítem							
Numero de ítem	Tipo Observación	Contenido					
Documentos							
Numero de ítem	Numero de documento	Tipo de documento	Fecha de fin de vigencia	Fecha de emisión			
Firma del		Firma del Declarante					

Anexo 11 Preguntas de la entrevista al Gerente General de la empresa Prochoc C.A.



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

ENTREVISTA PARA EL PROYECTO DE TITULACIÓN

“Exportación de bites de quinua y maíz cubiertos de chocolate de la empresa productora de alimentos saludables y chocolate PROCHOC C.A. al mercado canadiense”

1. ¿Cuál es la actividad comercial de la empresa?
2. ¿Cómo surgió la idea de elaborar el producto Sunkao?
3. ¿Dónde se sitúa la planta de producción?
4. ¿Los insumos e ingredientes de los productos son importados o locales?
5. ¿Cuál es el proceso de producción e industrialización del producto Sunkao?
6. ¿Cuál es el costo de producción de la unidad de 40g?
7. ¿Cuál es el costo del empaque y embalaje de la caja que contienen 30 unidades de 40g?
8. ¿Posee sucursales? ¿Dónde?
9. ¿Se requirió de alguna financiación para la inversión inicial? De ser afirmativo indicar con que Banco se realizó y el monto.
10. ¿Cuál es la estructura organizacional de Prochoc C.A.?
11. ¿Cuántos empleados posee Prochoc C.A. en la actualidad?
12. ¿Ha realizado exportaciones? ¿A qué países?
13. ¿En la actualidad donde se comercializa el producto Sunkao?
14. Según la página web de Sunkao para la presentación de 40g indica que entran 30 unidades ¿Cuáles son las dimensiones de la caja?
15. ¿Qué certificaciones nacionales o normas de calidad tiene el producto Sunkao?