



Agosto 2016 - ISSN: 2254-7630

EXPORTACIÓN DE SNACKS ELABORADOS A BASE DE CAMOTE, ZANAHORIA BLANCA Y PLÁTANO HACIA CIUDAD DE MONTREAL-CANADÁ

Angelica Vanessa Cedeño Urrunaga

Pastelo S.A.

angelik_cd.u@hotmail.com

Carrera de Comercio Exterior / Facultad de Administración / Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Johanna Fernanda Martínez Pico

johanna.fmp@gmail.com

Carrera de Comercio Exterior / Facultad de Administración / Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Coautor:

Mgs. Evangelina Mendez Encalada

Magister en Gestión Empresarial.

emendeze@ulvr.edu.ec

Carrera de Comercio Exterior / Facultad de Administración / Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Angelica Vanessa Cedeño Urrunaga, Johanna Fernanda Martínez Pico y Evangelina Mendez Encalada (2016): "Exportación de snacks elaborados a base de camote, zanahoria blanca y plátano hacia ciudad de Montreal-Canadá", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (agosto 2016). En línea:

<http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/08/snacks.html>

RESUMEN

El objetivo principal del tema que se investiga es desarrollar un plan de exportación mediante procesos comerciales, logísticos y financieros, demostrando el potencial que poseen los snacks elaborados a base de camote, zanahoria blanca y plátano para ser comercializados en la ciudad de Montreal – Canadá.

Se considera importante realizar un estudio titulado "EXPORTACIÓN DE SNACKS ELABORADOS A BASE DE CAMOTE, ZANAHORIA BLANCA Y PLÁTANO HACIA LA CIUDAD DE MONTREAL – CANADÁ". La investigación se centra en la diversificación en el sector de alimentos procesados "snacks", el mismo que antiguamente se veía representado solo por chips de plátanos, desplazando a un segundo lugar la producción de otros snacks que se están elaborando con diferentes vegetales.

La metodología que se considera apropiada para llevar a cabo el estudio, basado en los costos y tiempos de elaboración es la investigación exploratoria/descriptiva con un enfoque cuantitativo, se utiliza además la técnica de encuesta para consultar a importadores canadienses el interés por el producto que se plantea; por medio de la encuesta se logra determinar las cantidades que se requerirían exportar, el tamaño de presentación del producto, el término de negociación y el precio de venta de la competencia en el mercado canadiense.

Los resultados de la investigación económica y financiera, según evaluación realizada refleja un TIR del 49%, superior a la tasa de descuento esperada que es del 30% y presenta un período de recuperación de la inversión en un tiempo menor a 2 años, estos indicadores de evaluación económica permiten decidir si se acepta o no el proyecto.

PALABRAS CLAVE:

PLAN DE EXPORTACIÓN - EXPORTACIÓN DE SNACKS - PROCESO COMERCIAL - PROCESO LOGÍSTICO - PROCESO FINANCIERO.

ABSTRACT

The main objective of the subject that has been investigated is to develop an export plan through commercial, logistical and financial processes, demonstrating the potential possessed by snacks prepared from sweet potato, white carrots and bananas to be marketed in the city of Montreal - Canada.

It was considered important to conduct a study entitled "SNACK EXPORT-BASED SWEET POTATO, CARROT WHITE AND BANANA TO THE CITY OF MONTREAL - CANADA". The research focused on diversification in the sector of processed food "snacks", the same as formerly represented only looked for banana chips, moving into second place the production of other snacks being developed with different vegetables.

The methodology was considered appropriate to carry out the study, based on the costs and processing times was the exploratory / descriptive study with a quantitative approach, also used the survey technique to consult Canadian importers interest in the product He was raised on the subject; through the survey it was determined the amounts that would be required to export, the display size of the product, the term trading and selling price competition in the Canadian market.

The results of economic and financial research, as assessment reflected an IRR of 49%, higher than the expected rate of discount is 30% and has a term of payback in less than two years' time, these indicators economic assessment for deciding whether or not the project is accepted.

KEY WORDS:

EXPORT'S PLAN - EXPORT OF SNACKS - COMMERCIAL PROCESS - LOGISTIC PROCESS - FINANCIAL PROCESS.

1 INTRODUCCIÓN

Frente a la globalización mundial que se presenta en la actualidad es de suma importancia conocer el proceso adecuado para comercializar un bien a nivel internacional, de esta manera se podrá conocer la oportunidad que posee el Ecuador de participar con sus productos de exportación frente a mercados internacionales.

El presente estudio denominado "Exportación de Snacks Elaborados a Base de Camote, Zanahoria Blanca y Plátano hacia la Ciudad de Montreal – Canadá" da a conocer el potencial de exportación que posee este producto en dicho mercado, debido a la calidad que poseen las materias primas ecuatorianas con la que son procesados y pueden ser comercializados al exterior, para así contribuir al crecimiento de las variedades de snacks que son producidos actualmente en el mercado ecuatoriano y que en los últimos años se había concentrado únicamente en la producción de chips de plátano.

Hace cientos de años se ha tratado de explicar la competitividad entre los países, prueba de ello son las diferentes teorías de comercio internacional existentes. En estas, no se hace mención del término "competitividad", más bien en su lugar se habla de la "ventaja" que tienen unos países con respecto a otros en la elaboración de algún bien.

Según la teoría de (Porter, 2005) "El ser competitivo hoy en día significa tener características especiales que nos hacen ser escogidos dentro de un grupo de empresas que se encuentran en un mismo mercado buscando ser los seleccionados. Es diferenciarnos por nuestra calidad, por nuestras habilidades, por nuestras cualidades, por la capacidad que tengamos de cautivar, de seducir, de atender y asombrar a nuestros clientes, sean internos o externos, con nuestros bienes y servicios, lo cual se traduciría en un generador de riquezas."

Considerando la teoría antes mencionada, los países en vía de desarrollo se encuentran en un constante proceso debido a que el mercado internacional les exige ofrecer productos con valor agregado, por este motivo, es importante que el producto estudiado en el proyecto posea características especiales, que lo conviertan en un producto vistoso y apetecible en el mercado que se pretende ingresar.

La exportación de productos procesados en el Ecuador todavía no se ha generalizado, a pesar del cambio propuesto en la matriz productiva que impulsa el actual gobierno; frente a esta absoluta necesidad de diversificar productos y mercados se consideró realizar el presente proyecto que busca cumplir con una demanda existente en un mercado internacional como es la ciudad de Montreal – Canadá, para en un futuro mantener la expansión hacia otros países.

Basados en esta realidad y en la creciente tendencia que presenta el sector de snacks, se forma el pilar de este proyecto que busca elaborar un plan de exportación, como estrategia para promover la exportación de snacks saludables elaborados a base de vegetales hacia el mercado internacional, diversificando de esta manera la producción tradicional del país.

2 JUSTIFICACIÓN.

Canadá es uno de los mercados donde registra el mayor número de importaciones per cápita a nivel mundial debido a su alto ingreso por habitante convirtiéndose en uno de los mercados más competitivo para los exportadores internacionales, lo que le permite ser parte de un mercado multicultural en expansión dispuestos a probar nuevos productos. (Trade Data Online, 2015). Existe gran potencial para los

exportadores ecuatorianos del sector alimentos procesados en el mercado canadiense, los consumidores prefieren productos saludables y fáciles de preparar debido a su gran interés por productos que den beneficio para su salud. (PROECUADOR, 2015)

La importancia de este proyecto radica en aprovechar la producción de calidad de materia prima con la que cuenta el país y que ha sido exportada tradicionalmente, como es el camote, la zanahoria blanca y el plátano, luego de que esta materia prima sufra un proceso de transformación para obtener un producto de calidad con valor agregado, aportando de esta manera a la diversificación de las variedades de snacks producidos actualmente en el mercado ecuatoriano.

Canadá es un fuerte potencial para el comercio; no ha sido un país de destino para los exportadores, por eso mediante este estudio se evidenció el beneficio que se alcanzará al incursionar en este mercado dando como aporte social el incremento de plazas de trabajo a ecuatorianos lo que permitiría que sus ingresos aumenten a medida que se incremente la producción nacional, y así mejorar su calidad de vida, acorde al Plan Nacional de Desarrollo, denominado Plan Nacional del Buen Vivir.

3 ANTECEDENTES DEL PROYECTO

En Julio del año 2014 el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PRO ECUADOR) realizó un estudio dentro del sector Alimentos Procesados que se basa en el Perfil Sectorial de Snacks de Sal Gourmet, en el que se indica que las exportaciones de snacks elaborados a base de vegetales presentan un crecimiento promedio anual de 35.7% en el período del 2008-2014, ocupando el segundo lugar en las exportaciones totales de snacks, también hace referencia a las nuevas oportunidades que se presentan en el mercado internacional con este producto de exportación. Se muestra en la imagen N. 1

Imagen 1. Snacks de Vegetales



Fuente: PRO ECUADOR

Estos snacks son muy consumidos en mercados internacionales y se califican como snacks gourmet, debido a que se destacan por mantener una excelente calidad y muy buena presentación. Las empresas que ya están exportando a nivel internacional cuentan con certificaciones de los estándares más exigentes solicitados en diferentes países para su ingreso al mercado, de esta manera los snacks ecuatorianos han pasado a formar parte de los productos premium en los principales supermercados a nivel internacional.

El trabajo de investigación presentado nace de las ventajas que se han demostrado en el estudio realizado por PRO ECUADOR que refleja un notable crecimiento de las exportaciones de este sector y de la expansión internacional que están presentando las empresas productoras de snacks.

4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

4.1 Objetivo General

Desarrollar un plan de exportación mediante procesos comerciales, logísticos y financieros, demostrando el potencial que poseen los snacks elaborados a base de camote, zanahoria blanca y plátano para ser comercializados en la ciudad de Montreal – Canadá.

4.2 Objetivos Específicos

- Analizar la información histórica de las exportaciones del Ecuador del sector alimentos procesados (snacks), período 2014 – 2015, para identificar las oportunidades existentes de comercializar el producto en el mercado canadiense.
- Diseñar un plan de exportación determinando los procedimientos, que permitan conocer las oportunidades para la comercialización de los snacks hacia el mercado canadiense.
- Elaborar el plan de exportación considerando los procesos comerciales, logísticos, y financieros necesarios para la comercialización hacia el mercado canadiense.

5 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

5.1 Características de la Producción y Comercialización Internacional de Snacks Ecuatorianos

El Ecuador tiene la oportunidad para llegar a un mayor mercado internacional con la exportación de snacks elaborados a base de verduras y vegetales, ya que cuenta con la capacidad para la producción de la materia prima para la elaboración de este producto de manera natural y sin recurrir a mayores costos como lo dice: (Gonzalez Montenegro, 2012, pág. 21) “El Comercio Internacional permite a un país especializarse en la producción de los bienes que fabrica de forma eficiente y con menores costos”.

El sector de snacks ecuatorianos, usa como insumos una gran variedad de productos, entre ellos plátano, papas andinas, yucas, camote, malanga hasta mezclas de varias hortalizas (zanahoria, remolacha) que cada vez van ganando mayor reconocimiento y posicionamiento a nivel internacional. La materia prima utilizada en esta industria son productos de alta calidad dada que la ubicación estratégica y condiciones climatológicas de país lo que se convertiría en una ventaja para el país. (PROEcuador, 2015)

Paralelamente esta industria ha venido trabajando en atender las demandas del mercado internacional por lo que hay varias empresas locales que han desarrollado una línea de snacks gourmet con presentaciones diferentes y llamativas; y uso de ingredientes naturales en la preparación de sus productos (sal marina y especias naturales) promoviendo así productos más saludables. Los chifles de plátano sin duda alguna son los más producidos para consumo local y para exportación. Dado que el plátano es un producto emblemático de la cultura ecuatoriana especialmente en la región costa por lo que es apetecido. (PROEcuador, 2015)

5.2 Producción y Oferta Nacional de Snacks

El volumen de producción de snacks a nivel nacional es complejo de calcular, puesto que existen un sinnúmero de empresas pequeñas que producen snacks para el consumo local. Adicionalmente es importante

mencionar que muchas empresas con grandes volúmenes de exportación, ofrecen sus productos únicamente en mercados internacionales y no localmente. (PROEcuador, 2015)

A pesar de lo anteriormente expuesto, se ha realizado un cálculo en base a las principales empresas que ofrecen estos productos en mercado local, para lo cual el volumen de producción se estima en 4,500 toneladas al año. (PROEcuador, 2015)

5.3 Exportaciones del Sector Snacks

Durante el período 2012 – 2015 Los chips de plátano verde conocidos como chifles, representa el 95.96% de las exportaciones del sector, mientras que los otros chip elaborados a base de verduras y vegetales han tenido una participación menor con 3.12% y las papas con 0.92% de participación en el período en mención, (Banco Central del Ecuador, 2016) Se muestra análisis en Tabla N. 1.

Tabla 1. Exportaciones del Sector Snacks

Fuente: Banco Central del Ecuador

EXPORTACIONES DE SNACKS ECUATORIANOS POR MILES USD							ACTUALIDAD	% PARTIC.
A.A.	DESCRIPCION	PRODUCTO	2012	2013	2014	2015	2015/2014	2015/2014
2005.99.90.00	La pasta de papa, preparada o congelada, de cualquier estado de conservación, en cualquier forma	Papas	230000	277000	200000	220000	110000	100%
2005.99.90.00	La pasta de papa, congelada, en cualquier estado de conservación, en cualquier forma	Papas congeladas	4000	20000	17000	17000	20000	100%
2005.99.90.00	La pasta de papa, congelada, en cualquier estado de conservación, en cualquier forma	Papas congeladas	0	47000	10000	4000	10000	100%
TOTAL			234000	347000	217000	231000	300000	100%

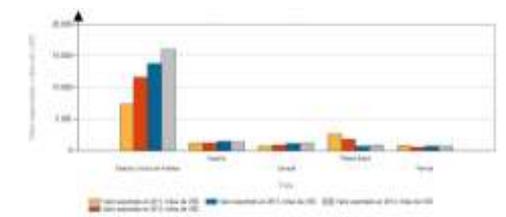
Elaborado por: Cedeño, A., Martínez, J.

Los snacks de otros vegetales de la partida arancelaria 2005.99.90.00 si bien tienen una menor participación, han presentado un importante crecimiento pasando de USD \$572.000 en 2013 a USD \$737,000 en 2014. (Banco Central del Ecuador, 2016).

5.4 Destino de las Exportaciones Ecuatorianas del Sector

Durante el período 2011-2014 los principales destinos de exportación de snacks ecuatorianos de la partida arancelaria 2005.99.90.00, fueron Estados Unidos, España, Canadá, Países bajos y Francia. (TRADEMAP, 2015) Como se muestra en el gráfico N. 1.

Gráfico 1. Exportaciones Ecuatorianas del Sector Snacks



Fuente: ITC TRADEMAP

Analizando los principales países de destino de las exportaciones de estos productos, hasta julio de 2014, se observó que los países ya mencionados se ubican entre los principales lugares; Estados Unidos tiene una

mayor participación, al igual que España y Canadá. (PROECUADOR, 2016)

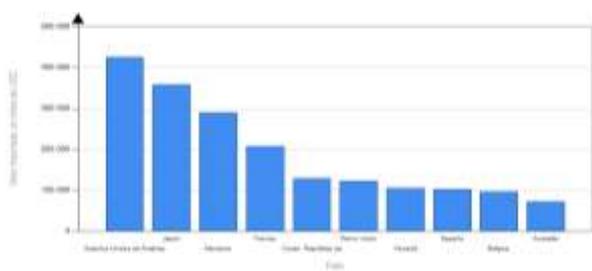
Es importante acotar que se vienen realizando varios eventos donde se promociona estos productos, característicos de nuestro país, lo que se refleja en la apertura de nuevos mercados como los Emiratos Árabes Unidos, Suecia, Uruguay donde si bien los montos de exportación son pequeños se ha logrado ya iniciar un comercio. (PROECUADOR, 2016).

5.5 Principales Países Importadores de Snacks

Según datos de TRADEMAP entre los principales países importadores de snacks de la partida arancelaria 2005.99.90.00, se encuentra como primero de la lista Estados Unidos con un aproximado de \$ 445'000.000 en su total de importaciones teniendo en cuenta que es un país donde mayormente se consume este tipo de productos, seguido se encuentra Japón con un aproximado de \$370'000.000 en sus importaciones totales, Francia consta con un total de \$210'000.000 aproximadamente; como se muestra en el gráfico N. 2 los siguientes países: Corea, Reino Unido, Canadá, España, Bélgica y Australia tienen sus totales de importaciones en un rango paralelo entre \$130'000.000 y \$95'000.000 en total de sus importaciones. (TRADEMAP, 2015)

Se evidenció que el mercado canadiense elegido para el estudio del presente proyecto se encuentra entre los principales países importadores de snacks (TRADEMAP, 2015)

Gráfico 2. Principales Países Importadores de Snacks



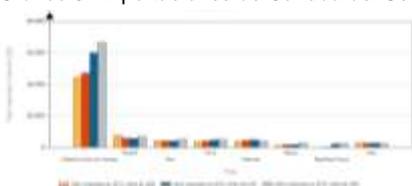
Fuente: ITC TRADEMAP

5.5.1 IMPORTACIONES DE CANADÁ DEL SECTOR ALIMENTOS PROCESADOS (SNACKS).

Según datos de TRADEMAP en el gráfico N. 3, las principales importaciones de snacks de la partida arancelaria 2005.99.90.00 que realiza Canadá son provenientes de Estados Unidos, seguido de España, Perú y China, países que están satisfaciendo las necesidades de este mercado. (TRADEMAP, 2015)

Se observó también que los valores van en aumento en el transcurso de cada año, lo que indica que es un mercado potencial para la comercialización del producto, (TRADEMAP, 2015)

Gráfico 3. Importaciones de Canadá del Sector



Snacks

Fuente: ITC TRADEMAP

6 METODOLOGÍA APLICADA.

6.1 Tipo de Investigación

De acuerdo al nivel de estudio la presente investigación reúne las características de tipo exploratoria/descriptiva.

Investigación Exploratoria.- Es exploratoria porque se recolectaron datos e información que demuestran la oportunidad de comercializar el producto en el mercado canadiense y a su vez diversificar la producción nacional del sector snacks aprovechando los gustos, preferencias y hábitos alimenticios de los consumidores.

Investigación Descriptiva.- En la fase descriptiva del proyecto se ha decidido trabajar con la siguiente información:

- Datos e información proporcionada de encuestas que se realizaron a importadores canadienses para determinar la posibilidad de comercializar el producto en este mercado, el tamaño de presentación ideal de comercialización, interés de los importadores por adquirir el producto, cantidad de producción necesaria, frecuencia de ventas, término de negociación y el precio de venta.
- Muestras de otros snacks que fueron adquiridos directamente del mercado canadiense.
- Recolección de información de instituciones gubernamentales y operadores de comercio exterior, (terminal portuaria, agente de aduana, bodegas, empresa de transporte, etc.) que facilitan el conocimiento de los factores y costos que intervienen en el proceso logístico de exportación.

Según la clase de medios utilizados para obtener los datos, esta investigación es de campo. Debido a que se aplican encuestas directamente a importadores canadienses, quienes serán los posibles socios comerciales en el exterior, también se adquirieron diferentes snacks que ya se comercializan en el mercado de Canadá para demostrar que el producto es de aceptación en el mercado seleccionado.

6.2 Enfoque de la Investigación

Se concluyó que el enfoque más adecuado a utilizar es el enfoque cuantitativo, el mismo que permite examinar datos de una forma más numérica utilizando herramientas estadísticas para recolectar y analizar la información que dan respuestas a las preguntas de investigación para que se cumpla con lo que se quiere dar a conocer y demostrar.

6.3 Técnicas De Investigación

Con el fin de obtener información que responda a las preguntas de investigación del problema planteado, la técnica que se utilizó en el trabajo fue la encuesta, la misma que estuvo dirigida a posibles socios comerciales canadienses, en la que se cuestionó al importador con información exacta que se necesitaba conocer.

Encuesta

Para la aplicación de las encuestas a importadores, se utilizó un cuestionario de preguntas cerradas, para que los resultados obtenidos sean de carácter uniforme y simple al cuantificar.

Los objetivos principales de la encuesta se centraron en recoger la siguiente información:

- Factibilidad de comercializar el producto en el mercado canadiense.

- Tamaño de presentación del producto a exportar.
- Interés de los importadores por adquirir el producto.
- Cantidad de producción necesaria y frecuencia de ventas.
- Término de Negociación.
- Precio de venta.

En base a estos objetivos se desarrolló la encuesta, que se presentó en español para la elaboración del presente documento y fueron traducidas al idioma francés e inglés posteriormente para su ejecución.

Modelo De La Encuesta

ENCUESTA A IMPORTADORES CANADIENSES

CUESTIONARIO: En la actualidad en Ecuador se encuentra impulsando su nueva productiva, una de las medidas tomadas para cumplir esta propuesta es asignarle un valor agregado a las materias primas ecuatorianas exportadas tradicionalmente.

Por esta razón se realiza un estudio académico para la exportación de snacks elaborados a base de camote, manihota blanca y plátano hacia la ciudad de Montreal, Canadá.

COOPERACIÓN: Su ayuda es importante para nosotros. Le garantizamos que la información se mantendrá en forma confidencial y será utilizada únicamente para fines académicos.

INSTRUCCIONES: Por favor, llene esta encuesta tan precisa como sea posible. Siga las instrucciones para cada pregunta y no deje espacios en blanco.

1. ¿Considera que es factible la comercialización de snacks elaborados a base de camote, manihota blanca y plátano ecuatorianos en el mercado canadiense? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> (termina la encuesta)	2. ¿Conoce Usted la calidad con la que cuentan los productos ecuatorianos en el mercado internacional? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
3. ¿Qué tamaño de presentación, considera usted más adecuado para la comercialización de los snacks acorde con los requerimientos del mercado canadiense? Entre 30 a 80g <input type="checkbox"/> Entre 80 a 130g <input type="checkbox"/> Entre 130 a 180g <input type="checkbox"/> Entre 180 a 210g <input type="checkbox"/>	4. ¿Está dispuesto a realizar importaciones de snacks elaborados a base de camote, manihota blanca y plátano desde Ecuador? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> (termina la encuesta)
5. Encierre una calificación entre 1 y 3, donde 1 es el más importante y 3 el menos importante, de las principales características que le gustan al comprar snacks elaborados a base de camote, manihota blanca y plátano desde Ecuador. Puede ser accionable <input type="checkbox"/> Presentación <input type="checkbox"/> Calidad <input type="checkbox"/>	6. En la presentación que usted cree conveniente exportar el producto, ¿cuántas unidades del mismo consideraría importar cada vez que lo haga? 1000 - 1500 Unidades <input type="checkbox"/> 1500 - 2000 Unidades <input type="checkbox"/> 2000 - 2500 Unidades <input type="checkbox"/> Más de 2500 Unidades <input type="checkbox"/>
7. De acuerdo a la cantidad de unidades señaladas en la pregunta anterior, ¿cada cuánto tiempo selecciona su pedido de importación de snacks elaborados a base de camote, manihota blanca y plátano? Cada mes <input type="checkbox"/> Cada 3 meses <input type="checkbox"/> Cada 6 meses <input type="checkbox"/> 1 vez al año <input type="checkbox"/>	8. ¿Hay que término de negociación para la importación del producto? EXW <input type="checkbox"/> FOB <input type="checkbox"/> CIF <input type="checkbox"/> CFR <input type="checkbox"/>
9. ¿En el mercado canadiense un producto similar al que se quiere exportar de 170g tiene un precio de? Entre 1 - 2 CAD <input type="checkbox"/> Entre 2 - 3 CAD <input type="checkbox"/> Entre 3 - 4 CAD <input type="checkbox"/> Entre 4 - 5 CAD <input type="checkbox"/>	GRACIAS.

6.4 Población

La población que se estudió en el proyecto de investigación fue de 10 importadores-distribuidores del sector alimentos procesados de la ciudad de Montreal, registrados en la página de la Cámara de Industrias de Canadá, a los mismos que se les aplicó la técnica de encuesta para definir los socios comerciales que permitan la comercialización del producto en el mercado canadiense. Como se indica en la tabla N. 2.

Tabla 1. Población de la Investigación

EMPRESA	EMAIL	DIRECCIÓN	TELÉFONO
DOLLARADA S.R.L	estudios@dollarada.com	1500 Avenue McGill College, Montreal, QC	514-377-2104/2104
BOLLARADA S.P	est@bollarada.com	111 Anderson Boulevard, Montreal, Quebec, Canada	416-467-8800 / 1-800-774-5376
PLACON INTERNATIONAL TRADING INC	info@placontrading.ca	8400 Rue Matheson, Suite 801	514-333-8011
PREMIAN VEGAN	info@premiavegan.com	421, Boulevard Saint-Jacques, Suite 200, St. Jacques, Montreal, QC	418-831-2940 / 1-888-841-2940 / 514-333-8741 ext. 302
BEYONCE LABOUR	info@beyoncelabour.com	1733 Rue, Montreal, QC	514-233-8011
MAYNARD LYNE	Info@maynardlyne.ca	1010 Montpelier Street, Montreal, QC	514-233-8011
WELDON	info@weldon.com	Montreal - Quebec	514-888-8811
WESTON GUILBAUT	info@westonguilbaut.com	Montreal - Quebec	514-382-5000
LYON	info@lyon.com	101 Avenue 131, QC	418-388-1211
LYE MOTHERS PAKERY	info@lyemotherspakery.com	10141 Comte, QC	514-377-2800

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Cedeño, A., Martínez, J.

6.5 Análisis de Resultados de las Encuesta:

Del total de 10 importadores canadienses que respondieron la encuesta se logró recoger la siguiente información necesaria que ayuda a cumplir los objetivos con la que fue realizada:

- 5 de los 10 importadores canadienses encuestados, respondieron que es factible la comercialización de los snacks de vegetales en dicho mercado.
- Existe el interés de 4 de los 10 importadores que respondieron la encuesta en la compra y comercialización de los snacks del presente proyecto de exportación, quienes se convertirían en los socios comerciales del exterior. Tabla N. 3

Tabla 2. Socios Comerciales Canadienses

IMPORTADOR:	CTCS
IMPORTADOR:	GESTION GUILBAUT
IMPORTADOR:	SOLAGIS
IMPORTADOR:	TEMPLE LIFESTYLE INC

Elaborado por: Cedeño, A., Martínez, J.

Acorde con la encuesta se concluye que la cantidad requerida de importación por cada importador será entre 10000 a 15000 unidades, cantidad suficiente para el llenado de un contenedor de 20' ft; también se llega a la conclusión que 3 importadores realizarán importaciones trimestrales y un importador requeriría un contenedor mensual, lo que equivale a la exportación de un total de 2 contenedores de 20' mensualmente en distintas fechas.

- El tamaño de presentación del producto para comercializarlo en el mercado canadiense deberá estar entre los 130 y 180gr. Basándose en la frecuencia especificada de las encuestas respondidas, el tamaño más apropiado para la producción de los snacks del proyecto de exportación será el de 170gr, presentación que se encuentra dentro del rango seleccionado por los importadores y tamaño que la empresa productora puede procesar.
- El Incoterm de negociación que se va a negociar es el término FOB.
- Aplicando el criterio del valor esperado estadístico, basado en las apreciaciones de los importadores que respondieron a esta pregunta, el precio de venta que los importadores canadienses estarían dispuestos a pagar por el producto es de 5 CAD (3,69 USD).

7 PROPUESTA DEL PROYECTO

Para llevar a cabo la propuesta planteada del proyecto se procede a la elaboración de un plan de exportación para la comercialización del producto hacia el mercado canadiense, ciudad de Montreal.

8 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

8.1 Objetivo General

Situar en el mercado canadiense una nueva variedad de snacks, mediante la implementación de un plan de exportación promoviendo al sector de alimentos procesados a la diversificación de su producción.

8.2 Objetivo Específico

- Promocionar la exportación de diferentes variedades de snacks en nuevos mercados internacionales.
- Establecer relaciones comerciales internacionales que generen la apertura de nuevos mercados para productos ecuatorianos.
- Analizar el costo de la inversión necesaria para la exportación del producto.

9 PLAN DE EXPORTACIÓN

9.1 Proceso Comercial

9.1.1 El Producto

El producto es un snacks elaborado con deliciosas verduras que han sido apreciadas durante siglos por los pueblos ancestrales del Ecuador.

Una mezcla de zanahoria blanca, camote y plátano, que serán preparadas y procesadas de forma industrial por la empresa The Exotic Blend S.A, lo que asegura que la producción será de calidad, debido a que todos los sabores y condimentos son hechos de materias primas e ingredientes totalmente naturales, libres de conservantes, colorantes y saborizantes artificiales.

Esto lo garantizan, las certificaciones con las que cuenta la compañía para entrar a diferentes mercados internacionales. Para producto a comercializarse, se va a usar Aceite vegetal de palma para la fritura, y sal marina.

9.1.1.1 Marca Del Producto

Se desea incursionar en el mercado internacional con el Mix de Vegetales elaborado de camote, zanahoria blanca y plátano, el mismo que se comercializará bajo el nombre y la marca de "Pachos", se desea en el futuro expandir su producción comercializando diversidad de productos en el mercado internacional.

El nombre fue elegido por medio de encuestas online a consumidores canadienses utilizando la aplicación gratuita de internet SurveyMonkey, con el que se determinó que el nombre del producto será "Pachos".

9.1.1.2 Presentación Del Producto

Los productos envasados en la manera que serán vendidos al consumidor final deben seguir las normas de etiquetado definidas por las normativas al respecto en Canadá.

El organismo responsable de velar por el cumplimiento de estas normas es la Canadian Food Inspection Agency (CFIA). Todos los bienes pre empaquetados vendidos en Canadá deben llevar etiquetas en inglés y francés, además los exportadores deben asegurarse de que el comprador solicite al

vendedor toda la información exigida para las etiquetas en inglés y francés

Los snacks tendrán presentación individual en fundas de 170 Gr, el empaque será elaborado en polipropileno bio-orientado metalizado para evitar la oxidación de las grasa por ser un material impermeable ante gases y rayos UV. Se muestra en la imagen N. 2.

Imagen 2 Presentación del Producto



Elaborado por: Cedeño, A., Martínez, J.

9.1.2 Marketing Mix

Las estrategias que aplicará el empresario para lograr los objetivos propuestos de exportación pueden ir desde ingresar a un nuevo mercado internacional, captar nuevos consumidores hasta ganar un lugar en el mercado y el reconocimiento de su producto.

Para cumplir estos objetivos se detalla a continuación el mix de marketing aplicarse para el éxito en la exportación propuesta.

9.1.2.1 Producto

El producto "Pachos" es un snacks elaborado a base de camote, zanahoria blanca y plátano, con una presentación de 170 gramos, es un producto completamente natural y saludable para los consumidores, la materia prima con la que son laborados es de excelente calidad, y los ingredientes utilizados son totalmente naturales y libres de conservantes, colorantes y saborizantes artificiales, para el producto que se comercializará se va a usar aceite vegetal de palma para la fritura y sal marina.

9.1.2.2 Precio

El producto "Pachos" será comercializado a un precio unitario de \$ 2,00, de acuerdo al proceso de costeo, en el que se considera un margen de utilidad del 12% para la empresa, debido a que se deben sumar los gastos administrativos y operativos al valor que vende la empresa productora, la misma que concede un descuento por volúmenes de compra.

9.1.2.3 Promoción

Se promocionará el producto Pachos mediante los siguientes medios:

- En Redes sociales, debido a que esta tiene un gran alcance y además se consigue que la empresa o marca pueda ser vista incluso para quienes no la conocían, aumentando su presencia a muchas más personas. (Gestión, 2016)
- Mediante presencia en ferias comerciales, inicialmente en Canadá y en diferentes países donde dará a conocer su oferta de exportación, también participará en ruedas de negocios donde se pondrá en contacto con importadores interesados en el producto, esto debido a los vínculos que

mantendrá con instituciones ecuatorianas que promueven el comercio, como lo es PRO ECUADOR

9.1.2.4 Plaza o Distribución

En los canales de distribución se deberá identificar la ubicación que el cliente ha identificado para el consumo del producto y servicio.

Para la ejecución del proyecto, se realizará la comercialización del producto por medio de 4 importadores canadienses (CTCS, Gestion Guilbaut, Solagis y Temple Lifestyle Inc), los mismos que se encuentran interesados en la distribución del producto.

Las empresas interesadas son líderes en la importación, distribución y comercialización de productos alimenticios en Montreal – Canadá, especialmente en el sector de alimentos procesados.

Estos atienden a clientes como supermercados, hipermercados, minoristas independientes, tiendas de conveniencia, estaciones de servicio, farmacias, restaurantes, bares, hoteles entre otros, como se demostró en el análisis del mercado de snacks en Canadá que se presentó en el capítulo 1, los mismos que se encargarán de comercializar el producto al consumidor final.

Los canales de distribución para los snacks elaborados a base de camote, zanahoria blanca y plátano serán los siguientes como se muestra en el cuadro N. 1



Elaborado por: Cedeño, A., Martínez, J.

9.1.3 Segmentación de Mercado

Para realizar una correcta segmentación de los snacks del presente proyecto se ha tomado en cuenta las necesidades y oportunidades del mercado canadiense.

En la actualidad las empresas están dedicándose a proporcionar snacks saludables a los compradores, esto porque los demandantes están optando por alimentación más saludable, el ritmo de vida de la actualidad obliga a las personas a consumir productos fuera de su hogar, estas personas optan por alimentación más saludable lo que genera una oportunidad para comercializar el producto.

Para realizar la segmentación del presente proyecto se tomó en cuenta los factores geográficos, demográficos, psicográficos y socioeconómicos.

9.2 PROCESO LOGÍSTICO DE EXPORTACIÓN

9.2.1 Proceso de Exportación

Se debe de tener en consideración que para realizar las Operaciones de Comercio Exterior y ser un

exportador, es necesario cumplir algunos requisitos exigidos y estipulados por el gobierno y la entidad aduanera de cada país, (Castellanos, 2014).

- 1) Obtención del RUC
- 2) Obtención del Token
- 3) Registro del Token en el Sistema Interactivo Aduanero Ecuapass
- 4) Documentos previos

Una vez que el exportador se ha registrado ante el SRI y en la Aduana a través del Ecuapass debe comenzar a preparar y a tramitar toda la documentación necesaria para cumplir con el proceso de exportación, alineándose a lo establecido en las normas que exige el mercado canadiense. (Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2015)

El exportador debe tramitar la Norma Técnica de Rotulado y Etiquetado exigido por el INEN en el Ecuador, (Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2015).

Todos los requisitos los tendrá que certificar un organismo autorizado por el INEN, el mismo que realizará un Certificado de conformidad, luego de que el organismo otorgue el certificado correspondiente el INEN emitirá la licencia respectiva de etiquetado y rotulado. (Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2015)

Al momento que el exportador tenga la autorización del INEN, sobre el etiquetado y rotulado del producto se podrá realizar el trámite del Registro Sanitario en el Ministerio de Salud, dado que para esta entidad es requisito el etiquetado del producto. (Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2015)

5) Agenciamiento Aduanero

El agente de aduana es la persona o empresa que la aduana autoriza para la transmisión de la declaración electrónica de la exportación. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2015)

Los documentos y la información que se deben de entregar al Agente de Aduana para la apertura de la Declaración Aduanera de Exportación son los siguientes: (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2015)

- Factura Comercial:
- Indicar la empresa que va a realizar el transporte internacional
- Número de Carga
- Partida Arancelaria (La partida arancelaria en la que se clasifican los snacks elaborados a base de camote, zanahoria blanca y plátano es la 2005.99.90).
- Certificado INEN
- Registro Sanitario
- Lista de Empaque

6) Declaración Aduanera de Exportación

9.2.2 Proceso Logístico Y De Transporte

9.2.2.1 El Envase

El envase en el que se presentarán los snacks son fundas de polipropileno bio-Orientado metalizado para evitar la oxidación de las grasa por ser un material impermeable ante gases y rayos UV, con una presentación en fundas de 170 gr, se muestra en la imagen N. 20.

9.2.2.2 El Embalaje

Una vez que los snacks han sido empacados correctamente se procede a guardarlas en cajas de

cartón corrugado, para que el producto no sea estropeado durante la transportación, las mismas que tienen un costo unitario de \$0,80

- Las cajas son de 47,5cm (largo) x 30cm (ancho) x 42cm (alto) como se muestra en la Imagen N. 21.
- Se colocarán 32 unidades de 170 gr en cada caja, como se muestra en la Imagen N. 22
- Serán selladas con cinta de embalaje.
- El nivel de resistencia de cada caja indica que soportan un apilamiento de hasta 7 niveles.
- Peso final con producto incluido será 2,72kg.

9.2.2.3 Etiquetado

El diseño del producto también será parte del etiquetado, será un punto fundamental para conseguir el éxito en el mercado exterior debido a que será la imagen que se desea transmitir, por esto se eligió inicialmente el logo del nombre del producto que está conformado con letras simples más una hoja verde, posteriormente el color del empaque será llamativo al cliente, debido a que esto estimula a la visión del comprador a que el producto que está adquiriendo es un producto saludable, debido a que es así como se desea posicionar el snacks en el mercado canadiense.

Adicionalmente, también llevará grabado todos los requisitos que solicita el etiquetado del producto para ingresar al mercado canadiense.

9.2.2.4 Marcado y Rotulado

Para el etiquetado de la caja del producto a exportar debe contar con toda la información que requiere el mercado canadiense:

- Nombre del producto y número de estilo;
- Color del producto (si corresponde);
- Peso de la caja en kilogramos;
- Número de artículos por contenedor;
- Medida de la caja; País y región de origen;
- Nombre y dirección del fabricante o exportador.
- País de origen.
- Nombre de la marca con logo.
- Las marcas de manipulación deben estar impresas en la parte superior izquierda y su tamaño debe superar los 10 centímetros, en colores oscuros,
- Identificación de transporte.

Toda la información obligatoria en las etiquetas debe figurar en las dos lenguas oficiales, es decir, francés e inglés. (PROECUADOR, 2015)

9.2.2.5 Contenedor

Para el presente proyecto, los snacks de vegetales se acondicionarán de la siguiente manera dentro del contenedor para su exportación:

- ✓ Fundas de snacks de 170 gr.
- ✓ Cajas de cartón con medidas de: 47,5cm (largo) x 30cm (ancho) x 42cm (alto)
- ✓ Cada caja contendrá 32 unidades del producto (snacks).

La cantidad de producto que será exportado por contenedor de 20 ft será de 13.440 unidades de snacks. (420 cajas).

Para la exportación de 26.880 unidades de snacks que han sido proyectados vender mensualmente (840 cajas), se requerirá del envío de 2 contenedores mensuales en diferentes embarques, debido a que el requerimiento de los clientes no son en la misma fecha.

9.2.2.6 Incoterms 2010

El Incoterms utilizado para esta negociación será el FOB debido a que es el que término que usan los importadores canadienses para sus negociaciones, como quedó demostrado en el análisis de las encuestas. El término FOB o Libre a Bordo se utiliza únicamente para transporte marítimo.

La negociación bajo este término estará regido bajo los siguientes acuerdos: Se muestra en la tabla N. 4.

Tabla 4. Responsabilidades FOB

Responsabilidades FOB	Cargos	Riesgos
Embalaje de la Mercadería	V	V
Proceso Incursido hasta la Aduana de exportación	V	V
Proceso en Aduana de exportación	V	V
Gestionar el Flete Internacional	V	V
Contratación del Transporte Internacional	C	C
Contratación del Seguro de Transporte	C	C
Proceso de descarga en destino	C	C
Aduana de destino	C	C
Transporte de la mercadería hasta el destino final	C	C

Elaborado por: Cedeño, A., Martínez, J.

9.2.2.7 Transporte Marítimo

El transporte seleccionado para la exportación de snacks hacia Montreal - Canadá, será marítimo, dado que es el más conveniente debido a costos y logística.

Los principales puertos de Canadá son: Halifax (Nueva Escocia), Toronto, Montreal y Vancouver. Los servicios regulares de transporte marítimo desde Ecuador se centralizan principalmente en los puertos del este: Halifax (Nueva Escocia), Montreal (Quebec) y Toronto (Ontario); y el puerto del oeste, Vancouver (Columbia Británica). (PROECUADOR, 2015).

PUERTO DE MONTREAL

Autoridad Portuaria de Montreal

Dirección: Port of Montreal Building, Wing No. 1
Cite du Havre Montreal, Quebec H3C 3R5 Canadá

Teléfono: (514) 283-7011

Fax: (514) 283-0829 UN/LO

CODE: CAMTR

Puerto de río natural Río San Lorenzo, grande con un anclaje de 12 metros, cuenta con grúas móviles y gran capacidad de carga de más de 100 toneladas, los servicios que brinda incluyen los de estiba, combustible, agua, mecánica, cubierta, dique seco, ferrocarril y otros servicios.

Es el enlace intermodal más directo entre el corazón industrial de América del Norte y los mercados de Europa del Norte y el Mediterráneo. Mueve por año más de 20 millones de toneladas. (PROECUADOR, 2015)

Entre las líneas que van a Canadá desde Ecuador está Mediterranean Shipping Company, los tiempos de tránsito al puerto de Montreal son de 20 días. El costo de flete es aproximado a USD \$1.500,00 por contenedor de 20 ft.

9.3 ESTUDIO FINANCIERO.

9.3.1 Inversión Inicial

Según Análisis Financiero el monto inicial como inversión que se necesita para llevar a cabo el proyecto es de \$56.559,49 como se muestra en tabla N 5, se detallan los valores indicados en la inversión inicial, se ha considerado un valor estimado de 1,000.00 por gastos imprevisto como suministros de limpieza y servicios varios.

Tabla 5. Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL	
DETALLE	VALOR
Útiles de oficina	\$ 70.10
Muebles de Oficina	\$ 319.00
Equipos de Oficina	\$ 63.00
Equipos de Computación	\$ 720.00
Gastos de Constitución	\$ 208.00
Gastos de Certificación	\$ 2,596.00
Arriendo	\$ 700.00
Capital de trabajo	\$ 50,883.39
Varios	\$ 1,000.00
TOTAL	\$ 56,559.492

Elaborado por: Cedeño, A., Martínez, J.

9.3.2 Precio Del Producto

Es importante determinar el precio de venta del producto de acuerdo a todos los costos que se tendrá para su respectiva comercialización. The Exotic Blend S.A proveerá el snacks a un Precio de Costo de \$1.67.

Tabla 3. Precio de Costo

PACHOS	
Precio de Costo	\$ 1.67

Elaborado por: Cedeño, A., Martínez, J.

El precio de costo indicado en la tabla N.6 es en base al volumen de compras que se realizará al proveedor The Exotic Blend S.A.

El volumen de compras a realizarse será de 26,880 unidades de Snacks mensuales, en la tabla N. 7 se detalla el precio de venta del producto que es de \$2.00 ya incluidos los gastos, costos operativos y margen de utilidad requerido.

Tabla 7. Proceso de Costeo del Producto

DETALLE	TOTAL	CANTIDADES	COSTO UNITARIO
COSTO DEL PRODUCTO	\$ 44.889,60	26880	\$ 1,67
GASTOS OPERATIVOS	\$ 3.227,20	26880	\$ 0,12
		TOTAL	\$ 1,79
		MARGEN DE UTILIDAD 12%	\$ 0,21
		COSTO FINAL	\$ 2,00

Elaborado por: Cedeño, A., Martínez, J.

9.3.3 Flujo De Caja

Mediante análisis de Ingresos y Egresos proyectados se puede determinar la rentabilidad que tendrá la empresa, en la tabla N. 8, se muestra el Flujo de Caja proyectado a 5 años donde la liquidez en el año 1 es de \$30,854.91 y cada año se aprecia un aumento considerable del 3,8%, en los gastos por la inflación promedio que se calculó en base a los últimos 5 años, y un aumento de ingresos debido al crecimiento de ventas anual de un 4%.

Tabla N 8. Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA						
	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
INGRESOS						
Ventas	\$ 346,689.76	\$ 357,237.38	\$ 368,693.68	\$ 377,438.67	\$ 386,533.36	\$ 395,028.05
Total Ingresos	\$ 346,689.76	\$ 357,237.38	\$ 368,693.68	\$ 377,438.67	\$ 386,533.36	\$ 395,028.05
EGRESOS						
Costo Operativo	\$ 139,673.20	\$ 145,489.41	\$ 151,359.20	\$ 157,282.11	\$ 163,261.96	\$ 169,298.96
Gastos Administrativos	\$ 24,240.00	\$ 25,176.80	\$ 26,088.48	\$ 27,028.87	\$ 27,998.32	\$ 28,996.32
Gastos de Depreciación	\$ 46,790.40	\$ 46,790.40	\$ 46,790.40	\$ 46,790.40	\$ 46,790.40	\$ 46,790.40
Gastos de Arrendo	\$ 700.00	\$ 728.24	\$ 757.75	\$ 787.60	\$ 817.83	\$ 848.43
Operación y Amortización	\$ 400.00	\$ 416.00	\$ 432.00	\$ 448.00	\$ 464.00	\$ 480.00
Total Egresos	\$ 211,804.00	\$ 217,790.84	\$ 223,748.08	\$ 229,688.97	\$ 235,614.07	\$ 241,523.81
FLUJO OPERACIONAL	\$ 134,885.76	\$ 139,446.54	\$ 144,945.60	\$ 147,750.00	\$ 150,869.29	\$ 153,474.24
INGRESOS DE OPERACIONES						
Flujo Operativo	\$ 134,885.76	-	-	-	-	-
Total Ingresos de Operaciones	\$ 134,885.76	-	-	-	-	-
EGRESOS DE OPERACIONES						
Operación Inicial	\$ 134,885.76	-	-	-	-	-
Total Egresos de Operaciones	\$ 134,885.76	-	-	-	-	-
FLUJO NETO OPERACIONAL	\$ -	\$ 139,446.54	\$ 144,945.60	\$ 147,750.00	\$ 150,869.29	\$ 153,474.24
Total Depreciación Amortización	\$ 46,790.40	\$ 46,790.40	\$ 46,790.40	\$ 46,790.40	\$ 46,790.40	\$ 46,790.40
FLUJO DE CASH NETO	\$ 46,790.40	\$ 186,236.94	\$ 191,736.00	\$ 194,540.40	\$ 197,659.69	\$ 200,774.64

Elaborado por: Cedeño, A., Martínez, J.

9.3.4 Indicadores De Evaluación.

9.3.4.1 Tasa De Descuento

Esta medida financiera sirve para determinar el valor actual de un pago a futuro.

Para el presente proyecto se determinará la tasa de descuento mediante el modelo CAPM (Capital Asset Pricing Model), el cual es un modelo financiero que permite determinar una tasa de retorno esperada en función de los riesgos del mercado.

$$r_e = r_f + \beta(r_m - r_f) + \sigma_{Ecuador}$$

r_e = Rentabilidad Exigida del Capital

r_f = Tasa Libre de Riesgo

r_m = Rentabilidad del Mercado

β = Riesgo del Sector

$\sigma_{Ecuador}$ = Riesgo País del Ecuador

Tabla 9. Tasa de Descuento

MODELO CAPM	
r_f	10,50%
r_m	18,40%
β	1,00%
$\sigma_{Ecuador}$	11,38%
r_e	30%

Elaborado por: Cedeño, A., Martínez, J.

$$r_e = (10,5 + 1 * (18,4 - 10,5) + 11,38) / 100 = 30\%$$

La tabla anterior muestra las variables que son necesarias para calcular la rentabilidad exigida del capital que se invierte, la tasa libre de riesgo fue tomada de la tasa de los bonos que emite el estado ecuatoriano, la tasa de rentabilidad del mercado es del 18,4%, se tomó como referencia el β del portafolio de la empresa multinacional Kraft, que es igual a 0,5% y se consideró el doble (1%) debido a que el riesgo de la misma es menor a la de una nueva empresa que desee invertir, por último se agregó el riesgo país que registra un porcentaje de 11,38% a la fecha 16 de marzo de 2016.

Luego de realizar los cálculos respectivos en la fórmula del modelo CAPM se obtiene una tasa de descuento de 30%, lo cual representa la rentabilidad exigida del capital que se desea invertir.

9.3.4.2 Valor Actual Neto (Van)

Es el valor actualizado de todos los ingresos menos los egresos, el van permitirá determinar si una inversión realizada cumplirá con el deseo de maximizar el capital invertido, El VAN permitirá determinar si aquella inversión será adecuada realizarla o no.

9.3.4.3 Tasa Interna De Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno permitirá considerar si el proyecto que se estudia poner en marcha es factible realizarlo o no.

Una vez que se determino la tasa de descuento, se procede al cálculo de estos 2 indicadores mencionados anteriormente, para lo que se considera el flujo de efectivos realizado el mismo que se proyectó por 5 años, para lo que se obtuvo una tasa interna de retorno de 49%, lo que indicaría que el proyecto es factible económicamente y rentable ya que la TIR supera a la tasa de descuento calculada, y el valor actual neto es superior a cero, tabla N. 10.

Tabla 10. Indicadores de Rentabilidad

TASA DE DESCUENTO	30%
TIR=	49%
VAN=	\$ 22.053,43

Elaborado por: Cedeño, A., Martínez, J.

10 CONCLUSIONES

Una vez analizado la problemática de este proyecto se llega a las siguientes conclusiones:

- Se analizó la información de las exportaciones ecuatorianas del sector alimentos procesados (snacks), y se observó que el mismo se veía representado únicamente por chips de plátanos, desplazando a un segundo lugar la producción de otros snacks que se están elaborando con diferentes vegetales.
- Se determinó que el mercado estudiado (Montreal – Canadá), es exigente y demanda productos saludables y naturales, por lo que la exportación de snacks de vegetales hacia este mercado es una oportunidad comercial para el país, que el sector exportador ecuatoriano no está aprovechando en su totalidad.
- El diseño del plan de exportación permitió plasmar los procedimientos necesarios para la comercialización de los snacks elaborados a base de camote, zanahoria blanca y plátano hacia el mercado canadiense, ciudad de Montreal.
- Al realizar el estudio para la elaboración de un plan de exportación de snacks elaborados a base de camote, zanahoria blanca y plátano al mercado canadiense ciudad de Montreal se demostró que existen cuatro potenciales importadores interesados en comercializar el producto, para los cuales se proyecta exportar mensualmente dos contenedores de 20'ft con un equivalente anual de 10080 cajas que daría un total a 322.560 unidades comercializadas anualmente.
- Mediante la encuesta realizada a importadores canadienses se demostró que otros snacks similares a los que se proponen en el proyecto de investigación se comercializan en el mercado canadiense a un precio de 5 CAD, equivalente a \$3,49. El precio al que se determinó vender cada unidad de snacks elaborado a base de camote, zanahoria blanca y plátano es de \$2,00 de acuerdo al proceso de costeo, en el que se consideró un margen de utilidad del 12% para la empresa, debido a que se sumaron los gastos administrativos y operativos al precio que se compra a la empresa productora, el precio fijado del producto está por debajo del precio que se comercializan otros snacks en el mercado canadiense, lo que permitirá que el producto sea competitivo no solo en relación de calidad, también en precio.
- La inflación proyectada que se calculó para el análisis financiero fue del 3,86% tomando en consideración la inflación de los cinco últimos años del Ecuador, esto logrará tener una referencia sobre los límites a los cuales debe fluctuar la inflación para que la empresa pueda seguir obteniendo ingresos.
- En el estudio financiero se determinó que la tasa interna de retorno es del 49% la cual es superior a la tasa de descuento calculada del 30%, lo que el VAN calculado fue de \$22.053,43. Por lo tanto, el proyecto se considera viable desde el punto de vista económico, debido a que los resultados obtenidos de estos indicadores son satisfactorios.
- El presente plan de exportación aplicado a la realidad comercial del país permite determinar las necesidades internas y externas en el sector de alimentos procesados (snacks),

11 RECOMENDACIONES

Para mantener o mejorar los resultados establecidos y dada la naturaleza del producto y de la comercialización, se recomienda lo siguiente:

- Realizar un estudio más profundo del consumidor y del mercado canadiense, esto permitirá conocer a ciencia cierta la aceptación del producto y determinar el futuro potencial de exportación; de esa manera se podrá también determinar la tasa de crecimiento del mercado de este producto en el destino deseado.
- Que los exportadores de snacks del mercado ecuatoriano se concienticen en la diversificación de las variedades de snacks, apreciando y dándoles un valor agregado a los diferentes vegetales que posee la producción ecuatoriana.
- Entidades Gubernamentales como PRO ECUADOR y el MIPRO deberían difundir a potenciales productores los tipos de estudios que se realizan, para que así ese sector busque nuevas fuentes de ingreso.
- Los pequeños productores que actualmente comercializan sus productos solo a nivel nacional podrían asociarse, para de esta forma abaratar sus costos obteniendo un producto competitivo y optar por estrategias de exportación.
- Participar activamente en las ferias Internacionales y Ruedas de Negocios que promueven diferentes organismos del país para dar a conocer el producto en el mercado internacional.

Al introducir los snacks al mercado canadiense se sugiere lo siguiente:

- Investigar la posibilidad de ingresar nuevas variedades de snacks en el mercado deseado.
- Implementar mecanismos de ventas para aumentar la distribución de los snacks y expandirse en el mercado.
- Se recomienda que el presente estudio sea considerado como base técnica y financiera para la realización de proyectos a futuro relacionados a la exportación de snacks elaborados a base de vegetales hacia este mercado.
- Del presente estudio realizado se pueden derivar otros estudios relacionados a la diversificación de snacks de vegetales hacia diferentes mercados internacionales, como oportunidades comerciales para el país.

12 BIBLIOGRAPHIE

Banco Central del Ecuador. (31 de marzo de 2016). *Estadísticas de Comercio Exterior 2016*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/>

Castellanos, J. A. (2014). *Comercio Exterior sin Barreras*. TAX EDITORES UNIDOS S.A. DE C.V. QUINTA EDICION.

Gestión. (12 de Enero de 2016). *Gestión*. Recuperado el 06 de Enero de 2016, de Las 10 Principales Ventajas de la Publicidad en las Redes Sociales: <http://www.gestion.org/social-media/social-media-marketing/39088/las-10-principales-ventajas-de-la-publicidad-en-las-redes-sociales/>

Gonzalez Montenegro, Y. (2012). *APRENDE FACIL A EXPORTAR E IMPORTAR*. LIMA-PERU: MACRO.

Porter, M. (2005). *Ventaja Competitiva*. CECSA.

PROECUADOR. (21 de Diciembre de 2015). *Guía Logística Comercial 2011*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec>

PROECUADOR. (12 de Diciembre de 2014). *Perfil Sectorial de Snacks de sal gourmet 2014*. Recuperado el 12 de Octubre de 2015, de <http://www.proecuador.gob.ec>

PROECUADOR. (13 de Enero de 2016). *PUBLICACIÓN PERFIL LOGÍSTICO DE CANADÁ 2014*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/07/PERFIL-LOG%C3%8DSTICO-CANAD%C3%81-2014.pdf>

Servicio Ecuatoriano de Normalización. (16 de Octubre de 2015). *Servicio Ecuatoriano de Normalización INEN*. Obtenido de <http://www.normalizacion.gob.ec/>

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (16 de Octubre de 2015). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de <http://www.aduana.gob.ec/>

Trade Data Online. (12 de 10 de 2015). *MINISTERIO DE INDUSTRIAS DE CANADÁ*. Obtenido de <http://www.ic.gc.ca>

Trade Facilitation Office Canada. (12 de Enero de 2016). *Manual para Exportar a Canadá*. Recuperado el 02 de Enero de 2016, de TFO - Canadá: <http://www.tfocanada.ca>

TRADEMAP. (13 de OCTUBRE de 2015). *Estadísticas del Comercio para el desarrollo*. Obtenido de ESTADÍSTICAS DEL COMERCIO PARA EL DESARROLLO: <http://www.trademap.org/>