



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL  
DEL ECUADOR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**TESIS DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL  
TITULO DE INGENIERA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES E  
INGENIERO COMERCIAL**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INDUSTRIALIZACIÓN  
Y EXPORTACIÓN DE ALCACHOFA EN CONSERVA HACIA  
CANADÁ**

**Pérez Rodas Andrea Soledad  
Torres Játiva Leonardo Wilson**

**DIRECTOR  
Econ. Jaime Pérez C.**

**Noviembre 2013  
Quito-Ecuador**

Nosotros Pérez Rodas Andrea Soledad y Torres Játiva Leonardo Wilson declaramos bajo juramento, que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado bibliografía detallada.

Cedemos los derechos de propiedad intelectual a la universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la ley de propiedad intelectual, reglamento y leyes.

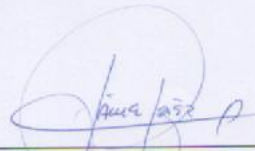


**Pérez Rodas Andrea Soledad**



**Torres Játiva Leonardo Wilson**

Yo Jaime Pérez, certifico que conozco a los autores del presente trabajo siendo ellos los responsables exclusivos tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.



**Econ. Jaime Pérez C.  
Director de la Tesis**

## Resumen

El presente proyecto tiene como finalidad el análisis para la factibilidad de la industrialización y exportación de alcachofa en conserva hacia Canadá, el producto será elaborado con materia prima nacional con el objetivo de fomentar empleo y producción Ecuatoriana.

Se estudiara el análisis situacional del mercado tanto del país exportador como del país importador. Un análisis de precios de la competencia y canales de distribución los cuales nos facilitarían información para la comercialización del producto.

Una de las principales razones por las cuales se desarrolló este proyecto es la tendencia mundial del consumo de productos saludables, naturales a nivel mundial. Canadá importa dichos productos de este tipo por lo que sus condiciones climáticas no son aptas para la producción.

Las propiedades medicinales y nutritivas de la alcachofa y la facilidad de producción durante todo el año gracias a la ubicación geográfica, permiten obtener alcachofas de alta calidad como exige el mercado canadiense.

La elaboración de la conserva se realizará en la planta procesadora ubicada en la ciudad de Quito – Parque Industrial. Una vez que se tenga el producto final se comenzará con la exportación hacia el distribuidor.

El estudio financiero se realizó de acuerdo al análisis de la VAN con valores \$ 59,091.55 y el TIR con 34.24% para efectuar el presente proyecto se decidió que el periodo de recuperación del capital de inversión será a partir del cuarto año, se puede concluir que el proyecto es rentable y viable gracias a los índices del estudio financiero.

## **Abstract**

This project aims for the feasibility analysis of industrialization, processing and export of canned artichoke to Canada, the product will be made from local raw materials with the goal of promote employment and Ecuadorian production.

They study the market situation analysis of both the exporting country and the importing country. An analysis of competitor pricing and distribution channels which we provide information for marketing.

One of the main reasons why this project was developed is the global trend of consumption of healthy products, global natural. Canada imports the products of this type because climatic conditions are not suitable for production.

The medicinal and nutritional properties of artichoke production and ease throughout the year thanks to the geographical location, allow to obtain high-quality artichokes as required by Canadian market.

The development of canning will be held at the processing plant located in the city QUITO – Industrial Park. Once the final product has the export begins to the distributors.

The financial study was conducted according to the analysis of the values VAN \$559,091.55 and the TIR to 34.24% for making this project it was decided that the payback period of the investment capital is from the fourth year, it can be concluded that the project is profitable and viable thanks to the study of financial indices.

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco a Dios por guiarme, a mi familia y amigos por todo el apoyo y amor en cada etapa de mi vida.  
A mi Director Jaime Pérez, que gracias a su apoyo y todos sus conocimientos ayudaron al desarrollo y culminación de la tesis.*

*Andrea Soledad Pérez Rodas*

## **AGRADECIMIENTO**

*Presento mi eterna gratitud a Dios, por haber concedido el don de la vida, a mis queridos padres por la fortaleza que me han brindado durante esta dura trayectoria lo cual me ha permitido culminar con éxito mis estudios superiores.*

*Leonardo Wilson Torres Játiva*

## Índice General

<b>Introducción .....</b>	<b>15</b>
<b>Capítulo 1 .....</b>	<b>16</b>
<b>1. Tema de la Investigación.....</b>	<b>16</b>
<b>1.1 Tema.....</b>	<b>16</b>
<b>1.2 Problema, Formulación y Sistematización del Problema.....</b>	<b>16</b>
1.2.1 Planteamiento del Problema.....	16
1.2.2 Formulación del Problema .....	17
1.2.3 Sistematización Del Problema .....	17
<b>1.3 Objetivo General de la Investigación .....</b>	<b>17</b>
1.3.1 Objetivo General.....	17
1.3.2 Objetivos Específicos: .....	18
<b>1.4 Justificación del Problema .....</b>	<b>18</b>
<b>1.5 Marco de Referencia.....</b>	<b>19</b>
1.5.1 Marco Teórico.....	19
1.5.2 Marco Referencial.....	20
<b>1.6 Hipótesis.....</b>	<b>21</b>
<b>1.7 Metodología De La Investigación .....</b>	<b>21</b>
1.7.1 Cuantitativo.....	21
1.7.2 Cualitativo.....	21
1.7.3 Tipos De Estudio.....	22
1.7.4 Tipos De Fuentes .....	22
<b>Capítulo 2 .....</b>	<b>23</b>
<b>2. Análisis Ambiental.....</b>	<b>23</b>
<b>2.1 Macroentorno Canadiense .....</b>	<b>23</b>
2.1.1 Análisis de la Población Canadiense.....	24
2.1.2 Análisis de la Tasa de Mortalidad .....	24
2.1.3 Análisis de la Tasa de Desempleo.....	25
<b>2.2 Marco Económico .....</b>	<b>26</b>
2.2.1 Salario Básico .....	27
2.2.2 Tasa de Inflación.....	29
2.2.3 Análisis de la Tasa de Inflación Canadiense .....	31
2.2.4 Tipo De Cambio.....	32
2.2.5 Tasa de Interés Canadiense .....	34
<b>2.3 Balanza Comercial de Canadá.....</b>	<b>35</b>
2.3.1 Exportaciones Canadiense .....	39
2.3.2 Importaciones Canadienses.....	40
<b>2.4 Inversión Extranjera Canadiense.....</b>	<b>41</b>
<b>2.5 Deuda Externa Canadiense.....</b>	<b>42</b>

<b>2.6 Política Canadiense.....</b>	<b>43</b>
2.6.1 Estabilidad .....	43
2.6.2 Ambiente Social Canadiense .....	44
2.6.3 Migración en Canadá .....	44
<b>2.7 Tendencia Industrial Canadiense.....</b>	<b>46</b>
<b>2.8 Mercado Laboral Canadiense.....</b>	<b>47</b>
2.8.1 Nivel de Pobreza .....	48
2.8.2 Costo de Vida en Montreal-Canadá .....	49
<b>2.9 Medios de Comunicación en Canadá .....</b>	<b>50</b>
<b>2.10 Mercado Internacional de la Alcachofa en Conserva.....</b>	<b>51</b>
<b>2.11 Estudio del Entorno PEST Ecuador .....</b>	<b>53</b>
2.11.1 Factores Políticos .....	53
2.11.2 Factores Económicos .....	53
2.11.3 Factores Sociales.....	54
2.11.4 Factores Tecnológicos.....	55
<b>2.12 Exportación de Alcachofa desde Ecuador hacia el Mundo .....</b>	<b>56</b>
<b>2.13 Participación del Mercado .....</b>	<b>57</b>
<b>2.14 Descripción del Producto .....</b>	<b>58</b>
<b>2.15 Distribución Geográfica de la Producción en el Ecuador .....</b>	<b>62</b>
<b>Capítulo 3 .....</b>	<b>63</b>
<b>3. Marketing .....</b>	<b>63</b>
<b>3.1 Análisis de la Situación Actual del Mercado .....</b>	<b>63</b>
<b>3.2 Tendencias del Consumo.....</b>	<b>64</b>
<b>3.3 Marketing Mix .....</b>	<b>66</b>
3.3.1 Producto.....	66
3.3.2 Precio .....	68
3.3.2.1 Forma de Pago .....	69
3.3.3 Plaza y Canales de Distribución.....	70
3.3.4 Promoción .....	73
<b>3.4 Análisis Foda .....</b>	<b>76</b>
<b>3.5 Matriz BCG .....</b>	<b>77</b>
<b>3.6 Análisis de Competitividad .....</b>	<b>79</b>
<b>Capítulo 4 .....</b>	<b>82</b>
<b>4. Concepto e Idea del Negocio .....</b>	<b>82</b>
4.1. Nombre de la Empresa.....	82
4.2 Misión .....	82
4.3 Visión.....	82
4.4 Objetivo General .....	82



4.5 Objetivos Específicos.....	82
4.6 Estructura Organización.....	83
<b>Capítulo 5 .....</b>	<b>87</b>
<b>5. Localización, Industrialización y Exportación del Producto .....</b>	<b>87</b>
<b>5.1 Localización .....</b>	<b>87</b>
5.1.1 Macro localización.....	87
5.1.2 Micro localización .....	88
5.1.2.1 Distribución de Espacio Físico.....	88
<b>5.2 Logística Interna .....</b>	<b>89</b>
5.2.1 Selección y Clasificación .....	91
5.2.2 Pelado y Escaldado. ....	92
5.2.3 Enfriamiento .....	92
5.2.4 Corte y Acondicionamiento .....	92
5.2.5 Envasado .....	92
5.2.6 Exhausting y Sellado.....	93
5.2.7 Esterilizado .....	93
5.2.8 Etiquetado .....	93
5.2.9 Embalado .....	93
5.2.10 Almacenaje .....	93
<b>5.3 Proceso de Exportación .....</b>	<b>94</b>
5.3.1 Logística Externa .....	95
5.3.2 Aspectos Regulatorios y Legales Para Exportar .....	95
<b>Capítulo 6 .....</b>	<b>98</b>
<b>6. Análisis Financiero .....</b>	<b>98</b>
<b>6.1 Inversiones.....</b>	<b>98</b>
<b>6.2 Análisis del Capital de Trabajo por el método de Periodo de Desfase.....</b>	<b>99</b>
<b>6.3 Costos de Materia Prima.....</b>	<b>100</b>
6.3.1 Materiales Directos de Fabricación.....	101
6.3.2 Materiales Indirectos de Fabricación .....	102
6.3.3 Remuneraciones .....	103
<b>6.4 Depreciaciones.....</b>	<b>104</b>
6.4.1 Valor de Desecho por el Método Comercial .....	105
<b>6.5. Resumen de Costos y Gastos .....</b>	<b>106</b>
<b>6.6 Tabla de Amortización del Crédito .....</b>	<b>107</b>
<b>6.7 Pronostico de Ventas.....</b>	<b>109</b>
<b>6.8 Análisis del Punto de Equilibrio .....</b>	<b>111</b>
<b>6.9 Estado de Pérdidas y Ganancias.....</b>	<b>112</b>
<b>6.10 Flujo de Caja .....</b>	<b>113</b>
<b>6.11 Índices Financieros .....</b>	<b>116</b>

6.11.1 Periodo de Recuperación .....	117
6.11.2 Relación Costo Beneficio.....	118
<b>Capítulo 7 .....</b>	<b>119</b>
<b>7. Conclusiones y Recomendaciones .....</b>	<b>119</b>
<b>7.1 Conclusiones.....</b>	<b>119</b>
<b>7.2 Recomendaciones .....</b>	<b>121</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>122</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>124</b>

## Índice de Cuadros

Cuadro N°1. Salario básico en ciudades Canadienses .....	28
Cuadro N°2 USD - Dólar Americano .....	32
Cuadro N°3. CAD - Dólar Canadiense .....	32
Cuadro N°4. Tasa de cambio de Dólar Americano a Dólar Canadiense .....	33
Cuadro N°5. Costo de vida en Montreal-Canadá .....	49
Cuadro N°6. Clasificación Nominación .....	59
Cuadro N°7. Tabla nutricional.....	60
Cuadro N°8. Estacionalidad de los principales productores de Alcachofa.....	61

### **Índice de Imágenes**

Imagen N°1. Fotografía estructura interna de Alcachofa .....	58
Imagen N°2. Fotografía de Alcachofa en cultivo .....	58
Imagen N°3. Marca y diseño del producto .....	66
Imagen N°4. Etiqueta posterior.....	67
Imagen N°5. Principales Supermercados Quebec-Canadá .....	71
Imagen N°6. Organigrama .....	83
Imagen N°7. Localización de la Planta.....	87
Imagen N°8. Plano Arquitectónico de la Planta .....	88
Imagen N°9. Mapa Canadá.....	94

### **Índice de Gráficos**

Gráfico N°1. PIB Canadiense 1999-2011 .....	26
Gráfico N°2. Inflación 2007-2012.....	31
Gráfico N°3. Historial de Tipos de Cambio de Dólar Americano a Dólar Canadiense	33
Gráfico N°4. Balanza comercial de Canadá .....	35
Gráfico N°5. Balanza Comercial Ecuador-Canadá .....	37
Gráfico N°6. Exportaciones Canadá 1999-2011 .....	39
Gráfico N°7. Importaciones Canadá 1999-2011 .....	41
Gráfico N°8. Deuda Externa Canadiense .....	42
Gráfico N°9. Población bajo el nivel de pobreza Canadiense .....	48
Gráfico N°10. Producción a nivel mundial de Alcachofa .....	52
Gráfico N°11. Exportación de Alcachofa en Ecuador hacia el mundo .....	56
Gráfico N°12. Value in canadian dollars .....	57
Gráfico N°13. Producción geográfica de Alcachofa en Ecuador .....	62
Gráfico N°14. Encuesta precio Alcachofa.....	69
Gráfico N°15. Participación relativa de la UEN(o Empresa) en el mercado .....	77
Gráfico N°16. Matriz BCG.....	79
Gráfico N°17. Análisis de Competitividad.....	80
Gráfico N°18 Flujo de Procesos .....	90

## Índice de Tablas

Tabla N°1. Población CANADÁ 2003-2011 .....	23
Tabla N°2. Tasa de mortalidad .....	24
Tabla N°3. Tasa de desempleo .....	25
Tabla N°4. PIB de Canadá 1999-2011 .....	26
Tabla N°5. Tasa de inflación 2007-2012 .....	30
Tabla N°6. Balanza comercial de Canadá .....	35
Tabla N°7. Balanza Comercial Ecuador-Canadá.....	36
Tabla N°8. Productos Exportados por Ecuador a Canadá .....	38
Tabla N°9. Exportaciones Canadá 1999-2011 .....	39
Tabla N°10. Importaciones Canadá 1999-2011.....	40
Tabla N°11. Migración Canadiense .....	45
Tabla N°12. PIB por Industria Canadiense.....	46
Tabla N°13. Evolución de la población activa .....	47
Tabla N°14. Producción a nivel mundial de Alcachofa.....	51
Tabla N°15. Balanza comercial Ecuatoriana - 2011 .....	54
Tabla N°16. Exportación de Alcachofa Ecuador-Mundo.....	56
Tabla N°17. Gasto del consumidor Canadá 1990-2015 .....	65
Tabla N°18. Precio Internacional de la Alcachofa en conserva.....	68
Tabla N°19. Supermercados y tiendas en la ciudad de Quebec.....	72
Tabla N°20. Exportaciones de Alcachofa en conserva de Perú, Ecuador y Chile.....	78
Tabla N°21. Arancel General.....	96
Tabla N°22. Inversiones .....	98
Tabla N°23. Capital de Trabajo .....	100
Tabla N°24. Compras .....	100
Tabla N°25. Materiales Directos .....	101
Tabla N°26. Materiales Indirectos .....	102
Tabla N°27. Remuneraciones .....	103
Tabla N°28. Depreciación de Maquinaria .....	104
Tabla N°29. Valor de Desecho .....	105
Tabla N°30. Resumen de Costos .....	106
Tabla N°31. Crédito CNF .....	107
Tabla N°32. Ventas.....	109
Tabla N°33. Punto de Equilibrio.....	111
Tabla N°34. Estado de Pérdidas y Ganancias .....	112
Tabla N°35. Flujo de Caja .....	113
Tabla N°36. Flujo de Caja sin Financiamiento .....	114
Tabla N°37. Índices financieros.....	116
Tabla N°38. Periodo de Recuperación.....	117
Tabla N°39. Relación Costo Beneficio .....	118

### **Índice de Anexos**

Anexo 1. Entrevista Pronaca .....	125
Anexo 2. Requisitos y Trámites para obtener el Registro Sanitario.....	127
Anexo 3. Procedimientos para Exportar desde Ecuador. ....	132
Anexo 4. Maquinaria para la Producción de Alcachofa.....	134
Anexo 5. Publicación sobre el modelo Socialista Canadiense .....	142
Anexo 6: Encuesta Embajada Canadiense .....	143
Anexo 7: Cotización Exportadora .....	150

## **Introducción**

Ecuador tiene una ventaja gracias a su clima y biodiversidad, esto permite la obtención de la mayoría de productos durante todo el año a diferencia de otros países en los cuales solo pueden obtener la producción en ciertas temporadas.

La alcachofa ecuatoriana se diferencia de las demás en el resto del mundo por su textura, sabor y calidad. Esto se debe a que es sembrada a los 2800 metros de altura aproximadamente, en comparación en otros países productores como por ejemplo Perú, España que es sembrada al nivel del mar lo cual hace que la hortaliza sea más blanda.

Actualmente las tendencias alimenticias a nivel mundial han tomado otro rumbo, el cual con lleva a una mejor alimentación más sana y saludable, con la presente investigación se pretende analizar la factibilidad de industrialización y exportación de alcachofa en conserva hacia Canadá.

La industrialización del producto requiere de un alto nivel de tecnología y debe estar bajo estrictos estándares de calidad tanto del país de origen como del país de destino por lo que durante este proceso, la alcachofa fresca es sometida a varias etapas hasta llegar a obtener el producto final requerido. Entre las principales etapas se encuentran la selección, pelado, esterilización, envasado entre otros. De esta manera la empresa garantiza la calidad del producto a sus clientes y poder ganar aceptación en el mercado de destino.

La inversión requerida es asequible ya que existen fuentes de financiamiento como CNF, entidad financiera del gobierno que apoyan la producción agrícola y el desarrollo de nuevas empresas dando créditos económicos con bajas tasas de interés.

# Capítulo 1

## 1. Tema de la Investigación

### 1.1 Tema

“Estudio de Factibilidad para la Industrialización y Exportación de Alcachofa en Conserva hacia CANADÁ”.

### 1.2 Problema, Formulación y Sistematización del Problema

#### 1.2.1 Planteamiento del Problema

La Alcachofa es uno de los productos no tradicionales de la sierra del Ecuador, es originaria del Mediterráneo Oriental, Norte del África y sur de Europa , su nombre científico es *Cynara scolymus*.

El cultivo de esta hortaliza se caracteriza por su alto aporte nutritivo, al mismo tiempo Ecuador tiene una ventaja sobre los demás exportadores al ser uno de los países con mayor biodiversidad en el mundo, debido a que se puede cosechar durante todo el año, lo cual es una oportunidad para la comercialización y exportación hacia Canadá.

Las empresas que exportan este tipo de hortalizas se caracterizan por la ausencia de innovar nuevos procesos, estrategias de mercado, planes de exportación, entre otras, por lo que Ecuador solamente exporta hortalizas en forma natural sin dar un valor agregado e industrialización adecuada, para poder abrir mercados internacionales, dando a conocer un nuevo producto. Con estos antecedentes se realizara este proyecto de investigación para la comercialización y exportación de Alcachofas en conserva.



## **1.2.2 Formulación del Problema**

¿Existe el mercado para la industrialización y exportación de Alcachofa en conserva hacia Canadá?

## **1.2.3 Sistematización Del Problema**

- ¿Cuáles son las condiciones económicas entre Ecuador y Canadá para exportar?
- ¿Cuál ha sido el comportamiento de las ventas de Alcachofa en conserva en los últimos años, que estrategias se deberá utilizar para ganar mercado?
- Existe la cantidad suficiente en los sembríos para poder procesarla?
- Existe el suficiente mercado para la exportación del producto en Canadá?
- ¿Cuál será la logística adecuada para exportar el producto desde Ecuador hacia Canadá?
- ¿Existe la tecnología adecuada para la industrialización de Alcachofa en conserva con la producción local? ¿Cuál es la estructura organizacional que debería tener una empresa para la industrialización, comercialización y exportación?
- ¿Es rentable la implantación de una planta para la industrialización y exportación de Alcachofa en conserva?

## **1.3 Objetivo General de la Investigación**

### **1.3.1 Objetivo General**

Determinar la factibilidad para industrializar y exportar Alcachofa en conserva hacia Canadá, mediante investigación y análisis de datos estadísticos, ofreciendo un producto de alta calidad y sabor, para satisfacer las necesidades del cliente Canadiense.

### **1.3.2 Objetivos Específicos:**

- Analizar las relaciones comerciales entre Ecuador y Canadá
- Determinar si existe la demanda en conservas de Alcachofa y la oferta suficiente para la elaboración de Alcachofa en conserva, Identificando las variables externas e internas para realizar el proyecto.
- Determinar si existe la tecnología adecuada en Ecuador para la elaboración de Alcachofa en conserva.
- Determinar una estructura organizacional adecuada para implementar un plan de procesamiento para la Alcachofa en conserva.
- Realizar un estudio para conocer la rentabilidad que se dará a futuro en un determinado periodo de tiempo mediante la exportación de Alcachofa en conserva hacia Canadá.

### **1.4 Justificación del Problema**

La Alcachofa ha sido conocida y utilizada desde la antigüedad por sus propiedades diuréticas y beneficios para la salud, en donde la conservaban en miel y en vinagre, de esta manera no alteraban sus componentes naturales.

La Alcachofa carece prácticamente de grasas (0,12%) y, al igual que el resto de las verduras, contiene cantidades pequeñas de hidratos de carbono (2,90%) y proteínas (2,40%), aunque éstas sean mayores a las cantidades aportadas por la mayoría de ellas, y al ser consumida contribuye con un mejor tipo de alimentación por su aporte calórico bajo (21,56 kcal/100 g).

Como se ha ido conociendo a lo largo del tiempo, el consumo de esta hortaliza ha sido importante por ser rica en vitaminas y minerales, con propiedades depurativas y medicinales, aporta fibra al organismo, el cual favorece al tránsito intestinal, contribuye a la eliminación de líquidos del cuerpo.

Las campañas contra la obesidad y un mejoramiento en los hábitos alimenticios contribuirán al beneficio del consumo de esta hortaliza por su aporte nutritivo, aumentando la demanda para realizar la industrialización y exportación de Alcachofa en

conserva, dando paso al mejoramiento de la industria de alimentos y bebidas incrementando la balanza comercial del Ecuador.

De la misma manera el Código de la producción es un punto a favor para realizar este proyecto, por lo que las empresas se beneficiarán por la reducción de impuestos motivando a la inversión nacional, esto ha dado paso para el desarrollo de pequeñas y medianas empresas para incentivar creando productos y servicios con fines de exportación.

## **1.5 Marco de Referencia**

### **1.5.1 Marco Teórico**

Las teorías que se utilizarán en el proyecto de viabilidad para la industrialización y exportación de Alcachofa en conserva hacia Estados Unidos son:

*Teoría de Investigación de Mercado:* es una recopilación sistemática, registro, análisis y distribución de datos e información sobre los problemas y oportunidades de mercadotecnia, acerca de una situación específica de mercadotecnia que enfrenta la empresa, con el propósito de mejorar la toma de decisiones para la solución de problemas y/o la identificación de oportunidades de mercadotecnia.<sup>1</sup>

*Teoría de Porter:* Se basa principalmente en las fuerzas del mercado, (plaza, precio, promoción, proveedores, competidores) lo que ayudara en el estudio del entorno y factores que conllevarán a tener éxito desarrollando una ventaja competitiva frente a los competidores en el proyecto.

*Teoría de Logística:* es una función operativa que comprende todas las actividades y procesos necesarios para el almacenamiento y distribución de materias primas y componentes, existencias en proceso y productos terminados; de tal manera, que éstos estén en la cantidad adecuada, en el lugar correcto y en el momento apropiado.<sup>2</sup> Esto

---

<sup>1</sup> Mercadotecnia», Primera Edición, de Sandhusen L.. Richard

<sup>2</sup> <http://www.revistadelogistica.com/logistica-y-competitividad.asp>

nos servirá para tener una mejor administración estratégica al momento de distribuir nuestro producto hacia Canadá.

*Teoría de Evaluación de Proyectos Financieros:* Es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad futura de un proyecto, por lo que ayudara a tomar decisiones mediante la inversión.<sup>3</sup>

### **1.5.2 Marco Referencial**

“Según Statistics Canadá, desde comienzos de la década de los 80, el gasto en alimentos fuera del hogar mostraba una tendencia creciente que se estabilizó en el 30% a partir de 1996, principalmente como resultado de las acciones emprendidas por los supermercados para recuperar su participación de mercado.

El gasto en alimentos para consumo dentro del hogar ascendió al 10% del ingreso disponible en 1996, del cual se destinó el 11.2% a la compra de frutas y sus derivados y el 10% a la compra de verduras, lo que representa un aumento de 10.6% y 9.3%, respectivamente, frente a las cifras de 1982.

El mercado de frutas y verduras frescas en Canadá ha venido creciendo a una tasa anual del 5% en los últimos diez años y las ventas totales a nivel detallista ascienden actualmente a US\$5.1 billones/año. El consumo per cápita de frutas y verduras de los Canadienses es uno de los más altos del mundo y asciende actualmente a 223 kg. /año, es decir, entre 4.5 y 5 porciones por persona al día.

Los consumidores Canadienses son muy exigentes en cuanto a la calidad de las frutas y verduras que compran, particularmente en términos de su apariencia, y no están dispuestos a comprar productos con defectos aunque su precio se haya reducido considerablemente y se han acostumbrado a encontrar en sus mercados una gran variedad de productos de alta calidad, casi todos importados pues las condiciones

---

<sup>3</sup><http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/evaluacion-financiera-de-proyectos-precios-corrientes-y-constantes.htm>

climáticas del país limitan la disponibilidad y la diversidad de frutas y verduras de origen nacional”<sup>4</sup>

Según el Ministerio de Relaciones Exteriores el Ecuador no se encuentra dentro de los 15 principales proveedores de Canadá con una participación del 0.06% en la importaciones ubicándose en el puesto 64 de lista, sin embargo el Ecuador ha tenido un incremento en sus ventas con una tasa de crecimiento de promedio anual de 21.5% en los últimos años.

## **1.6 Hipótesis**

¿Es factible la industrialización y exportación de Alcachofa en conserva hacia Canadá?

## **1.7 Metodología De La Investigación**

### **1.7.1 Cuantitativo**

Se utilizará esta metodología con el fin de conocer la oferta y demanda del mercado Canadiense, cuantificando los datos de oferta y demanda que se determinan en la investigación tratando de obtener un entendimiento lo más profundo posible.

Utilizaremos la investigación descriptiva para la recopilación de datos para contestar preguntas o interrogantes sobre el tema de estudio con la mayor precisión posible.

### **1.7.2 Cualitativo**

A través de este método se conocerá los procesos productivos, análisis de los materiales históricos, los cuales permitirá tener un producto de alta calidad. Utilizaremos la investigación etnografía que consiste en métodos de observación participativa como las

---

<sup>4</sup> <http://www.angelfire.com/ia2/ingenieriaagricola/mercadocanada.htm>

no participativas con el propósito de lograr una descripción e interpretación holística del asunto o problema a investigar.

El énfasis es documentar todo tipo de información que se da a diario en una determinada situación o escenario, observar y llevar a cabo entrevistas tratando de obtener el mínimo detalle de lo que se está investigando.

### **1.7.3 Tipos De Estudio**

Se utilizarán los descriptivos llegando a conocer las situaciones, tendencias y aspectos predominantes mediante los cuales se analizarán las características y propiedades de la Alcachofa y la conducta de compra de la misma.

### **1.7.4 Tipos De Fuentes**

Tomaremos la fuente primaria y la fuente secundaria.

Fuente primaria.- se llevará a cabo treinta encuestas dirigidas al personal de la embajada Canadiense y a personas nativas de Canadá. (Ver Anexo 6)

Fuente secundaria.- se llevará a cabo el estudio mediante la información por medio de noticias, revistas, estudios especializados acerca de la Alcachofa y sus tendencias en mercados internacionales. Que se nos serán facilitadas a través de:

Ministerio de Relaciones Exteriores  
Banco Central del Ecuador  
INEC  
PROECUADOR  
EMBAJADA CANADIENSE EN QUITO-ECUADOR

## Capítulo 2

### 2. Análisis Ambiental

#### 2.1 Macroentorno Canadiense

##### Generalidades

##### Indicadores Económicos de Canadá

**Población:** 34.030.589 (Julio 2011 est.)

**Tabla N°1. Población CANADÁ 2003-2011**

Año	Población	Cambio Porcentual
2003	32.207.113	
2004	32.805.041	1,86 %
2005	32.805.041	0,00 %
2006	33.098.932	0,90 %
2007	33.390.141	0,88 %
2008	33.212.696	-0,53 %
2009	33.487.208	0,83 %
2010	33.759.742	0,81 %
2011	34.030.589	0,80 %

Fuente: <http://www.indexmundi.com/es/canada/>

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

TACC: Tasa anual de crecimiento compuesto

$$TACC = \left( \frac{\text{Valor último año}}{\text{Valor primer año}} \right)^{\frac{1}{\text{Último año} - \text{Primer año}}} - 1$$
$$TACC = \left( \frac{34030.569}{32207.113} \right)^{\frac{1}{2011-2003}} - 1$$
$$TACC = 0.69\%$$

### 2.1.1 Análisis de la Población Canadiense

La población para el año 2003 fue de 32207.113 y para el año 2011 es de 34030.589 con una tasa promedio de crecimiento del 0.69% y una tasa anual de crecimiento constante del 0.69%. La proyección para el año 2015 es de 34979.5992.

Los años de mayor crecimiento son el 2004 con el 1.86% referente al 2003, y el año que presenta una disminución en el porcentaje de crecimiento de la población fue el 2008 con el 0.53% referente al 2007.

**Tasa de mortalidad: 7,98 muertes/1.000 habitantes (Julio 2011 est.)**

**Tabla N°2. Tasa de mortalidad**

<b>Año</b>	<b>Tasa de mortalidad</b>	<b>Cambio Porcentual</b>
2003	7,61	
2004	7,73	1,58 %
2005	7,73	0,00 %
2006	7,8	0,91 %
2007	7,86	0,77 %
2008	7,61	-3,18 %
2009	7,74	1,71 %
2010	7,87	1,68 %
2011	7,98	1,40 %

Fuentes: <http://www.indexmundi.com/es/canada/>

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

### 2.1.2 Análisis de la Tasa de Mortalidad

Si nos damos cuenta la tasa de mortalidad tiene una media de 7.77% desde el año 2003 al 2011.



Lo que nos quiere decir que la población Canadiense cuenta con un estilo de vida en niveles altos ya que las defunciones son 7,98 por mil habitantes en el año 2011, esto se debe a que la política de salud a nivel nacional ofrece una excelente atención tanto como la de seguridad confirmando así que la esperanza de vida en Canadá es alta.

**Tasa de desempleo: 8% (2010 est.)**

**Tabla N°3. Tasa de desempleo**

<b>Año</b>	<b>Tasa de desempleo</b>	<b>Cambio Porcentual</b>
2003	7,60 %	
2004	7,80 %	2,63 %
2005	7,00 %	-10,26 %
2006	6,80 %	-2,86 %
2007	6,40 %	-5,88 %
2008	6,00 %	-6,25 %
2009	6,20 %	3,33 %
2010	8,30 %	33,87 %
2011	8,00 %	-3,61 %

Fuentes: <http://www.indexmundi.com/es/canada/>

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

### **2.1.3 Análisis de la Tasa de Desempleo**

Desde el año 2003 hasta el año 2011 la tasa de desempleo ha tenido variaciones llegando en el 2011 a un 8%, teniendo un crecimiento paulatino en los años 2010 y 2011 los más afectados debido a la recesión económica mundial.

La tasa de desempleo nos indica el porcentaje de la población económicamente activa de Canadá que no puede conseguir trabajo o no tiene trabajo, esto disminuye de manera general el poder adquisitivo de las personas, sin embargo en la tabla #3 se puede apreciar claramente que la tasa bajo a 8% en 2011 teniendo una variación de 3,61% comparado con el año 2010 lo que nos quiere decir que en el año 2011 se generaron plazas de trabajo.

## 2.2 Marco Económico

PIB es el valor de todos los bienes y servicios dentro de una nación en un año determinado.<sup>5</sup>

**Tabla N°4. PIB de Canadá 1999-2011**

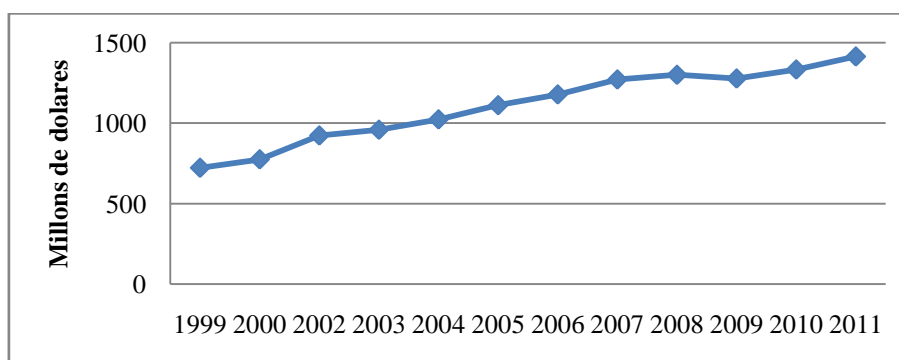
País	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Canadá	1,178	1,271	1300	1,277	1333	1,414

Fuente: <http://www.indexmundi.com>

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

En el primer trimestre del año 2012 el PIB Canadiense creció 0.5 % gracias a una fuerte inversión en el año anterior de capital en plantas y equipos. Lo cual nos da 1.9 % en la tasa de expansión del PIB real en el primer trimestre de este año avance similar del trimestre del año anterior.<sup>6</sup>

**Gráfico N°1. PIB Canadiense 1999-2011**



Fuente: <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ca&v=65&l=es>

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

En la gráfica #1 podemos observar como el PIB va incrementando hasta llegar al punto de \$ 1400 en el año 2011 con un porcentaje de crecimiento de 0,061 % con respecto al año 2010.

<sup>5</sup><http://www.indexmundi.com>

<sup>6</sup><http://noticiasmontreal.com/44744/la-economia-Canadiense-avanza-a-un-ritmo-lento-pib-avanzo-05-en-el-primer-trimestre-de-2012/>

Esto es una prueba de que la recuperación económica se ha afianzado en Canadá a un ritmo más rápido de lo previsto.

Es una referencia positiva ya que el poder adquisitivo económico de la población se encuentra en crecimiento gracias a las políticas económicas tomadas por los gobernantes Canadienses debido a la recesión económica y están dando un resultado positivo, se lo puede ver también reflejado en la disminución de la tasa de desempleo como nos indica la Tabla 3.

### **2.2.1 Salario Básico**

El salario mínimo es la remuneración establecida legalmente, para cada periodo laboral (hora, día o mes), que los empleadores deben pagar a sus trabajadores por sus labores.<sup>7</sup>

Canadá tiene un promedio de salario básico de \$9.00 dólares Canadienses por hora, pero cada provincia establece su salario mínimo que conlleva al 90 % de la fuerza laboral el 10 % restante se rigen por la autoridad federal.

Una persona que gana el salario básico en Canadá estaría ganando \$19760 por año lo que quiere decir que se encuentra en un nivel de pobreza o bajos ingresos, ya que dicho nivel está fijado actualmente en \$22235.

En el siguiente cuadro podemos observar el pago por hora de trabajo en Canadá.

---

<sup>7</sup><http://es.wikipedia.org>

## Cuadro N°1. Salario básico en ciudades Canadienses

**Datos vigentes para el 2011**

<b>Jurisdicción</b>	<b>Fecha de vigencia</b>	<b>Salario</b>	<b>Nota</b>
Federal (2)	18-Dic-1996		La tarifa de salario mínimo aplicable en lo que se refiere a los empleados bajo la jurisdicción federal es la tarifa de adulto mínimo general de la provincia o territorio en el que suele ser el empleado trabaja
Alberta	01-Abr-2009	\$ 8.80	
Columbia Británica (3)	01-Nov-2001	\$ 8.00	
Columbia Británica	01-may-2011	\$ 8.75	
Columbia Británica	01-Nov-2011	\$ 9.50	
Columbia Británica	01-may-2012	\$ 10.25	
Manitoba	01-Oct-2010	\$ 9.50	
Nuevo Brunswick	01-Sep-2010	\$ 9.00	
Nuevo Brunswick	01-abr-2011	\$ 9.50	
Nuevo Brunswick	01-Sep-2011	\$ 10.00	
Terranova y Labrador	01-Jul-2010	\$ 10.00	
Territorios del Noroeste	01-abr-2010	\$ 9.00	
Territorios del Noroeste	01-abr-2011	\$ 10.00	
Nueva Escocia (3)	01-Oct-2010	\$ 9.65	
Nunavut	05-Sep-2008	\$ 10.00	Se aplica a todos los empleados en Nunavut.
Nunavut	01-Ene-2011	\$ 11.00	

Ontario	31-Mar-2010	\$ 10.25	
Isla del Príncipe Eduardo	01-Oct-2010	\$ 9.00	
Isla del Príncipe Eduardo	01-Jun-2011	\$ 9.30	
Isla del Príncipe Eduardo	01-Oct-2011	\$ 9.60	
Isla del Príncipe Eduardo	01-abr-2012	\$ 10.00	
Quebec	01-Jun-2010	\$ 9.50	
Quebec	01-may-2011	\$ 9.65	
Saskatchewan	01-May-2009	\$ 9.25	
Yukón	01-abr-2010	\$ 8.93	El 1 de abril de cada año, lo que aumenta la tasa en un importe correspondiente al aumento anual del año anterior en el Índice de Precios al Consumidor para la ciudad de Whitehorse.
Yukón	01-abr-2011	\$ 9.00	El 1 de abril de cada año, lo que aumenta la tasa en un importe correspondiente al aumento anual del año anterior en el Índice de Precios al Consumidor para la ciudad de Whitehorse.

Fuente:<http://www.una-c-canada.com/empleos/buscando-un-empleo-en-canada/normas-y-leyes-para-trabajar-en-canada/1569-los-salarios-minimos-en-canada.html>

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

### 2.2.2 Tasa de Inflación

“La inflación, en economía, es el incremento generalizado de los precios de bienes y servicios con relación a una moneda sostenido durante un período de tiempo determinado. Cuando el nivel general de precios sube, cada unidad de moneda alcanza para comprar menos bienes y servicios. Es decir que la inflación refleja la disminución del poder adquisitivo de la moneda: una pérdida del valor real del medio interno de intercambio y unidad de medida de una economía. Una medida frecuente de la inflación

es el índice de precios, que corresponde al porcentaje anualizado de la variación general de precios en el tiempo (el más común es el índice de precios al consumidor)<sup>8</sup>.

La inflación Canadiense avanzó 2.6% en el primer trimestre del 2012 ya que la gasolina y los alimentos continuaron presionando la misma.

**Tabla N°5. Tasa de inflación 2007-2012**

<b>PERIODO</b>	<b>INFLACIÓN</b>
diciembre 2007	2.376%
diciembre 2008	1.161%
diciembre 2009	1.324%
diciembre 2010	2.352%
diciembre 2011	2.298%
diciembre 2012	0.832%

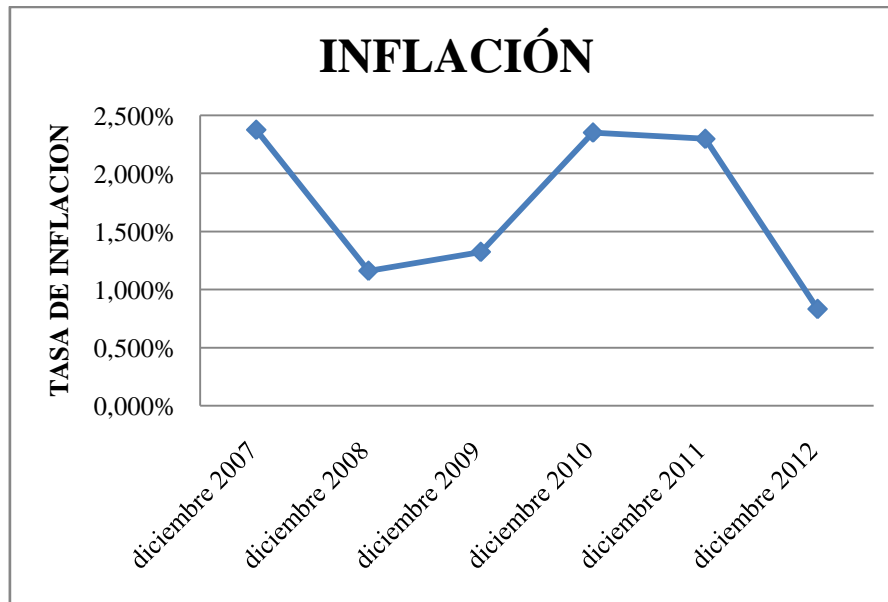
Fuentes:<http://es.global-rates.com/estadisticas-economicas/inflacion/indice-de-precios-al-consumo/ipc/canada.aspx>

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

---

<sup>8</sup><http://es.wikipedia.org/wiki/Inflaci%C3%B3n>

**Gráfico N°2. Inflación 2007-2012**



Fuentes: <http://es.global-rates.com/estadisticas-economicas/inflacion/indice-de-precios-al-consumo/ipc/canada.aspx>

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

### **2.2.3 Análisis de la Tasa de Inflación Canadiense**

En la Gráfica # 2 la inflación ha tenido unos altos y bajos en los años 2010 y 2011 siendo las más altas tasas con las que se ha encontrado Canadá. Pero lo aseverado en las Tablas anteriores la tasa de inflación tiene una baja a 0.8% que nos acierta con la conclusión de que la economía Canadiense está en crecimiento.

La inflación afecta de muchas maneras a los países en general, por ejemplo cuando existe una alta inflación en un país hace que los bienes y servicios tengan precios altos por lo que externamente el país se ve afectado imposibilitando las exportaciones ya que los precios de los productos no pueden competir con los demás países.

## 2.2.4 Tipo De Cambio

Es el precio de una moneda extranjera expresado en unidades monetarias de la moneda nacional<sup>9</sup>

**Cuadro N°2 USD - Dólar Americano**

<b>País</b>	Estados Unidos
<b>Región</b>	América del Norte
<b>Sub-Unidad</b>	1 Dólar=100 céntimos
<b>Símbolo</b>	\$, US\$

Fuente: <http://themoneyconverter.com/ES/USD/CAD.aspx>

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

El dólar Estadounidense es la moneda oficial de Estados Unidos de América, la fuerza que ha tenido esta moneda desde hace mucho tiempo atrás ha servido como un pilar fundamental para miles de transacciones mundiales.

**Cuadro N°3. CAD - Dólar Canadiense**

<b>País</b>	Canadá
<b>Región</b>	América del Norte
<b>Sub-Unidad</b>	1 Dólar=100 céntimos
<b>Símbolo</b>	C\$

Fuente: <http://themoneyconverter.com/ES/USD/CAD.aspx>

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

Canadá decidió usar el dólar en lugar de la libra esterlina británica a causa de la difusión del llamado dólar español o peso en Norteamérica durante el siglo XVIII. Las monedas de 1C\$ coloquialmente se llaman *loonies* y las monedas de 2C\$ por analogía se llaman *twonies*.

---

<sup>9</sup><http://www.efxto.com/diccionario/t/3505-tipo-de-cambio540#ixzz2GIgfdJXy>



**Gráfico N°3. Historial de los Tipos de Cambio en la Conversión de Dólar Americano (USD) a Dólar Canadiense (CAD)**



Fuente: <http://themoneyconverter.com/ES/USD/CAD.aspx>  
 Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

**Cuadro N°4. Tasa de cambio de Dólar Americano a Dólar Canadiense: 1USD = 1,0055 CAD**

USD	CAD
\$ 1 USD	C\$ 1,00 CAD
\$ 5 USD	C\$ 5,00 CAD
\$ 10 USD	C\$ 10,01 CAD
\$ 50 USD	C\$ 50,03 CAD
\$ 100 USD	C\$ 100,05 CAD
\$ 250 USD	C\$ 250,14 CAD
\$ 500 USD	C\$ 500,27 CAD
\$ 1.000 USD	C\$ 1.000,55 CAD
\$ 5.000 USD	C\$ 5.002,75 CAD
\$ 10.000 USD	C\$ 10.005,50 CAD
\$ 50.000 USD	C\$ 50.027,48 CAD
\$ 100.000 USD	C\$ 100.054,96 CAD
\$ 500.000 USD	C\$ 500.274,81 CAD
\$ 1.000.000 USD	C\$ 1.000.549,62 CAD

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres  
 Fuente: <http://themoneyconverter.com/ES/USD/CAD.aspx>

Última actualización: sábado 17 de noviembre de 2012 05:44:33

Como podemos observar en el cuadro #4 el cambio de dólar Americano a dólar Canadiense tiene un porcentaje 0,00055% mientras va aumentando la cantidad en el dólar Americano la diferencia de cote en el dólar Canadiense en solo por centavos.

### **2.2.5 Tasa de Interés Canadiense**

La tasa de interés es el porcentaje al que está invertido un capital en una unidad de tiempo, determinando lo que se refiere como "el precio del dinero en el mercado financiero"<sup>10</sup>. Es decir que la tasa de interés representa un cálculo entre la pérdida o ganancia del dinero en un tiempo determinado.

“Ottawa (CBNNoticias) – El Banco de Canadá anunció hoy que mantiene la tasa de interés interbancaria en el 1% (05-09-2012).”<sup>11</sup>Esta medida económica tiene vigencia desde hace 2 años desde que el Banco de Canadá decidió aumentarla y mantenerla hasta la actualidad en 1%.

“Para Douglas Porter, economista sub jefe de BMO capital Markets, si bien la idea de subir las tasa de interés no es para unánime, la idea de que los Canadienses se están llenando de deuda hipotecaria si lo es y además es preocupante para el futuro inmediato.”<sup>12</sup>

Según especialistas Canadienses la tasa de interés debería aumentar ya que últimamente se están endeudando en altos valores por compra de bienes y no están analizando que a futuro les tocara pagar grandes cantidades de dinero por altos endeudamientos.

---

<sup>10</sup>[http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa\\_de\\_inter%C3%A9s](http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_de_inter%C3%A9s)

<sup>11</sup><http://cbnnoticias.wordpress.com/2012/09/05/banco-de-canada-mantiene-tasa-de-interes-en-el-1/>

<sup>12</sup><http://diarioelpopular.com>

## 2.3 Balanza Comercial de Canadá

La balanza comercial es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones.<sup>13</sup>

**Tabla N°6. Balanza comercial de Canadá  
1999-2011**

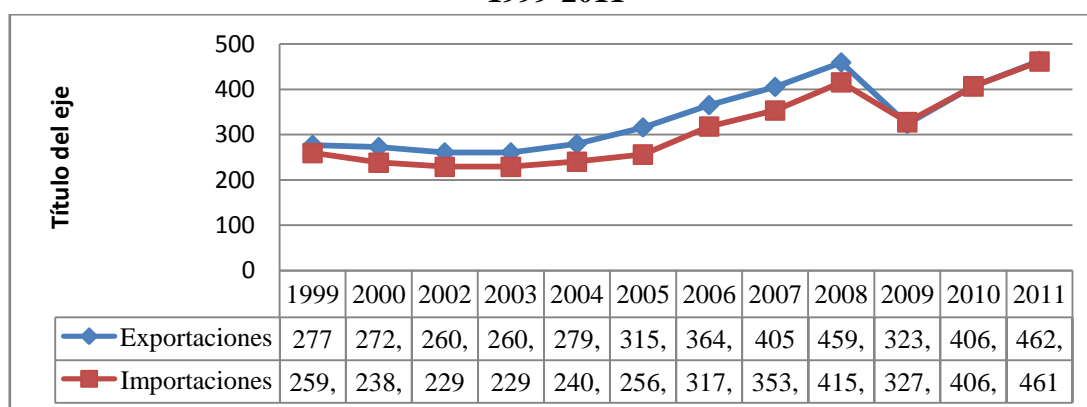
Pais	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Exportaciones	364.8	405	459.1	323.3	406.8	462.4
Importaciones	317.7	353.2	415.2	327.3	406.4	461
<b>TOTAL</b>	<b>47.1</b>	<b>51.8</b>	<b>43.9</b>	<b>-4</b>	<b>0.4</b>	<b>1.4</b>

Fuente: www.indexmundi.com

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

La balanza comercial de Canadá presenta una evolución de \$ 1.4 millones en el año 2011 a pesar de la abrupta caída en el año 2009 en consecuencia de la crisis mundial siendo la principal causa de la baja de las exportaciones e importaciones.

**Gráfico N°4. Balanza comercial de Canadá  
1999-2011**



Fuente: www.indexmundi.com

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

<sup>13</sup><http://economia-hoy.blogspot.com>

En la Gráfica # 4 la balanza comercial tiene un superávit como podemos ver que las exportaciones son mayores que las importaciones, sin embargo en el año 2009 tanto las exportaciones como las importaciones tienen casi un mismo valor manteniéndose así los tres años siguientes.

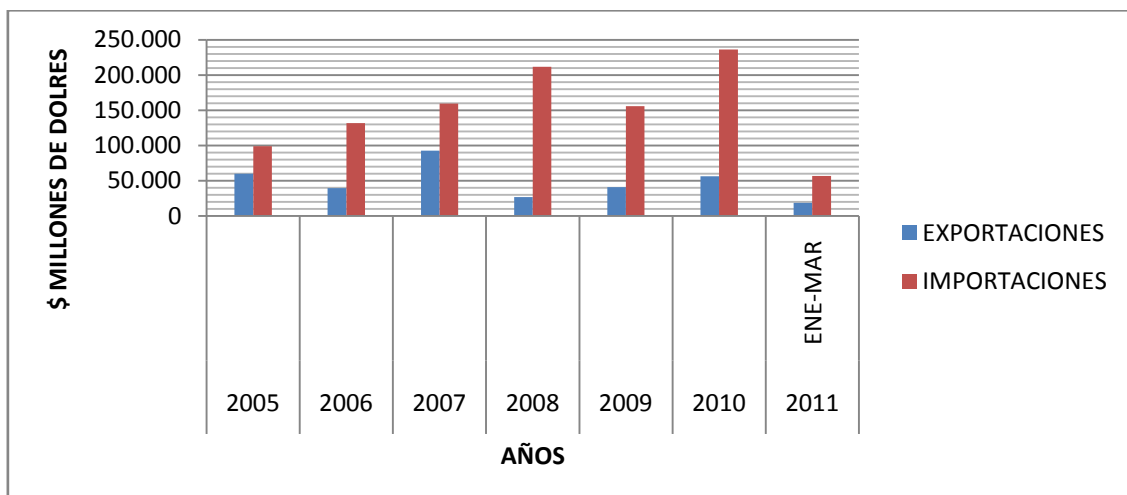
Para que un país se considere bien económicamente uno de los puntos importantes sería que la balanza comercial se encuentre con superávit, lo cual quiere decir que las exportaciones deben ser mayor que las importaciones.

**Tabla N°7. Balanza Comercial Ecuador-Canadá**

BALANZA COMERCIAL ECUADOR-CANADA						
2005-2011						
MILES USD						
	2006	2007	2008	2009	2010	2011 ENE-MAR
EXPORTACIONES	39,367	92,522	26,702	41,122	56,266	18,436
IMPORTACIONES	131,953	159,499	211,603	155,922	236,310	56,777
BALANZA COMERCIAL	-92,586	-66,977	-184,901	-114,800	-180,044	-38,341

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

**Gráfico N°5. Balanza Comercial Ecuador-Canadá**



Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

La balanza comercial Ecuador-Canadá se ha encontrado sujeta a un déficit ya que importamos más de lo que exportamos dicho país.

**Tabla N°8. Productos Exportados por Ecuador a Canadá**

PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR A CANADÁ USD FOB 01/2012-11/2012				
Subpartida	Descripción	Toneladas	FOB- DÓLAR	%/ Total FOB- DÓLAR
2709000000	ACEITES CRUDOS DE PETRÓLEO O DE MINERAL BITUMINOSO.	52,474.83	37,031.38	32.43
7108120000	LAS DEMÁS FORMAS EN BRUTO	1.04	24,067.27	21.08
603110000	ROSAS	2,853.22	16,483.53	14.44
306139100	CAMARONES	711.22	4,571.57	4.01
1801001900	LOS DEMÁS	1,703.50	4,028.26	3.53
2008910000	PALMITOS	1,407.62	3,669.99	3.22
603199090	LOS DEMÁS	639.94	3,269.37	2.87
304299010	TILAPIA	287.43	2,480.01	2.18
304299090	LOS DEMÁS	174.72	2,337.53	2.05
1504209000	LOS DEMÁS	895.29	2,334.92	2.05
603191000	GYPSOPHILA (LLUVIA, ILUSIÓN) (GYPSOPHILIA PANICULATA L.)	318	1,866.48	1.64
804502000	MANGOS Y MANGOSTANES	2,240.52	1,442.48	1.27
811909900	LOS DEMÁS	1,389.52	1,235.18	1.09
2008999000	LOS DEMÁS	401.77	918.2	0.81
2005991000	ALCACHOFAS (ALCAUCILES)	276.25	771.8	0.68

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

Gracias a la balanza comercial bilateral nos podemos dar cuenta que las exportaciones hacia Canadá se han ido incrementado en el año 2008-2010. Teniendo el año 2009 -2010 un incremento del 36.8%.

Los principales productos exportados por Ecuador a Canadá son: Aceites, Rosas, Palmito, Tilapia. Las Alcachofas en conserva ocupan el quinceavo lugar con una participación de 0.68% en las exportaciones hacia Canadá en al año 2012 lo que nos da una pauta positiva para el desarrollo del proyecto.

### 2.3.1 Exportaciones Canadiense

Las exportaciones hacen referencia a cualquier bien o servicio vendido o enviado con fines comerciales a un país extranjero.<sup>14</sup>

**Tabla N°9. Exportaciones Canadá 1999-2011**

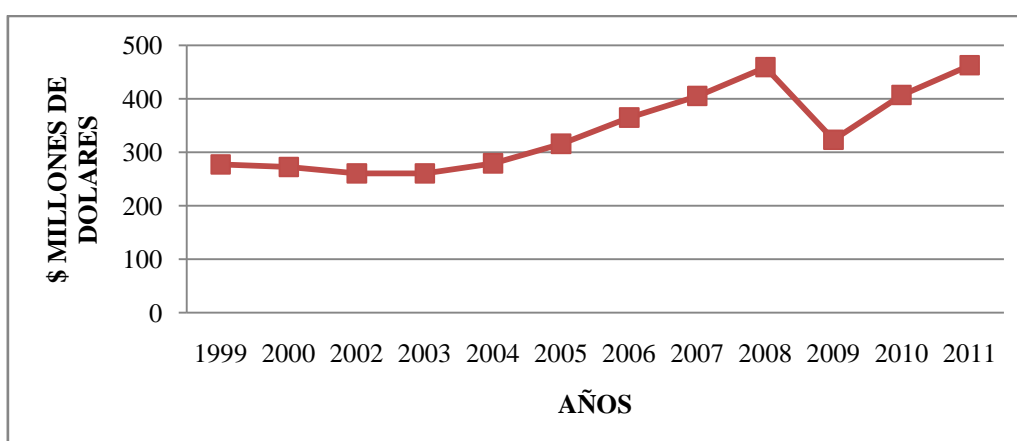
País	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Canadá	364.8	405	459.1	323.3	406.8	462.4

Fuente: <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ca&v=85&l=es>

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

Las exportaciones en el año 2011 ascienden a \$462,4 millones. Teniendo como resultado una Tasa de crecimiento anual del 0.07% en los periodos 2006-2011.

**Gráfico N°6. Exportaciones Canadá 1999-2011**



Fuentes: <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ca&v=85&l=es>

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

<sup>14</sup><http://www.efxto.com>

En la Gráfica #6 las exportaciones se ha incrementado paulatinamente con un aumento significativo en el año 2008, después de esto tuvo una caída en el 2009 debido a recesión económica mundial y finalmente logró recuperarse en el 2011.

Para un país es importante que las exportaciones se mantengan arriba de las importaciones, esto ayuda a la balanza comercial del país, significando una forma de crecimiento y consolidación, generando puestos de trabajo, etc.

### 2.3.2 Importaciones Canadienses

Las importaciones es cualquier bien (materias primas) o servicio traído de un país extranjero de una forma legítima por lo general para su uso comercial.<sup>15</sup>

**Tabla N°10. Importaciones Canadá 1999-2011**

<b>País</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
<b>Canadá</b>	317.7	353.2	415.2	327.3	406.4	461

Fuente: [www.indexmundi.com](http://www.indexmundi.com)

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

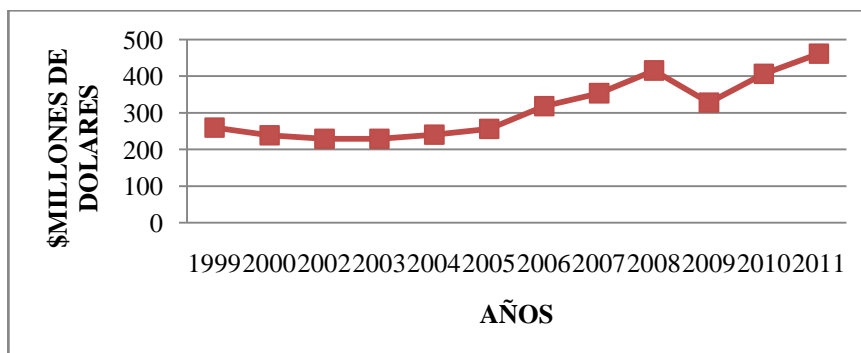
Las importaciones en el año 2011 alcanzaron \$461 millones con una tasa de crecimiento de crecimiento anual del 0.16 en el periodo 2006-2011. En el año 2009 la crisis mundial también afectó las importaciones ya que podemos observar una caída en dicho año.

---

<sup>15</sup><http://www.efxto.com>



**Gráfico N°7. Importaciones Canadá 1999-2011**



Fuente: [www.indexmundi.com](http://www.indexmundi.com)

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

En la Gráfica # 7 observamos que entre los años 1999 y 2005 las importaciones se mantenían significativamente, a partir del año 2006 las importaciones fueron incrementando pero en el año 2009 tuvo una disminución, sin embargo en los dos años siguientes fueron aumentando.

Las importaciones tienen una gran importancia cuando un país importa ciertos bienes y servicios que no se producen localmente, los cuales ayudan de forma significativa al desarrollo del país, como adquirir bienes de capital y tecnología de última generación.

Países desarrollados como Canadá por lo general importan la materia prima para general tecnología y exportar dando un valor agregado para regenerar su economía.

## **2.4 Inversión Extranjera Canadiense**

“Los principales países inversores en Canadá para el 2009 incluyeron Reino Unido, EEUU, Japón y la Unión Europea, siendo los principales sectores: finanzas y seguros, madera y papel, servicio y comercio, energía y minerales metálicos, maquinarias y equipos de transporte.”<sup>16</sup>

“La inversión extranjera directa (IED) en Canadá, tras estancarse en 2009-2010, ha vuelto a la senda del crecimiento en 2011. Esta tendencia debería continuar en 2012, ya

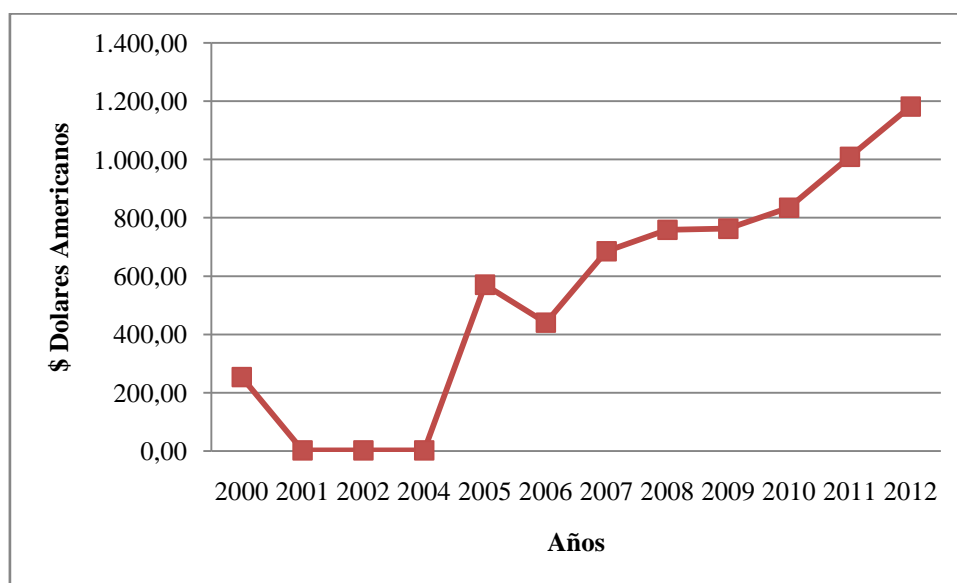
<sup>16</sup> [www.proEcuador.com](http://www.proEcuador.com)

que la economía de Canadá parece más estable que el resto de economías occidentales.”<sup>17</sup>

Para Canadá es difícil que la IED lo vea como última opción ya que se caracteriza por ser un país industrializado con tecnología de punta, mano de obra calificada, fácil acceso a las materias primas, transportes sofisticados, infraestructura moderna, entre otras haciendo que sobresalga entre los demás países de América para que la IED llegue adecuadamente y siga ayudando al país para su progreso y desarrollo.

## 2.5 Deuda Externa Canadiense

**Gráfico N°8. Deuda Externa Canadiense  
2000-2012**



Fuentes:<http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ca&v=94&l=es>

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

La deuda es menor en los años 2001, 2002, 2004 a partir del siguiente año aumento drásticamente, y en los años siguientes incrementa con mayor rapidez.

<sup>17</sup><http://comercioexterior.banesto.es/es/elija-su-mercado-objetivo/perfiles-de-paises/canada/inversion-extranjera-directa>

La deuda externa se paga de los impuestos recaudados, en otras palabras se puede decir que es una transferencia de recursos internos hacia el país u organización acreedora, como consecuencia se puede dar un costo de oportunidad, como por ejemplo en el caso de un país por pagar la deuda a veces deja de lado la inversión y el consumo interno atrayendo la pobreza y el desempleo. Sin embargo Canadá es uno de los países que ha invertido en salud principalmente a pesar de que su deuda siga incrementándose.

## **2.6 Política Canadiense**

Canadá se caracteriza por sé una política Democrática Parlamentaria, federación y monarquía constitucional.

Canadá cuenta con 4 principales partidos políticos, el partido conservador liderado por Stephen Harper, partido liberal liderado por Michael Ignattief, partido demócrata NPD liderado por Jack Layton y finalmente el Bloque de Quebec liderado por Gilles Duceppe.<sup>18</sup>

### **2.6.1 Estabilidad**

Durante los años 2008 y 2009 por la crisis económica mundial los indicadores macroeconómicos reflejaron un deterioro en la economía Canadiense pero se ha ido recuperando significativamente con el transcurso de los años hasta la actualidad, la recesión no afectó mucho a Canadá en comparación con los demás países ya que tiene un sólido sistema bancario, bajo nivel de deuda de las empresas.

“Según la OCDE la calificación de riesgo país de Canadá se encuentra en 0 y según el grupo Economist Intelligence Unit es AA y estable, las principales agencias de rating sitúan a Canadá en el mínimo del riesgo país: AAA (Fitch (, AAA (S&P), Aaa (Moody’s) ”<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup><http://www.comercio.mityc.es/tmpDocsCanalPais/FDA78116458464A8500B2CA45090F2B0.pdf>

<sup>19</sup><http://www.comercio.mityc.es>

Para que exista mejores relaciones comerciales entre países la estabilidad es muy importante ya que para los inversionistas es primordial que el país donde se dirigirán sus inversiones también tenga un riesgo país bajo.

### **2.6.2 Ambiente Social Canadiense**

Canadá es un país multicultural, según el último censo realizado en el año 2006 obtuvo una población de 31.61 millones de habitantes llegando a julio del 2011 a 34,03 millones de habitantes con una tasa de crecimiento poblacional estimada del 0,79%.

En el censo del 2006 se pudo identificar más de 200 orígenes de grupos étnicos donde se estableció que el 3.8% de la población corresponde a la población aborigen en los cuales entran, indios norteamericanos, Metis e Inuits.<sup>20</sup>

En Canadá los orígenes étnicos más reportados fueron Inglaterra, Francia, Escocia, Irlanda, Alemania, Italia, China, Indio Norteamericano, Ucrania y Holanda.

### **2.6.3 Migración en Canadá**

En Canadá hay cuatro categorías de inmigrantes:

- Inmigrantes con relación familiar (estrechamente relacionado con las personas Canadienses que viven en Canadá)
- Inmigrantes económicos (los trabajadores calificados y gente de negocios)
- Otros (personas aceptadas como inmigrantes por razones humanitarias o de compasión)
- Los refugiados (personas que escapan de situaciones de persecución, tortura o castigo cruel e inusual).

“En los últimos 5 años Canadá ha acogido a 1,863,791 nuevos residentes permanentes y temporales. Entre 2006 y 2011, el país experimentó un aumento del 5,6% de la población – la más alta de todos los países del G-8.”<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup>[http://www.mmrree.gob.ec/2011/guia\\_canada.pdf](http://www.mmrree.gob.ec/2011/guia_canada.pdf)

Canadá tiene una amplia gama de grupos étnicos por la inmigración de las personas de diferentes países ya que tantos estudiantes, profesionales, técnicos, etc. Ven a Canadá como el país en donde podrá desarrollarse y encontrar muchas plazas de trabajo para un mejor progreso, ya que tal vez en sus países de origen no cuentan con oportunidades de trabajo, educación y calidad de vida que en países de primer mundo como Canadá si les ofrecen.

Canadá recibe su población inmigrante de más de 200 países de origen. Como se indica más abajo, más del 50 por ciento de los nuevos inmigrantes admitidos en 2010 procedían de 10 países de origen.

**Tabla N°11. Migración Canadiense**

<b>PAÍS</b>	<b>NUMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>
FILIPINAS	36,578	13%
INDIA	30,252	10.8%
CHINA	30,197	10.8%
REINO UNIDO	9,499	3.4%
ESTADOS UNIDOS	9,243	3.3%
FRANCIA	6,934	2.5%
IRÁN	6,815	2.4%
EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	6,796	2.4%
MARRUECOS	5,946	2.1%
COREA DEL SUR	5,539	2%
TOP 10	147,799	52.7%
OTROS	132,882	47.3%
TOTAL	280,681	100%

Fuente: [http://es.wikipedia.org/wiki/Inmigraci%C3%B3n\\_en\\_Canad%C3%A1#cite\\_note-3](http://es.wikipedia.org/wiki/Inmigraci%C3%B3n_en_Canad%C3%A1#cite_note-3)  
 Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

Por otro lado Canadá es considerado como uno de los mejores países para vivir por lo que tiene una economía sólida, es un país desarrollado de primer mundo con una tecnología de punta, sus leyes y reglas están bien definidas donde las personas conocen con claridad y no podrán llevarse ninguna sorpresa ni autoridades corruptas, esta es la razón por la cual la migración en Canadá tienen un alto índice de crecimiento.

---

<sup>21</sup><http://www.cicnews.com>  
<http://www.proEcuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/04/PROEC-GC2010-CANADA.pdf>

## 2.7 Tendencia Industrial Canadiense

Canadá disfruta de numerosos recursos naturales por lo que la industria los utiliza de una forma eficiente innovadora con una mano de obra capacitada, y ampliamente autosuficiente en energía gracias a sus depósitos de combustibles fósiles.

La agricultura sólo aporta el 2% del PIB y acoge al 2% de la población activa, la industria supone el 29% del PIB y el 22% de los trabajadores y los servicios son el 69% del PIB y el 76% de la fuerza laboral.

Las principales industrias en Canadá son:

**Tabla N°12. PIB por Industria Canadiense**

<b>Industria</b>	<b>Participación</b>
<b>Industria Productora de Bienes</b>	
Agricultura, Forestal, Pesca y Caza	2.2%
Minería y extracción de petróleo y gas	4.3%
Manufacturas	12.7%
Industria de Construcción	5.8%
<b>Industria Productora de Servicios</b>	
Transportación y Almacenamiento	4.7%
Industria de la información y cultura	3.8%
Comercio Mayorista	5.5%
Comercio Minorista	6.2%
Finanzas y Aseguradoras, Bienes y raíces	
Arrendamientos y Administración de empresas	21.0%
Servicios profesionales, científicos y técnicos	5.1%
Servicios administrativos y de apoyo, administración de desperdicios y remediación	2.5%
Administración Pública	6.1%
Servicios Educativos	5.1%
Cuidado de la salud y asistencia social	6.8%
Arte, entretenimiento y recreación	0.9%
Servicio de alojamiento y alimentación	2.2%
Otros servicios (Excepto administración Pública)	2.7%

Fuente: [http://www.mmree.gob.ec/2011/guia\\_canada.pdf](http://www.mmree.gob.ec/2011/guia_canada.pdf)

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

Canadá al ser un país desarrollado ha tomado un rumbo tecnológicamente alto dejando de lado a su economía primaria como la agricultura pero sin descuidar la minería ya que son uno de los principales productores como por ejemplo: de aluminio, oro, cobre, plomo, plata.

Así mismo sus grandes reservas de petróleo lo establecen dentro de los 10 primeros países productores. Dando grandes entradas en las arcas Canadienses.

Dentro de la industria productora la más importante la manufacturera en la cual se destaca la industria del automóvil y sus partes que en los últimos años ha tenido un crecimiento gracia a los libres tratados con Estados Unidos. Sin dejar de lado la industria de la construcción gracias a la inversión interna Canadiense.

Si nos damos cuenta en la Tabla # 12 la principal fuente o motor de la economía Canadiense es la de servicios la cual abarca: Bancos, compañías, cooperativas, aseguradoras, etc.

## 2.8 Mercado Laboral Canadiense

El mercado laboral Canadiense se asemeja a lo demás país desarrollados en donde la mayor concentración de empleos se encuentran en el sector de servicios de segunda mano la manufactura y por último en recursos naturales.

**Tabla N°13. Evolución de la población activa  
2007-2011**

<b>POBLACION</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
<b>TOTAL</b>	17884200	18203900	18329000	18525100	18699400
<b>HOMBRES</b>	9472300	9644400	9671300	9763300	9858900
<b>MUJERES</b>	8411900	8559500	8657800	8761800	8840500

Fuente: [ww.icex.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/?doc=4592205](http://ww.icex.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/?doc=4592205)  
Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

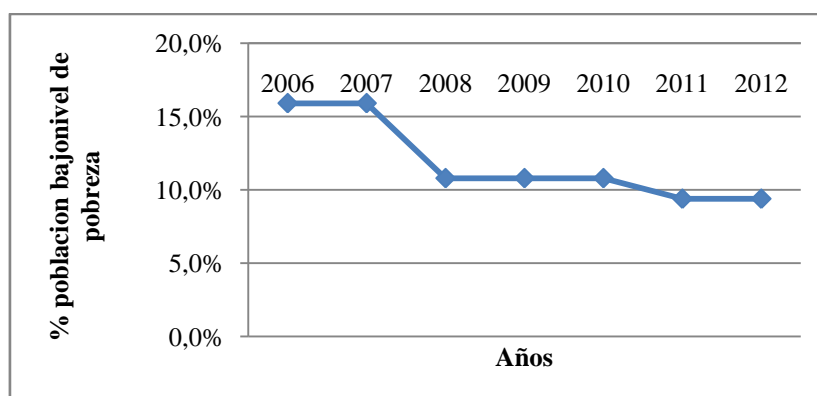
En el año 2009 se obtuvo una tasa de empleo del 61.7% mientras que la tasa de desempleo fue de 8.3%.

En el sector de los servicios ocupa a 13,23 millones de empleadores, mientras que la manufactura o industria emplea a 16,94 millones y el 2% de los trabajadores se desempeñan en la agricultura.<sup>22</sup>

### 2.8.1 Nivel de Pobreza

En el año 2009 según la agencia gubernamental 3.2 millones de Canadienses vivían en la pobreza lo que quiere decir 10.8 % del total de la población Canadiense a comparación del año 2012 con 9.4% teniendo un aumento del 0.2%.

**Gráfico N°9. Población bajo el nivel de pobreza Canadiense**



Fuente: <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?v=69&c=ca&l=es>

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

En el año 2009 los ingresos medios de una familia por año de dos o más personas fueron de \$63800 siendo 3.2% menor que el año anterior.

En Canadá existen comunidades indígenas con niveles de pobreza muy agudos pero comparados con la pobreza de comunidades indígenas en Latinoamérica o África, su pobreza no es tan grave.

<sup>22</sup><http://www.tradecommissioner.gc.ca>

<http://www.justlanded.com/espanol/Canad/Guia-Canad/Empleo/El-Mercado-Laboral>



A pesar de la recesión económica mundial los niveles de pobreza en Canadá no se elevaron gracias a que muchos Canadienses mantuvieron sus puestos de trabajo.<sup>23</sup>

## 2.8.2 Costo de Vida en Montreal-Canadá

**Cuadro N°5. Costo de vida en Montreal-Canadá**

<b>POBLACION EN 2011: 3,824,221 (StatsCan)</b>			
<b>PRIVATE DWELLINGS (occupied by usual residents): 1,613,260 (StatsCan)</b>			
<b>PRECIOS DE VIVIENDA</b>			
Tipo	Precio	Ingreso Requerido	
Casa sola de dos pisos	\$ 382,500	\$ 82,600	
Casa sola de un piso	\$ 291,700	\$ 64,100	
Condominio	\$ 232,300	\$ 50,700	
* Basado en un enganche de 25% y un préstamo a 25-años a una tasa fija de cinco años -no incluye cuotas de mantenimiento.			
Source: RBC. Mayo 2012			
Type	Mar-11	Mar-12	
Casa o condominio horizontal terminado no absorbido	\$ 322,876	\$ 335,668	
Source: CMHC. Abril 2012			
<b>RENTAS PROMEDIO (DEPARTAMENTO)</b>			
Bach Studio	One Bedroom	Two Bedroom	Three Bedroom
\$ 549	\$ 641	\$ 719	\$ 865
Source: CMHC. Octubre 2011			
<b>GASTO PROMEDIO DE UN HOGAR EN 2009</b>			
Concept	Amount (\$)		
Personal taxes	13,957		
Shelter	12,458		
Food	7,310		
Transportation	8,315		
Personal insurance payments and pension contributions	3,957		
Recreation	2,971		
Household operation	2,716		
Health care	2,168		
Tobacco products and alcoholic beverages	1,290		
Education	911		
Source: StatCan 2011			

<sup>23</sup><http://diarioelpopular.com/2011/06/mas-familias-pobres-en-canada/>

	Boleto	Pase mensual
Regular	\$ 3.00	\$ 75.50
Reducido	\$ 2.00	\$ 43.75

Fuente: Societe de Transport de Montreal (STM). 2012

#### SALARIO MINIMO EN 2012

- \$9.65 per hour (general y para la industria del vestido)
- \$8.35 per hour (empleados que reciben propinas)

#### INGRESO FAMILIAR

Tipo de familia	Ingreso familiar (Mediana)	
	2000	2005
No-inmigrante	\$ 65,095	\$ 68,430
Inmigrante	\$ 50,733	\$ 49,257
Diferencia	<b>14,362</b>	<b>\$ 19,173</b>

Source: Statistics Canada, 2008.

Fuente: <http://www.canadaimmigrants.com/spanish/Montrealcosto.asp>

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

## 2.9 Medios de Comunicación en Canadá

La industria de los medios de comunicación ha tenido un importante desarrollo no solo en noticias sino también en contenido cultural, histórico y de entretenimiento.

Entre los principales medios de comunicación escrita tenemos los periódicos: The Globe and Mail, The National Post, El Toronto Star, Le Presse y el Le Devoir esto dos escritos en francés.

Con respecto a los medios de comunicación tanto de radio como de televisión tenemos: CBC, CTV, Canadian Tv, y BNN de Toronto esto en cuanto a televisión y por radio tenemos: Radio Canadá de Montreal, Canadá FM de Toronto, Radio Canadá Internacional.

The Toronto Star, Le Soleil du Quebec, Canoa, Abby Noticias se encuentran entre los más destacados de los medios digitales.<sup>24</sup>

## 2.10 Mercado Internacional de la Alcachofa en Conserva

En los últimos tiempos se ha visto que la tendencia por la mejor alimentación se ha ido incrementando por lo que hoy en día las personas optan por vegetales, hortalizas, frutas y sus derivados, se interesan mucho por el valor nutricional que sea semejante al de los productos frescos, sin aditivos químicos, microbiológicamente seguros y de una alta calidad ayudando a tener una vida saludable.

**Tabla N°14. Producción a nivel mundial de Alcachofa**

<b>Posición</b>	<b>Región</b>	<b>Producción (1000\$ Int)</b>	<b>Producción (T)</b>
1	Italia	345866	480112
2	Egipto	155267	215534
3	España	120088	166700
4	Perú	91851	127503
5	Argentina	61088	84800

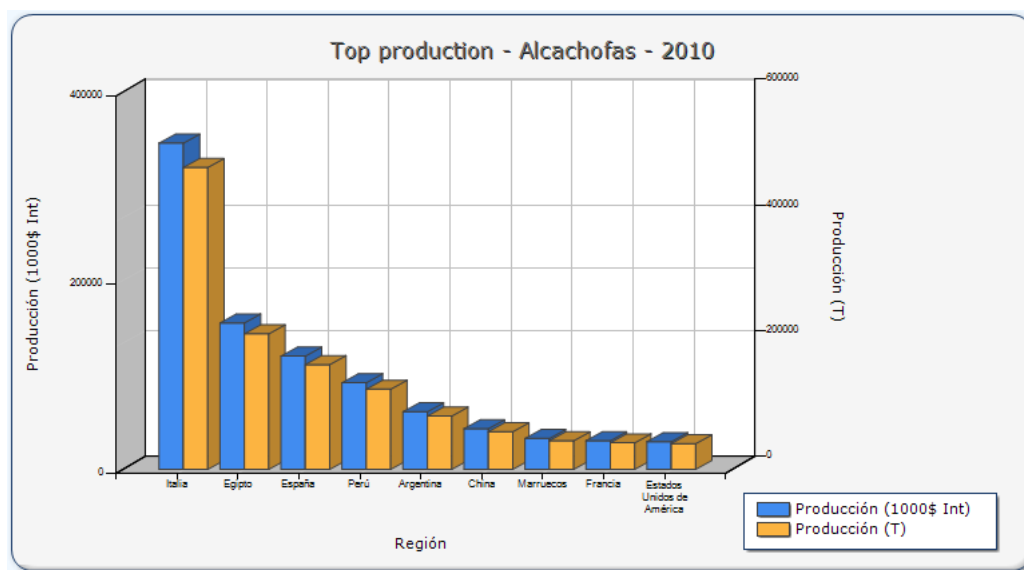
Fuente: <http://faostat.fao.org/site/339/default.aspx>

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

---

<sup>24</sup><http://www.absolut-canada.com/los-principales-medios-de-comunicacion-de-canada/>

**Gráfico N°10. Producción a nivel mundial de Alcachofa**



Fuente: <http://faostat.fao.org/site/339/default.aspx>

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

Las exportaciones de Alcachofa en conserva aumentaron un 2.7 en el 2010, alcanzando 76.2 millones de dólares, con un volumen vendido de 31.100 toneladas métricas impulsadas por la recuperación de la demanda de Estados Unidos y Europa<sup>25</sup>.

La producción a nivel mundial ha crecido a un ritmo del 5% anual, donde los principales productores son Italia con (480112t), en segundo lugar se encuentra Egipto con una producción (215534t), España con (166700) y en cuarto lugar Perú que se ha convertido en los últimos años en un productor importante y exportador de esta hortaliza con (127503t), Argentina tiene una producción de (84800).

<sup>25</sup><http://www.andina.com.pe>

## **2.11 Estudio del Entorno PEST Ecuador**

### **2.11.1 Factores Políticos**

Los aspectos políticos influyen de una forma significativa al desarrollo de nuevas empresas, en la actualidad se han ido modificando las leyes para incentivar la inversión nacional, promoviendo el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas, por otro lado la manera en que se está tratando los acuerdos comerciales del Ecuador con el mundo de cierta forma está afectando a la exportación de productos ecuatorianos, haciendo que los precios de estos aumenten impidiendo superar a la competencia internacional.

### **2.11.2 Factores Económicos**

El Ecuador, posteriormente a la crisis mundial, se ha logrado recuperar, según el Banco Central del Ecuador el PIB del Ecuador continuara en un crecimiento anual de 8.6% en el primer trimestre del 2011 cabe recalcar que la industria manufacturera (excluyendo el petróleo) es la segunda que más aporta, aparte macroeconómicamente, se ha logrado estabilizar indicadores muy importantes como la inflación, el desempleo y habría que enfocarse en el riesgo país si el objetivo es promover inversión extranjera. (Banco Central Ecuador, 2009).

A pesar de que las leyes y el gobierno ecuatoriano promueve las inversiones por parte de la banca privada, los créditos son muy restringidos ya que las tasas de intereses activas está regulada por el gobierno, esto no permite la libre competencia entre los bancos, generando muchas restricciones en estas entidades, lo que en cierta manera ha afectado la inversión y crecimiento del pequeño empresario sin tener la posibilidad de obtener mejores créditos para que puedan emprender nuevos negocios que ayuden a la economía del país.

**Tabla N°15. Balanza comercial Ecuatoriana - 2011**

AÑO - MES	EXPORTACIONES (X)	IMPORTACIONES (M)	BALANZA COMERCIAL (BC)
	FOB	FOB	XFOB - MFOB
2011-01	1,629,799.32	1,619,479.80	10,319.52
2011-02	1,692,375.68	1,511,770.45	180,605.23
2011-03	2,041,028.54	1,888,364.98	152,663.56
2011-04	1,840,087.69	1,854,159.50	-14,071.81
2011-05	2,014,535.60	1,942,480.78	72,054.82
2011-06	1,868,114.62	1,981,629.81	-113,515.19
2011-07	1,981,330.29	1,803,156.48	178,173.81
2011-08	1,757,831.28	2,008,119.62	-250,288.34
2011-09	1,857,702.66	2,075,503.83	-217,801.17
2011-10	1,833,640.12	2,035,988.56	-202,348.44
2011-11	1,859,143.43	2,135,950.43	-276,807.00
2011-12	1,969,615.05	2,089,190.10	-119,575.05
TOTAL GENERAL:	22,345,204.24	22,945,794.28	-600,590.04

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

Por otra parte podemos observar que la balanza en el año 2011, en el primer trimestre existe un superávit mientras que en los siguientes meses del año hay un déficit, por lo que el gobierno debería tomar varias medidas y regulaciones en cuanto a importaciones de productos e incentivar las exportaciones no petroleras, a través de la apertura de nuevos mercados, brindar créditos a pequeñas, medias y grandes empresas para que mejore el nivel de tecnología, innovación y así puedan sobresalir los productos ecuatorianos en el mercado internacional.

### 2.11.3 Factores Sociales

Existen diversos factores que favorecen al incremento de consumo de alimentos en la sociedad. Entre los más importantes se encuentran los socioeconómicos, geográficos, psicológicos y la distribución de la renta. Además factores sociales, como grupos de referencia, familia, roles sociales y estatus, influyen en el consumidor al menos de tres formas diferentes. En primer lugar, exponen al individuo a nuevos comportamientos y estilos de vida. Asimismo, influyen en sus actitudes y el concepto que tienen de sí mismos, y por último crean presiones que pueden influir sobre la elección de los productos y marcas.

El nivel de empleo es un factor clave para el crecimiento de una economía, existen varios motivos para que exista el desempleo, entre ellos se encuentra la no renovación

de nuevos contratos, renuncias voluntarias, liquidación de negocios, despidos intempestivos o altos niveles de ausencia del personal, es por eso que se debe fomentar la inversión en nuevos proyectos que permitan crear fuentes de trabajo a nivel nacional, con salarios justos, horas extras recompensadas, creando un ambiente laboral justo y agradable para así incentivar a las personas teniendo como resultado una ligera disminución en el desempleo.

#### **2.11.4 Factores Tecnológicos**

Uno de los mayores problemas que enfrenta el Ecuador es la falta de tecnología, para transformar o industrializar la materia prima se requiere de maquinaria y sistemas automatizados de gran nivel de tecnológico. Debido al alto costo que esto implica, muchas empresas deciden exportar la materia prima sin dar un valor agregado a los productos sin salir al mercado internacional dando a conocer los productos de nuestro país.

De la misma manera la logística comercial es un factor muy importante ya que facilita la conexión entre empresas, proveedores y consumidores, el Ecuador ocupa el puesto 70 entre 150 países en el ranking de los países con mejor logística comercial (Diario La Hora, 2008). El Ecuador tiene un puntaje bajo en ese ranking; para poder mejorar, es necesario crear cadenas productivas óptimas, procesos de industrialización con mayor tecnología para así minimizar el tiempo de elaboración de un producto. Con el fin de hacer llegar el producto en el tiempo, lugar, cantidad, condición exacto. Cuando una empresa tiene una logística óptima los costos de producción se mantienen o pueden ser menores y la imagen de la empresa mejora en su totalidad.

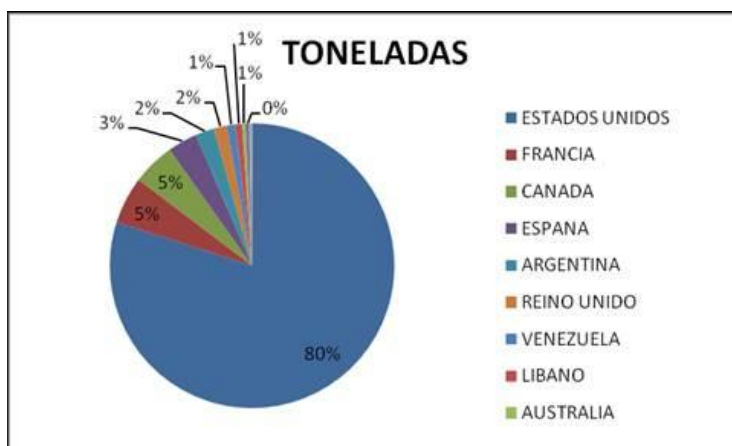
## 2.12 Exportación de Alcachofa desde Ecuador hacia el Mundo

**Tabla N°16. Exportación de Alcachofa Ecuador-Mundo**

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB DÓLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
2005991000	ALCACHOFAS (ALCAUCILES)	ESTADOS UNIDOS	3,551.29	9,154.90	79.01
		FRANCIA	238.61	680.23	5.88
		CANADA	214.71	579.85	5.01
		ESPANA	150.35	393.78	3.4
		ARGENTINA	95.1	248.05	2.15
		REINO UNIDO	64.42	176.05	1.52
		VENEZUELA	43.51	115.51	1
		LIBANO	34.18	100.57	0.87
		AUSTRALIA	17.14	50.71	0.44
		MONTSERRAT, ISLA	16	43.01	0.38
		MEXICO	9.12	24.1	0.21
		COLOMBIA	5.19	13.67	0.12
		URUGUAY	1.73	4.77	0.05
		NUEVA ZELANDA	0.58	1.98	0.02
		ANTILLAS HOLANDAS	0.04	0.14	0.01
TOTAL GENERAL:			4,441.93	11,587.26	100

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

**Gráfico N°11. Exportación de Alcachofa en Ecuador hacia el mundo**



Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres



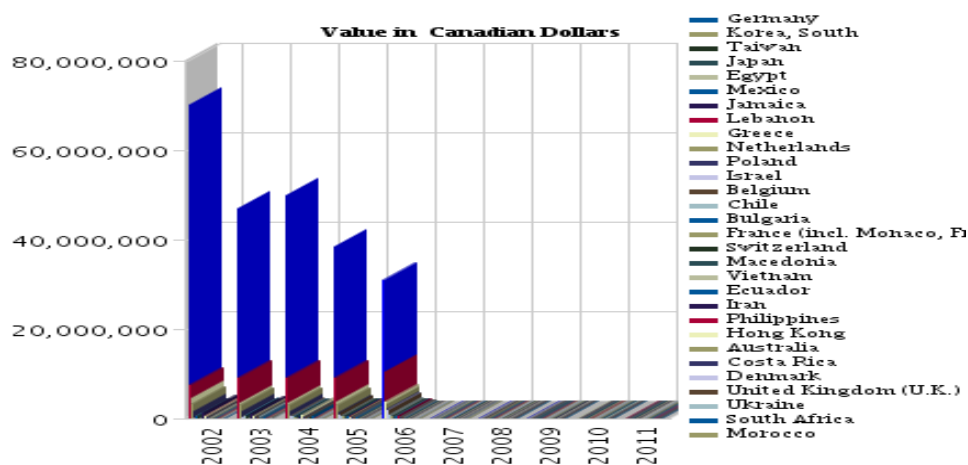
Al observar los porcentajes de exportación de Alcachofa en la gráfica # 11 podemos ver que Estados Unidos es el mayor importador de Alcachofas en conserva ecuatorianas con un porcentaje del 80 % sobre el total de las exportaciones, seguido por Francia con un 5.88% y en tercer lugar Canadá con un 5% lo cual nos da una referencia positiva para el mercado objetivos que se ha escogido.

También da a lugar que el producto Alcachofa en conserva ecuatoriano va expandiéndose en el mercado internacional lo cual nos deja una puerta abierta para relacionarnos y expandirnos con otros países para la exportación de Alcachofa en conserva.

Uno de los aspectos del proyecto es que Canadá sea el segundo país exportador dentro de la Alcachofa en conserva mejorando la balanza comercial para productos no tradicionales.

## 2.13 Participación del Mercado

Gráfico N°12. Value in canadian dollars



KavaChart images from VE.com  
 Fuente: [http://www.ic.gc.ca/sc\\_mrkti/tdst/tdo/tdo.php#tag](http://www.ic.gc.ca/sc_mrkti/tdst/tdo/tdo.php#tag)  
 Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

Según los datos de la industria de Canadá las importaciones en el sector de los vegetales preparados o preservados en vinagre, ácido acético y no congelados vemos que el

Ecuador aporta con un mínimo porcentaje de 0,117% ocupando el veintavo puesto en el año 2006<sup>26</sup>.

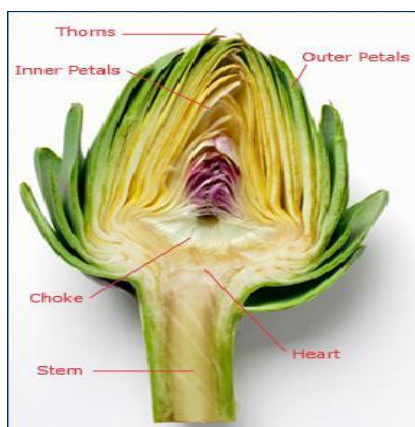
## 2.14 Descripción del Producto

La Alcachofa o alcaucil es una planta semipermanente cultivada como planta comestible en climas templados. La Alcachofa es una mata parecida al cardo muy sensible al frío aproximadamente tiene 2 metros de altura y sus frutos se dan durante 3 a 4 años.

Para su consumo se recomienda las flores o cabezas de Alcachofa las cuales tienen un tamaño de 7 a 13 cm con peso aproximadamente de 150 a 500 gramos con un color verde o violeta.

Las Alcachofas son una verdura relativamente cara, ya que sólo un 20% de la cabeza es comestible. Las Alcachofas se pueden ver como delicias y son una verdura extremadamente delicada.

### Imagen N°1. Fotografía estructura interna de Alcachofa



Fuente: <http://amazonasconcordia.com.ar/chikis/images%20%284%29ALCACHO.jpg>

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

---

<sup>26</sup>[http://www.ic.gc.ca/sc\\_mrkti/dst/tdo/tdo.php#tag](http://www.ic.gc.ca/sc_mrkti/dst/tdo/tdo.php#tag)

## Imagen N°2. Fotografía de Alcachofa en cultivo



Fuente: <http://amazonasconcordia.com.ar/chikis/images%20%284%29ALCACHO.jpg>

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

- Clasificación taxonómica de *Cynara Scolumus*

### Cuadro N°6. Clasificación Nominación

División	Fanerógamas
Clase	Dicotiledóneas
Orden	Campunales
Familia	Compositae(Asteraceae)
Grupo	Cynareae
Genero	Cynara
Especie	Cynara scolymus
Sinonimia	Alcaucil, Alcachofa

Fuente: Promex.gov.pe

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

- Variedades

*De Cultivos Violetas:* Romanesco, violeta de Provenza, Violeta temprana, Violeta Toscana, violeta de Sicilia, Caribou, entre otras. ([vric.ucdavis.edu](http://vric.ucdavis.edu))

*De cultivos Blancos( cabezuelas de color verde claro):* Green Globe, Imperialstar, Esmeralda blanca de Tudela, Getafe Talprot, Callosina Madrileñas , Gruesas de Leon, Gruesas de Gran Bretaña, Anranjuez, Monquillina, Catanese, Sarda Espinosa, entre otras.

- **Clima**

Se desarrollan en altitudes que oscilan entre 2600 a 2900 metros sobre el nivel del mar, es una hortaliza que se da en climas fríos, las temperaturas óptimas van desde los 13 a 22 grados centígrados.

- **Suelo**

Las plantas de Alcachofa prefieren suelos con textura media, arenosos, profundos, ricos en materia orgánica, con buen drenaje, deben ser llanos y estar libres de malas hierbas, deben evitarse suelos ligeros con excesivo drenaje y poca conservación de la humedad y con un PH entre 4.6 y 7.5.

Composición nutricional de la Alcachofa:

**Cuadro N°7. Tabla nutricional**

<b>Tabla Nutricional</b>		<b>Nutrientes</b>		<b>Minerales</b>	
Tamaño porción	100 g	Proteína	1,00 g	Sodio	290 mg
Porciones por envase		Carbohidratos	9,00 g	Hierro	8,0 %
Energía	70 cal	Azúcares Totales	0,00 g	Calcio	4,0 %
Energía de grasa	25 cal	Fibra Dietaria	6,00 g	<b>Vitaminas</b>	
		Grasas Total	3,00 g	Vitaminas A	5 %
		Grasas Saturada	1,00 g	Vitaminas C	22 %
		Colesterol	0,00 g		

Fuente: Inaexpo

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

- Temporada

En el Ecuador se requiere de 30 a 45 días desde la plantación en semilla hasta el traslado de en un suelo adecuado, para obtener la primera cosecha se espera aproximadamente de 4 a 6 meses, normalmente se planta en agosto y se cosecha en forma de escala.

- Estacionalidad de la Producción Mundial

**Cuadro N°8. Estacionalidad de los principales productores de Alcachofa**

Estacionalidad de los principales productores de alcachofa													
	PAIS	ENE RO	FEB	MAR	ABRI L	MAY O	JUNI O	JULI O	AGO STO	SEP T	OCT	NOV	DIC
Hemisferio Norte	Estados Unidos												
	Italia												
	España												
	Francia												
Hemisferio Sur	PERU												
	ECUADOR												
	ARGENTINA												
	CHILE												
	COLOMBIA												
	MEXICO												

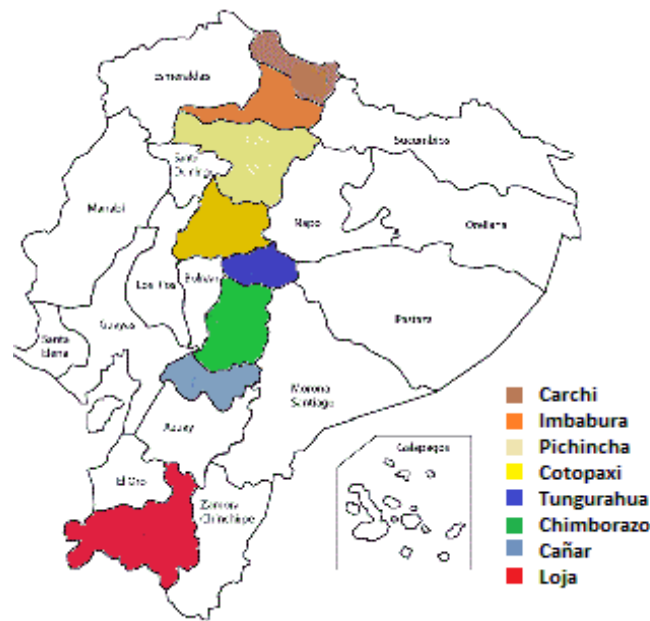
Fuente: Ministerio de agricultura  
Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

La cosecha de Alcachofa en países Europeos y de América Latina tienen sus límites climáticos los cual no permite la cosecha de la misma todos los meses del año, a diferencia de Ecuador y Perú en lo que encontramos una gran ventaja y poder abastecer la demanda del producto, como podemos darnos cuenta en el cuadro #8 el cual nos indica la estacionalidad de los principales competidores y productores de Alcachofa.

## 2.15 Distribución Geográfica de la Producción en el Ecuador

Las provincias con mayor producción de Alcachofa en el Ecuador son, Bolívar, Tungurahua, Imbabura, Chimborazo, Pichincha, Cotopaxi, Azuay y Cañar, las cuales cuentan con las condiciones óptimas como es un clima apropiado, altura y suelo para que el cultivo se produzca en todo el año, tomando en cuenta que Ecuador es un país con mayor diversidad en el mundo y cuenta con recursos naturales ideales por lo que favorece al cultivo de esta hortaliza en comparación con los de más productores mundiales que solo pueden producir en ciertas estacionalidades ya que no cuentan con las adecuadas condiciones climáticas.

**Gráfico N°13. Producción geográfica de Alcachofa en Ecuador**



Fuentes: Ministerio de Agricultura  
Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

## Capítulo 3

### 3. Marketing

#### 3.1 Análisis de la Situación Actual del Mercado

En el 2010, a nivel mundial Canadá sobresale como el 12º importador mundial y el 10ª exportador, según la Organización Mundial del Comercio.<sup>27</sup>

La crisis mundial ha afectado a Canadá, sin embargo los datos de la balanza comercial en el año 2011 estiman que las importaciones alcanzaron aproximadamente 391.172 millones de dólares frente a las exportaciones con 387.114 millones de dólares dando como resultado un déficit de 4.058 millones de dólares, por lo que no favorecen al comercio internacional Canadiense, antes giraba en torno de la producción industrial pero al ser un país desarrollado y contar con la tecnología avanzada hoy en día cuenta con un alto crecimiento de la manufactura, minería y sectores de servicios ayudando al desarrollo de la economía del país.<sup>28</sup>

“Los sectores industriales incrementaron su producción en noviembre 2012. La industria de bienes tuvo un avance de 0,6% y la de servicios, una progresión de 0,1%, reseña La Presse Canadienne”<sup>29</sup>.

Por otro lado en algunas ciudades las ofertas laborables no cubren la totalidad de la población económicamente activa por lo que están buscando nuevos caminos como es el desarrollo energético mejorando las plazas de trabajo como es en el caso de Alberta, sin embargo el crecimiento de Canadá se pronostica más lento para el 2013.<sup>30</sup>

La secretaría permanente del Sela en su informe publicado en Junio del 2012 establece el crecimiento económico Canadiense para el 2013 de un 2.2% a comparación del año

---

<sup>27</sup> Canadá informe país 2011

<sup>28</sup> Canadá informe país, [www.proEcuador.gov.ec/publicaciones/fichas-comerciales-por-pais](http://www.proEcuador.gov.ec/publicaciones/fichas-comerciales-por-pais)

<sup>29</sup> <http://noticiasmontreal.com/80881/economia-Canadiense-avanzo-sorpresivamente-03-en-noviembre/>

<sup>30</sup> [infodempresas.com](http://infodempresas.com)

[http://www.sela.org/attach/258/default/BOLETIN\\_NOTAS ESTRATEGICAS\\_No2\\_ESPANOL.pdf](http://www.sela.org/attach/258/default/BOLETIN_NOTAS ESTRATEGICAS_No2_ESPANOL.pdf)

pasado con 2.1% teniendo un incremento del 0.1% a través de proyecciones realizadas por la misma entidad.

### **3.2 Tendencias del Consumo**

Canadá presenta una oportunidad para aquellos países que buscan exportar frutas frescas y vegetales, al contar con dos culturas diferentes como es la Británica y la Francesa hace que la oferta y la demanda se ha distinta en el territorio Canadiense.

Algún tiempo atrás la cultura Canadiense optaba por consumir los productos tradicionalmente conocidos que formaban parte de la dieta en Canadá como son los jitomates, pimientos, espárragos, entre otros (BANCOMEXT), pero hoy en día ha ido cambiando de manera significativa el consumo por otros productos diferentes los cuales se denominan exóticos o productos no tradicionales.

El gasto de consumo en los hogares Canadienses el 20% está destinado a la vivienda mientras que los gastos de servicios de transporte así como de ocio y recreación se llevan el 26%. El grupo de alimentos y bebidas recibe el 10% del gasto, en este sector es donde la empresa espera consolidarse con el producto de Alcachofa en conserva.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup><http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/285080533radf1d20.pdf>



**Tabla N°17. Gasto del consumidor Canadá 1990-2015**

Gasto del consumidor de Canadá 1990-2015						
RUBRO	1990	1995	2000	2005	2010	2015
Alimentos y bebidas	41,975	47,418	56,298	67,362	75,690	85,513
no alcohólicas						
Bebidas alcohólicas y tabacos	17,551	17,644	21,269	26,870	31,125	35,509
Prendas de vestir y calzado	23,668	26,149	30,757	34,811	40,189	47,159
Vivienda	88,192	113,672	134,464	157,510	164,330	183,540
Artículos del hogar y servicio	26,713	28,448	36,965	48,848	53,478	58,608
Art. De salud y servicio medico	13,036	17,995	24,339	32,141	37,983	44,442
Transporte	53,799	60,529	87,871	103,101	114,243	130,173
Comunicaciones	6,483	8,068	12,085	16,799	19,411	21,243
Ocio y recreación	34,785	44,456	60,196	75,399	84,337	96,923
Educación	1,743	2,744	7,423	9,540	11,024	12,822
Hoteles y Catering	28,207	33,198	43,761	53,186	59,634	62,739
Art. Diversos y de servicios	27,828	38,671	54,370	68,363	73,299	80,801
Total	363,980	438,992	569,798	693,930	764,744	859,472

Fuente: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/285080533radf1d20.pdf>

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

El mercado Canadiense cuenta con consumidores orientados a la calidad con aceptación de productos novedosos, dispuestos a probar siempre y cuando presenten un alto contenido nutritivo y precio justo, ya que han tomado conciencia en cuanto se refiere al cuidado de la salud dejando a un lado alimentos con químicos que traigan consecuencias dañinas futuras y al ser un mercado competitivo hace que la comercialización de productos tengan mayor esfuerzo al momento de importar.

### 3.3 Marketing Mix

#### 3.3.1 Producto

Para posicionar el producto en la mente del consumidor con nuestra marca “HEELT” que su significado se deriva salud o saludable, se utilizará la estrategia de diferenciación, para diferenciar el producto de la competencia, la empresa se enfocará en la calidad de la materia prima, basándose en que la Alcachofa en el Ecuador es sembrada a los 2800 metros de altura, lo cual brinda una mayor cantidad de nutrientes, haciendo que la textura sea más consistente y duradera en cuanto al grado de oxidación.

Se desea transmitir una imagen de alta calidad para este producto, uno de los principales objetivos es el envase el cual se utilizara una lata de 400 gr preferido por el mercado Canadiense, con una etiqueta explicativa e ilustrativa de las bondades del producto en inglés y francés como lo requiere el mercado meta. La cual podemos observar en la imagen #3 y 4.

**Imagen N°3. Marca y diseño del producto**



Fuente: Investigación Propia  
Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres



El producto será envasado en latas abre fácil ya que según la entrevista a Pronaca Canadá prefiere conservas en lata. También se incluirá recetas, para que el consumidor pueda preparar la Alcachofa de diferentes maneras. Las etiquetas y el recetario serán elaborados con papel reciclable para ayudar a la disminución en la contaminación del medio ambiente. Una vez que el producto tenga gran aceptación en el mercado, se agregará valor mediante certificaciones orgánicas, de comercio justo, entre otras. Conforme la empresa vaya creciendo también se diversificarán los productos, creando nuevos con características especiales, enfocados a diferentes nichos de mercado como por ejemplo, orgánicos.

### 3.3.2 Precio

Para poder entrar en el mercado de Canadá la empresa tomara como primera opción la estrategia de economías de escala en la que a mayor volumen de producción bajan los costos obteniendo un precio competitivo y atractivo para el cliente, los elementos que influirán en la determinación del precio son: la demanda estimada, los costos de materia prima, de logística, reacciones competitivas, gastos de promoción y los márgenes de utilidad.

**Tabla N°18. Precio Internacional de la Alcachofa en conserva**

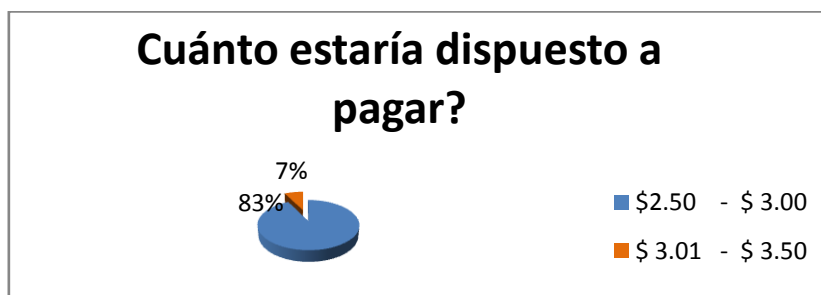
PRECIOS DE LA ALCACHOFA EN CONSERVA EN MERCADO MUNDIAL Y NACIONAL				
PRESENTACION	ORIGEN	MERCADO	US\$/UNIDAD	US\$/Kg
Alcachofa en lata	España	Los Angeles	3.99	
Corazones lata 390 g		Bruselas	3.67	9.4
Corazones en conserva 225g	Local	Los Angeles	2.2	9.8
Lata 398 g	Ecuador	Miami	4.29	10.8
Corazones en conserva frasco 340 g	Peru	Los Angeles	3.99	11.7
Corazones en conserva frasco 340 g	Chile	Miami	3.99	11.7
Alcachofa ¼ lata 420 g	Ecuador	Quito	1.53	3.64
Alcachofa ½ lata 400 g	Ecuador	Quito	1.72	4.3
Corazones de alcachofas lata 420 g	Ecuador	Quito	1.92	4.57

Fuente: Investigación personal, megamaxi  
Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

Otro factor que influirá es conocer el precio de la competencia en el mercado Canadiense, ya que se debe tener en cuenta que la conserva de Alcachofa es un bien elástico; es decir, que si el precio es alterado, también se altera la demanda, esto va de la mano con la gran cantidad de sustitos que existe en el mercado de conserva de

vegetales. Por esta razón se debe ingresar al mercado con un precio adecuado permitiendo que el producto sea aceptado, gane participación y finalmente produzca utilidades.

**Gráfico N°14. Encuesta precio Alcachofa**



Fuente: Estudios elaborados Andrea Pérez, Leonardo Torres  
Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

Como podemos observar la gráfica más del 80% de las personas encuestadas optó por un precio de \$2.50 entre \$3.00.

Como empresa se tomó la decisión del precio de \$2.60 tomando en cuenta los precios de la competencia y de referencia importante el precio preferente de las personas encuestadas nativas del país de Canadá que se realizó en la ciudad de Quito. (Ver Anexo 6).

### 3.3.2.1 Forma de Pago

El importador Canadiense puede realizar su pago en efectivo contra los documentos de embarque o bajo carta de crédito. Esta última generalmente incluye una cláusula en donde se establece que el producto debe ser inspeccionado y certificado, esa inspección por un agente antes de ser embarcado. Asimismo, el importador incluye en el contrato una garantía contra defectos no visibles. Sin embargo, en el mercado Canadiense en general y en Quebec en particular, no se manejan las cartas de crédito en la importación de alimentos. El monto total de la factura no es pagado hasta que se haya llevado a cabo una inspección del producto.

Entrega contra pago:

El exportador (cedente) envía la mercancía y entrega a su banco (banco remitente) los documentos financieros, si existen, y los comerciales, es decir, aquellos que permitirán al importador recoger sus productos como legítimo propietario, para que los remita al banco del importador (banco presentador), quien entregará a su cliente, el importador (librado) dichos documentos si, y sólo si, paga (“entrega contra pago”), esto es, sólo hay documentos comerciales, o acepta (“entrega contra aceptación”), hay documentos comerciales y financieros, según sean las condiciones estipuladas.

Existe, por lo tanto, la posibilidad en función del plazo disponible para pagar:

- Con pago a la vista “entrega contra pago”: el exportador envía la mercancía y entrega los documentos comerciales a su banco, sin necesidad de que existan documentos financieros, si el importador no paga, el banco presentador no le entrega los documentos necesarios para acceder a la mercancía, por lo que sigue siendo propiedad del exportador.<sup>32</sup>

Por lo tanto la empresa opta por pedir un pago contra entrega ya sea en la empacadora o en la frontera Canadiense tratando de facilitar a los importadores y generar un ambiente de confianza. Lo cual a un plazo determinado nos podrá llevar a diferentes políticas de pago sencillo sin intermediaciones bancarias lo cual sería un ahorro para ambas partes. Como por ejemplo se establecería ya una política de cobro con cheque o transferencia bancaria.

### **3.3.3 Plaza y Canales de Distribución**

El objetivo del negocio es la venta al por mayor, por lo cual, el producto se entregará a un principal distribuidor el cual se encargará de la logística hasta que el producto llegue a los principales supermercados de Quebec, posteriormente al ganar una aceptación en el mercado Canadiense los productos se distribuirán paulatinamente en las distintas ciudad de Canadá.

---

<sup>32</sup><http://ciberconta.unizar.es/leccion/cioexban/350.HTM>

En Canadá se manejan a través de mayoristas los cuales ofrecen el servicio de distribución ya que poseen la infraestructura o subcontratan este servicio. Así mismo cuentan con el servicio de mercadeo y promoción gracias a su fuerza de venta que se encuentra en contacto con los supermercados.

Otra de las maneras es a través de los supermercados los cuales importan directamente o compran a otros agentes importadores. Las tres cadenas de supermercados más grandes en la ciudad de Quebec son: Metro, Provigo y Sobeys funcionan como distribuidores e importadores mayoristas para sus tiendas de ventas al detalle y también para la HRI (Industria de Hoteles y Restaurantes).

### **Imagen N°5. Principales Supermercados Quebec-Canadá**



Fuente:[http://embamex.sre.gob.mx/canada/images/comercioeinversion/Montreal\\_Guia\\_Basica\\_para\\_exportar\\_a\\_Quebec\\_Alimentos.pdf](http://embamex.sre.gob.mx/canada/images/comercioeinversion/Montreal_Guia_Basica_para_exportar_a_Quebec_Alimentos.pdf)

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

**Tabla N°19. Supermercados y tiendas en la ciudad de Quebec**

Tiendas que pertenecen a Loblaws, Sobeys y Metro: las tres cadenas más grandes de alimentación en Quebec			
	Loblaws Inc	Sobeys Inc	Metro Inc
Hipermercados	37 Loblaws	61 IGA extra	63 Metro Plus 4 Metro Plus GP
Supermercados	110 Provigo	190 IGA	176 Metro 3 Metro GP
Hipermercado de descuento	96 Maxi 16 Maxi & Cie		56 Super C
Tiendas de conveniencia	59 Intermarché	30 Les Marchés de Tradition	119 Marché de Richelieu 2 Les 5 Saisons 97 AMI
Pequeñas tiendas regionales	153 Axep	87 Marché Bonichoix 122 Marché Omni	
Total de tiendas que pertenecen a la corporación	471	490	408

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

Fuente: [http://embamex.sre.gob.mx/canada/images/comercioeinversion/Montreal\\_Guia\\_Basica\\_para\\_exportar\\_a\\_Quebec\\_Alimentos.pdf](http://embamex.sre.gob.mx/canada/images/comercioeinversion/Montreal_Guia_Basica_para_exportar_a_Quebec_Alimentos.pdf)

Una vez seleccionada las vías de entrada en el mercado Canadiense el distribuidor tendrá que gestionar la repartición en las mejores condiciones, de forma que el producto llegue a los supermercados por el medio más adecuado.

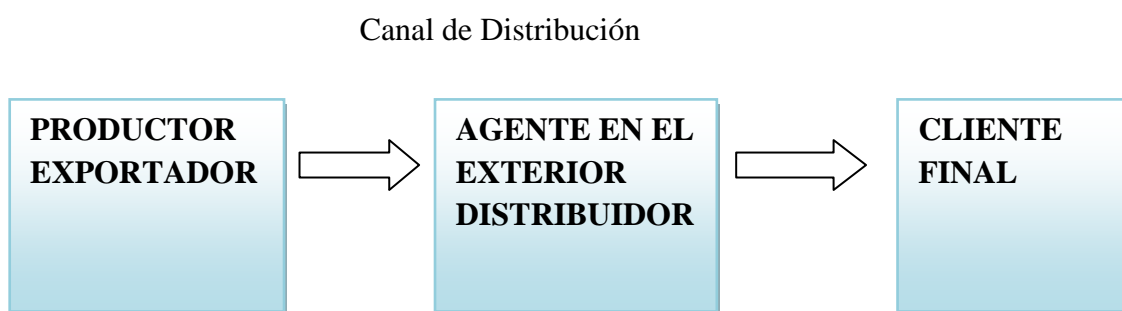
De las tres cadenas más grandes de supermercados y distribución se trabajara con una de ellas la cual nos abrirá las puertas del mercado Canadiense, para esto se tomara en cuenta el número de tiendas un factor importante pero un factor primordial será el estatus de las tiendas y cuál es la relación de productos semejantes con el consumidor final.



Si la empresa considera necesario se visitará a los más grandes importadores en el mercado de destino para ofrecer los productos, esta es una táctica donde el vendedor y cliente tienen una relación más estrecha para realizar la negociación.

El segmento al cual no dirigiremos es medio-alto, las personas consumidoras del producto serán desde niños desde 6 años hasta personas adultas mayores de 65 años con un salario mensual aproximadamente de 1500 dólares Canadienses en adelante.

Con respecto a los canales de distribución en primer lugar sería nuestra empresa la cual trabajaría con una exportadora quienes se encargarán de llevar el producto hasta el destino final que será desde el puerto de Guayaquil hasta el puerto de New Brunswick que bordea el estado de Quebec.



### 3.3.4 Promoción

Empezaremos con productos gratuitos para la degustación de las personas que se encuentren dentro de la segmentación del mercado meta, de esta manera se podrá comprobar la aceptación del producto en dicho segmento; este evento se llevará a cabo en la ciudad de Quebec mediante las ferias alimenticias y dentro de los principales supermercados de la ciudad.

## Ferias y Exposiciones en Canadá

- **CANADÁ - SIAL Canadá**  
**Feria para la industria alimenticia internacional**

Fechas: Abril 21, 22 y 23 de Abril 2010

Ubicación: Palais des Congrès de Montreal, Montreal, Québec, Canadá

Organizador: SIAL Montreal, 300 Leo-Pariseau St., Ste 1100, P.O. Box 159, Place du Parc,

Montreal, QC, Canadá H2W 2M9. Tel. (514) 289-9669, 800-363-3923 Fax. (514) 849-3021

[www.sialmontreal.com](http://www.sialmontreal.com)

- **Canadian Produce Marketing Association (CPMA)**  
**Feria para la industria alimenticia internacional**

Fechas: del 12 al 14 de mayo en Vancouver

Ubicación: Vancouver Convention Centre

Organizador: CPMA

Tel. (613) 226-4187, Fax. (613) 226-2984

[www.cpma.ca](http://www.cpma.ca)

- **Les Fêtes Gourmandes Internationales de Montréal**

**Feria que permite promover el sabor de alimentos y bebidas internacionales.**

Fechas: regularmente en Agosto\*

Ubicación: Notre Dame Island, Montreal, Québec, Canadá

Organizador: Productions Jacqueline Vézina Inc. Pavillon administrative, Bassin Olympique, Île

Notre Dame, Montréal, QC, Canadá H3C 1A9 Tel. (514) 861-8241. Fax. (514) 861-8246

- **Grocery Showcase Canadá**

**Feria de la industria alimenticia al menudeo/ Retail grocery industry tradeshow & convention.**

Convención anual regularmente en octubre.\*

Ubicación: Metro Toronto Convention Centre, Toronto, Ontario, Canadá.

Organizador: Canadian Federal Independent Grocers. Dahlia Waddell, 2235 Sheppard Avenue

East, Suite 902, Willowdale, ON, Canadá M3J 5B5  
Tel. (416) 492-2325 Fax (416) 492-2347 Página electrónica:  
<http://www.cfig.ca>

\*Los meses para las ferias y o exposiciones pueden cambiar año con año según disposición de los organizadores.

Una de las principales oportunidades para promocionar el producto en la región es por medio del internet en la página (Oficina de facilitación de comercio en Canadá) o por sus siglas TFOC ingresando **www.tfoc.ca** donde la empresa exportadora deberá registrarse para ingresar a una base de datos donde la información ingresada estará disponible a cualquier importado Canadiense interesado.

La publicidad como afiches, trípticos, que tendrán toda la información de origen, beneficios del producto, De esta manera, se pretende crear fidelidad por parte del cliente con el producto y la empresa; cabe recalcar que al ganar mayor mercado internacional, el nivel de negociación es más alto y esto permite crear alianzas estratégicas con empresas líderes en el mercado nacional, para así enfrentar a los competidores internacionales.

Contenido de la información de los trípticos, en dos idiomas inglés y francés.

Portada:

- En la cara exterior se incluirá el nombre de la empresa, la marca del producto, la ilustración del producto.
- Frase de incentivo sobre alimentación saludable bajo en grasas

Contra Portada:

- Receta donde enseñara formas prácticas de preparar la Alcachofa
- Nombre de la empresa
- Direcciones de la empresa tanto domiciliarias como también dirección de la página web de la empresa.
- Teléfonos
- Mail de la empresa

Interior:

- Beneficios del producto en la dieta diaria del consumidor destacando su contenido proteínico y bajo en calorías.
- Características físicas del producto como la marca, el peso del contenido, certificados que sustenten la calidad del producto

Contenido afiches:

El afiche contara con información básica como el diseño del producto, la marca y frase sobre el cuidado de la salud a través de una dieta sana, como precio al cual el consumidor final lo puede adquirir.

### **3.4 Análisis Foda**

FORTALEZAS:

- Mejor calidad de Alcachofas que otros países
- Cosecha durante todo el año
- Garantía que la materia prima y los insumos utilizados en el proceso no cambiaran y mantendrán el sabor natural de la Alcachofa
- Contar con personal altamente capacitado
- Posibilidad de expandir mercado a otros países

OPORTUNIDADES

- Tendencia a productos naturales
- Producto altamente cotizado en el sector gourmet
- El clima favorable para la cosecha de Alcachofa en Ecuador
- Posibles tratados bilaterales entre Ecuador y Canadá

DEBILIDADES

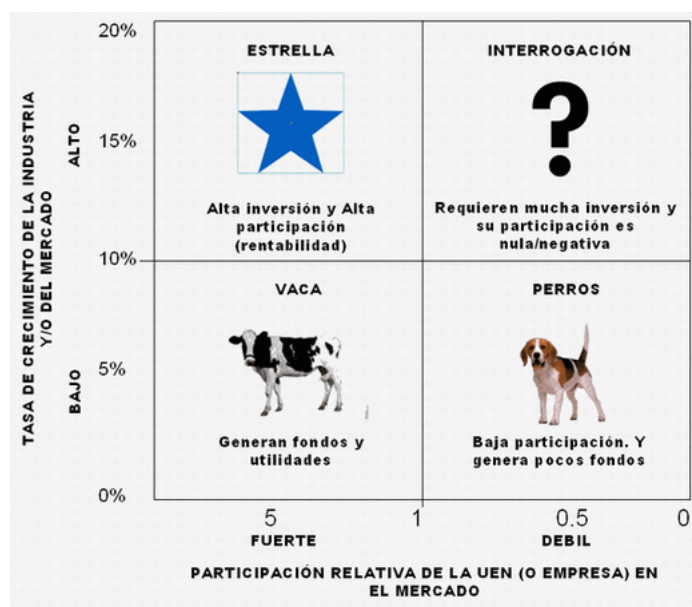
- Nuevos en el mercado Canadiense
- Costos altos de tecnología
- Poca experiencia en el proceso de exportación

## AMENAZAS

- Proveedores ya establecidos
- Crisis mundial
- Precios competitivos
- El clima como fuertes inviernos o sequías intensas que afectaría la producción de Alcachofa en el Ecuador

### 3.5 Matriz BCG

Gráfico N°15. Participación relativa de la UEN(o Empresa) en el mercado



Fuentes: Miguel Santesmases Mestre, Francisca Sanchez de Dusso, Graciela Kosiak, Marketing conceptos y estrategias, edición Piramide, 2004.

Elaborador: Andrea Pérez, Leonardo Torres

Para ingresar al mercado Canadiense empezáramos con la Alcachofa en conserva como un producto incógnita, lo que quiere decir un índice de crecimiento alto pero con una participación del mercado débil por las siguientes razones:

- En el mercado Canadiense las Alcachofas ecuatorianas no son comúnmente conocidas.

- Falta de experiencia en los procesos de exportación de las Alcachofas en conserva dentro del mercado Canadiense.

Una vez que el plan de marketing sea implementado, este producto pasará a posicionarse como un complemento ideal a la dieta diaria de los consumidores de Alcachofa en conserva, aumentando de esta forma la participación de mercado, pasando así a ser un producto estrella en el mediano plazo.

Se realizó la matriz BCG de acuerdo a las importaciones Canadienses de países Latino Americanos como Perú, Ecuador, Chile ya que ellos poseen un alto porcentaje de exportación de Alcachofa en conserva hacia Canadá.

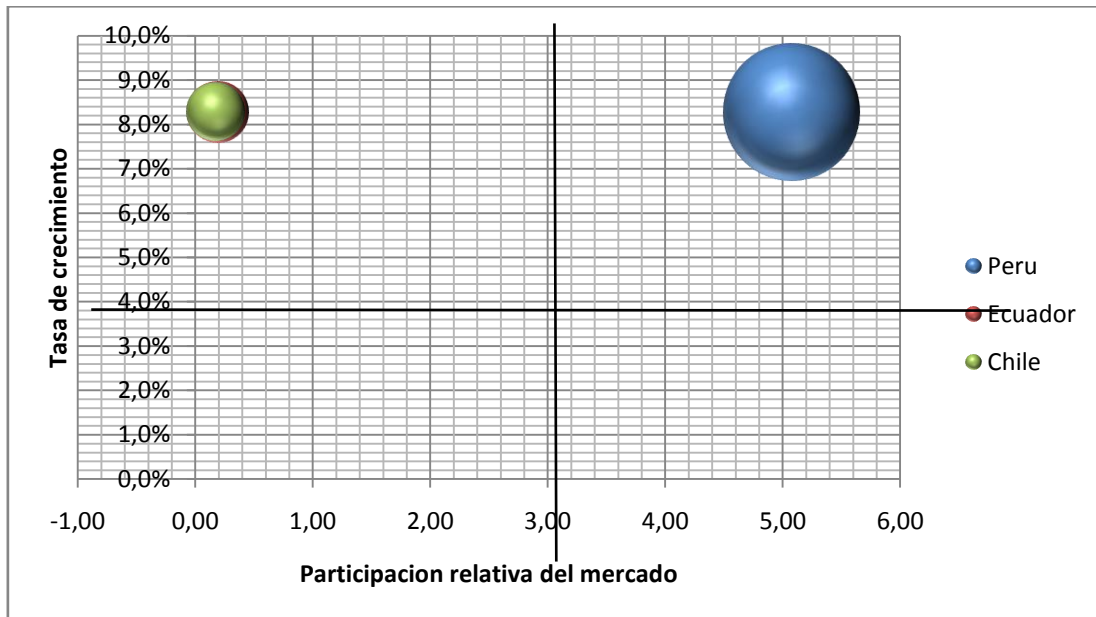
**Tabla N°20. Exportaciones de Alcachofa en conserva de Perú, Ecuador y Chile**

Exportaciones de Alcachofa en conserva de países Latinoamericanos hacia Canadá 2011-2012			
Países	2011	2012	Participación del MCDO (último año)
Perú	\$ 4,491,718.00	\$ 4,399,998.00	72.80%
Ecuador	\$ 632,171.00	\$ 866,584.00	14.34%
Chile	\$ 457,799.00	\$ 777,102.00	12.86%
Total	\$ 5,581,688.00	\$ 6,043,684.00	100%

Tasa de C	8.3%	PRMCDO PERU	5.08
Tasa de c Perú	-2.04%	PRMCDO ECUADOR	0.20
tasa de c ECU	37.08%	PRMCDO CHILE	0.18
tasa de c Chile	69.75%		

Fuente: [https://www.ic.gc.ca/app/scr/tdst/tdo/crtr.html?jsessionid=0001Q34OLZUrgUoETynVN1-Yp5Y:GK09Q64S3?naArea=9999&areaCodes=755|763|774&toFromCountry=CDN&grouped=GROUPED&countryList=specific&productType=HS6&currency=US&customYears=2011&hSelectedCodes=|200599&searchType=KS\\_CS&reportType=TI&timePeriod=|Custom+Years&changeCriteria=true](https://www.ic.gc.ca/app/scr/tdst/tdo/crtr.html?jsessionid=0001Q34OLZUrgUoETynVN1-Yp5Y:GK09Q64S3?naArea=9999&areaCodes=755|763|774&toFromCountry=CDN&grouped=GROUPED&countryList=specific&productType=HS6&currency=US&customYears=2011&hSelectedCodes=|200599&searchType=KS_CS&reportType=TI&timePeriod=|Custom+Years&changeCriteria=true)  
 Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

**Gráfico N° 16. Matriz BCG**



Fuente: Andrea Pérez, Leonardo Torres

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

Observando la matriz BCG podemos darnos cuenta que Perú se encuentra en el nivel de interrogación lo que quiere decir que requerirá mayor inversión en sus productos ya que ellos tienen la mayor participación del mercado entre los tres países.

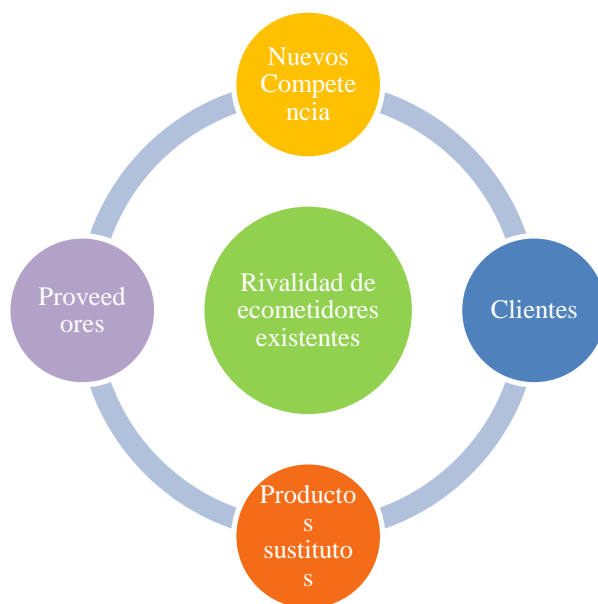
Ecuador y Chile se encuentran en el producto Estrella estableciendo una referencia positiva para el proyecto.

Dando a conocer que las Alcachofas en conserva de Chile como de Ecuador se encuentran en crecimiento en el mercado Canadiense dando mayor oportunidad para la exportación de dicho producto.

### **3.6 Análisis de Competitividad**

Según el experto de Michael Porter es importante conocer los aspectos relevantes del mercado al cual nos vamos a enfocar ya que todo producto tiene influencias externas que probablemente afectaran sus acciones en el momento de comercializar.

### Gráfico N°17. Análisis de Competitividad



Fuente: Miguel Santesmases Mestre, Francisca Sanchez de Dusso, Graciela Kosiak, Marketing conceptos y estrategias, edición Piramide, 2004

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

*Nueva competencia.*- Todas las empresas comparten mercado dependiendo de la facilidad de las barreras de entrada en donde las empresas exportadoras de la Alcachofa en conserva con nuevas capacidades y tecnologías de punta podrían llegar a tener una alta participación del mercado Canadiense, por otro lado la competencia ya existente tiene ganado el mercado con clientes fidelizados. Egipto últimamente se encuentra ganando participación en el mercado siendo un nuevo rival para los de más exportadores de vegetales preparados o preservados en vinagre, ácido acético y no congelados<sup>33</sup>. Otro ejemplo claro sería Perú quien cuenta con experiencia y tecnificándose mejor cada año en el mercado de Alcachofa en conserva.

*Productos Sustitutos.*- Actualmente la tecnología avanzada agiliza el proceso y perfeccionamiento de los productos naturales por lo que la tendencia actual en Canadá hace que el consumo de alimentos saludables tenga una gran aceptación en el mercado sin importar el precio. Un producto sustituto es el palmito ya que es un producto alimentario, vegetal de fácil digestión y bajo contenido graso.

<sup>33</sup>[http://www.ic.gc.ca/sc\\_mrkti/tdst/tdo/tdo.php](http://www.ic.gc.ca/sc_mrkti/tdst/tdo/tdo.php)



*Proveedores.*- En el Ecuador contamos con distintas provincias en las cuales ofertan el producto, cuanto más proveedores diferentes tengamos, más control podemos tener sobre ellos en cuanto se refiere a calidad, precio y tiempos de entrega. Las provincias con las que contamos para el proceso son Chimborazo, Tungurahua, Bolívar, Imbabura, Pichincha, Cañar, Cotopaxi y Azuay, en la provincia de Chimborazo contamos con el apoyo de la hacienda Rey Leche, otra hacienda es Sacha Potrero siete la cual se encuentra ubicada en Pichincha.

*Consumidores y Clientes.*- Hombres y mujeres del mercado Canadiense quienes estén dispuestos a consumir productos beneficiosos para la salud y que estén prácticamente listos para el consumo sin modificar su composición química. Los principales consumidores y clientes al cual no dirigiremos serán desde niños sin importar género desde 6 años hasta personas adultas mayores de 65 años.

## **Capítulo 4**

### **4. Concepto e Idea del Negocio**

#### **4.1. Nombre de la Empresa**

ECUAXPORT S.A.

#### **4.2 Misión**

Somos una empresa ecuatoriana dedicada a la industrialización, exportación y comercialización de Alcachofa en conserva con los más altos estándares internacionales, promoviendo la responsabilidad social, ambiental y el cuidado de la salud.

#### **4.3 Visión**

Ser una de las empresas reconocidas en el mercado de Alcachofas en conserva a nivel internacional en el año 2016.

#### **4.4 Objetivo General**

Crear una empresa dedicada a la comercialización y exportación de conservas de Alcachofa hacia Canadá.

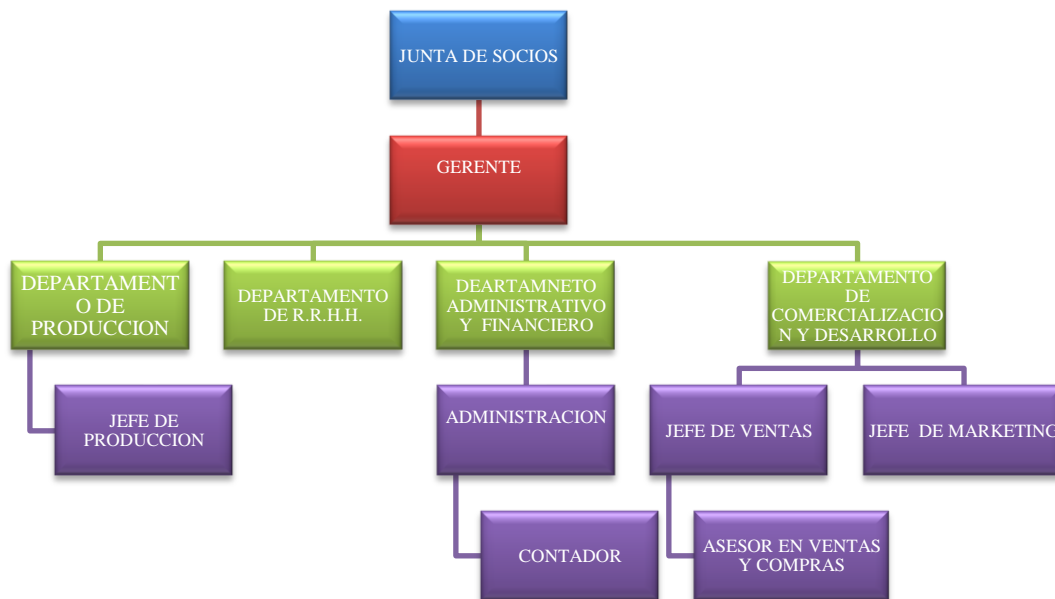
#### **4.5 Objetivos Específicos**

- Garantizar un producto de alta calidad que cumpla con los estándares y exigencias del consumidor

- Obtener la mejor calidad de producto cultivado.
- Tener un alto nivel de responsabilidad con el medio ambiente
- Mejorar la balanza comercial entre Ecuador y Canadá
- Dar valor agregado a los productos no tradicionales del Ecuador
- Mejorar hábitos alimenticios
- Crear plazas de empleos.

#### 4.6 Estructura Organización

Imagen N°6. Organigrama



Fuentes: Investigación Propia  
 Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

### *Socios accionistas:*

La empresa estará conformada por dos socios quienes tendrán el 50% de las acciones cada uno, ellos estarán encargados de tomar decisiones clave para el progreso de la empresa.

Por otra parte todos los años se realizará una junta, donde se tratará temas sobre el manejo de la empresa; por ejemplo: remuneraciones, nuevas reformas, estudio de cuentas anuales, endeudamiento, hipotecas y cualquier otro tema que los accionistas consideren importante. Sin embargo, se puede convocar más de una junta extraordinaria cuando se estime conveniente para un mejor desempeño de la empresa.

### *Gerente General:*

Esta persona ocupa el mayor cargo jerárquico dentro de la empresa, la cual deberá estar encargado de planificar, organizar, controlar, ejecutar, cumplimiento de objetivos y cualquier decisión para la mejora de la empresa.

### **Funciones**

- Analizar y determinar estrategias para la mejora continua mediante resultados económicos y financieros conseguidos de los índices de estados de pérdidas y ganancias de los informes por medio del departamento financiero.
- Aprobar estrategias y tácticas para lograr posicionarse en el mercado.
- Control general del desempeño tanto de la empresa como del personal, creando una cultura de trabajo agradable.

### *Departamento de Producción:*

Jefe de producción.-Esta persona se encargara del control y manejo de toda la planta de elaboración del producto.

## **Funciones**

- Controlar las labores del personal.
- Controlar la calidad de la materia prima e insumos.
- Controlar las operaciones en la elaboración del producto.
- Manejar inventarios.
- Recibir pedidos.

### *Departamento de Recursos Humanos:*

Las funciones principales de este departamento será el reclutamiento del personal que cumpla con las cualidades requeridas para formar parte del equipo de la empresa.

### *Departamento Administrativo Financiero:*

En este departamento la función primordial será controlar todos los movimientos financieros que se realicen en base al flujo de efectivo realizado por la actividad económica de la empresa, las actividades a realizarse serán declaraciones al SRI, elaboración de Balance General y estado de pérdidas y ganancias y por ultimo elaboración de la contabilidad en general para el control financiero de la empresa.

### *Departamento de Gerencia de Comercialización:*

Directamente este departamento está a cargo de la pre venta, venta y post venta del producto.

Jefe de Ventas.- esta persona tendrá como objetivo principal la negociación de los proveedores y clientes, como así también está a cargo de manejar adecuadamente su personal.

Asistente de ventas y compras.- esta persona está a cargo de la coordinación de la logística y entrega del producto hacia el destino final.

Jefe de Marketing.- el área de marketing se encargara de la imagen y comunicación para posesionarse en el mercado haciendo conocer el producto y llegar a acuerdos comerciales con el cliente.

## Capítulo 5

### 5. Localización, Industrialización y Exportación del Producto

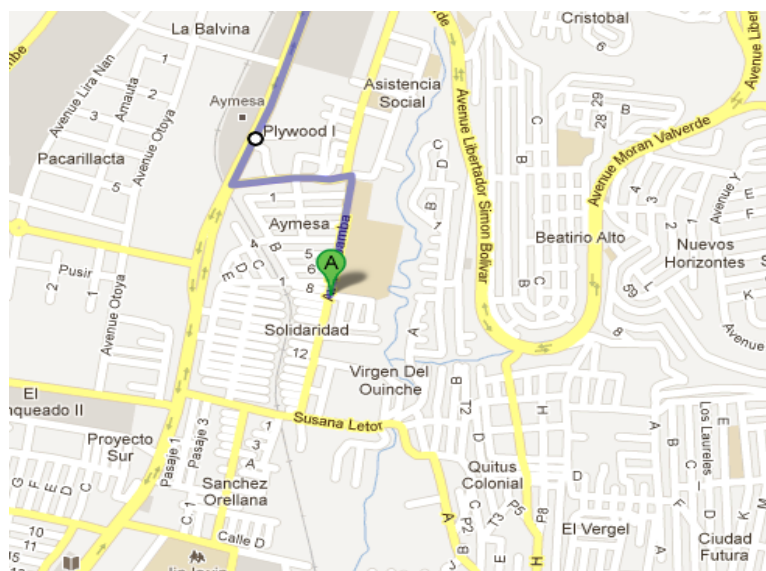
#### 5.1 Localización

La planta procesadora será ubicada en el sur de la ciudad de Quito, en las calles Av. Turubamba y Susana Letor.

Todas las compras que realice la empresa será a proveedores nacionales con el objeto de fomentar la producción nacional y generar trabajo, siendo nuestros principales proveedores la hacienda REY LECHE ubicada en la provincia de Chimborazo y la hacienda SACHA POTRERO SIETE ubicada el Aloasi provincia de Pichincha.

##### 5.1.1 Macro localización

Imagen N°7. Localización de la Planta

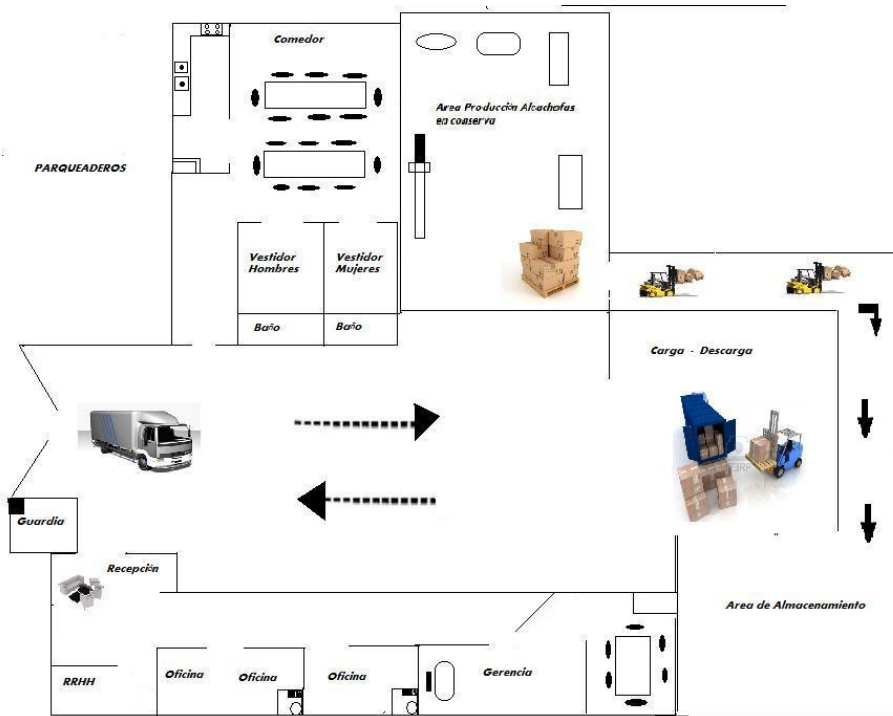


Fuente: Google maps

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

## 5.1.2 Micro localización

Imagen N°8. Plano Arquitectónico de la Planta



Fuente: Constarq

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

### 5.1.2.1 Distribución de Espacio Físico

Para brindar un mejor servicio y mejorar la logística, la planta procesadora será de 800 metros cuadrados, la distribución será la siguiente:

La planta cuenta con diferentes áreas las cuales serán identificadas según se establece en el plano:

- Contará con cinco oficinas para los distintos ejecutivos
- Recepción para recibir a los visitantes
- Área de comedor



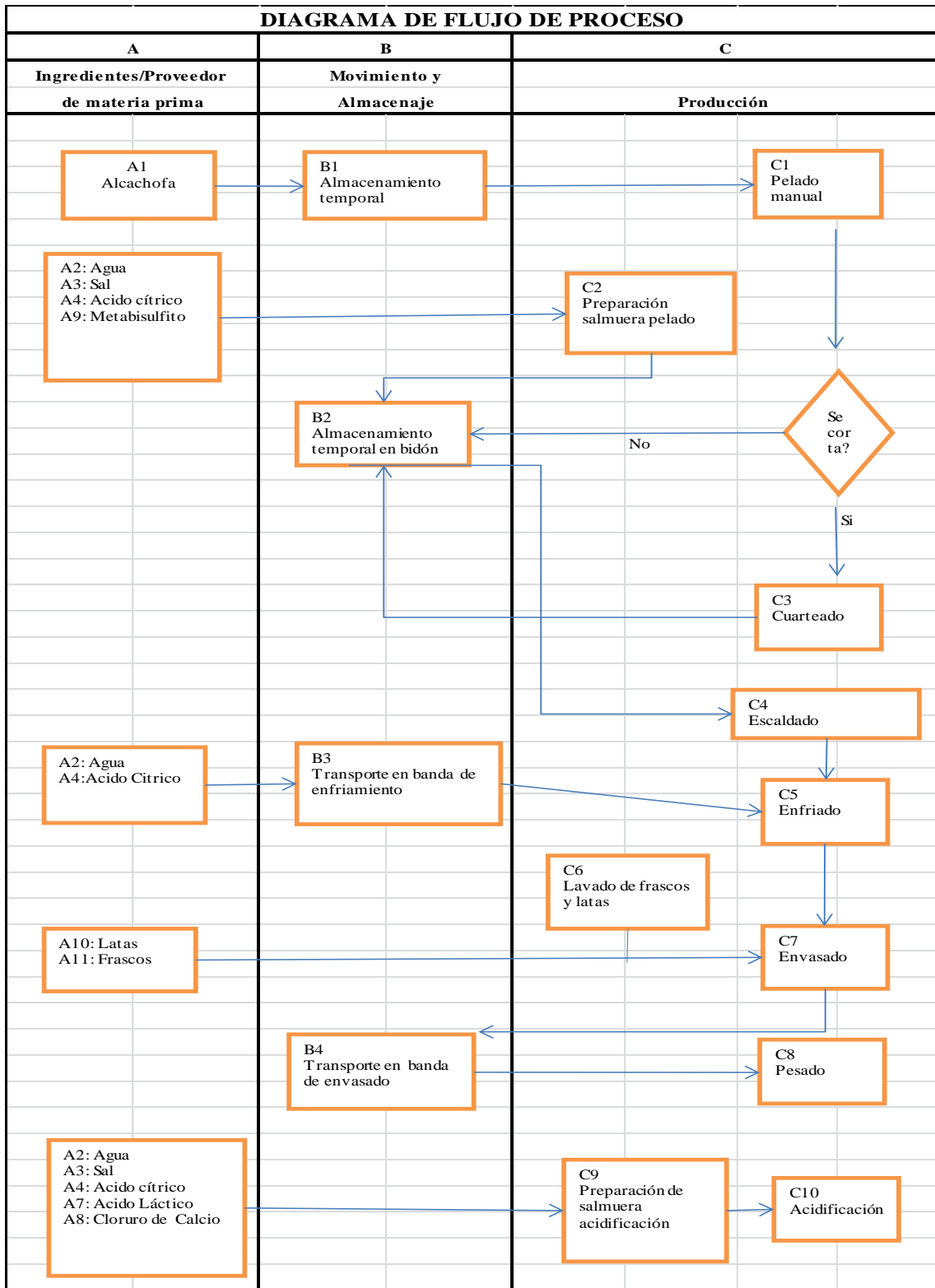
- Vestidores con baño tanto para hombre como mujer
- Área de producción donde se realizara todo el proceso de industrialización de la Alcachofa
- Zona de carga y descarga: tanto de materia prima como de producto terminado
- Zona de almacenamiento: tanto de materia prima como de producto terminado
- Parqueaderos

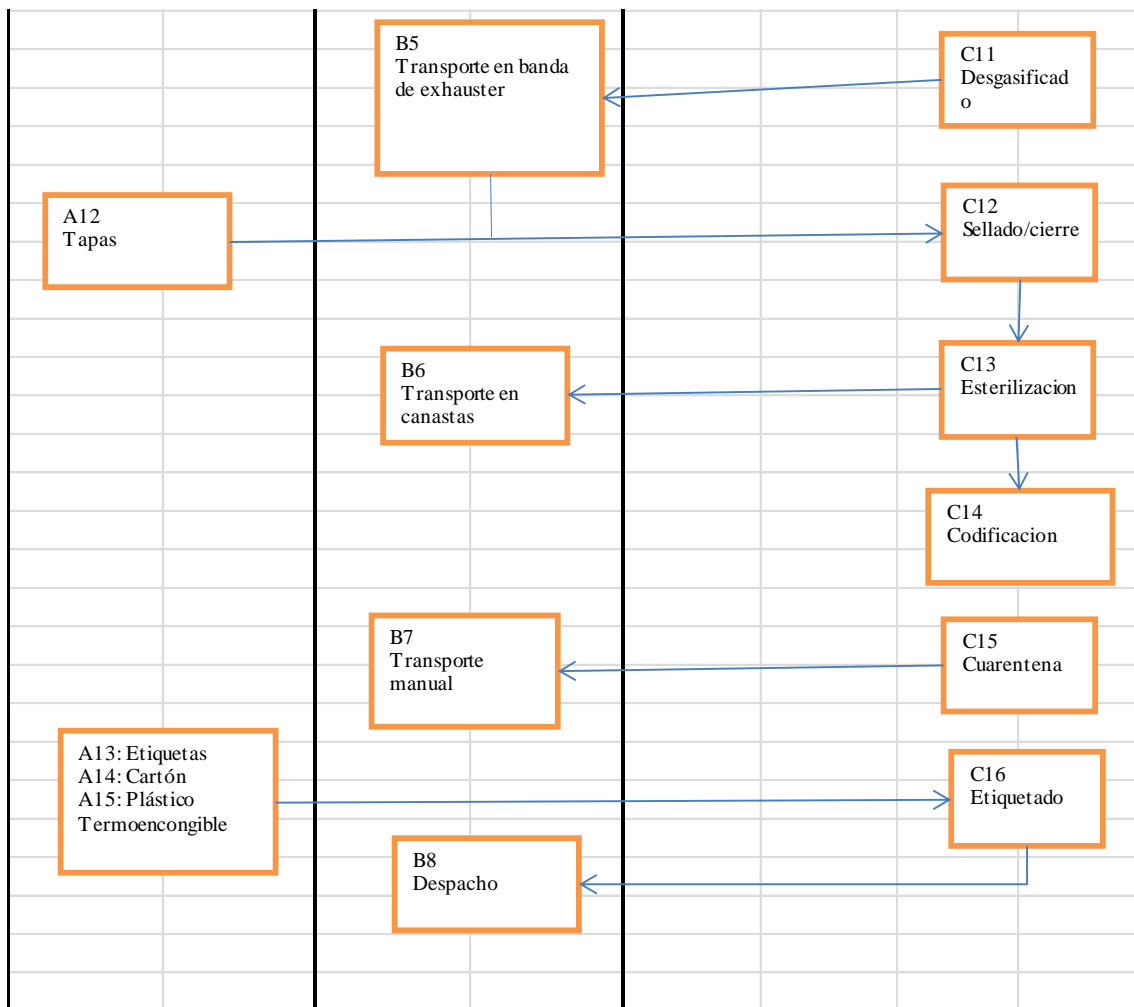
## **5.2 Logística Interna**

Todo pedido de materia prima, insumos y materiales estarán a cargo del área de producción; de acuerdo a los requerimientos de preparación, el gerente administrativo controlará los despachos y la correcta utilización.

La materia prima será recibida por el jefe de producción, el cual se encargará de realizar el inventario de los materiales. La planta contará con una bodega para el almacenamiento de insumos y materiales lo cual permitirá tener un mayor control de inventario.

Gráfico N° 18 Flujo de Procesos





Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

### 5.2.1 Selección y Clasificación

Se busca uniformar el producto para lo cual, la selección y clasificación se la realiza bajo tres criterios: madurez, tamaño y peso, con el fin de obtener un producto estándar. El peso de la Alcachofa varía entre 70 y 160gr, aproximadamente se requiere de siete a catorce corazones para lograr un kilo.

La clasificación se realizara manualmente, por medio de observación física y una balanza eléctrica. Para separar se utilizará jabas plásticas, rotuladas con el peso, fecha, hora.

### **5.2.2 Pelado y Escaldado.**

Una vez seleccionada la materia prima se procede al pelado, el cual consiste en eliminar manualmente primero el rabo y luego todas las hojas exteriores, de manera que solo quede el corazón de la Alcachofa.

El escaldado es una operación que se realiza a frutas y vegetales, que van a ser envasadas, encurtidas, congeladas o deshidratadas, una vez que se obtenga el corazón de la Alcachofa este es sometido a un caldero a 97 grados centígrados donde el agua ha sido agregada aproximadamente 2% de sal y 1% de ácido cítrico en donde al momento que mezclan los componentes se volatilizan por medio del vapor siendo absorbido por los corazones de Alcachofa, esta etapa ayuda a estabilizar la textura, el aroma, y principalmente el valor nutritivo eliminando bacterias o microorganismos presentes.

### **5.2.3 Enfriamiento**

Inmediatamente las Alcachofas cocidas son trasladadas a un enfriador mediante flujo contracorriente de agua fría con temperaturas de 2 a 3 grados centígrados para detener el proceso de escaldado, evitar sobre cocción.

### **5.2.4 Corte y Acondicionamiento**

En esta etapa se utilizará currillos de acero inoxidable para adecuar la Alcachofa en corazones de acuerdo al peso exacto que requiera el envase.

### **5.2.5 Envasado**

Se utilizará una máquina envasadora, pero también se necesitará la ayuda del personal para controlar la cantidad exacta, colocar el resto de ingredientes y evitar que haya desperdicios. El llenado será en frascos de vidrio previamente esterilizados.

### **5.2.6 Exhausting y Sellado**

Exhausting es la etapa donde se elimina todo el aire del envase, con lo cual se elimina todo el oxígeno que es el causante de reacciones oxidativas del producto.

Para el sellado se usa una cerradora automática, seguido por una codificadora por lote y fecha de vencimiento.

### **5.2.7 Esterilizado**

Una vez que el producto este completamente sellado, pasa al proceso de esterilización que consiste en meter al producto en un autoclave donde permanecerán a una temperatura que mate todo tipo de germen.

### **5.2.8 Etiquetado**

El etiquetado se realizara manualmente con las respectivas normas que exige el mercado Canadiense, las cuales son las siguientes:

### **5.2.9 Embalado**

El embalado se lo hará en cajas corrugadas preformadas, en cada caja se colocarán 24 unidades, distribuidas en tres pisos y cada uno con 8 conservas, cada piso estará separado por cartones corrugados para evitar cualquier tipo de daño.

### **5.2.10 Almacenaje**

El producto terminado estará destinado a un cuarto en donde las condiciones sean óptimas para el almacenamiento de la conserva.

## Requerimientos de equipos y herramientas

Todos los equipos y herramientas necesarios para la elaboración de las conservas de Alcachofa están detallados en el Anexo 4.

## 5.3 Proceso de Exportación

Imagen N°9. Mapa Canadá



Fuente: ProEcuador

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

### **5.3.1 Logística Externa**

Una vez que la negociación haya concluido y los pedidos estén listos para despachar, se inicia el proceso de logística de exportación, en donde la empresa contratará un camión que transportará el producto hasta el puerto de embarque de Guayaquil, cabe recalcar que la empresa realizará la exportación bajo el incoterm FOB, lo que indica que la responsabilidad por parte de la empresa es hasta que el producto se encuentre en la borda del barco en el embarque, sin embargo se podrá negociar el incoterm dependiendo de las necesidades de cada cliente.

### **5.3.2 Aspectos Regulatorios y Legales Para Exportar**

#### **a) Nacionales**

Para poder registrar un producto alimenticio en el Ecuador, debe estar bajo los aspectos regulatorios del Instituto Izquierda Pérez el cual se encarga “de servicios de diagnóstico e investigación, producción y control de biológicos, registro y control sanitario, como centro nacional de referencia y certificación, dirigidas a mejorar la salud de la población ecuatoriana”

[http://www.inh.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=50&Itemid=27](http://www.inh.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=50&Itemid=27)

Todas las leyes y requisitos para poder inscribir un producto alimenticio se pueden ver en el Anexo 2.

Todos los requisitos para exportar son emitidos por la Aduana del Ecuador, al ser una empresa nueva y no tener experiencia en el mercado de exportación del producto se va a realizar a través de una empresa dedicada a exportar (SIATIGROUP), la cual se encargara de todo tipo de tramite con la aduana y también cuenta con el servicio de carga nacional. Esto facilitará las exportaciones que se realicen hasta que le empresa tenga experiencia, aun así es importante que la empresa conozca de los requisitos necesarios para exportar. (Ver Anexo 3)

## b) Internacionales

**Tabla N°21. Arancel General**

<b>CÓDIGO ARMONIZADO</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	<b>ARANCEL GENERAL</b>
2005991000	Alcachofas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o ácido acético) sin congelar.	0%

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

Fuente: Trademap, 2011. Partidas y aranceles de productos.

- Barreras de ingreso a Canadá

El ministerio de salud de Canadá está encargado de establecer las normas y políticas de calidad nutricional de todos los productos alimenticios que circulen dentro del país, El organismo Canadiense de inspección de alimentos (CFIA) se encarga de hacer cumplir dichas normas y políticas establecidas por el ministerio como así también aplica reglamentos sobre la sanidad animal y protección fitosanitaria (OMC, EXAMEN DE POLÍTICAS DE CANADÁ 2007)<sup>34</sup>

La organización Canadiense de inspección de alimentos (CFIA) llama buenas prácticas de importación a los procedimientos de manipulación de alimentos que facilitan la identificación y control de problemas que hayan podido producirse en cualquier fase del proceso de importación, con lo cual se asegurara los requisitos de seguridad e higiene alimenticia para cualquier producto que pretenda ingresar al país.

- GUÍA DE REQUISITOS TÉCNICOS PARA LA IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS
- Requerimiento de empaque, embalaje y etiquetado

Requisitos generales del etiquetado:

---

<sup>34</sup>(OMC, EXAMEN DE POLITICAS DE CANADA 2007)<sup>34</sup>



La información de los alimentos en las etiquetas debe ser verídica de fácil entendimiento, la cual debe tener las siguientes características:

- Ser de fácil lectura y de manera clara t destacada (con un tipo de altura de la letra mínima recomendada de 1.6 mm, basado en la letra “o” minúscula, a menos que se especifique de lo contrario)
- Estar en cualquier panel salvo en la parte inferior, a excepción de la información requerida que debe aparecer obligatoriamente en el panel principal.

Requerimientos del Idioma como ley obligatoria las etiquetas de los alimentos deben contar con los dos idiomas oficiales de Canadá (Inglés y Francés),

## Capítulo 6

### 6. Análisis Financiero

#### 6.1 Inversiones

**Tabla N°22. Inversiones**

Construcciones e Instalaciones			
400	MTS <sup>2</sup>	EDIFICIO	200 \$ 80,000.00
800	MTS <sup>2</sup>	TERRENO EN CUSUBAMBA (ÁREA RURAL)	45 \$ 36,000.00
			\$ 116,000.00
Maquinaria y Equipo			
4		Coches transportadores de gaveta	300.00 1,200.00
1		Banda transportadora	2,950.00 2,950.00
1		Cuba de lavado del producto	10,000.00 10,000.00
4		Mesas de trabajo con borde	1,380.00 5,520.00
1		cortadora de producto semi automatica	3,600.00 3,600.00
1		Caldero automatico	19,600.00 19,600.00
1		Cuarto frio modular	10,600.0 10,600.00
1		Autoclave	30,000.0 30,000.00
1		Codificadora manual	2,500.00 2,500.00
1		envasadora selladora	40,000.00 40,000.00
			125,970.00
Muebles y Enseres			
5		ESCRITORIOS	300.0 1,500.0
14		SILLAS	35.0 490.0
2		SILLONES	200.0 400.0
3		ARCHIVADORES	150.0 450.0
1		MESAS DE REUNIONES	200.0 200.0
5		TELEFONOS	30.0 150.0
2		MESAS PLASTICAS COMEDOR	52.0 104.0
8		SILLAS COMEDOR	6.5 52.0
			3,346.0
Equipos de Computación			
5		COMPUTADORES	480.0 2,400.0

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

Como podemos observar en la tabla #22 el total de inversión asciende a \$247.716.00 mil dólares americanos sin contar con el capital de trabajo para empezar la empresa.

## **6.2 Análisis del Capital de Trabajo por el método de Periodo de Desfase.**

El Capital de Trabajo en el mundo Financiero es la diferencia entre activos corrientes y pasivos corrientes, que equivale a la suma total de los recursos Financieros que la Empresa destina en forma permanente para la mantención de existencias y de una cartera de valores para el normal funcionamiento de las operaciones de la Empresa. Esta concepción, conlleva a entender que el Capital de Trabajo genera necesidades financieras de largo plazo, es decir ser financiado con recursos permanentes provenientes de Fuente Interna o externa.

### **Método del periodo de desfase:**

Permite calcular la cuantía de la Inversión en Capital de Trabajo que debe financiarse desde el instante en que se adquiere los insumos hasta el momento en que se recupera el Capital invertido mediante la venta del producto, el monto recuperado se destinara a financiar el siguiente Ciclo Productivo.

Para la aplicación de este método se debe conocer el costo efectivo de producción anual proyectado, tomando como base de información el precio de mercado de los insumos requeridos por el Proyecto para la elaboración del producto final. El costo total efectivo se divide por el número de días que tiene el año, obteniendo de esta operación un costo de producción promedio día que se multiplica por los días del periodo de desfase, arrojando como resultado final el monto de la Inversión precisa para financiar la primera producción.<sup>35</sup> La fórmula que permite estimar el Capital de Trabajo mediante el método señalado es:

$$K.T = (\text{Costo total del año} / 360 \text{ días}) * \text{Número de días del ciclo productivo}$$

---

<sup>35</sup><http://www.umss.edu.bo/epubs/etexts/downloads/18/alumno/cap4.htm>

**Tabla N°23. Capital de Trabajo**

<b>3.3 Cálculo Capital de trabajo</b>		
<b>Total Costos de Operación</b>	<b>407,752.80</b>	<b>Capital de Trabajo</b>
<b>Número de días de desfase</b>	<b>90.00</b>	<b>100,541.79</b>
<b>Días al año</b>	<b>365.00</b>	<b>Año 1</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

Como podemos observar en la tabla 23 nuestro capital de trabajo es igual \$100,541.79 es lo que debemos tener como capital para los tres primeros meses, los cuales necesitamos para producir, exportar y recibir el primer pago por el envío del producto terminado

### 6.3 Costos de Materia Prima

**Tabla N°24. Compras**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Alcachofa	286.748	327.712	368.676	409.640	450.604
<b>Σ Q CARNE EN KG</b>	<b>286.748</b>	<b>327.712</b>	<b>368.676</b>	<b>409.640</b>	<b>450.604</b>
<b>PRECIO MATERIA</b>	0,41	0,41	0,41	0,41	0,41
<b>TOTAL PRIMA</b>	<b>117.566,59</b>	<b>134.361,82</b>	<b>151.157,04</b>	<b>167.952,27</b>	<b>184.747,50</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

Los costos de materia prima que en nuestro proyecto se define como Alcachofa es de \$0.41 ctvos el kilo para el primer envío necesitaremos 286.748 kilos de Alcachofa.

Basándonos en la investigación personal realizada a Inaexpo.

Tomando en cuenta que el 80% de materia prima tendrá las condiciones optimas para ser exportada, por otra parte se tomo en cuenta que entre el 30% a 35% de la alcachofa se utiliza para la preparación de alcachofa el resto es desperdicio.

A través del proceso de producción y tomando en cuenta que más del 60% de la alcachofa es desperdicio se analizo un subproducto el cual son hojas molidas o secas utilizando los mismos materiales que se utiliza en los corazones de alcachofa para la conservación

### 6.3.1 Materiales Directos de Fabricación

Son parte integral del producto terminado, y representan el principal costo de fabricación

**Tabla N°25. Materiales Directos**

COSTOS DIRECTOS DE FABRICACION					
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR ANUAL
			USD\$	USD\$	USD\$
Sal	Gramos	128928	\$ 0,03	\$ 3.867,84	\$ 27.074,88
Acido Cítrico	Gramos	34272	\$ 0,01	\$ 342,72	\$ 2.399,04
Acido Láctico	MI	3264	\$ 0,02	\$ 65,28	\$ 456,96
Cloruro de Calcio	Gramos	6528	\$ 0,06	\$ 391,68	\$ 2.741,76
			\$ 0,12	\$ 4.667,52	\$ 32.672,64

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

### 6.3.2 Materiales Indirectos de Fabricación

Conjunto de materiales que se utilizan o consumen regularmente en los procesos de producción o ventas pero que no se emplean en el propio producto.

**Tabla N°26. Materiales Indirectos**

costos indirectos de fabricación					
DETALLE	UNIDADES DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO USD\$	VALOR TOTAL USD\$	VALOR TOTAL ANUAL USD\$
CAJAS	UNIDADES	1.756	\$ 0,10	\$ 175,60	\$ 1.229,20
ENVASES	UNIDADES	21.072,00	\$ 0,44	\$ 9.271,68	\$ 64.901,76
ETIQUETAS	UNIDADES	21.072,00	\$ 0,05	\$ 1.053,60	\$ 7.375,20
			\$ 0,59	\$ 10.500,88	\$ 73.506,16

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

### 6.3.3 Remuneraciones

Tabla N°27. Remuneraciones

EMPRESA ECUAXPORT S.A. RESUMEN DE REMUNERACIONES AÑO 01											
CANTIDAD	NOMBRE	CARGO	SUELDO UNIFICADO	OTRAS REMUNERAC.	11,15% IESS AP PAT	TOTAL REMUN MENSUAL	REMUNER ANUAL	DÉCIMO XIII	DÉCIMO IV	FONDO DE RESERVA	TOTAL REMUNERAC
1	ING. LEONARDO TORRES	G. GENERAL	1,500.00		167.25	1,667.25	20,007.00	1,667.25	318.00	0.00	21,992.25
1	ING JESSICA ZURITA	CONTADOR	1,000.00		111.50	1,111.50	13,338.00	1,111.50	318.00	0.00	14,767.50
1	ING. ANDREA Pérez	VENTAS	1,200.00	0.00	133.80	1,333.80	16,005.60	1,333.80	318.00	0.00	17,657.40
1	Sr. ANDRES PAREDES	JEFE DE PRODUCCION	700.00	0.00	78.05	778.05	9,336.60	778.05	318.00	0.00	10,432.65
8		OPERARIO DE PLANTA	318.00	0.00	35.46	353.46	4,241.48	353.46	318.00	0.00	39,303.53
<b>TOTAL</b>			<b>4,718.00</b>	<b>0.00</b>	<b>526.06</b>	<b>5,244.06</b>	<b>62,928.68</b>	<b>5,244.06</b>	<b>1,590.00</b>	<b>0.00</b>	<b>104,153.33</b>
EMPRESA ECUAXPORT S.A. RESUMEN DE REMUNERACIONES AÑO 02											
CANTIDAD	NOMBRE	CARGO	SUELDO UNIFICADO	OTRAS REMUNERAC.	11,15% IESS AP PAT	TOTAL REMUN MENSUAL	REMUNER ANUAL	DÉCIMO XIII	DÉCIMO IV	FONDO DE RESERVA	TOTAL REMUNERAC
1	ING. LEONARDO TORRES	G. GENERAL	1,500.00		167.25	1,667.25	20,007.00	1,667.25	318.00	1,666.58	23,658.83
1	ING JESSICA ZURITA	CONTADOR	1,000.00		111.50	1,111.50	13,338.00	1,111.50	318.00	1,111.06	15,878.56
1	ING. ANDREA Pérez	VENTAS	1,200.00	0.00	133.80	1,333.80	16,005.60	1,333.80	318.00	1,333.27	18,990.67
1	Sr. ANDRES PAREDES	JEFE DE PRODUCCION	700.00	0.00	78.05	778.05	9,336.60	778.05	318.00	777.74	11,210.39
8		OPERARIO DE PLANTA	318.00	0.00	35.46	353.46	4,241.48	353.46	318.00	353.32	42,130.05
<b>TOTAL</b>			<b>4,718.00</b>	<b>0.00</b>	<b>526.06</b>	<b>5,244.06</b>	<b>62,928.68</b>	<b>5,244.06</b>	<b>1,590.00</b>	<b>5,241.96</b>	<b>111,868.50</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

Como podemos observar en las diferentes Tablas las remuneraciones fueron proyectadas según normas y estatutos actuales de la ley laboral que rigen dentro del Ecuador.

Analizando el crecimiento de la empresa a partir del cuarto año se tomara la decisión de contratar dos obreros los cuales trabajaran en el proceso de producción.

## 6.4 Depreciaciones

**Tabla N°28. Depreciación de Maquinaria**

<b>V. TABLA DE DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS</b>				
<b>RUBRO</b>	<b>VALOR INICIAL</b>	<b>A.Dep</b>	<b>DEP. ANUAL</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>
<b>Edificio</b>	<b>80,000.00</b>	<b>10.00</b>	8,000.00	0.00
<b>Maquinaria</b>	<b>125,970.00</b>	<b>20.00</b>	6,298.50	0.00
<b>Equipo Computación</b>	<b>2,400.00</b>	<b>3.00</b>	800.00	0.00
<b>Muebles y Enceres</b>	<b>3,346.00</b>	<b>10.00</b>	334.60	0.00
-	-	<b>0.00</b>	0.00	0.00
-	-	<b>0.00</b>	0.00	0.00
-	-	<b>0.00</b>	0.00	0.00
-	-	<b>0.00</b>	0.00	0.00
-	-	<b>0.00</b>	0.00	0.00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres



#### 6.4.1 Valor de Desecho por el Método Comercial

Tabla N°29. Valor de Desecho

<b>VII. Valor de desecho del Proyecto</b>	<b>Valor</b>
Valor actual Beneficios	4,761,164.46
Valor actual Costos	4,027,372.85
Neto B-C	733,791.61
- Valor actual Depreciaciones	100,688.15
<b>Valor de desecho del Proyecto</b>	<b>633,103.45</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

## 6.5. Resumen de Costos y Gastos

Tabla N°30. Resumen de Costos

III. Costos de Operación Y Mantenimiento												
Costos Fijos	AÑOS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gastos operacionales	Sueldos y salarios		50,979.58	56,040.80	57,441.82	72,221.39	74,026.92	75,877.59	77,774.53	79,718.90	81,711.87	83,754.67
	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Servicios Básicos		3,417.35	3,502.78	3,590.35	3,680.11	3,772.11	3,866.42	3,963.08	4,062.16	4,163.71	4,267.80
	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gasto de ventas	Sueldos y salarios		55,777.58	61,491.04	63,028.31	64,604.02	66,219.12	67,874.60	69,571.47	71,310.75	73,093.52	74,920.86
	permisos y patentes		590.40	605.16	620.29	635.80	651.69	667.98	684.68	701.80	719.35	737.33
	Gastos aduaneros		60,796.93	71,219.26	82,124.71	93,530.92	105,456.12	137,572.30	151,083.86	165,185.02	179,896.81	195,240.95
	Publicidad		5,125.00	5,253.13	5,384.45	5,519.06	5,657.04	5,798.47	5,943.43	6,092.01	6,244.31	6,400.42
	Imprevistos		5,125.00	5,253.13	5,384.45	5,519.06	5,657.04	5,798.47	5,943.43	6,092.01	6,244.31	6,400.42
Costos Variables	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Costo de ventas	Insumos		108,833.27	127,490.40	147,012.37	167,430.75	188,778.18	211,088.32	234,395.99	258,737.12	284,148.80	310,669.35
	transporte		6,150.00	6,303.75	6,461.34	6,622.88	6,788.45	6,958.16	7,132.11	7,310.42	7,493.18	7,680.51
	Materia prima		120,505.75	141,163.88	162,779.60	185,387.88	209,024.83	233,727.95	279,499.65	327,413.86	377,549.08	429,986.44
	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Total Costos de Operación		417,300.87	478,323.33	533,827.71	605,151.88	666,031.50	749,230.26	835,992.24	926,624.04	1,021,264.94	1,120,058.75

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

## 6.6 Tabla de Amortización del Crédito

Tabla N°31. Crédito CNF

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>
------------------------------

Capital	123,858
Tasa de Interés	9.60%
Plazo en meses	60
Frecuencia en el año	12

Fecha de inicio de la tabla	Mes	Día	Año
	1	1	2014
Periodo de gracia en meses			

Número pagos	FECHA	Pago de Capital	Pago de Interés	DIVIDENDO	CAPITAL Pendiente
1	31-ene-14	1,616.44	990.86	2,607.31	122,241.56
2	02-mar-14	1,629.37	977.93	2,607.31	120,612.19
3	01-abr-14	1,642.41	964.90	2,607.31	118,969.78
4	01-may-14	1,655.55	951.76	2,607.31	117,314.23
5	31-may-14	1,668.79	938.51	2,607.31	115,645.44
6	30-jun-14	1,682.14	925.16	2,607.31	113,963.30
7	30-jul-14	1,695.60	911.71	2,607.31	112,267.70
8	29-ago-14	1,709.16	898.14	2,607.31	110,558.53
9	28-sep-14	1,722.84	884.47	2,607.31	108,835.70
10	28-oct-14	1,736.62	870.69	2,607.31	107,099.08
11	27-nov-14	1,750.51	856.79	2,607.31	105,348.56
12	27-dic-14	1,764.52	842.79	2,607.31	103,584.05
13	26-ene-15	1,778.63	828.67	2,607.31	101,805.41
14	25-feb-15	1,792.86	814.44	2,607.31	100,012.55
15	27-mar-15	1,807.21	800.10	2,607.31	98,205.35
16	26-abr-15	1,821.66	785.64	2,607.31	96,383.68
17	26-may-15	1,836.24	771.07	2,607.31	94,547.45
18	25-jun-15	1,850.93	756.38	2,607.31	92,696.52
19	25-jul-15	1,865.73	741.57	2,607.31	90,830.79
20	24-ago-15	1,880.66	726.65	2,607.31	88,950.13
21	23-sep-15	1,895.70	711.60	2,607.31	87,054.42
22	23-oct-15	1,910.87	696.44	2,607.31	85,143.55
23	22-nov-15	1,926.16	681.15	2,607.31	83,217.40
24	22-dic-15	1,941.57	665.74	2,607.31	81,275.83
25	21-ene-16	1,957.10	650.21	2,607.31	79,318.73
26	20-feb-16	1,972.76	634.55	2,607.31	77,345.98
27	22-mar-16	1,988.54	618.77	2,607.31	75,357.44
28	21-abr-16	2,004.45	602.86	2,607.31	73,352.99

29	21-may-16	2,020.48	586.82	2,607.31	71,332.51
30	20-jun-16	2,036.65	570.66	2,607.31	69,295.86
31	20-jul-16	2,052.94	554.37	2,607.31	67,242.93
32	19-ago-16	2,069.36	537.94	2,607.31	65,173.56
33	18-sep-16	2,085.92	521.39	2,607.31	63,087.65
34	18-oct-16	2,102.60	504.70	2,607.31	60,985.04
35	17-nov-16	2,119.43	487.88	2,607.31	58,865.62
36	17-dic-16	2,136.38	470.92	2,607.31	56,729.24
37	16-ene-17	2,153.47	453.83	2,607.31	54,575.77
38	15-feb-17	2,170.70	436.61	2,607.31	52,405.07
39	16-mar-17	2,188.06	419.24	2,607.31	50,217.00
40	15-abr-17	2,205.57	401.74	2,607.31	48,011.43
41	15-may-17	2,223.21	384.09	2,607.31	45,788.22
42	14-jun-17	2,241.00	366.31	2,607.31	43,547.22
43	14-jul-17	2,258.93	348.38	2,607.31	41,288.29
44	13-ago-17	2,277.00	330.31	2,607.31	39,011.29
45	12-sep-17	2,295.22	312.09	2,607.31	36,716.08
46	12-oct-17	2,313.58	293.73	2,607.31	34,402.50
47	11-nov-17	2,332.09	275.22	2,607.31	32,070.41
48	11-dic-17	2,350.74	256.56	2,607.31	29,719.67
49	10-ene-18	2,369.55	237.76	2,607.31	27,350.12
50	09-feb-18	2,388.50	218.80	2,607.31	24,961.62
51	11-mar-18	2,407.61	199.69	2,607.31	22,554.01
52	10-abr-18	2,426.87	180.43	2,607.31	20,127.13
53	10-may-18	2,446.29	161.02	2,607.31	17,680.84
54	09-jun-18	2,465.86	141.45	2,607.31	15,214.98
55	09-jul-18	2,485.59	121.72	2,607.31	12,729.40
56	08-ago-18	2,505.47	101.84	2,607.31	10,223.93
57	07-sep-18	2,525.51	81.79	2,607.31	7,698.41
58	07-oct-18	2,545.72	61.59	2,607.31	5,152.70
59	06-nov-18	2,566.08	41.22	2,607.31	2,586.61
60	06-dic-18	2,586.61	20.69	2,607.31	0.00

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

Se considera un préstamo del 50 % del total de la inversión que asciende a un valor de \$123.858,00 a través de la corporación nacional de fomento con la tasa de interés del 9,60% vigente para este Tabla se de amortización.

## 6.7 Pronostico de Ventas

Tabla N°32. Ventas

Demanda del Producto - Cantidades											
Demanda de Productos											
Productos / Años	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Alcachofa en conserva 400 gr		12,292	14,048	15,804	17,560	21,072	24,584	28,096	31,608	35,120	38,632
SUBPRODUCTO		4,900	5,600	6,300	7,000	7,700	8,400	9,100	9,800	10,500	11,200
Precios por Producto											
Precios	\$										
Alcachofa 400 gr	30.00										
SUBPRODUCTO	6.00										
Venta del Producto - dólares											
\$	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Producto 1		368,760.00	421,440.00	474,120.00	526,800.00	632,160.00	737,520.00	842,880.00	948,240.00	1,053,600.00	1,158,960.00
Producto 2		29,400.00	33,600.00	37,800.00	42,000.00	46,200.00	50,400.00	54,600.00	58,800.00	63,000.00	67,200.00
<b>Total Ingresos</b>	<b>0.00</b>	<b>398,160.00</b>	<b>455,040.00</b>	<b>511,920.00</b>	<b>568,800.00</b>	<b>678,360.00</b>	<b>787,920.00</b>	<b>897,480.00</b>	<b>1,007,040.00</b>	<b>1,116,600.00</b>	<b>1,226,160.00</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

Se realizó una proyección de ventas a 10 años, tomando en cuenta que en el primer año la empresa exportaría 7 contenedores creciendo un contenedor por año, objetivo mínimo de crecimiento establecido por la empresa. A través de un estudio realizado del total de las importaciones de alcachofa en conserva, el cual la empresa se desarrolla para obtener el 1% de ese mercado.

Las importaciones de alcachofa en el mercado Canadiense ascienden a 1080 toneladas promedio por año en el 2012 y lo que transcurre el 2013 por ende sea a proyectado ganar el 1% de ese mercado que serian exportar 108 toneladas por año<sup>36</sup>.

Se tomara en cuenta la experiencia obtenida dentro de los cinco primeros años del proyecto para abrir mercado con el objetivo de exportar dos contenedores mas a partir del sexto año.

---

<sup>36</sup><http://www5.statcan.gc.ca/cimt-cicm/topNCountriespays?lang=eng&sectionId=0&dataTransformation=0&refYr=2013&refMonth=5&freq=12&countryId=0&usaState=0&provId=1&retrieve=Retrieve&save=null&country=null&tradeType=3&topNDefault=10&monthStr=null&chapterId=7&arrayId=0&sectionLabel=&scaleValue=0&scaleQuantity=0&commodityId=70991>

## 6.8 Análisis del Punto de Equilibrio

**Tabla N°33. Punto de Equilibrio**

AÑOS	0	1		
Sueldos y salarios		50,979.58		
-		-		
Servicios Básicos		3,714.60		
-		-		
-		-		
Sueldos y salarios		55,777.58		
permisos y patentes		590.40		
Gastos aduaneros		60,796.93		
Publicidad		5,125.00		
Imprevistos		2,562.50		
-		-		
Insumos		108,833.27		
transporte		6,150.00		
Materia prima		120,505.75		
-		-		
-		-		
Total Costos de Operación		415,035.62		
	Punto de Equilibrio			
	CF(p-cvu)		284,735.91	
	Cvu=	(costo totales/# envases)		1.04238401
	P=	2.5		
	total de ingreso:	398,160		

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

El punto de equilibrio en términos monetarios tuvo un resultado de \$398,160.00 dólares Americanos en donde la empresa se puede mantener sin perder.

## 6.9 Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla N°34. Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADOS DE ERDIDAD Y GANACIAS										
CONCEPTO/AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
(+) Ingreso por ventas netas	408114.00	478076.40	551281.85	627848.77	767502.08	913745.64	1066821.69	1226980.45	1394480.39	1569588.46
(-) Costo de ventas	235489.0229	274958.0339	316253.315	359441.511	404591.459	451774.436	521027.759	593461.389	669191.059	748336.298
(=) Utilidad bruta en ventas	172624.98	203118.37	235028.53	268407.26	362910.62	461971.20	545793.93	633519.06	725289.33	821252.17
(-) Gastos operacionales	54396.93245	59543.58533	61032.175	75901.4974	77799.0348	79744.0107	81737.611	83781.0512	85875.5775	88022.4669
(-) Gasto en ventas	127414.9108	143821.711	156542.222	169808.87	183641.011	217711.814	233226.867	249381.602	266198.308	283699.985
(=) Utilidad Operacional	-9186.87	-246.93	17454.14	22696.89	101470.57	164515.38	230829.45	300356.41	373215.45	449529.71
(-) Gastos Financieros (intereses)	21571.98725	21571.98725	21571.9873	21571.9873	21571.9873					
(+) Otros Ingresos										
(-) Otros Gastos										
(-) 15% de participacion de trabajadores		-37.0395329	2618.12056	3404.5341	15220.5856	24677.3066	34624.418	45053.4617	55982.3172	67429.4572
(=) Utilidad antes de Imp. R	-30758.85	-21781.88	-6735.97	-2279.63	64678.00	139838.07	196205.04	255302.95	317233.13	382100.26
(-) Impuesto a la renta 22%		-4792.013146	-1481.91357	-501.518023	14229.1595	30764.3756	43165.1078	56166.6489	69791.2888	84062.0566
(=) Utilidad Neta	-30758.85	-16989.86	-5254.06	-1778.11	50448.84	109073.70	153039.93	199136.30	247441.84	298038.20

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres



## 6.10 Flujo de Caja

Tabla N°35. Flujo de Caja

PERIODO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Ingresos</b>		408,114.00	478,076.40	551,281.85	627,848.77	767,502.08	913,745.64	1,066,821.69	1,226,980.45	1,394,480.39	1,569,588.46
<b>Ingresos x venta de activos</b>											
- Costos		417,300.87	478,323.33	533,827.71	605,151.88	666,031.50	749,230.26	835,992.24	926,624.04	1,021,264.94	1,120,058.75
- Gasto Intereses		11,761.84	10,680.73	9,480.48	8,147.95	6,668.57	-	-	-	-	-
- Depreciación		15,818.93	16,214.40	16,619.76	16,152.20	16,556.01	16,969.91	17,394.16	17,829.01	18,274.74	18,731.61
<b>Utilidad Gravable</b>		- 36,767.63	- 27,142.06	- 8,646.10	- 1,603.26	78,245.99	147,545.47	213,435.30	282,527.40	354,940.71	430,798.11
- 15% utilidad a trabajadores		-	-	-	-	11,736.90	22,131.82	32,015.29	42,379.11	53,241.11	64,619.72
- Impuesto a la renta (22%)		-	-	-	-	14,632.00	27,591.00	39,912.40	52,832.62	66,373.91	80,559.25
- Impuesto Venta de activos		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Utilidad Neta</b>		- 36,767.63	- 27,142.06	- 8,646.10	- 1,603.26	51,877.09	97,822.65	141,507.60	187,315.67	235,325.69	285,619.15
+Depreciación		15,818.93	16,214.40	16,619.76	16,152.20	16,556.01	16,969.91	17,394.16	17,829.01	18,274.74	18,731.61
<b>Utilidad después de Impuestos</b>		- 20,948.71	- 10,927.66	7,973.66	14,548.95	68,433.10	114,792.55	158,901.76	205,144.68	253,600.43	304,350.75
- Inversiones	- 123,858.00	- 2,562.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Inversión Capital de Trabajo	- 100,541.79	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
+ Préstamo	123,858.00										
<b>Total Inversión Neta Propia</b>	- 100,541.79	- 2,562.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Amortización Deuda		9,810.15	10,891.26	12,091.51	13,424.04	14,903.41	-	-	-	-	-
+ Valor de Desecho		-	-	-	-	-	-	-	-	-	633,103.45
<b>Flujo de Caja Neto</b>	- 100,541.79	- 33,321.35	- 21,818.92	- 4,117.85	1,124.91	53,529.69	114,792.55	158,901.76	205,144.68	253,600.43	937,454.21
<b>Flujo de Caja Neto descontado</b>		- 30,127.81	- 17,837.05	- 3,043.72	751.79	32,345.89	62,716.67	78,495.15	91,626.11	102,412.71	342,293.61
<b>VAN</b>	\$559,091.55										
<b>TIR</b>	34.24%										
<b>proyecto financiado</b>	10.60%										

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

**Tabla N°36. Flujo de Caja sin Financiamiento**

**XII. Flujo de Caja sin Financiamiento**

PERIODO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Ingresos</b>		408,114.00	478,076.40	551,281.85	627,848.77	767,502.08	913,745.64	1,066,821.69	1,226,980.45	1,394,480.39	1,569,588.46
<b>Ingresos x venta de activos</b>											
- Costos		417,300.87	478,323.33	533,827.71	605,151.88	666,031.50	749,230.26	835,992.24	926,624.04	1,021,264.94	1,120,058.75
- Gasto Intereses											
- Depreciación		15,818.93	16,214.40	16,619.76	16,152.20	16,556.01	16,969.91	17,394.16	17,829.01	18,274.74	18,731.61
- Amortización		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Utilidad Gravable</b>		- 25,005.79	- 16,461.33	834.38	6,544.69	84,914.56	147,545.47	213,435.30	282,527.40	354,940.71	430,798.11
- 15% utilidad a trabajadores		-	-	125.16	981.70	12,737.18	22,131.82	32,015.29	42,379.11	53,241.11	64,619.72
- Impuesto a la renta (25%)		-	-	177.30	1,390.75	18,044.34	31,353.41	45,355.00	60,037.07	75,424.90	91,544.60
- Impuesto Venta de activos		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Utilidad Neta</b>		- 25,005.79	- 16,461.33	531.91	4,172.24	54,133.03	94,060.24	136,065.00	180,111.22	226,274.70	274,633.79
+ Depreciación		15,818.93	16,214.40	16,619.76	16,152.20	16,556.01	16,969.91	17,394.16	17,829.01	18,274.74	18,731.61
+ Amortización		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Utilidad después de Impuestos</b>		- 9,186.87	- 246.93	17,151.68	20,324.44	70,689.04	111,030.15	153,459.16	197,940.23	244,549.44	293,365.40
- Inversiones	- 247,716.00	- 2,562.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Inversión Capital de Trabajo	- 100,541.79	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
+ Préstamo											
<b>Total Inversión Neta Propia</b>	- 348,257.79	- 2,562.50	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Amortización Deuda											
+ Valor de Desecho		-	-	-	-	-	-	-	-	-	633,103.45
<b>Flujo de Caja Neto</b>	- 348,257.79	- 11,749.37	- 246.93	17,151.68	20,324.44	70,689.04	111,030.15	153,459.16	197,940.23	244,549.44	926,468.85
<b>VAN</b>		<b>\$207,981.74</b>									
<b>TIR</b>		<b>20.53%</b>									
<b>E(Rtn) - Tasa de descuento capital propio</b>		<b>14.00%</b>									

Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

El estudio de los flujos de caja dentro de una empresa puede ser utilizado para determinar:

- Problemas de liquidez. El ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez. Una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable. Por lo tanto, permite anticipar los saldos en dinero.
- Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base de cálculo del Valor actual neto y de la Tasa interna de retorno.
- Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se entienda que las normas contables no representan adecuadamente la realidad económica.
- 

Como podemos darnos cuenta en la Tabla de flujo de caja, a partir del tercer año empezamos a tener saldos positivos lo que quiere decir que en ese año la empresa empieza a tener liquidez.

## 6.11 Índices Financieros

Tabla N°37. Índices financieros

<b>Cuadro de Resultados</b>			
<b>Con Financiamiento</b>		<b>Sin Financiamiento</b>	
<b>VAN</b>	<b>559,091.55</b>	<b>VAN</b>	<b>207,981.74</b>
<b>TIR</b>	<b>34.24%</b>	<b>TIR</b>	<b>20.53%</b>
<b>Balance del proyecto</b>		<b>Balance del proyecto</b>	
Período de Recuperación	<b>7</b>	Período de Recuperación	<b>9</b>
Valor Futuro Neto	<b>1,531,208.04</b>	Valor Futuro Neto	<b>1,018,288.03</b>
Potencial de Utilidad	<b>2,370,229.29</b>	Potencial de Utilidad	<b>1,101,307.17</b>
Exposición a pérdida	<b>- 1,155,438.94</b>	Exposición a pérdida	<b>- 3,508,216.11</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

En el análisis de los índices financieros específicamente la Tasa Interna de Retorno (TIR) tenemos un resultado favorable al proyecto de 34.24% y un Valor Actual Neto (VAN) DE \$559,091.55 lo cual nos indica que el proyecto tiene viabilidad financiera.

Tomando en cuenta que la empresa ira tomando experiencia y mejorando sus procesos para obtener una mejor rentabilidad financiera.

### 6.11.1 Periodo de Recuperación

Tabla N°38. Periodo de Recuperación

XV. Período de Recuperación Descontado con financiamiento											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Flujo de Caja Neto	- 100,541.8	- 33,321.4	- 21,818.9	- 4,117.9	1,124.9	53,529.7	114,792.6	158,901.8	205,144.7	253,600.4	937,454.2
Flujo de Caja Descontado		- 30,127.8	- 17,837.0	- 3,043.7	751.8	32,345.9	62,716.7	78,495.1	91,626.1	102,412.7	342,293.6
Flujo de Caja Acumulado		- 30,127.8	- 47,964.9	- 51,008.6	- 50,256.8	- 17,910.9	44,805.8	123,300.9	214,927.0	317,339.7	659,633.3
Período de Recuperación Descontado								7	8	9	10
VAN	\$559,091.55										
TIR	34.2%										
TASA DE DESCUENTO	10.60%										

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

Para el análisis del periodo de recuperación se tomo en cuenta el capital de trabajo y los valores del Flujo de caja con valor actual, y podemos apreciar que en año séptimo de operación el proyecto recupera la inversión.

### 6.11.2 Relación Costo Beneficio

**Tabla N°39. Relación Costo Beneficio**

RELACION COSTO BENEFICIO											
AÑO		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
BENEFICIOS		408114.00	478076.40	551281.85	627848.77	767502.08	913745.64	1066821.69	1226980.45	1394480.39	1569588.46
BENEFICIOS TOTALES		408114.00	478076.40	551281.85	627848.77	767502.08	913745.64	1066821.69	1226980.45	1394480.39	1569588.46
COSTOS DE INVERSION T.		2562.50									
COSTOS DE OPERACIÓN T.		438872.85	460426.31	474635.41	502771.38	518501.06	532944.85	550453.50	568651.68	587562.91	607211.47
COSTOS TOTALES		436310.35	460426.31	474635.41	502771.38	518501.06	532944.85	550453.50	568651.68	587562.91	607211.47
R(B/C)		0.935375466	1.03833424	1.16148488	1.24877589	1.48023242	1.71452195	1.93807776	2.15770129	2.37332952	2.58491239

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Andrea Pérez, Leonardo Torres

En la tabla N 39 Podemos apreciar que a partir del segundo año el índice es mayor a una con una ínfima diferencia, lo que quiere decir que los beneficios vs costos son positivos del segundo año en adelante.

## Capítulo 7

### 7. Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.1 Conclusiones

- Mediante las relaciones Bilaterales que existen entre Ecuador y Canadá, Se puede concluir que no hay ningún Tratado de Libre Comercio, pero si existe la ventaja ya que los productos a exportarse tienen un arancel cero.
  
- Analizando tanto las variables internas como externas podemos afirmar que existe la demanda adecuada para la exportación de Alcachofa en conserva hacia Canadá tomando como referencia a la empresa Pronaca Ecuador, por otro lado en los últimos tiempos se ha visto que la tendencia por la mejor alimentación se ha ido incrementando por lo que hoy en día las personas optan por vegetales, hortalizas, frutas y sus derivados, se interesan mucho por el valor nutricional que sea semejante al de los productos frescos, sin aditivos químicos, microbiológicamente seguros y de una alta calidad ayudando a tener una vida saludable.
  
- Así mismo la oferta ha aumentado, ya que existen nuevas leyes del Ecuador como por ejemplo el Código de la producción ayudando con incentivos para a producción agrícola, entre los principales incentivos tenemos:
  - Cero impuesto a la renta y mínimo por cinco años para proyectos nuevos agrícolas.
  - Deducción adicional del costo de mano de obra por cinco años para proyectos nuevos en zonas deprimidas, donde la mayor parte del Ecuador rural califica.
  - Fondo nacional de tierras para garantizar acceso a este activo.
  - Fondo nacional de garantías para que por falta de garantías no dejen de acceder a financiamiento barato.

- Capital de riesgo para industrialización, para que para proyectos de alta innovación agrícola el estado invierta temporalmente y luego pueda pasar esta participación a los productores.
  
- Mediante investigaciones se concluye que si existe la tecnología necesaria para la elaboración, industrialización y comercialización de Alcachofa en conserva, por lo que es apto para poner en marcha el proyecto.
  
- La empresa cuenta con profesionales especializados en cuanto se refiere al proceso e implementación de la Alcachofa en conserva.
  
- Luego de haber analizado la parte financiera del proyecto podemos concluir que el proyecto es factible ya que obtuvimos una Tasa Interna de Retorno de 34.24% y un valor actual neto de \$559,091.55



## 7.2 Recomendaciones

- Buscar nuevos mercados que estén interesados en consumir Alcachofa en conserva. A través de las ferias internacionales, informar sobre las bondades de la Alcachofa para darle a conocer en el mercado tanto a nivel nacional como internacional ya sea en ferias nacionales e internacionales, mediante el internet, embajadas, convenios bilaterales y multilaterales.
- Impulsar al mercado ecuatoriano para dar valor agregado a los productos, utilizando recursos existentes en nuestro país. Es necesario contar con el apoyo de Gobierno y el Gremio de Exportadores del Ecuador para incentivar las exportaciones no tradicionales al mercado internacional, manejando alternativas de líneas de crédito para que el exportador pueda ser cada vez más competitivo en un mercado cada vez exigente.
- Incentivar a los ecuatorianos para que consuman productos elaborados en el Ecuador, como las campañas publicitarias “Primero Ecuador”.
- Se recomienda tomar en consideración los precios internacionales de la Alcachofa para saber con qué valor ingresar al mercado y manejar de una manera adecuada y eficaz.

## Bibliografía

- Michael Porter ,Ventaja competitiva, ISBN CECSA, Continental México, 1997
- Dra. Mejía M. y Aflallo, La salud está en su despensa, editorial EDAF. S.L, 2007
- Ramiro Canelos, Formulación y Evaluación de un plan de Negocios, UIDE, 2010
- Humberto Gutiérrez Pulido, Calidad Total y Productividad, Editorial Mc Graw Hill, México, 1999.
- Michael Parkin, Microeconomía, Séptima Edición, PEARSON EDUCACION, México, 2006.
- Mercadotecnia», Primera Edición, de Sandhusen L...Richard
- Miguel Santesmases Mestre, Francisca Sanchez de Dusso, Graciela Kosiak, Marketing conceptos y estrategias, edición Piramide, 2004.
- <http://www.webislam.com/?idt=4690>
- <http://www.promonegocios.net/distribucion/definicion-logistica.html>
- <http://www.angelfire.com/ia2/ingenieriaagricola/mercadocanada.htm>
- <http://exportacionesdelperu.blogspot.com/2010/07/exportaciones-de-Alcachofas-en-conserva.html>
- [http://www.mercasa.es/files/multimedios/pag\\_080-086\\_conservas.pdf](http://www.mercasa.es/files/multimedios/pag_080-086_conservas.pdf)
- [http://www.mmrree.gob.ec/2011/guia\\_canada.pdf](http://www.mmrree.gob.ec/2011/guia_canada.pdf)
- <http://www.revistadelogistica.com/logistica-y-competitividad.asp>
- <http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/evaluacion-financiera-de-proyectos-precios-corrientes-y-constantess.htm>
- <http://www.indexmundi.com/es/canada/>
- <http://noticiasmontreal.com/44744/la-economia-Canadiense-avanza-a-un-ritmo-lento-pib-avanzo-05-en-el-primer-trimestre-de-2012/>
- <http://es.wikipedia.org>
- <http://www.una-c-canada.com/empleos/buscando-un-empleo-en-canada/normas-y-leyes-para-trabajar-en-canada/1569-los-salarios-minimos-en-canada.html>
- <http://es.global-rates.com/estadisticas-economicas/inflacion/indice-de-precios-al-consumo/ipc/canada.aspx>
- <http://themoneyconverter.com/ES/USD/CAD.aspx>
- <http://www.efxto.com/diccionario/t/3505-tipo-de-cambio540#ixzz2GIgfdJXy>
- <http://cbnnoticias.wordpress.com/2012/09/05/banco-de-canada-mantiene-tasa-de-interes-en-el-1/>
- <http://diarioelpopular.com>
- <http://economia-hoy.blogspot.com>
- <http://www.efxto.com>
- <http://www.bce.fin.ec/>

- <http://www.comercio.mityc.es>
- [http://www.mmrree.gob.ec/2011/guia\\_canada.pdf](http://www.mmrree.gob.ec/2011/guia_canada.pdf)
- [www.proEcuador.com](http://www.proEcuador.com)
- <http://comercioexterior.banesto.es/es/elija-su-mercado-objetivo/perfiles-de-paises/canada/inversion-extranjera-directa>
- <http://www.cicnews.com>
- <http://www.tradecommissioner.gc.ca>
- <http://www.justlanded.com/espanol/Canad/Guia-Canad/Empleo/El-Mercado-Laboral>
- <http://www.canadaimmigrants.com/spanish/Montrealcosto.asp>
- <http://www.absolut-canada.com/los-principales-medios-de-comunicacion-de-canada/>
- <http://faostat.fao.org/site/339/default.aspx>
- <http://www.andina.com.pe>
- [http://www.ic.gc.ca/sc\\_mrkti/tdst/tdo/tdo.php#tag](http://www.ic.gc.ca/sc_mrkti/tdst/tdo/tdo.php#tag)
- <http://ciberconta.unizar.es/leccion/cioexban/350.HTM>
- [http://embamex.sre.gob.mx/canada/images/comercioeinversion/Montreal\\_Guia\\_Basica\\_para\\_exportar\\_a\\_Quebec\\_Alimentos.pdf](http://embamex.sre.gob.mx/canada/images/comercioeinversion/Montreal_Guia_Basica_para_exportar_a_Quebec_Alimentos.pdf)
- (OMC, EXAMEN DE POLÍTICAS DE CANADA 2007)

# **ANEXOS**

## **Anexo 1. Entrevista Pronaca**

**Mariela Peña**

**Jefe de Administración, Ventas y Exportación.**

### **Como Pronaca decidió ingresar al mercado Canadiense?**

Ya que Canadá y EEUU importan palmito en conserva, con una excelente aceptación esto abrió paso para el producto “Alcachofa en conserva”.

Canadá tiene influencia francesa que tienen una cultura de consumo de Alcachofa por este motivo muchos exportadores que trabajan con Pronaca demandaron Alcachofa exportando ya desde hace siete años.

### **Cuáles son sus clientes en el mercado Canadiense?**

Solo trabajamos con un cliente que maneja una de las más grandes distribuidoras en el mercado Canadiense, ocupándose de la costa este de Canadá importando 3 contenedores al año los cuales llevan 3300 cajas x 12 unidades latas de 400Gr ya que el mercado Canadiense se maneja solo en latas medianas envasado en sal muera.

### **Barreras de entrada en el mercado Canadiense?**

Canadá tiene un documento único CCV “Canadian customer voice”, que es toda la declaración de que lo que se está exportando por ejemplo país de origen, cuanto se está exportando, partida arancelaria (2005991000).

El mercado Canadiense es muy exigente pero no te ponen barreras de entradas siempre y cuando pase los controles que ellos poseen a través de CFIA “Canadian Food Inspection Agency”. Los cuales hacen controles aleatorios de todos los productos que se importan por el Canadá, si dichos controles son negativos todo el importe no será recibido.

### **Como se manejan con sus distribuidores de Alcachofa aquí en el Ecuador?**

Es lo principal en la cadena de exportación de Alcachofa, nosotros trabajamos a través del sistema de integración de fincas con un contrato de abastecimiento del 100% para con nosotros y una asesoría técnica sin costo, compra de semilla.

Requerimos un mínimo de cinco hectáreas y una tierra en óptimas condiciones que será evaluada por técnicos especializados.

Tenemos alrededor de 2800 hectáreas cultivadas en las diferentes regiones del país como son Ibarra, Cayambe, Otavalo, Mira, Machala, Latacunga, Riobamba, Alausi. Donde los principales cultivos son Machala y Latacunga.

### **Comentario Personal de la entrevistada**

Ecuador se encuentra en una ubicación geográfica favorecida para el cultivo de Alcachofa ya que tiene un ciclo productivo todos los meses del año lo cual se diferencia incluso de Perú que es uno de los mayores exportadores de Alcachofa junto con España y Egipto.

En el Ecuador existe una barrera interna para el cultivo de Alcachofa que es el cultivo de otros vegetales y hortalizas que tienen un mejor rédito económico y un tiempo de cultivo menos extenso como por ejemplo:

Brócoli, papa, zanahoria, rábano. La demanda de Alcachofa en conserva por Canadá crece cada año pero por motivos ya mencionados no podemos crecer en la exportación de Alcachofa.

## **Anexo 2. Requisitos y Trámites para obtener el Registro Sanitario**

Art. 100.- Los alimentos procesados o aditivos, medicamentos en general, productos naturales procesados, drogas, insumos o dispositivos médicos, productos médicos naturales y homeopáticos unisistas, cosméticos, productos higiénicos o perfumes, y plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola, fabricados en el Ecuador o en el exterior, deberán contar con Registro Sanitario para su producción, almacenamiento, transportación, comercialización y consumo. El cumplimiento de esa norma será sancionado de conformidad con la ley, sin perjuicio de la responsabilidad del culpable de resarcir plenamente cualquier daño que se produjere a terceros con motivo de tal cumplimiento.

Art. 101.- El registro sanitario para alimentos procesados o aditivos, productos naturales procesados, cosméticos, productos higiénicos o perfumes, y plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola, o para las empresas que los produzcan, será otorgado por el Ministerio de Salud Pública, a través de las Subsecretarías y las Direcciones Provinciales que determine el reglamento correspondiente y a través del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Leopoldo Izquieta Pérez.

El Registro Sanitario para medicamentos en general, medicamentos genéricos, drogas, insumos o dispositivos médicos, productos médicos naturales y homeopáticos unisistas, se regirá por dispuesto en la Ley de Producción, Importación, Comercialización y Expendio de Medicamentos Genéricos de Uso Humano.

Art. 102.- El Registro Sanitario será otorgado cuando se hubiese emitido previamente un informe técnico favorable, o mediante homologación conforme a lo establecido en esta ley.

El Registro Sanitario podrá también ser conferido a la empresa fabricante para sus productos, sobre la base de la aplicación de las buenas prácticas de manufactura y demás requisitos que establezca el reglamento al respecto.

Art. 103.- El informe técnico favorable para el otorgamiento del Registro Sanitario podrá ser emitido por el Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Leopoldo Izquieta Pérez, universidades, escuelas politécnicas y laboratorios, públicos y privados, previamente acreditados para el efecto por el Sistema Ecuatoriano de

Metrología, Normalización, Acreditación y Certificación, de conformidad con lo que establezca el reglamento al respecto.

Art. 104.- El Registro Sanitario se entenderá concedido en caso de que, existiendo el informe técnico favorable, el Ministerio de Salud Pública a través de las dependencias o subsecretarías correspondientes no hubiese otorgado el Registro Sanitario en el plazo de treinta días a partir de la recepción del informe, o no lo hubiere negado justificadamente. En este caso, el número del Registro Sanitario será el que conste en el informe del instituto o laboratorio acreditado al que deberá preceder el nombre del referido instituto o laboratorio, sin perjuicio de la facultad del Ministerio de Salud Pública para cancelar el Registro Sanitario de conformidad con la Ley.

Art. 105.- El Registro Sanitario será concedido por homologación a los alimentos procesados o aditivos, productos naturales procesados, cosméticos, productos higiénicos o perfumes y plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola importados, que cuenten con certificados de registro sanitario, de venta libre, o de buena práctica de manufactura, otorgados por autoridad competente acreditada, de conformidad con lo que establezca el reglamento correspondiente.

El Presidente de la República determinará mediante el reglamento que dicte para el efecto la lista de las autoridades competentes de otro Estado o de organizaciones internacionales especializadas cuyos certificados de registro sanitario, de venta libre, o de buena práctica de manufactura, pueden ser objeto de homologación directa conforme a este artículo.

Art. 106.- El Registro Sanitario por homologación se entenderá concedido en caso de que el Ministerio de Salud Pública no lo hubiese otorgado, o negado justificadamente, en el plazo de treinta días a partir de la recepción de la solicitud correspondiente, siempre que se trate de certificados de registro sanitario, de venta libre, o de buena práctica de manufactura otorgados por las autoridades previstas en el respectivo reglamento. En este caso, el número de Registro Sanitario será el número o referencia del certificado de registro sanitario, de venta libre, o de buena práctica de manufactura original al que deberá preceder el nombre de la autoridad competente otorgante, sin perjuicio de la Facultad del Ministerio de Salud Pública para cancelar el Registro Sanitario de conformidad con la Ley.



Art. 107.- El Registro Sanitario tendrá una vigencia de diez años contados a partir de la fecha de su otorgamiento.

Art. 108.- El Ministerio de Salud Pública podrá cancelar el Registro Sanitario en caso de que estableciere que un producto o fabricante, según sea el caso, no cumple con los requisitos y características establecidos por la ley y normas correspondientes o que el producto pudiere, por cualquier causa, provocar perjuicios a la salud de los consumidores, siempre que las condiciones del producto no fueren imputables a circunstancias ajenas al control del titular del Registro Sanitario. En todo caso, la persona natural o jurídica responsable deberá resarcir plenamente cualquier daño que se produjere a terceros con motivo de tal incumplimiento, sin perjuicio de otras responsabilidades civiles o penales a que hubiere lugar.

Para este propósito, el Ministerio de Salud Pública realizará, directamente o a través de terceros debidamente acreditados, inspecciones y análisis de control de los productos sujetos a Registro Sanitario, en forma periódica o aleatoria de oficio o como consecuencia de denuncia presentada por cualquier persona, natural o jurídica, o por iniciativa de cualquier organismo o dependencia estatal, conforme al reglamento correspondiente. Las muestras necesarias podrán ser obtenidas en aduanas, en las instalaciones de producción o almacenamiento o en los canales de distribución al consumidor, incluyendo medio de transporte y lugares de exhibición y venta.

Art. 109.- En caso de cambios en la presentación, marca, o empaque u otras modificaciones similares de un producto, que contare con Registro Sanitario, solamente se requerirá de un nuevo Registro Sanitario si en cambio fuere de tal naturaleza que pudiere tener efecto en la calidad y seguridad del producto o su aptitud de uso, conforme a lo que establezca el reglamento correspondiente.

Art. 110.- El otorgamiento del Registro Sanitario por parte del Ministerio de Salud Pública estará sujeto al pago de una tasa de inscripción para cubrir los costos administrativos involucrados, así como al pago de una tasa anual a favor del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Leopoldo Izquieta Pérez. La falta de pago oportuno podrá dar lugar a la cancelación del Registro Sanitario.

El Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Leopoldo Izquieta Pérez, las universidades, escuelas politécnicas y laboratorios, públicos o privados, acreditados para el efecto, tendrán derecho al pago por los servicios prestados por los análisis y la emisión de los informes técnicos correspondientes.

Art. 111.- La construcción, instalación, transformación, y funcionamiento de plantas industriales procesadoras de alimentos, elaborados farmacéuticos y biológicos, de cosméticos y plaguicidas, requieren permiso previo de la autoridad de salud, que verificará que se ajusten a los requisitos establecidos y realizará el control periódico de los locales en funcionamiento. La falta de esta autorización, así como el incumplimiento de las normas de salud y normas técnicas aplicables de conformidad con lo que establezca el reglamento correspondiente, será causal para la cancelación del registro sanitario de los productos que allí fabriquen o procesaren o del registro sanitario de la empresa, según sea el caso”.

### **Inscripción de productos nacionales**

**1.Solicitud:** Dirigida al Director General de Salud, individual para cada producto sujeto a Registro Sanitario (Ver Anexo 1).

**2.Permiso de funcionamiento:** Actualizado y otorgado por la Autoridad de Salud (Dirección Provincial de Salud de la jurisdicción en la que se encuentra ubicada la fábrica); (Original a ser devuelto y una copia).

**3. Certificación otorgada por la autoridad de salud competente** de que el establecimiento reúne las disponibilidades técnicas para fabricar el producto. (Original a ser devuelto y una copia); (Corresponde al acta que levanta la Autoridad de Salud una vez que realiza la inspección del establecimiento).

**4.Información técnica relacionada con el proceso de elaboración y descripción del equipo utilizado.**

**5.Formula cuali-cuantitativa:** Incluyendo aditivos, en orden decreciente de las proporciones usadas (en porcentaje referido a 100 g. ó 100 ml.). Original.

**6.Certificado de análisis de control de calidad del producto:** Con firma del Técnico Responsable. Original. (Obtenido en cualquier Laboratorio de Control de Alimentos, incluidos los Laboratorios de Control de Calidad del Instituto de Higiene “Leopoldo Izquieta Pérez”).

**7. Especificaciones químicas del material utilizado en la manufactura del envase.** (Otorgado por el fabricante o proveedor de los envases). Con firma del Técnico Responsable. Original.

**8. Proyecto de rotulo a utilizar por cuadruplicado:** Dos Originales.

**9. Interpretación del código de lote:** Con firma del Técnico Responsable.

**10. Pago de la tasa por el análisis de control de calidad, previo a la emisión del registro sanitario:** Cheque certificado a nombre del Instituto de Higiene y Malaria Tropical “Leopoldo Izquieta Pérez” por el valor fijado en el respectivo Reglamento

**ADEMÁS DE LOS REQUISITOS SEÑALADOS ANTERIORMENTE, ADJUNTAR:**

- 1. Certificado de registro sanitario:** O su equivalente en el país de origen.
- 2. Certificado de libre venta:** Otorgado por la Autoridad competente en el país de origen. Original.
- 3. Certificado de análisis de control de calidad del lote del producto que está sometido al trámite:** Expedido por un Laboratorio Oficial del país de origen y vigente por seis meses. Original.
- 4. Autorización legal del fabricante extranjero al representante nacional** para tramitar el Registro Sanitario. **Todo certificado emitido en el exterior deberá ser legalizado por el consulado del Ecuador en el país de origen y la cancillería si el caso lo requiere:** Los mismos deberán ser traducidos al idioma castellano.

LA DOCUMENTACIÓN Y MUESTRAS DEBEN SER PRESENTADAS EN EL INSTITUTO NACIONAL DE HIGIENE “LEOPOLDO IZQUIETA PEREZ”.  
INSTITUTO DE HIGIENE-QUITO: Iquique 2045 y Yaguachi.- Teléfonos: (593-2) 568041-565858 Fax: (593-2) 552715 INSTITUTO DE HIGIENE-GUAYAQUIL: Julián Coronel 905 y Esmeraldas.- Teléfono: (593-4) 281540 Fax: (593-4) 293189

**[http://www.fedexpor.com/site/attachments/article/58/req\\_permiso\\_sanitario.pdf](http://www.fedexpor.com/site/attachments/article/58/req_permiso_sanitario.pdf)**

### **Anexo 3. Procedimientos para Exportar desde Ecuador.**

- Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Registrarse como exportador ante la Aduana del Ecuador, ingresando a la página web [www.aduana.gob.ec](http://www.aduana.gob.ec) , link: OCE's (operadores del comercio exterior).
- Registrarse con los requisitos establecidos en el Directorio del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE). así también registrarse en el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE).

**Trámite de la Declaración Aduanera Única, DAU (Régimen 40):** Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

La Aduana a través del SICE validará la información de la DAU contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana.

Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana presentarán ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:

- DAU impresa.
- Orden de Embarque impresa.
- Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
- Documento(s) de Transporte.
- Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique).

#### **Trámite.**

El Trámite de una exportación al interior de la aduana comprende dos fases:

#### **Fase de Pre-embarque**

Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar. El exportador o su Agente de Aduana (Verificar la obligación de utilizar Agente de Aduana en el art. 168 del Reglamento a la Ley Orgánica de Aduana con respecto a las entidades del sector público y los regímenes especiales) deberán transmitir electrónicamente a la Corporación Aduanera Ecuatoriana la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la

Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional. Una vez que es aceptada la Orden de

Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

### **Fase Post-Embarque**

Se presenta la DAU definitiva (Código 40), que es la Declaración Aduanera de Exportación, que se realiza posterior al embarque.

Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU definitiva de exportación.

Para el caso de exportaciones vía aérea de productos perecibles en estado fresco, el plazo es de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia (último día del mes) de la orden de embarque.

Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

El SICE validará la información de la DAU contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU.

Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana presentará ante el Departamento de

Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:

- DAU impresa.
- Orden de Embarque impresa.
- Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
- Documento(s) de Transporte.
- Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique).
- Pago a CORPECUADOR (para exportaciones de banano).

## Anexo 4. Maquinaria para la Producción de Alcachofa

Quito, 21 de septiembre de 2012

**SEÑORITA Andrea Pérez**

**TELF: 099-273-8576**

**CIUDAD: QUITO**

De acuerdo a su requerimiento, tenemos el agrado de presentar a su consideración nuestra alternativa de cotización.

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE DE LOS EQUIPOS</b>
-----------------	-------------------------------

- |          |   |
|----------|---|
| <b>4</b> | <b>Coches transportadores de gavetas</b> para producto (Alcachofa), elaborado en acero inoxidable AISI 430, incluye ruedas de goma. |
|----------|---|

**PRECIO USD \$ 300 C/U**  
**PRECIO TOTAL USD \$ 1.200**



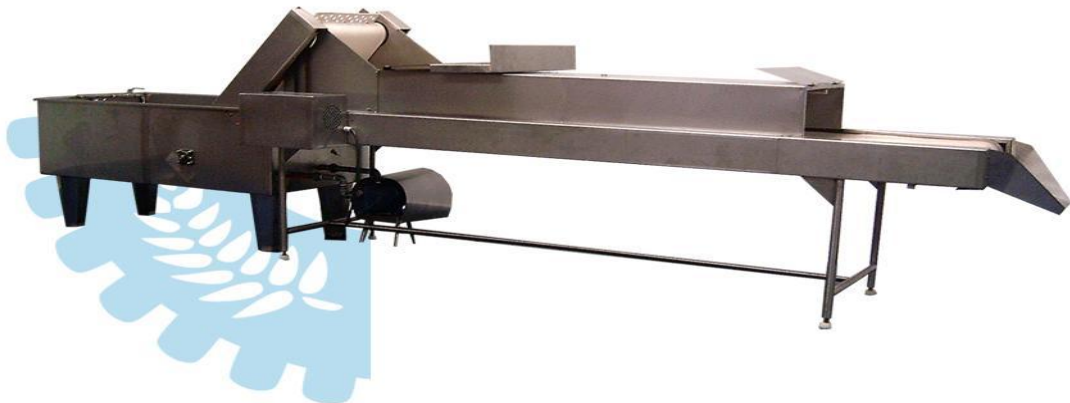
- |          |   |
|----------|---|
| <b>1</b> | <b>Banda transportadora (2.44 mts de longitud * 40 cm ancho)</b> , construida en acero inoxidable para interconexión de máquinas, incluye banda en teflón alimenticio, incluye <b>motor reductor</b> monofásico 110-220 Volt, variador de frecuencia para velocidades , tablero de mando independiente y soportes regulables al piso. |
|----------|---|

**PRECIO USD \$ 2.950**



- 1 Cuba de lavado de producto (Alcachofa)**, de sección rectangular, pared simple elaborado en acero inoxidable AISI 304, para un volumen de 500 litros, incluye patas elaboradas en el mismo material, bomba de recirculación de agua de 2HP monofásica 110-220 voltios, sistema de lavado de aspersion, con banda transportadora de cangilones, banda transportadora para blanqueado construida en teflón alimenticio, túnel de vapor construido en acero inoxidable en la parte en contacto con el producto, incluye mallas y filtros para detención de partículas gruesas, el sistema de aspersion está construido en tubería inoxidable, motor reductor de ½ HP 220 voltios 28 RPM y filtro para recirculación.

**PRECIO USD \$ 10.000**



- 4 Mesas de trabajo con reborde**, elaborada en acero inox, AISI-304, montada en una estructura de acero inox. AISI-430, incluye sumidero para drenaje de agua de limpieza, soldas en tig y acabados totalmente sanitarios. Dimensiones aproximadas (3,00\*1.50\*0.85h).

**PRECIO USD \$ 1.380 C/U**  
**PRECIO TOTAL USD 5.520**



- 2 Mesas planas de trabajo**, elaborada en acero inox, AISI-304, montada en una estructura de acero inox. AISI-430, soldas en tig y acabados totalmente sanitarios. Dimensiones aproximadas (3.00\*1.50\*0.85h).

**PRECIO USD \$ 1.380 C/U**  
**PRECIO TOTAL USD 2.760**



- 1 Mesa de trabajo pequeña con reborde**, elaborada en acero inox, AISI-304, montada en una estructura de acero inox. AISI-430, incluye sumidero para drenaje de agua de limpieza, soldas en tig y acabados totalmente sanitarios. Dimensiones aproximadas (2.16\*0.90\*0.85h).



**PRECIO USD \$ 750**



- 1 Cortadora de producto semiautomática neumática**, construida en acero inoxidable AISI-304. Incluye mesa de trabajo, tablero de control, compresor de aire 2Hp y accesorios.

**PRECIO USD 3.600**



- 1 Caldero automático Acuotubular**; pasó de **30 BHP**, funcionamiento a 220 -110 Volt, monofásico, del tipo **horizontal**, incluye:

- ❖ Quemador a diesel de 3 - 5 Gal/h.
- ❖ Presuretrol, controlador de presión.
- ❖ Mc. Donald, controlador de nivel de agua.
- ❖ Bomba de agua de alta presión 1 HP.
- ❖ Válvula de seguridad calibrada a 80 Psi.
- ❖ Manómetro de alta presión.
- ❖ Tanque de Balance y Tratamiento de agua.
- ❖ Tablero eléctrico de mando automático.

**NOTA:** El cliente debe disponer de acometidas de energía eléctrica a 110-220 Volt., y acometidas de agua así como también del cuarto preexistente para alojamiento del caldero, según indicaciones constructivas del fabricante.

**PRECIO USD \$ 19.600**



- 1 Cuarto Frío modular de (24m<sup>3</sup>),** para temperaturas de conservación de +4°C, unidad condensadora de 2HP, hermética a freón R404, evaporador de 12.000 BTU, con sus accesorios de funcionamiento automático: caja de Control, filtro secador, visor de líquidos, Válvula de expansión, termostato, cortina eliminadora de fugas, termómetro exterior de pared, taimer, foco de cámara fría con protección, cuarto forrado con panelería de poliuretano inyectado de 7.5 espesor, puerta en el mismo material con herrajes cromados y resistencias.

**NOTA:** El cliente debe disponer de acometidas de energía eléctrica a 220 Volt y base de cemento, según indicaciones constructivas del fabricante.

**PRECIO USD \$ 10.600**



**1 Autoclave**, Tipo horizontal cilíndrico, tapa frontal fijada por sistema de cierre hermético, construido bajo normas ASME para recipientes de presión.

Sistema de esterilización por recirculación de agua caliente inyectada dentro del recipiente presurizado con vapor, construido en acero inoxidable AISI-304, Diámetro del cuerpo 1.000mm x 2.200mm de largo.

Temperatura de diseño 147°C, temperatura de trabajo 121°C, desviación de la temperatura aproximada +/-3°C en el interior del equipo, presión de diseño 4.7 Bar (68 PSI), presión de trabajo 2 Bar (29 PSI), aislamiento térmico con lana de vidrio y forro de acero inoxidable, capacidad de cámara de esterilización 1.7 m<sup>3</sup>, gabinete de control eléctrico, posibilidad de esterilizar alimentos envasados en recipientes de plástico, envases flexibles, envases de hojalata y envases de vidrio.

**Accesorios:**

10 bandejas de acero inoxidable de 1100mm x 650mm x 130mm.

2 coches para bandejas

2 manómetros, rango de 0 – 100 PSI.

2 termómetros, rango de 0 \_ 150°C

4 válvulas de seguridad calibrada a 45 PSI.

2 válvulas de pie.

1 bomba centrífuga.

Tuberías y accesorios para interconexión.

**Condiciones de trabajo:**

Energía eléctrica de 220 V, 3F y 60 Hz.

**PRECIO USD \$ 30.000**



- 1 **Codificadora manual** capacidad de impresión porta tipo tres líneas, ancho disponibles de cinta térmica 25, 30, 35mm \* 100m, peso neto 9.5 Kg, 110 voltios 60 Hz, potencia 120W. (**IMPORTADA**)

**PRECIO USD 2.500**



**NOTA: ESTOS PRECIOS INCLUYEN EL 12% DEL IVA**

**FLETE:** Es responsabilidad del cliente, así como carga y descarga de nuestras oficinas en Quito.

**GARANTÍA:** Todos los equipos quedan garantizados por un año, desde la entrega de los mismos, ante cualquier defecto de fabricación, excepto daño eléctrico provocado por variación de voltaje o mal uso del equipo, previa inspección de nuestro personal técnico.

**FORMA DE PAGO:** 70% ANTICIPO  
30% CONTRA ENTREGA

**PLAZO DE ENTREGA:** 35 DÍAS HÁBILES.

**VALIDEZ DE LA PROFORMA:** 15 días calendario, luego variación de precios sin previo aviso

Si esta pro forma es favorable a sus intereses agradeceremos informarnos oportunamente.

**ATENTAMENTE**

---

**ING. LUIS GUZMÁN  
GERENTE PROINGAL**



## Anexo 5. Publicación sobre el modelo Socialista Canadiense

Por razones de trabajo tuve que viajar en estos últimos días a Canadá, lo cual me permitió conocer de primera mano cómo funciona un país con un esquema político en el que aplica de manera equilibrada el Socialismo en el ámbito social, el Capitalismo en la economía y la Monarquía en el Estado. De hecho en Canadá es una monarquía constitucional, un estado federal y una democracia parlamentaria con fuerte tradición democrática. Como miembro de la Commonwealth of Nations (Mancomunidad de Naciones) muchas de sus normas legislativas derivan de las prácticas no escritas y de los precedentes establecidos por el parlamento del Reino Unido. El Primer Ministro es el Jefe de Gobierno y la Reina es la Jefa de Estado y es su rostro el que aparece en varias de las monedas canadienses. Pero en lo que se refiere al tema social, definitivamente es socialista ya que por ejemplo en cuanto al pago de impuestos, el que tiene más es el que más paga, habiendo varias escalas según el ingreso anual de cada persona o grupo familiar. Incluso, cada cierto tiempo el gobierno reintegra los impuestos mediante un cheque personal a quienes ganan menos.

### El Modelo Socialista Canadiense

PATRICIO CHAMBERS M.

En este país no existen universidades privadas sino estatales pero no son gratuitas, aunque esto si ocurra con la educación elemental y secundaria. El sistema de salud es universal y enteramente controlado por el Estado, quien proporciona incluso las medicinas pero si una persona está trabajando debe pagar por ellas, normalmente a través del seguro médico colectivo de las empresas. Los servicios de electricidad, agua, alcantarillado, lotería, casinos, venta de alcohol son controlados por los gobiernos provinciales en su totalidad.

La idea de la familia como núcleo de la sociedad es algo que se fortalece permanentemente a través de diversos mecanismos como horarios flexibles de trabajo y cuidado de los hijos. De hecho, los padres reciben dinero para los gastos de los niños y al igual que en el caso de los impuestos, si alguien gana más pues simple-

mente recibe menos ayuda del gobierno, habiendo siempre un tope máximo. No trata de "bonos" o regímenes populistas a los que nos están acostumbrando sino ayudas para completar ingresos familiares.

En el aspecto económico es una nación 100% capitalista, pues la propiedad privada, el sistema de libre empresa, la libre circulación de capitales, banca privada etc, caben dentro del socialismo a la canadiense. La nación se enriquece gracias a un esquema capitalista que provee a sus ciudadanos toda clase de beneficios donde cada individuo se siente parte de la sociedad y no enfrentado a ella.

En estos últimos años se ha descubierto en el norte del país -principalmente en la provincia de Alberta- enormes yacimientos petrolíferos, los cuales son operados por grandes empresas nacionales y extranjeras en un 99% privadas, captando así las fuertes inversiones de capital que demanda un país que crece con índices envidiables y que a pesar de su cercanía no participa ni de la crisis estadounidense ni tampoco de la europea.

El Heraldito 14 de Julio 2017

## Anexo 6: Encuesta Embajada Canadiense

### UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR



**TEMA:** Estudio de Factibilidad para la comercialización y exportación de Alcachofa en conserva hacia CANADÁ.

Estimado Señor (a): Nos encontramos realizando un estudio de mercado direccionado hacia determinar la factibilidad para la comercialización y exportación de Alcachofa en conserva hacia CANADÁ, por lo que solicitamos su apoyo respondiendo las siguientes preguntas.

#### DATOS GENERALES

**EDAD:**

**SEXO:**

**ESTADO CIVIL:**

**NIVEL DE ESTUDIO:**

#### CUESTIONARIO

1. Dentro de su dieta, ¿está el consumo de hortalizas?

Si	
No	

2. ¿Con qué frecuencia usted consume hortalizas?

0-1 diaria	
2-3 diarias	
4 en adelante	

3. Entre las siguientes hortalizas, ¿cuáles son las de su agrado?

Apio	
Alcachofa	
Calabaza	
Col	
Otras	

4. ¿Ha consumido hortalizas en conserva?

Si	
No	

5. ¿Dónde las adquiere?

Tiendas	
Supermercados	
Delicatessen	
Otros	

6. Le agradecería consumir Alcachofa en conserva?

Si	
No	

7. ¿Conoce usted, el valor nutricional de la Alcachofa?

Si	
No	

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar, por una conserva de Alcachofa de 400gr?

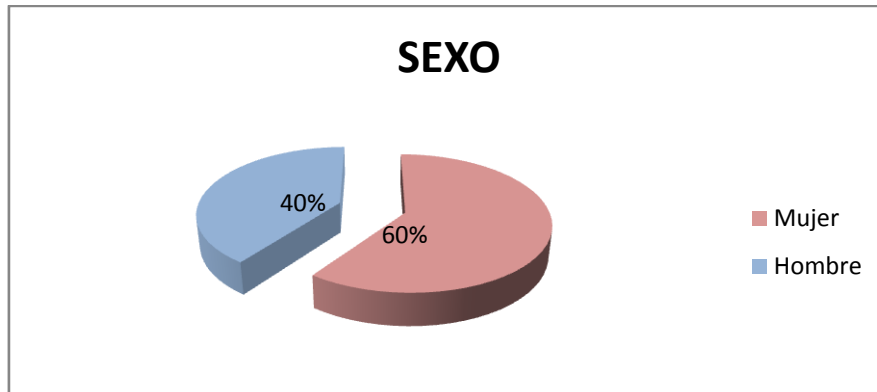
\$2.00	
\$2.50	
\$3.00	

Si es otro precio indique: .....

Encuestas:

sexo	Mujer	60%	18
	Hombre	40%	12





De acuerdo a las encuestas por las personas de nacionalidad Canadiense el 40% son mujeres, mientras que el 60% son hombres.

1. Dentro de su dieta, está el consumo de hortalizas?

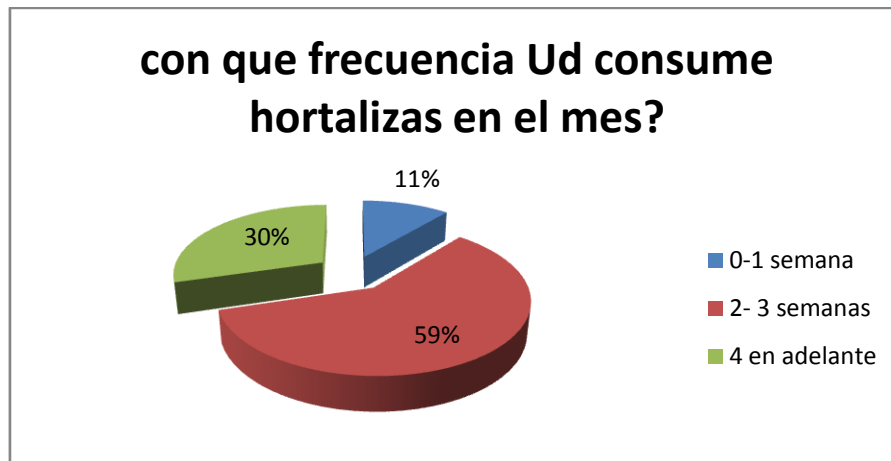
SI	90,00%
NO	10,00%



Dentro de la pregunta #1 el 10% respondieron que NO, mientras que la respuesta del SI fue el 90%, esto nos da una pauta para proceder con la factibilidad del proyecto ya que la gran mayoría de las personas consumen hortalizas.

2. Con qué frecuencia usted consume hortalizas mensualmente?

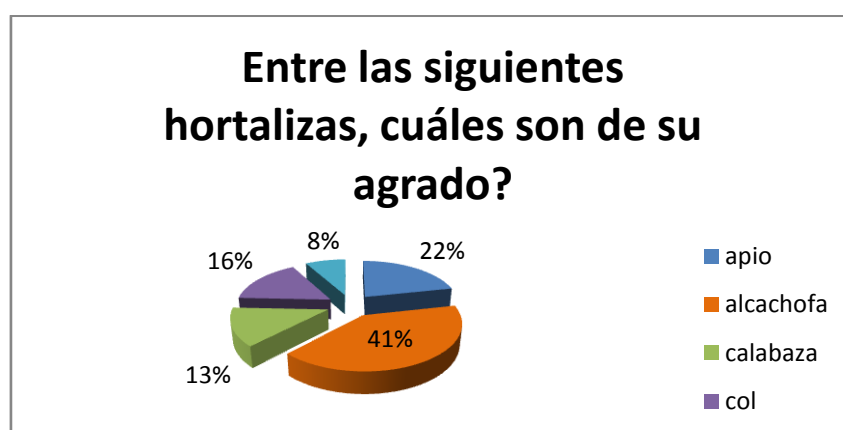
0-1 semana	2- 3 semanas	4 en adelante
10,00%	53,33%	26,67%



Analizando el gráfico podemos observar que del 100% el 59% consumen hortalizas de 2 a 3 veces por semana, el 30% consume 4 en adelante veces por semana y finalmente el 11% consume muy poca cantidad una vez por semana, sin embargo la gran mayoría agrega a su dieta diaria hortalizas.

3. Entre las siguientes hortalizas, cuáles son las de su agrado?

apio	Alcachofa	calabaza	col	Otras
26,67%	50,00%	16,67%	20,00%	10,00%



Analizando los resultados de la pregunta 4 podemos decir que en el primer lugar tienen la Alcachofa con 41% tomado como referencia al 100%, ya que en algunos

casos las personas escogieron 2 o más opciones, de tal manera que si tendría una acogida en el mercado Canadiense por lo que ha sido conocida y elegida por las personas encuestadas.

4. Ha consumido hortalizas en conserva?

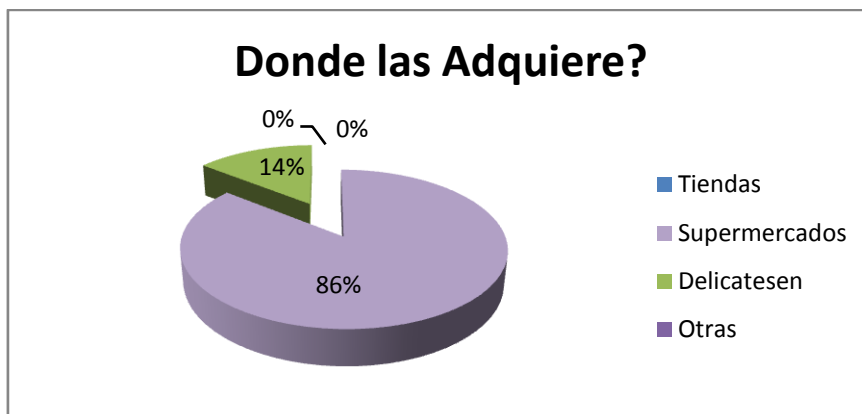
SI	78,00%
NO	22,00%



La gran mayoría de las personas encuestadas SI han consumido hortalizas en conserva tomado un 78% frente al 22% de los cuales NO han consumido, se podría decir que en el mercado las hortalizas en conserva tienen una gran acogida indistintamente de la marca a elegir por el consumidor.

5. Dónde las adquiere?

Tiendas	Supermercados	Delicatesen	Otras
0,00%	86,00%	14,00%	0,00%



Según las encuesta la mayoría de los consumidores adquieren el producto en supermercados con un 86%, razón por la cual es que existe más variedad, mientras que el 14% las adquieren delicatessen.

6. Le agradaría consumir Alcachofa en conserva?

SI	67,00%
NO	33,00%

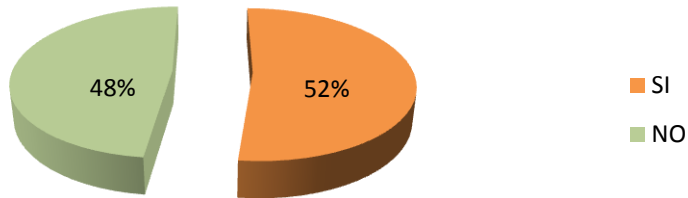


El 67% de los consumidores respondieron que SI les agradaría consumir Alcachofa en conserva, mientras q el 33% respondió que NO.

7. Conoce usted, el valor nutricional de la Alcachofa?

SI	52%
NO	48%

### Conoce Ud el valor nutritivo de la Alcachofa?



En ciertos casos los consumidores conocen el valor nutritivo de los alimentos a ingerir, especialmente en las cultura Europea y Norteamericana. Sin embargo existe una diferencia del 3% en este caso el 48% desconoce el valor nutritivo de la Alcachofa del total de los encuestados.

8. Cuánto estaría dispuesto a pagar por una conserva de Alcachofa de 400g ?

\$2.50 - \$ 3.00	83%
\$ 3.01 - \$ 3.50	7%

### Cuánto estaría dispuesto a pagar?



Con un porcentaje significativo del 93% eligieron un rango entre \$ 2.50 - \$3.00 a pagar por una lata de 400g, sin embargo cabe recalcar que dentro del precio estimado también se encuentra la calidad del producto.

## Anexo 7: Cotización Exportadora



Q1302GYE00227  
1

TRANSOCEANICA CIA. LTDA.  
MALECON 1401 E ILLINGWORTH,  
3RD FLOOR  
GUAYAQUIL  
ECUADOR

En atención a su amable solicitud, a continuación nos permitimos presentar a su consideración nuestra oferta para el servicio de transporte de sus mercancías:

Tarifa válida del 15th February 2013 al 31st March 2013

All rates below are per container.

Commodity: **ALCACHOFA**

From: **Guayaquil, EC (Port) via Manzanillo (pa), PA**  
To: **Montreal, QC, CA (Door, Combined Rail) via Halifax, NS, CA**

Charge	Curr	20'STD	Notes
Seafreight	USD	1350.00	

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

Charge	Curr	20'STD	Notes
Terminal Handling Charge Orig.	USD	132.00	
Carrier Security FEE	USD	13.00	
LOW Sulphur Fuel Surcharge SEA	USD	10.00	
Bunker Charge	USD	465.00	
Panama Canal Charge	USD	245.00	
Destination Landfreight	CAD	828.00	Combined Rail

**Notes:**

Not subject to Emergency Bunker Surcharge, Terminal Handling Charge Dest., Document Charge  
Subject to Security Manifest Document.FEE:USD 30.00 per Bill of Lading

**Remark:**

Global Logistics Solutions

**Notas:**

\*Sujeto a disponibilidad de espacio y equipo. Confirmación será enviada al tiempo de recibir el booking.

\*Los tiempos de tránsito y frecuencias corresponden a un servicio de línea regular, sin embargo estos pueden cambiar por causas de fuerza mayor sin previo aviso.

**Oferta valida por 10 días**, sujetas a su confirmación. Nos reservamos el derecho de revisar y recotizar si fuera necesario las tarifas marítimas, sus respectivos recargos y costos terrestres tanto en origen como en destino.

Q1302GYE00227 The Merchant is responsible for all necessary clearances and licenses (see Clause 12 Hapag-Lloyd Bill of Lading/Sea Waybill Terms and Conditions). 1/3

Notas

1. El servicio no incluye en origen/destino: trámites aduanales, seguros de transporte, impuestos por exportación/importación, cualquier otro gasto por cuenta de las mercancías (almacenajes, etc) y/o cualquier otro concepto no mencionado expresamente en la presente .
2. Para la reserva del contenedor y el espacio en buque, favor comunicarse con nuestro departamento de Servicio a Clientes 48 hrs. Favor considerar para sus embarques la fecha y hora del cierre documental y del cierre de la Terminal de Contenedores en puerto, lo anterior lo podrá consultar con el área de Servicio a Clientes.
3. Días libres de demoras de Contenedor:  
Para el caso de carga seca son 7 días calendario, Una vez transcurrido este tiempo se cobraran demoras de contenedor por día y por contenedor hasta el momento en que se embarque su mercancía a buque.
7. La reserva y las instrucciones de embarque deben ser solicitada via INTTRA.

Atentamente

ORLANDO, GIANINA  
TRANSOCEANICA CIA. LTDA.  
MALECON 1401 E ILLINGWORTH,  
3RD FLOOR  
GUAYAQUIL  
ECUADOR  
Tel Oficina: +593 239703 00  
Fax: +593 4 2598381