



FACULTAD BUSINESS SCHOOL

TRABAJO DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

MAGÍSTER EN NEGOCIOS INTERNACIONALES, MENCIÓN EN GESTIÓN DE LA
INTERNACIONALIZACIÓN

**“DESARROLLO DE MERCADOS INTERNACIONALES PARA LA EMPRESA
APÍCOLA APINELLY MEDIANTE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS
NATURALES DE MEDICINA TRADICIONAL AL MERCADO CANADIENSE”**

AUTOR

Luis Alfredo Paspuel Reascos
Alexandra Elizabeth Rivera Coral

DIRECTOR

Mgt. José Franco

2023

QUITO, ECUADOR

Certificación

Nosotros Luis Alfredo Paspuel Reascos y Alexandra Elizabeth Rivera Coral; declaramos que ser los autores exclusivos de la presente investigación y que ésta es original, auténtica y personal. Todo los efectos académicos y legales que se desprendan de la presente investigación serán de nuestra sola y exclusiva responsabilidad.

Cedemos nuestros derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.



Luis Alfredo Paspuel Reascos



Alexandra Elizabeth Rivera Coral

Yo, Mgt. José Franco declaro que, personalmente conozco que los graduados: Luis Alfredo Paspuel Reascos y Alexandra Elizabeth Rivera Coral son los autores exclusivos de la presente investigación y que ésta es original, auténtica y personal suyo.



Mgt. José Franco

Agradecimientos

Agradezco a Dios por haberme concedido tener mi hijo Elías Antonio en el camino de estudio de esta maestría, a quien dedico está presente tesis porque me ha inspirado: fuerza, amor y mucho deseo de superación.

Alexandra Elizabeth Rivera Coral

Doy gracias a Dios por darme un camino lleno de bendiciones y que a lo largo de mi vida me ha fortalecido en cada circunstancia o momento, que para mí ha sido difícil, sin embargo, para Él todo es posible.

Doy gracias a Dios, por permitirme crecer en un hogar con una familia hermosa que siempre me ha apoyado incondicionalmente, doy gracias a Dios por permitirme conocer a mi ayuda idónea, mi esposa, quién no ha dejado de alentarme y animarme a culminar mis estudios profesionales.

Doy gracias a mi abuelita por su ayuda incondicional, quien en oración ha estado velando por mi camino profesional.

Doy gracias a ellos porque han confiado en mí durante mi carrera, enseñándome que con humildad, constancia, sacrificio y sobretodo confiando en el Señor, uno se puede superar.

A ellos les dedico mi trabajo, por lo que han invertido en mí, dándome ese deseo de triunfo y superación.

Luis Alfredo Paspuel Reascos

INDICE

CAPÍTULO I EL PROBLEMA.....	1
1.1 Planteamiento del Problema	1
1.2 Tema	2
1.3 Objetivos	2
1.4 Justificación	3
1.5 Tipo De Investigación.....	5
1.6 Población y Muestra	6
1.7 Fuentes de Información.....	7
1.8 Técnicas de Recolección.....	7
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.....	8
2.1 Importancia del Comercio Exterior	8
2.1.1 Importancia del Comercio Internacional como aporte al PIB	9
2.1.2 El Sistema Dolarizado en el Ecuador.....	11
2.1.3 Datos Generales del Ecuador	13
2.1.4 Formas de Exportación	14
2.2 Principales Productos de Exportación del Ecuador	15
2.2.1 Productos exportados a Canadá	16
2.3 Importancia de los Productos Naturales	18
2.4 Clasificación de Productos Naturales	18
CAPITULO III RESULTADOS INVESTIGATIVOS.....	20
3.1 Identificación del problema a investigar.....	20
3.2 Determinación del tipo de diseño de investigación	20
3.3 Contenido del informe de Investigación	20
3.3.1 Ficha Técnica	20
3.4 Nivel de Confianza	21
3.5 Método de Muestreo	21
3.6.1 General.....	21

3.6.2 Específico.....	21
CAPÍTULO IV LA EMPRESA.....	23
4.1 Datos Informativos de la empresa.....	23
4.1.1 Misión	23
4.1.2 Visión.....	23
4.1.3 Valores	24
4.2 Organigrama	24
4.3 Estructura Funcional	25
CAPITULO V EL PRODUCTO	¡Error! Marcador no definido.
5.1 Ficha Técnica	27
5.2 Características Físico Químicas:.....	28
5.3 Características Microbiológicas:.....	28
5.4 Características Físicas	28
5.5 Modo de Empleo.....	29
5.6 Información Nutricional:	29
5.7 Barreras sanitarias del Sector apicultor en el Ecuador.....	29
5.7.1 Requisitos Sanitarios en Ecuador.....	30
5.8 Obstáculos Técnicos al Comercio No Fitosanitario.....	33
CAPITULO VI MERCADEO	34
6.1 Antecedentes	34
6.2 Modelo Operativo Plan De Negocios	34
6.3 Segmentos de Clientes y Entorno Cultural	35
6.4 Análisis de la Demanda	37
6.5 Canales de Distribución	38
6.6 Branding.....	40
6.7 Barreras al Comercio	40
6.7.1 Barreras Arancelarias.....	40
6.7.2 Barreras No Arancelarias	41
6.7.3 Requisitos Fitosanitarios para Canadá.....	42
6.8 Procedimiento logístico del transporte y embarque.....	43
6.9 Modo de embarque	44
6.10 Producto y unidad de medida:.....	45

6.11 Contenedor (20/40 pies), pallets, carga suelta en sacas, cartones. Ej. contenedor de 20 pies/40 pies.....	45
6.12 Cadadías (periodicidad del embarque).....	46
CAPITULO VII PRESENTACIÓN DE OFERTA EXPORTABLE:	47
7.1 Nombre y datos de la persona de contacto o responsable de las tareas de comercio exterior:	47
7.2 Descripción del producto:	47
7.3 Marca: “Apinelly”.....	47
7.4 Capacidad exportable por producto:	48
7.5 Capacidad mínima/máxima mensual, bimestral, trimestral.....	49
7.6 Empaque y etiquetado (descripción detallada).	49
7.8 Peso:.....	49
7.9 Fecha de despacho:	49
7.10 Plazo y condiciones de pago: Ca--+-/7rta de Crédito, pago anticipado, etc.....	49
7.11 Cotización/INCOTERMS: Es decir en qué condiciones se cotiza el producto	50
7.12 Herramientas promocionales de que dispone: fotografías, catalogo, pagina Web, lista de precios, muestras, etc.	50
7.13 Proceso de Exportación.....	51
7.13.1 Registro en ECUAPASS.....	51
7.13.2 Obtener y registrar la Firma Digital (Token).....	52
CAPITULO VIII FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA	54
8.1 Factibilidad de la Implementación de la Propuesta	54
8.2 Fijación de Precio	55
8.3 Operativa.....	56
8.4 Riesgos.....	56
CAPITULO IX PROYECCIONES FINANCIERAS	58
9.1 Inversiones	58
9.1.1 Herramientas y maquinaria	58
9.1.2 Muebles de oficina.....	59
9.1.3 Activos Intangibles	59
9.1.4 Cronograma de inversiones proyectadas en años	59
9.2 Presupuesto de Egresos.....	60
9.2.1 Gastos de Administración	60
9.2.2 Financiamiento.....	61
	VI

9.2.3 Presupuesto de Egresos.....	61
9.3 Presupuesto de Ventas	62
9.3.1 Proyección de Ventas.....	62
9.3.2 Financiamiento.....	63
9.4 Estado de Resultados	64
9.5 Flujo Neto de Fondos.....	65
9.6 Análisis VAN y TIR	65
9.6.1 Valor Actual Neto	65
9.6.2 Tasa Interna de Retorno.....	65
CONCLUSIONES	67
RECOMENDACIONES.....	68
Bibliografía	69
ANEXOS	71

Índice de Tablas

Tabla 1 Ficha Técnica.....	21
Tabla 2 Enfermedades y Plagas de la colmena.....	30
Tabla 3 Requisitos Físicos y Químicos.....	31
Tabla 4 Cadenas Importadoras de productos	39
Tabla 5 Subpartida arancelaria.....	41
Tabla 6 Documentación de Importación.....	41
Tabla 7 Producción de Jarabe de Propóleo	48
Tabla 8 Requisitos Certificado Fitosanitario	52
Tabla 9 Precios de miel kg.....	55
Tabla 10 Fijación de Precios.....	56
Tabla 11 Herramientas y Maquinaria	58
Tabla 12 Cronograma de Inversiones	59
Tabla 13 Gastos Administrativos.....	60
Tabla 14 Gastos Operacionales.....	61
Tabla 15 Financiamiento.....	61
Tabla 16 Presupuesto de Egresos.....	62
Tabla 17 Proyección de Ventas Totales.....	62
Tabla 18 Costos de Exportación	63
Tabla 19 Costos de Producción.....	63
Tabla 20 Amortización Préstamo.....	64
Tabla 21 Estado de Resultados	64

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 2020.II Contribuciones Absolutas a la Variación Inter-Anual del PIB	10
Ilustración 2 Productos de exportación, importación y turismo	14
Ilustración 3 Cadena de Exportación Indirecta	15
Ilustración 4 Ficha Técnica de Canadá 2020	17
Ilustración 5 Exportaciones No Petroleras.....	17
Ilustración 6 Organigrama	24
Ilustración 7 Descripción del producto	28
Ilustración 8 Matriz Canvas	35
Ilustración 9 Canales de Comercialización.....	39
Ilustración 10 Herramientas, procesos y muestras.....	50
Ilustración 11 Token	53

RESUMEN

Nuestro proyecto es el DESARROLLO DE MERCADOS INTERNACIONALES PARA LA EMPRESA APÍCOLA APINELLY MEDIANTE UN PLAN DE EXPORTACION DE PRODUCTOS NATURALES DE MEDICINA TRADICIONAL AL MERCADOS CANADIENSE, nos enfocamos en analizar la estructura organizacional, dándole un énfasis empresarial; realizamos el modelo de CANVAS del mercado y examinamos los socios estratégicos, las actividades claves, los recursos, la propuesta de valor, las relaciones con los clientes, canales y segmentos de clientes. La subpartida arancelaria es 17029011 que corresponde azúcares en estado sólido, incl. azúcar invertido y maltosa químicamente pura, y mezclas de azúcar y jarabe de azúcar, con un contenido de fructosa sobre producto seco del 50% en peso, sin aromatizar ni colorear, sucedáneos de la miel, incluso mezclados con miel natural y caramelo (exc. azúcar de caña o de remolacha, sacarosa, lactosa, azúcar de arce, glucosa, fructosa y sus jarabes químicamente puros). Dentro de nuestra propuesta de exportación indicamos el procedimiento logístico del transporte y embarque, la empresa naviera es iContainers, el contenedor es refrigerado de 20 pies con capacidad de 11 pallets (LCL) de 80 x 120 cm y la ruta dura de 15 a 20 días; investigando todo el proceso de la exportación nosotros afinamos en utilizar el incoterm FOB - libre a bordo e indicamos el embarque desde el punto de origen hasta el punto destino. Y finalmente tenemos la proyección financiera, realizamos un análisis de todos los equipos y maquinarias que se necesitaría para cubrir las necesidades para la elaboración del producto, la inversión inicial sería mediante crédito de una entidad financiera del valor de \$50000 al 11% a 72 meses, los gastos operacionales, los sueldos, los costos fijos y variables, costos de exportación, costos de producción tenemos el costo por unidad de \$2,25 y su precio en el mercado nacional sería de \$5,00 y de exportación FOB \$7,00; con esta información logramos las proyecciones de ventas, los estados de resultados y el balance general. Podemos concluir que se ha determinado que Canadá existe una demanda de consumo de miel de abeja y sus derivados, por lo que es un país muy atractivo para exportar.

ABSTRACT

Our project is the DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL MARKETS FOR THE APICULTURAL COMPANY APINELLY THROUGH AN EXPORT PLAN OF NATURAL PRODUCTS OF TRADITIONAL MEDICINE TO THE CANADIAN MARKETS, we focus on analyzing the organizational structure, giving it a business emphasis; We perform the CANVAS model of the market and examine strategic partners, key activities, resources, value proposition, customer relationships, channels, and customer segments. The tariff subheading is 17029011, which corresponds to sugars in solid state, incl. Chemically pure invert and maltose sugar, and mixtures of sugar and sugar syrup, with a fructose content on the dry product of 50% by weight, not flavored or coloured, honey substitutes, whether or not mixed with natural honey and caramel (excl. cane or beet sugar, sucrose, lactose, maple sugar, glucose, fructose and their chemically pure syrups). Within our export proposal we indicate the logistics procedure for transport and shipment, the shipping company is iContainers, the container is a 20-foot refrigerated container with a capacity of 11 pallets (LCL) of 80 x 120 cm and the route lasts from 15 to 20 days. ; Investigating the entire export process, we fine-tune using the FOB incoterm - free on board and we indicate the shipment from the point of origin to the point of destination. And finally we have the financial projection, we carry out an analysis of all the equipment and machinery that would be needed to cover the needs for the elaboration of the product, the initial investment would be through credit from a financial entity of the value of \$50,000 at 11% at 72 months, operating expenses, salaries, fixed and variable costs, export costs, production costs have a cost per unit of \$2.25 and its price in the domestic market would be \$5.00 and FOB export \$7.00; With this information we achieve sales projections, income statements and the balance sheet. We can conclude that it has been determined that there is a demand for consumption of honey and its derivatives in Canada, making it a very attractive country to export.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

En Canadá la falta de abejas debido a los duros inviernos, el tema de la apicultura y la producción de miel de abeja y sus derivados se encuentra en peligro, no solo por la falta de mano de obra en el sector de la apicultura, sino también al cambio climático.

La Radio Canadá Internacional (RCI) (Chapman, 2020) , en su artículo publicado el 2 de julio de 2020, menciona:

“Los pocos apicultores canadienses sufrieron grandes pérdidas de abejas durante el invierno y se vieron afectados por un comienzo de temporada frío y humedad en abril. Si a eso se le agrega que no han podido reponer su suministro de abejas debido al cierre de las fronteras y que tienen menos mano de obra de trabajadores extranjeros temporales, el cuadro de la situación no presagia nada bueno para el futuro de la industria apícola canadiense.

Según la Comisión de Apicultores de la provincia de Alberta el clima más frío de lo normal del invierno pasado tuvo un efecto devastador en la población de abejas llevando a la pérdida de entre 50.000 y 60.000 colmenas.”.

Los duros climas de esta temporada y ahora sumándole lo ocurrido por la pandemia mundial de COVID-19, causó un gran impacto negativo en varias industrias claves. El cierre de las fronteras tanto al ingreso de inmigrantes, así como también restricciones de productos, tiene como resultado un ingreso de paquetes de abejas y reinas mucho menor a lo habitual, ya que estas las traen trabajadores extranjeros que vienen a trabajar en sus colmenares, ocasionando serios problemas para los apicultores canadienses.

Debido a todos estos factores, sobre todo los de las bajas temperaturas, Canadá se ha convertido en uno de los mayores productores de *jarabe de arce*, el cual es extraído del jarabe de xilema del arce azucarero, el arce rojo o los arces negros. La provincia de Quebec es la segunda

más poblada de Canadá, la misma produce el 91% del jarabe de arce para el mundo y uno de los más altos contribuyentes de ingresos fiscales al año, para este país.

Aunque Canadá no mantiene en Ecuador ningún programa de asistencia bilateral, contribuye mediante programas multilaterales y regionales, con proyectos de desarrollo y con iniciativas humanitarias. Algunos de los socios actuales para dicho proceso incluyen a CARE International, al Programa Mundial de Alimentos (PMA) y a la Organización Mundial de la Salud (OMS), así como a otras agencias de las NN.UU. (Canadá, 2020)

Con esta información relevante ante el comercio que existe con el mercado canadiense, y la situación actual del sector apícola en el Ecuador y Canadá, se verificará la oferta y demanda de los productos al sector exportable, los diferentes requerimientos para poder exportar, preferencias arancelarias, que permitirán mayor competitividad de este sector. La investigación permitirá que se expandan los campos de acción ante la exportación de productos apícolas desde el Ecuador.

1.2 Tema

Desarrollo de mercados internacionales para la empresa Apícola Apinelly mediante un plan de exportación de productos Naturales De Medicina Tradicional Al Mercado Canadiense.

1.3 Objetivos

Objetivo General

Identificar las barreras o requisitos de calidad e inocuidad que necesitan los productos naturales para crear un plan de exportación

Objetivos Específicos

- Proponer un plan de exportación para los productos naturales de la empresa Apícola Apinelly como una guía a ser utilizada en el proceso.
- Identificar los requerimientos, necesidades y preferencias que tiene el mercado canadiense con respecto a los productos naturales.
- Determinar las relaciones comerciales existentes entre Ecuador y Canadá, así como las leyes aduaneras existentes en ambos países.
- Elaborar un análisis financiero que permite determinar la factibilidad económica y financiera del proyecto para la empresa Apícola Apinelly

1.4 Justificación

La apicultura es una industria artesanal que en nuestro país aún no se le considera como una parte de la industria, los gobiernos de turno no han establecido aún un control en los procesos de producción y comercialización de la miel de abeja, es por ello que varias empresas apicultoras han ido desapareciendo en el transcurso del tiempo.

La empresa Apícola Apinelly fue creada en el año 2008, en sus inicios solo extraía miel, luego se dedicó a la producción, elaboración y distribución de productos a base de miel pura de abejas, lo que llevó a esta empresa ofertar al mercado medicina natural a bajo costo, permitiéndole expandir su mercado a nivel nacional.

Uno de los beneficios que dispone Apícola Apinelly es el sector donde se encuentra ubicada. La parroquia Uyumbicho conocida porque cuenta con varios recursos naturales, ofrece el lugar propicio para que esta empresa ejerza la actividad de la apicultura y a su vez se desarrolle de manera exitosa.

Debemos mencionar los obstáculos que también se presentan para esta empresa, uno de ellos es la competencia desleal con la distribución de productos adulterados, los cuales se ofertan a menos precios provocando una disminución en la rentabilidad del actual mercado para este sector.

Así como también la falta de capacitación por parte del gobierno para que los microempresarios puedan lanzar sus productos a los mercados internacionales, es así que se piensa en la posibilidad de exportar los productos a Canadá.

En el mundo la tendencia al uso de medicina natural ha ido en aumento, ya que se puede suplir necesidades básicas y aparte tienen un precio asequible para la economía de las personas, en tanto en Europa, Norte América y Australia la utilización de productos tradicionales se ha incrementado en el transcurso del tiempo, dando como resultado que el 70% de la población han utilizado por lo menos una vez este tipo de productos según la Organización Mundial de la Salud.

Los productos apícolas son desconocidos para la gran mayoría de la población, tienen innumerables propiedades y beneficios para el ser humano, protegen contra virus y bacterias, elimina molestias respiratorias y sube las defensas del cuerpo.

En el Ecuador existen una gran variedad de laboratorios que se dedican a la elaborar productos y subproductos que tienen como materia prima la miel de abeja, pero algunos de ellos no cuentan con las certificaciones para poder funcionar, comercializar y pierden la oportunidad de explorar otros mercados como es el mercado en Canadá.

El proceso de exportación permite a las empresas lograr el éxito a mediano y largo plazo, llegar a nuevos mercados es fundamental tanto como mantenerse en los mismos para poder obtener rentabilidad y presencia en los mismos.

El Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG, 2018) menciona:

“Ecuador tiene tremendo potencial para la apicultura con cerca de 1028 apicultores y con 10.780 colmenas catastrada, con lo cual podría proyectarse a ser uno de los primeros productores de miel a nivel de América del Sur. En vista de esto, la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario (Agrocalidad) mantiene un Programa Nacional Sanitario Apícola e incentiva la implementación de Buenas Prácticas apícolas apoyándose en socializaciones y capacitaciones para mantener la calidad su producción, fortalecer al sector y detectar oportunidades de comercialización; además de instruir al consumidor sobre la compra de productos de calidad y aptos para su alimentación.”

“La relación comercial entre Canadá y Ecuador en su mayor parte el comercio de productos agrícolas: frutas tropicales, flores, cacao y mariscos a Canadá; y trigo, lenteja, avena, cebada y arvejas a Ecuador. El comercio bilateral entre Canadá y Ecuador en el año 2019 sumó CAD \$605.6 Millones (USD \$456.4 Millones). En el 2002 entró en vigor el tratado para evitar la doble tributación suscrita entre Canadá y Ecuador.” (Embajada de Canadá en Ecuador, 2022)

La Cámara de Comercio Ecuatoriano Canadiense con sus sedes en Quito y Guayaquil, promocionan el intercambio comercial y cultural entre Ecuador y Canadá.

El internacionalizar un producto permite también un intercambio de información que a la vez permite la creación de nuevos productos, innovación en procesos y desarrollo de las áreas de producción y marketing.

La diversificación de mercados para una PYME como Apícola Apinelly le permite reducir sus riesgos ya que se basarían las ventas en el mercado nacional como el internacional.

La clave en de todo este proceso es poder utilizar al máximo la capacidad instalada de la empresa y así poder reducir al máximo el tiempo que la materia prima permanezca sin ser transformada.

Un reto para las pequeñas empresas como para todos quienes forman parte de las mismas es estar debidamente capacitadas para cumplir con los nuevos requerimientos y expectativas.

1.5 Tipo De Investigación

En este trabajo de investigación se toma en cuenta los conceptos que imparte Bernal, donde el conjunto de aspectos operativos, son la base fundamental para realizar nuestro estudio. Al pasar los años las ramas de investigación se han ido desarrollando, y en la actualidad contamos con los siguientes métodos: hipotético-deductivo, inductivo, deductivo, inductivo-deductivo, analítico, sintético, analítico-sintético e histórico-comparativo.

Lo que busca el método deductivo, es que, a través de teoremas, leyes, postulaciones, etc. se expliquen casos específicos. Sin embargo, lo que busca el método inductivo es que a partir de casos específicos, sus conclusiones podrían ser aplicadas de manera universal. Los objetivos dentro de esta investigación tienen estos dos métodos.

Método Cualitativo

Según Elkatawneh (2016), existen tres tipos de enfoques: cualitativo, cuantitativo y mixto. Un estudio de investigación con enfoque cualitativo utiliza un método inductivo por naturaleza, el investigador se basa en la recolección de datos no estandarizados observando los hechos e interpretando todo desde su perspectiva. El enfoque cuantitativo, deductivo por naturaleza, recolecta información a través de instrumentos y procesos estandarizados por la comunidad científica. El análisis de estos datos trata de explicar el comportamiento de la muestra encajando con las leyes o teoremas existentes.

Este trabajo de investigación tiene un enfoque cualitativo. Según Kuhn (2010), una investigación con enfoque cualitativo fundamenta la información que se obtiene más de las opiniones y palabras que de las cifras. La finalidad de este enfoque es comprender, interpretar y

describir lo observado. Para la investigación nos basaremos en la recolección de datos estadísticos, entrevistas exhaustivas y encuesta a los distribuidores españoles.

Recopilación de Información

En esta investigación se recopilará información que ayude a cumplir los objetivos planteados. La manera en que los datos sean obtenidos, pueden ser fuentes de información primaria o fuentes de información secundaria.

Las fuentes información primaria son todas aquellas donde los datos son originarios de primera mano o de forma directa; es decir, que el investigador observó directamente los hechos. Por otro lado, las fuentes de información secundaria son todas aquellas que no son originales del autor de la investigación, sino que recopila datos de publicaciones u otras investigaciones existentes para soportar la suya (Bernal, 2010).

Análisis descriptivo: Se ha determinado varias metodologías que nos ayudarán a plantear de la forma más eficiente el proyecto de exportación, por lo que la presente investigación se basa en una metodología mixta combinando técnicas de investigación *cuantitativa* y *cualitativa*.

Técnica Cuantitativa. - Es una investigación que se realiza al interior de la empresa, predomina lo individual y propio. En este proyecto se ha realizado entrevistas con expertos en la producción y comercialización de la miel de abeja y sus derivadores, orientados a la internacionalización y la demanda existente en Canadá.

Técnica Cualitativa. - Esta técnica estudia los factores externos, la cual analiza diferentes datos recopilados de algunas fuentes de investigación, estos datos los podemos utilizar para realizar proyecciones, con el objetivo de obtener resultados de muestras globales confiables.

1.6 Población y Muestra

La población para esta investigación será de tipo por conveniencia donde se trata de identificar a las principales empresas importadoras especializadas en farmacopea natural y/o medicina tradicional que se dediquen a distribuir este tipo de productos en Canadá, ya que estas empresas ayudarán a que el producto sea posicionado en el mercado objetivo.

En cuanto a la muestra, esta es pequeña, ya que se investigarán las principales importadoras especializadas en farmacopea natural y/o medicina tradicional que puedan distribuir el producto.

Muestreo probabilístico: para desarrollar este método el investigador utiliza la técnica de muestreo que selecciona unos pocos criterios y al azar elige a los miembros de la población. Esto significa que todos los miembros con este parámetro de selección tienen la oportunidad de integrar parte de la muestra.

Muestreo no probabilístico: En el muestreo no probabilístico, el investigador elige al azar a los miembros de la investigación. Este método de muestreo no es un proceso de selección fijo o predefinido. Esto dificulta que todos los elementos de una población tengan las mismas posibilidades de ser incluidos en una muestra. (Ortega, s.f.)

1.7 Fuentes de Información

Primarias: se obtendrá información de primera mano con los gerentes de las empresas a las que se apunta llegar para conocer su aceptación a los productos naturales y si estarían dispuestos a comprarlos, así como también sus expectativas con los mismos.

Secundarias: se buscará información en revistas de salud buscando identificar tendencias de consumo y preferencias, así como también nos basaremos en datos de la cámara de comercio y demás entidades gubernamentales de Canadá que nos aporten a la investigación.

1.8 Técnicas de Recolección

Metodología Cualitativa Cuantitativa

Estos dos métodos de investigación no se oponen entre sí más bien se complementan pues el cualitativo ofrece cifras de forma general, en cambio la cuantitativa nos da cifras detalladas.

Cuantitativa	Cualitativa
Encuestas	Análisis de documentos
Entrevistas	Archivos
Grupos focales	Autobiografías

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Importancia del Comercio Exterior

El comercio nace ante la necesidad de adquirir bienes y servicios, y esto se lo realiza a través de compradores y vendedores con el fin de llegar a un acuerdo que sea beneficioso para ambas partes.

El comercio exterior es aquel en la que partes de diferentes países intervienen en una negociación, es decir, que participan en mercados del exterior, donde influye sus culturas, costumbres y tradiciones, leyes, lenguaje y regulaciones nacionales. Por lo cual es necesario e importante que en una negociación internacional se analicen estos factores del país con el que se va a relacionar. Esto coadyuvará a determinar si una negociación con ese país es factible o no.

La importancia del comercio exterior se refleja en la estimulación de la economía en los países, así como fomentar el empleo y aumentar la oferta de bienes y su producción. El comercio exterior nos ayuda a vender los excedentes de producción en el país y abastecerse de insumos o productos que no son producidos en el país.

Uno de los beneficios que genera los acuerdos bilaterales y multilaterales, es la oportunidad que las empresas tienen para acceder a una mayor oferta y demanda. Los países pueden acudir a otros, con el fin de obtener recursos de mayor diversidad, sean bienes y/o servicios, y así poder satisfacer sus necesidades. El conjunto de estas acciones entre países da como resultado el comercio internacional.

Así es como los países logran reducir las limitaciones en la disponibilidad de materiales a través del comercio exterior.

De acuerdo a lo mencionado por (Sanchez Baquerizo, Zambrano Barbery, & Bocca Ruiz, 2003, pág. 01)

“El comercio internacional ha sido considerado como uno de los factores de mayor crecimiento en las economías ya que es un método de intercambio de bienes, servicios, conocimiento y tecnología y su influencia en las mismas es grande ya que de él parten muchas fuentes de trabajo y dinamizan dicha economía.”

El comercio internacional también permite a los países avanzar en cuanto a tecnología ya que trae al territorio maquinaria o equipos que no se puede producir en el mismo.

Además, en los negocios internacionales también entran los intercambios de medicamentos, de aquí se derivan las medicinas naturales que son muy importantes en el tratamiento de muchas enfermedades, por tal motivo son muy requeridas en todos los mercados.

2.1.1 Importancia del Comercio Internacional como aporte al PIB

En cuanto al comercio internacional y la economía mundial, (FONDO MONETARIO INTERNACIONAL, 2001) manifiestan que:

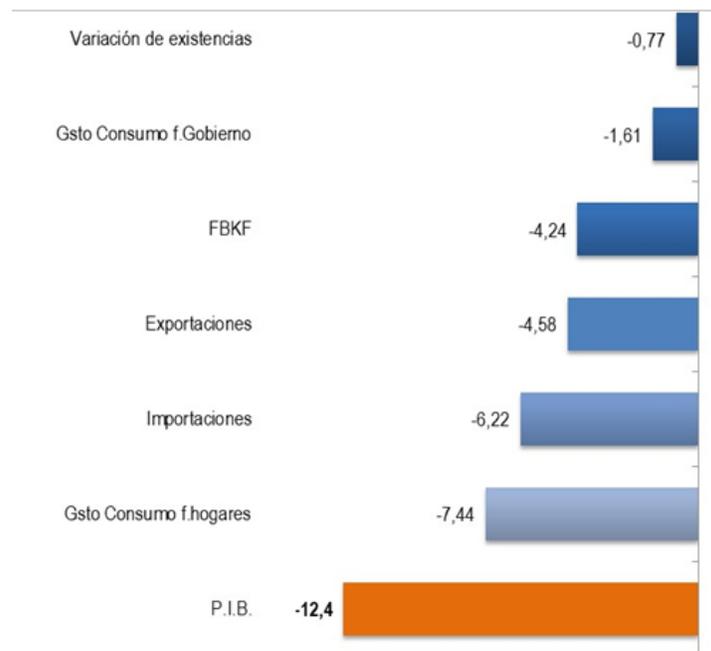
“La integración a la economía mundial es una valiosa herramienta para la promoción del crecimiento económico, el desarrollo y el alivio de la pobreza a nivel nacional. En las dos últimas décadas, el comercio mundial registró un promedio del 6% anual, o sea el doble del producto mundial. Sin embargo, ha sido un motor de crecimiento desde mucho antes. Desde la creación del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) en 1947, el sistema de intercambio mundial se ha beneficiado de ocho rondas de liberalización multilateral, además de la liberalización unilateral y regional. De hecho, la última (llamada "Ronda Uruguay" y concluida en 1994) condujo a la fundación de la Organización Mundial del Comercio, encargada de administrar el creciente número de acuerdos comerciales multilaterales.”

En la actualidad los datos según el (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2020) demuestran que:

“la suspensión de las actividades productivas en el país debido a la pandemia del covid-19 afectó negativamente a la economía ecuatoriana. Según datos de las Cuentas Nacionales publicados este día por el Banco Central del Ecuador (BCE), en el segundo trimestre de 2020 el Producto Interno Bruto (PIB) decreció en 12,4% con respecto a igual período de 2019, la mayor caída trimestral observada desde el 2000. El PIB totalizó USD 15.790 millones en términos constantes y USD 23.550 millones en valores corrientes.

Sin embargo, este decrecimiento experimentado por Ecuador fue menor al que sufrieron otros países de la región en el segundo trimestre de 2020, como Chile, cuya contracción fue de -14,1%; Colombia, -15,7%; México, -18,7%; Argentina, -19,1%; y Perú, -30,2%.”

Ilustración 1 2020.II Contribuciones Absolutas a la Variación Inter-Anual del PIB



Fuente: Banco Central del Ecuador

Exportaciones e importaciones

Según el Banco Central en el segundo trimestre de 2020 las exportaciones de bienes y servicios disminuyeron 15,7% respecto al segundo trimestre de 2019. Cabe destacar que, pese al impacto del covid-19 en el contexto internacional, algunos productos ecuatorianos tuvieron un

desempeño positivo en sus ventas externas anuales: camarón elaborado, 8,1%; banano, café y cacao, de 3,2%; otros productos alimenticios diversos, de 0,2%, entre otros. Además, que las importaciones, decrecieron en 20,8%. Entre los productos que presentaron una mayor caída destacan: aceites refinados de petróleo, -22,6%; productos químicos básicos, -11,7%; maquinaria, equipo y aparatos eléctricos, -18,5% y productos de metales comunes, -5,8%.

2.1.2 El Sistema Dolarizado en el Ecuador

En la Nota Técnica No. 82 publicada por el Banco Central del Ecuador “20 años de Dolarización: Análisis del Sector Externo”, en una de sus partes indica, que: en el caso del Ecuador, al ser una economía dolarizada los resultados del sector externo son fundamentales para la liquidez que requiere la economía para su normal funcionamiento, así como para la sostenibilidad del esquema monetario. Por ello los gobiernos, a lo largo del tiempo han debido incentivar aquellos rubros que permiten el ingreso de divisas a la economía, como es la promoción de exportaciones e inversiones, la reducción de importaciones o su sustitución con producción nacional, la emisión de deuda para el financiamiento de infraestructura necesaria para el desarrollo. Este flujo positivo hacia la economía debería contrarrestar el pago de importaciones públicas (principalmente combustibles) y privadas, el pago del intereses y amortización de deuda externa pública y privada, así como de la renta pagada por las inversiones.

Vale la pena considerar además que la dolarización, si bien trajo menor incertidumbre y permitió a los agentes tener un horizonte de planeación de mayor plazo, a su vez introdujo rigideces en la gestión de las políticas monetarias y comerciales, vía la ausencia de política cambiaria con la imposibilidad de modificar la paridad. Los países vecinos y competidores tienen la facultad de permitir una pérdida de valor de su moneda frente al dólar, y de esa manera relajar la presión sobre su cuenta corriente, otorgando una ganancia de competitividad, frente al producto ecuatoriano que por el contrario se encarece. De allí la necesidad de un mayor control de los precios internos y la búsqueda de eficiencia y de una agenda nacional que permita mejorar la competitividad internacional de la oferta exportable.

Por ello, dentro de este esquema monetario es indispensable fortalecer las actividades proveedoras de divisas, como es la exportación de bienes y servicios. Por supuesto, esto no implica descuidar la estructura productiva interna; de hecho, la promoción de la producción para exportación debe articularse con el fortalecimiento de las estructuras productivas internas. Esto permitirá crear sinergias para una mayor conexión del sector exportador con el resto de la economía nacional, a fin de evitar la aparición de los clásicos enclaves productivos que impiden el desarrollo del país en su conjunto.

Merece atención en el sector externo un tema final, pero no menos importante como es el de la sostenibilidad del sector externo, referido a la capacidad que tiene el país para cumplir con los compromisos adquiridos con el exterior y considera la evolución futura de ingresos externos (exportaciones de bienes y servicios, remesas, IED, entre otros), así como la de los gastos (servicio y amortización de deuda, pago de importaciones de bienes y servicios, entre otros), descontada en el tiempo a fin de contar con un valor actual.

El análisis de la sostenibilidad es necesario con el fin de monitorear la eficacia de las políticas económicas. Eventuales desequilibrios externos podrían afectar seriamente la capacidad de pagos futura de créditos internacionales o el financiamiento de inversiones o importaciones. De esta manera, recurrentes déficits fiscales en particular, podrían generar problemas de financiamiento en el mediano plazo, pudiendo generarse requerimientos mayores de endeudamiento externo, ante lo cual sería necesario establecer determinados ajustes en las políticas económicas a fin de cubrir el pago de capital o intereses.

El carácter pro-cíclico de estos eventos (déficit, ajuste, impacto en la economía y en el desarrollo) hace necesario que además de la gestión de sostenibilidad externa, se definan mecanismos que permitan que los períodos de excedentes de recursos (fiscales o externos) financien aquellos en los que los ingresos disminuyen, y de esta manera se reduzcan los períodos de volatilidad, y un crecimiento estable.

Existe al momento el proyecto del Tratado de Libre Comercio entre Ecuador y Canadá, basado en las relaciones bilaterales que han existido entre estos dos países a lo largo del tiempo. De acuerdo al artículo del Gobierno de Canadá (Government of Canada, s.f.) menciona:

“estas relaciones han sido guiadas por valores, incluso un compromiso con la Prosperidad, la Democracia, los Derechos Humanos y un fuerte intercambio en Educación.

Las empresas canadienses lideran las inversiones en el sector minero de Ecuador y están presentes en el sector petrolero privado. El gobierno de Canadá, a través de la Canadian Commercial Corporation (CCC) actuó como el contratista principal responsable de la construcción del Aeropuerto Internacional de Quito con un costo de \$ 650 millones de dólares.

Las Cámaras de Comercio Ecuatoriano Canadiense (sedes en Quito y Guayaquil) promocionan el intercambio comercial y cultural entre Ecuador y Canadá, factores que son positivos para el proyecto.”

2.1.3 Datos Generales del Ecuador

Del 2007 al 2013 los principales exportadores de miel de abeja fueron: Estados Unidos e Italia con un porcentaje del 75% y 25% respectivamente, además de Canadá, Bélgica, España y Francia.

Según el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, la balanza comercial no petrolera, los principales productos de exportación e importación y turísticos del Ecuador se detallan en la siguiente imagen:

Ilustración 2 Productos de exportación, importación y turismo

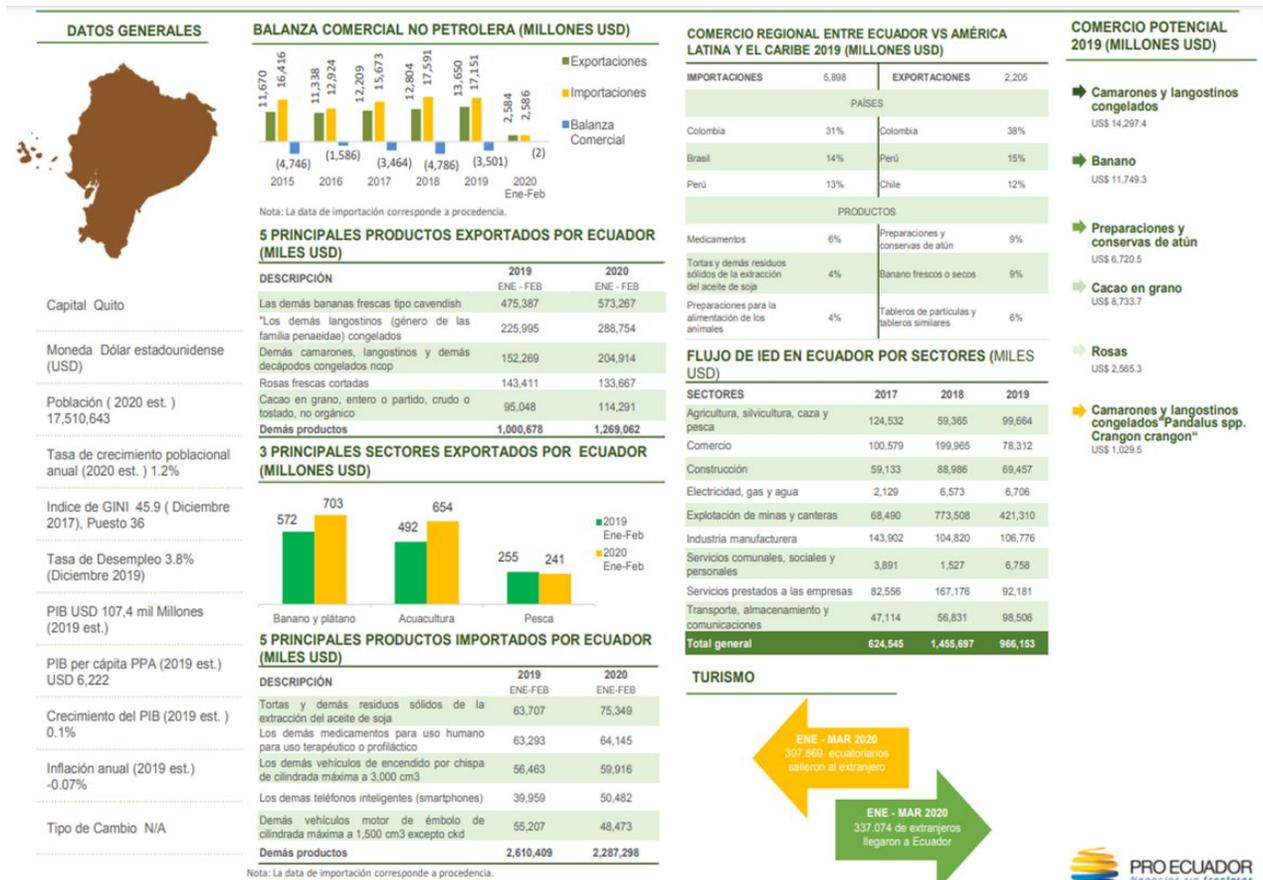


Figura 1: Productos de exportación, importación y turismo
Fuente: Banco Central del Ecuador

En esta imagen es importante destacar que la miel de abeja y sus derivados, han sido de poca exportación por Ecuador, sin embargo, cabe resaltar que existen oportunidades para realizar exportaciones de miel de abeja, ya que Ecuador cuenta con las condiciones climáticas e instrumentos favorables para la exportación de los medicamentos naturales a estos países que se han mencionado con anterioridad.

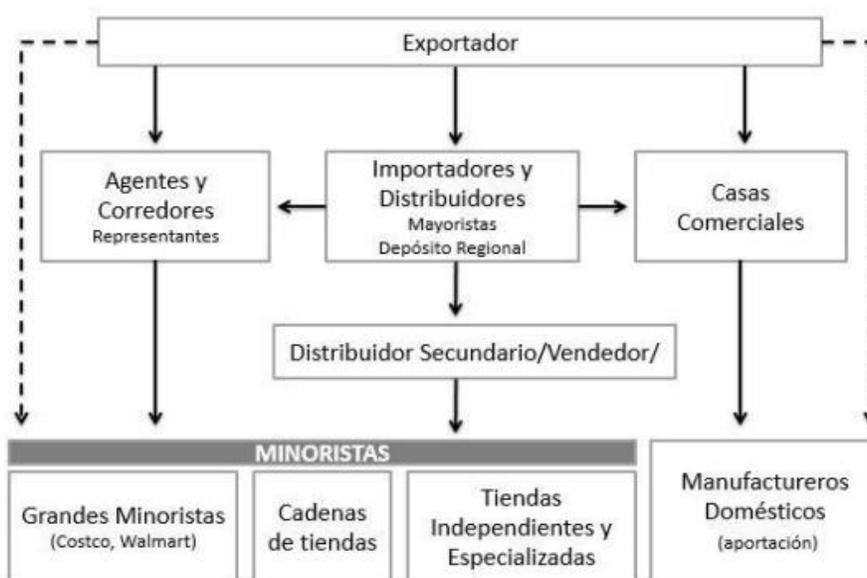
2.1.4 Formas de Exportación

Debemos recalcar que la exportación ofrece muchas ventajas: una de ellas es la fuente de ingresos al país, también la capacidad productiva aumenta en eficiencia, al exportar ya no

dependen del mercado nacional y otorga reconocimiento a nivel internacional del producto local. Sobre este concepto se sugiere que se utilice la Exportación indirecta.

Exportación indirecta. - Los exportadores que deseen incursionar en el mercado canadiense deben decidir entre exportar directamente a un importador, distribuidor o minorista en Canadá o indirectamente usando intermediarios como distribuidores, corredores y agentes o casas comerciales. Cada opción tiene ventajas y desventajas. Todo lo contrario, al obtener experiencia, podemos optar por exportar directamente a los compradores, incluyendo minoristas y consumidores. (CANADA, 2015)

Ilustración 3 Cadena de Exportación Indirecta



Fuente: (CANADA, 2015)

2.2 Principales Productos de Exportación del Ecuador

Dentro los productos exportados más importantes para Ecuador, según (PRO-ECUADOR, 2020) son:

“el petróleo como producto líder, seguido por langostinos congelados, camarón, banano, rosas y cacao, y los descriptos a continuación:

- Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación.
- Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos.

- Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías.
- Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos.
- Plantas vivas y productos de la floricultura.
- Cacao y sus preparaciones.
- Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera.”

Según el Ministerio Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, en enero de 2021, se generaron \$108,9 millones menos de ingresos producto de las exportaciones de productos no petroleros.

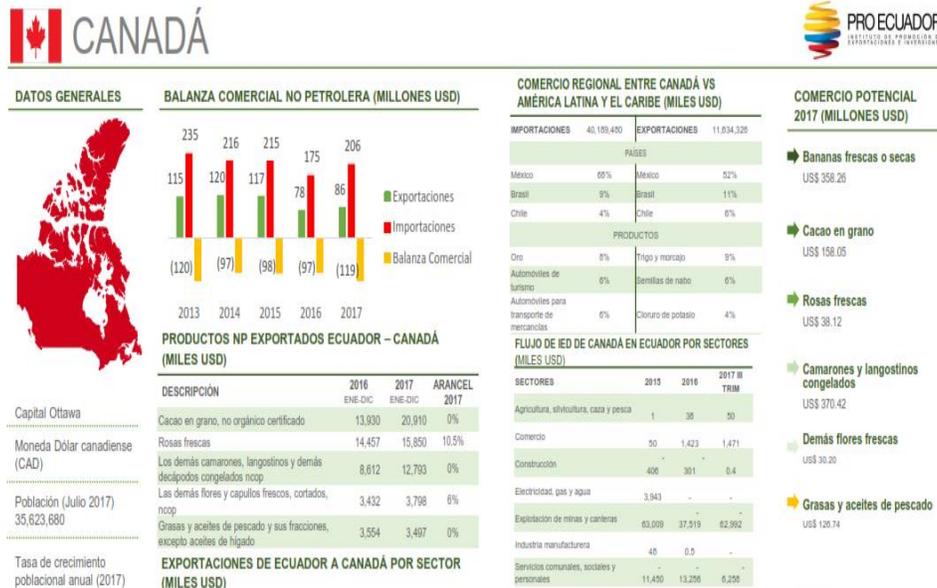
Se debe tomar en cuenta que las exportaciones han decaído por el motivo que es de conocimiento público, *la pandemia*, y mientras esta dure habrá restricciones lo que provoca esta disminución, el tipo de productos que deseamos exportar no solo se distribuirán a las tiendas de productos naturistas sino también a los supermercados.

Cabe mencionar que en el sector al que se encuentra dirigido este proyecto no sería afectado, dado que se trata de medicina natural, se convertiría en un aliado para la exportación de los productos que se ofertan.

2.2.1 Productos exportados a Canadá

Debemos mencionar que los acuerdos entre Ecuador y Canadá “son acuerdos aislados que las han acercado, como el tratado para evitar la doble imposición, que rige en la actualidad. En 2018 el flujo de inversiones canadienses hacia Ecuador fue de USD 196 millones, mientras que entre enero y junio de 2019 alcanzaron los USD 134 millones, según el Banco Central del Ecuador (BCE)”. “Caleb McLean, presidente de la Cámara de Comercio Ecuatoriano-Canadiense, explica el proceso se debe seguir para concretar un acuerdo comercial y qué significaría un gran paso para las dos economías.” (Primicias)

Ilustración 4 Ficha Técnica de Canadá 2020



Fuente: Ficha técnica de Canadá – 2020 Pro Ecuador

En la siguiente descripción se demuestra los países que tiene el Ecuador como principales compradores y destinos a los que se exportan los productos, los montos y el crecimiento que se ha obtenido hasta enero 2021:

Ilustración 5 Exportaciones No Petroleras

Rubro	Valor FOB enero - octubre 2021 Millones de USD	Crecimiento enero - octubre 2021	Principal destino
Camarón	4.174	32% ▲	China
Banano y plátano	2.892	-7% ▼	Unión Europea
Enlatados de pescado	1.060	7% ▲	Unión Europea
Flores naturales	766	10% ▲	Estados Unidos
Cacao y elaborados	722	2% ▲	Unión Europea
Madera y elaborados	474	-31% ▼	China
Atún y pescado	303	11% ▲	Estados Unidos
Aceites vegetales	155	22% ▲	Colombia
Brócoli	126	0,4% ▲	Japón
Jugos y conservas de frutas	93	7% ▲	Estados Unidos

Fuente: BCE

Fuente: Expordata diciembre 2021

2.3 Importancia de los Productos Naturales

Producto natural: Son aquellos productos que se derivan directamente de una planta, animal o mineral.

En este proyecto uno de los productos naturales que nos brinda la naturaleza es la *miel de abeja*, producto que ofrece grandes beneficios para nuestro cuerpo y nuestra salud en general, ya que estudios han confirmado a la miel como fuente de energía, debido a su estimulación en la formación de glóbulos rojos por su ácido fólico, así como el aumento en la producción de anticuerpos.

Producto sintético o artificial: Son aquellos productos que se derivan de una planta, animal o mineral pero que han sido manipulados por el ser humano.

En la coyuntura global actual la medicina natural se ha visto como un elemento muy importante ya que se la utiliza para curar algunos tipos de enfermedades, entre ellas se la utiliza para curar o aliviar problemas derivados del coronavirus, motivo por el cual en el Ecuador las empresas que tienen este giro de negocios han registrado un crecimiento de hasta el 40% en sus ventas en plano nacional, en el plano internacional exportan a Estados Unidos, México, Chile y Honduras.

2.4 Clasificación de Productos Naturales

De acuerdo con el Instituto DYN (INSTITUTO DYN, 2019), clasifica los productos en:

“Productos ecológicos: son aquellos que están compuestos de elementos que provienen de la naturaleza, no modificados genéticamente ni tratados con químicos en el proceso de elaboración. Por tanto, los productos naturales pueden ser eco siempre y cuando no hayan sido manipulados ni fabricados con químicos y obtengan la certificación ecológica correspondiente.

Producto orgánico: es el que está libre de transgénicos y plaguicidas u otros añadidos químicos o artificiales empleados en su manipulación. No obstante, hay que aclarar que, a pesar de que no contengan químicos, pueden haber sido manipulados genéticamente.”

Como ejemplos de producto orgánico tenemos:

- Petróleo: Es un aceite mineral compuesto en mayor parte de hidrocarburos insoluble en agua.
- Jabón
- Azúcares: Nacen o se originan de la fotosíntesis de las plantas.
- Edulcorantes: Proporcionan un sabor dulce a los alimentos. Algunos ejemplos son la caña y remolacha, miel, lactosa y galactosa.
- Fármacos: Sustancia que tiene fines curativos. Por ejemplo: antiinflamatorios, diuréticos, sedantes, antivirales, etc.

CAPITULO III

RESULTADOS INVESTIGATIVOS

3.1 Identificación del problema a investigar

El desconocimiento del mercado canadiense y gustos que tienen los consumidores, es una desventaja que genera un riesgo en la exportación, ya que no conocemos la aceptación del producto a exportar como es la miel de abeja y sus productos medicinales.

Otro problema es el desconocimiento del producto de la competencia. Proveedores ya establecidos en la exportación de miel de abeja en Canadá, como son Australia por más de 10 años en el mercado y Estados Unidos, ambos países tienen una participación fuerte tanto en la exportación de miel de abeja como en la exportación de abejas reinas.

3.2 Determinación del tipo de diseño de investigación

El diseño de investigación es descriptivo, debido a que se realizan procesos comerciales de complemento alimenticio en jalea a base de tres elementos: miel, jengibre y propóleo en el mercado de Canadá, además de vincular variables con objeto de que los resultados arrojados sean los deseados. Para efectuar este proyecto de tesis se puso en práctica varios métodos, técnicas y herramientas.

En la presente investigación se limitará a identificar si existe un nicho de mercado en Canadá para personas que consuman medicamentos naturales sobre todo a base de miel de abeja y requieran de medicación por enfermedades respiratorias. Así como también se tomarán los datos que cubran un período de investigación desde octubre y noviembre del 2020. El proyecto se aplica a bases tanto conceptuales como teóricas: la ventaja comparativa, ventaja competitiva, ventaja absoluta, ventaja relativa, y detallar la *Matriz Ansoff* para cimentar con teorías y resultados el trabajo de investigación.

3.3 Contenido del informe de Investigación

3.3.1 Ficha Técnica

Tabla 1 Ficha Técnica

FICHA TECNICA	
Grupo Objetivo	Muestra
Conocer empresas que distribuyan productos orgánicos	138,9
Tipo de investigación	Margen de error
Descriptiva	7%
Metodología de investigación	Nivel de confianza
Método Descriptivo	90%
Técnica	Diseño muestral
Páginas web	Método no Probabilístico
Universo	Cobertura geográfica
1,65	Toronto Canadá
	Fecha de campo
	Del 10 de octubre al 10 de noviembre del 2021

Figura 3: Ficha Técnica

Elaborado Por: Alexandra Rivera, Luis Paspuel

3.4 Nivel de Confianza

El nivel de confianza es del 90%

3.5 Método de Muestreo

El método de muestreo será el Método no Probabilístico

3.6 Objetivos

3.6.1 General

Recopilar información que permita establecer planes estratégicos para ingresar al mercado canadiense.

3.6.2 Específico

Conocer empresas que sean importadoras para tiendas especializadas en farmacopea natural y/o medicina tradicional a base de miel de abeja, en el mercado canadiense, y así poder establecer posibles negociaciones.

Además, se analizarán temas tales como:

- **Análisis del Consumidor.** - Una vez identificado el mercado, analizaremos a los consumidores para saber de manera más detallada las necesidades que presentan. Una vez recolectados los datos se efectúa una campaña de mercadotecnia para mejorar la demanda tanto a corto como a largo plazo.
- **Desarrollo de Productos.** - siempre se debe mantener la mejora en nuestros productos, desarrollar nuevos e innovar los existentes. Para poder mantenernos en el mercado ya que la competencia es constante, las etiquetas son importantes ya que brindan al cliente la información necesaria de los beneficios del producto al cliente y siempre conste la frase “producto orgánico”.
- **Fijación de Precio.** - mantener precios competitivos en el mercado, donde el cliente que por un producto de alta calidad pagará el precio justo, ya que queremos llegar a los diferentes niveles de mercado.
- **VENTAS Y DISTRIBUCIÓN.** - nuestro agente de venta se encargará de la venta y distribución, además de la publicidad para captar a más clientes, en el menor tiempo posible.

CAPÍTULO IV

LA EMPRESA

4.1 Datos Informativos de la empresa

El negocio nace en el 2008, en el pueblo de Uyumbicho, cantón Mejía provincia de Pichincha luego de tres generaciones de apicultores los esposos José Nasimba y Nelly Suintaxi se dedicaban a la producción y venta de miel de abeja, pero esta actividad la ejercían sin ningún registro ni ninguna marca. Entonces se dan cuenta de la gran acogida de los productos naturales y deciden crear su marca y a la vez su empresa “Apícola Apinelly”.

Uno de los beneficios que dispone Apícola Apinelly es el sector donde se encuentra ubicada. La parroquia Uyumbicho conocida porque cuenta con varios recursos naturales, ofrece el lugar propicio para que esta empresa ejerza la actividad de la apicultura y a su vez se desarrolle de manera exitosa.

Apícola Apinelly a lo largo del tiempo se ha dedicado a la producción, elaboración y distribución de productos a base de miel pura de abejas, con el objetivo de brindar una vida más saludable a sus consumidores, ya que sus productos finales están elaborados a base de productos naturales como el propóleo. Este producto elimina molestias respiratorias, protege contra virus y bacterias y aumenta las defensas del organismo.

4.1.1 Misión

Ser una empresa ecuatoriana en constante innovación que se dedica a la producción y comercialización de medicina natural a base de miel de abeja para mercados nacionales e internacionales.

4.1.2 Visión

Ser una empresa líder y con prestigio internacional en cuanto a la elaboración, comercialización y exportación de medicina natural a diferentes mercados.

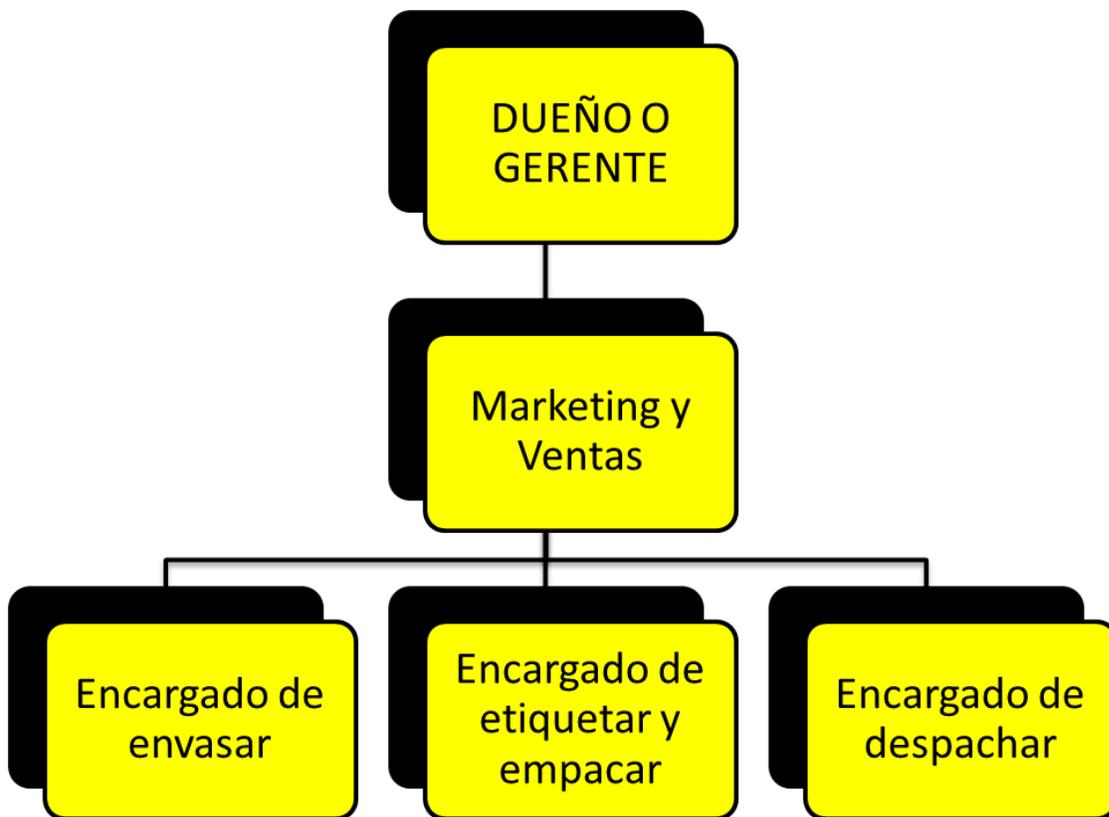
4.1.3 Valores

Respeto: es la base en toda relación, especialmente laboral ya que se dice que debes tratar a otra persona como te gustaría que te traten.

Responsabilidad: de este valor parten otros que son fundamentales como la puntualidad, la disciplina y el cumplimiento de las labores.

4.2 Organigrama

Ilustración 6 Organigrama



Elaborado por: Alexandra Rivera, Luis Paspuel

4.3 Estructura Funcional

Cargo:	Dueño o Gerente
Perfil:	Ing. En Administración, Agropecuario, Contabilidad, Economía, afines.
Experiencia:	2 años en manejo de empresas y exportaciones
Competencias:	<ul style="list-style-type: none">- Buen trato- Capacidad de Liderazgo- Trabajo en equipo- Capacidad de resolución de conflictos- Pensamiento estratégico
Funciones:	<ul style="list-style-type: none">- Representar jurídica y legalmente a la microempresa- Buscar nuevos nichos de mercado- Realizar alianzas estratégicas- Aprobar y firmar estados financieros- Buscar financiamiento para la microempresa- Firmar contratos con los trabajadores- Firmar convenios con clientes y proveedores- Solucionar conflictos internos y externos competentes a la microempresa- Representar como patrono de los trabajadores ante el IESS y Ministerio de Trabajo- Fomentar el trabajo en equipo

Cargo:	Encargado de envasar
Perfil:	Bachiller
Experiencia:	No requerido
Competencias:	<ul style="list-style-type: none"> - Buen trato - Trabajo en equipo - Responsabilidad - Puntualidad
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> - Envasado o embotellamiento - Aplicar las técnicas correctas - Conservar las normas de higiene - Trabajar en equipo

Cargo:	Encargado de Empaquetado y Etiquetado
Perfil:	Bachiller
Experiencia:	2 año en cargos similares
Competencias:	<ul style="list-style-type: none"> - Buen trato - Trabajo en Equipo - Responsabilidad - Puntualidad
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> - Empacar los productos - Rotular las cajas correctamente - Registrar la información requerida - Trabajo en equipo

Cargo:	Encargado de Despachar
Perfil:	Bachiller
Experiencia:	2 año en cargos similares
Competencias:	<ul style="list-style-type: none"> - Buen trato - Trabajo en Equipo - Responsabilidad - Puntualidad
Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> - Recepción de la mercancía - Registro informático - Control de la mercancía - Despachar pedidos de productos o entregas

5.1 Ficha Técnica

PRODUCTO:	Propomiel
Presentación:	Frasco de vidrio tipo III
Nombre científico:	Complemento Alimenticio en jalea a base de miel
Composición:	Miel de abeja, alcohol, resina de propóleo, Jengibre

DESCRIPCIÓN:

Frasco de vidrio tipo iii color ámbar con tapa de polipropileno (pp) twist Off de 55 mm de diámetro de color amarillo, con banda de seguridad de Polivinilcloruro (pvc) termoencogible.

Ilustración 7 Descripción del producto



5.2 Características Físico Químicas:

PARAMETRO	ESPECIFICACIÓN
Acidez libre	15meq/kg
Humedad	16,5%
Color	38mm
HMF	15mg/kg

5.3 Características Microbiológicas:

PARAMETRO	ESPECIFICACIÓN
Mesófilos totales	860 UFC/g
Mohos y levaduras	Ausencia
Coliformes totales	Ausencia
Salmonella sspp	Ausencia
Clostridios sulfito reductores	Negativo

5.4 Características Físicas

PARAMETRO	ESPECIFICACIONES
Envase	Frasco de vidrio Tipo III con tapa de polipropileno Twist Off
Color	Ámbar
Seguridad	Banda de seguridad Polivinilcloruro (PVC)
Diámetro	55 mm
Valor Adicional	Termoencogible

5.5 Modo de Empleo: tomar tres veces al día, treinta minutos antes de cada comida, diluir en agua, infusiones, leche, etc. La dosis recomendada depende de la edad:

Niños de 2 a 5 años: 2 cucharaditas al día.

Niños de 6 a 8 años: 3 cucharaditas al día.

Niños de 9 a 12 años: 2 cucharadas al día

Adultos: 3 cucharadas al día.

VIDA UTIL: Un año, almacenado en ambiente fresco y seco.

5.6 Información Nutricional:

	Cantidad por porción
Vitamina C	93,1%
Vitamina A	2,94%
Vitamina B	1,96%
Suplemento dietéticos naturales	1%
Aceite de Camelina, rico en Omega 3 m	1%

5.7 Barreras sanitarias del Sector apicultor en el Ecuador.

Debemos iniciar con la descripción del producto para exportar, así como también describir los requerimientos sanitarios:

Propóleos. Producto compuesto de sustancias resinosas, gomosas y aromáticas, ceras, aceites esenciales, polen y microelementos, de consistencia viscosa, elaborado por las abejas (*Apis mellifera*) a partir de ciertas especies vegetales, que son transportadas al interior de la colmena y modificadas parcialmente con sus secreciones salivales. La composición de los propóleos puede variar, según las fuentes vegetales de origen, y de su función específica dentro de la colmena.

Balsámico. Aroma propio de las resinas vegetales (por ejemplo: pino, eucalipto, etc.). (INEN, 2015)

Para el sector apicultor del país el nivel sanitario impide brindar garantías en la calidad de miel. Dado que la apicultura ecuatoriana se ha visto afectada por enfermedades y plagas en las colmenas tales como:

Tabla 2 Enfermedades y Plagas de la colmena

Nombre	Características
Varroasis	Principal problema sanitario al que se enfrenta el sector a nivel mundial. Que puede generar la pérdida total de colmenas. Las abejas afectadas tienden a vivir la mitad de su tiempo normal de vida. La producción de miel se puede reducir hasta en 65% dependiendo de ciertas condiciones.
Escarabajo de la colmena	Escarabajos carroñeros que se alimentan de crías, polen y miel de colmenas infestadas. Efectos: disminución de la población provocada por la muerte de las crías, fermentación de la miel y destrucción de la colmena
Loque americana	Una de las enfermedades bacterianas y contagiosas más severa debido a su alto grado de patogenicidad y virulencia. Afecta a las crías que mueren en el panal convirtiéndose en una masa oscura que desprende un olor desagradable.
Loque europea	Enfermedad bacteriana y contagiosa que se desarrolla por la debilidad genética o mala nutrición de algunas larvas. El patógeno no es tan resistente como en la Loque americana por lo que las colonias rara vez mueren.
Nosemosis	Enfermedad provocada por hongos, que especialmente afectan a las abejas adultas. Principalmente se manifiesta por encierros prolongados de las abejas dentro de la colmena (enfermedad del colapso). Provoca desórdenes digestivos en las abejas y acortan el periodo de su vida

(Machado Espinosa, 2021)

Es por ello que los apicultores se ven obligados a la aplicación de medicamentos químicos lo que provoca que la miel pierda sus propiedades originales, contaminándola y por ende pierde la posibilidad de ser exportada a los mercados europeos, Estados Unidos, entre otros.

5.7.1 Requisitos Sanitarios en Ecuador

Requisitos generales

Los materiales para realizar el proceso de recolección del propóleo deberán estar totalmente limpios, es decir, libres de cualquier tipo de contaminación.

El propóleo no debe tener impurezas. Durante la inspección del propóleo, se debe tener en cuenta la presencia de un olor característico del producto (resinoso o aromático), además el

sabor varía de suave y balsámico a fuerte y picante, dependiendo del origen, ya sea botánico o geográfico.

5.7.1.1 Requisitos específicos

Requisitos físico-químicos. El propóleo debe presentar los requisitos físicos y químicos que se mencionan en la siguiente tabla.

Tabla 3 Requisitos Físicos y Químicos

REQUISITO	UNIDAD	Mín.	Máx
Pérdida por calentamiento	% ^a	-	10,0
Cenizas	%	-	5,0
Sustancias extraíbles en n-hexano (ceras)	%	-	35,0
Sustancias solubles en etanol	%	35,0	-
Impurezas mecánicas	%	-	25,0
Compuestos fenólicos totales, expresados como ácido gálico	%	5,0	-
Flavonoides	%	1,0	-
Índice de oxidación	s	-	22
Espectro de absorción al UV	nm	270	315
^a Porcentaje de fracción de masa			

Fuente: Servicio Ecuatoriano de Normalización

A partir del documento de la Norma Técnica Ecuatoriana (INEN, 2015), “*Productos de apicultura, propóleos, requisitos*”, se presentan varios conceptos principales:

Aditivos. No se debe agregar aditivos de ningún tipo al propóleo.

Contaminantes. El propóleo no debe tener metales pesados en cantidades superiores al máximo permitido en la NTE INEN-CODEX 193.

Residuos de plaguicidas. El propóleo no debe tener residuos de plaguicidas en cantidades superiores al máximo permitido en la NTE INEN CODEX CAC/MRL 1.

Residuos de antibióticos y medicamentos veterinarios. Los límites máximos de residuos de medicamentos veterinarios para serán los establecidos en la NTE INEN CODEX CAC/MRL 2.

Requisitos complementarios. El almacenamiento se debe llevar a cabo en un lugar fresco y seco.

INSPECCIÓN

Muestreo. El muestreo debe realizarse de acuerdo con la NTE INEN 1631.

Aceptación o rechazo. Se acepta el producto si cumple con los requisitos indicados en esta norma, caso contrario se rechaza.

ENVASADO

El propóleos debe ser envasado en recipientes inocuos y seguros, que no alteren las características y composición del producto. Además, el envase debe dar al producto una protección adecuada respecto de la humedad y la temperatura excesiva. El envasado de propóleos debe efectuarse en envases opacos para que la incidencia de la luz sea menor.

ROTULADO

En todos los envases debe constar, la siguiente información:

- a) nombre del producto,
- b) marca comercial,
- c) identificación del lote,
- d) razón social de la empresa,
- e) masa nominal en unidades del SI (en gramos)

Una vez que se ha obtenido las licencias y certificaciones respectivas, se procederá a realizar el contacto con los importadores o sus gentes canadienses, los cuales con los primeros filtros que vamos a pasar, dado que ellos pueden solicitar una visita a las instalaciones de producción del proveedor para evaluar nuestra capacidad de producción. Ellos se van a asegurar la calidad de las instalaciones previamente a concretar una relación comercial sólida. Durante el primer contacto con el proveedor nuevo posiblemente nos solicite muestras cotizaciones de diferentes cantidades que pueden variar desde 1.000 hasta 50.000 unidades, siempre representarán grandes cantidades dado que a mayor cantidad mayor descuento. Manejan un mercado que oferta descuentos desde un 5% hasta un 20%, según sea el volumen de compra y su negociación.

Es por ello que los proveedores deben mantener una excelente comunicación con los compradores durante el proceso de pre, venta y post venta. Además, que los compradores siempre

buscan proveedores que brinden confiabilidad, experiencia, competencia, habilidades para mantener un buen servicio, además de que sean capaces de mantener una relación comercial a largo plazo.

Por lo general el importador le da a conocer a su proveedor sus requerimientos tanto de tamaños, variedades, que se podrían vender mejor, las condiciones en las que el producto debe llegar, es por ello que las muestras son necesarias las mismas podrán determinar el interés de los mayoristas o minoristas tienen para comercializar el producto.

5.8 Obstáculos Técnicos al Comercio No Fitosanitario

Según El Reglamento Técnico Ecuatoriano (INEN, 2015), “*Cantidad de producto en preempacados/preenvasados*”, establece los requisitos metrológicos, métodos de prueba y procedimientos para la verificación de los contenidos netos de productos preenvasados y preempacados nacionales e importados, estos valores se ven representados en unidades de masa o volumen, con la finalidad de evitar prácticas que puedan inducir a error o engaño a los consumidores.

Según Agrocalidad no hay empresas en el país que tengan productos con certificación orgánica debido a que no cumplen con lo establecido en la Normativa General de Producción Orgánica del Ecuador, ya sea éste un producto de origen fresco o procesado debe cumplir con lo establecido en la normativa para ser considerado como orgánico y se pueda comercializar (exportar) como orgánico. (Pacheco, 2020)

CAPITULO VI

MERCADEO

6.1 Antecedentes

Según (Ortiz, 2017) en la revista de NMnoticias.ca menciona que, la población canadiense para el año 2017 fue de 36'508,003 de habitantes y la población de Toronto del mismo año fue el de 5'928.040 habitantes". Así mismo, González (2017) en la revista TFO Canadá señala que las importaciones de productos orgánicos para el año 2016 fueron de \$ 8.7 mil millones con el crecimiento del 1.4% PIB en Canadá.

Se considera que la ciudad de Toronto consume productos orgánicos, toda vez que se hayan asegurado del contenido del producto, al verificar que el producto no contenga de químicos o sustancias perjudiciales, de esta manera cuidan de la salud de sus habitantes.

Desde el 1 de enero del 1995, Canadá es reconocido por la OMC Organización Mundial del Comercio, como uno de los primeros países en importaciones a nivel mundial. Por lo que gracias a esa unión con la OMC la política comercial canadiense está basada en el respeto de convenios comerciales con otros países como Ecuador, Colombia entre otros. Así mismo, desde el 21 de enero 1995 Ecuador forma parte de este grupo, información obtenida del Diario El Comercio en la que menciona que el Ecuador es uno de los 21 países que optó por su adhesión a la Organización. Además, fue el primer país del mundo en negociar su ingreso a la OMC sin haber sido miembro del GATT". (Ortiz, 2017)

6.2 Modelo Operativo Plan De Negocios

En este proyecto se analizarán varias metodologías de investigación, lo cual nos permitirá obtener una visión clara de la viabilidad del proyecto y poder aplicar un modelo de negocio estable.

En el Modelo de Negocio CANVAS. El doctrinario y catedrático (Osterwalder, 2004), indica que "importante justificar que aparte de desarrollar el modelo metodológico CANVAS, esta investigación ha perfeccionado el modelo antes dicho en el modelo CANVAS X, que aborda

ciertos conceptos más profundos y específicos en el desarrollo de un proyecto; por tal razón es imperante determinar la metodología presentada en la tesis doctoral denominada.”

Según el criterio de Steve Blank considera al modelo operativo CANVAS, como un lienzo que permite al emprendedor la libertad de estructurar su propia idea de negocio, y que a pesar de sobre entenderse de manera muy simple o abstracta, esta termina siendo muy completa y dinámica, ya que con su modelo de *building blocks* permite observar de manera amplia los nueve bloques de negocio en una sola página, es decir, manejar un amplia y completa perspectiva, de donde se pueden analizar todas las hipótesis del proyecto (Blank, 2013).

Ilustración 8 Matriz Canvas



Fuente: Autores

6.3 Segmentos de Clientes y Entorno Cultural

Uno de los mayores consumidores de los productos naturales y que en Canadá constituye una colonia significativa son los latinos y centroamericanos, así como también siempre analizan la relación calidad, precio, factores como el diseño y la funcionalidad de un producto que van a adquirir.

El producto estará destinado para cualquier segmento de la población, el jarabe de propóleo es apto para todas las personas ya que proviene de un producto natural, solo es necesario querer tener buenos hábitos de consumo. Nuestros clientes potenciales pueden ser principalmente las

tiendas naturistas, sin dejar de apuntar al mercado latino y tiendas especializadas donde se pueda adquirir específicamente este tipo de productos.

Es de suma importancia el proceso de elaboración del producto, debido a que por medio de dicho proceso se podrán valorar el respeto al ambiente y el valor nutricional del producto. Las empresas que desean ingresar en este mercado deben ofertar a los clientes y consumidores latinos que residen en este país, un buen producto, que brinde un valor añadido, y sea distribuido a un buen precio para el consumidor final.

Al ser una empresa sólida, estable e involucrada con sus compromisos adquiridos, demostrará a los compradores y se exigirá que se cumplan los plazos de entrega y que el producto sea de excelente calidad.

A pesar de que ha mencionado que el producto está dirigido a todo tipo de público, según (Rodríguez, Terán, & Orozco, 2021), “se ha realizado la segmentación de los clientes, y se ha tomado como referencia las variables definidas por Jaume Muñoz. De las cuales se han tomado las más relevantes y que se tiene en mente que está estrechamente ligado a la investigación, según la siguiente descripción:

- **Variable demográfica:** Todo público en general
 - **Edad:** 1 a 80 años
 - **Género:** Masculino y femenino
 - **Estado civil:** Casados, solteros, divorciados, etc.
 - **Ocupación:** Todas las profesiones y ocupaciones en general
 - **Ingresos:** De \$400 en adelante

- **Variable geográfica:**
 - Personas que viven o visitan Toronto, Montreal, Vancouver, especialmente la población latina.

Se puede determinar que el segmento de mercado está dado por las preferencias del consumidor, para nuestro caso en particular un producto beneficia a la salud con productos naturales mismo que lo determina la población latina y centroamericana.”

Debemos también mencionar que en Canadá existen 25 ciudades que se consideran las más grandes de este país ya que albergan el 65% de su población, siendo Toronto, Montreal y Vancouver juntas las cuentan con más de la mitad de sus habitantes.

Toronto tiene una población de 5,1 millones de habitantes, se considera el centro urbano más grande, el punto central del corazón industrial de la provincia, y se enorgullece de contar con una diversidad étnica a nivel mundial. La ciudad es la central financiera e industrial dominante de Canadá, sede de más del 50% de las empresas más grandes del país, bancos líderes y otras instituciones financieras. Debido a que una gran variedad de importadores y departamentos de compra para los minoristas de mayor importancia se encuentran en la ciudad Toronto, misma que debe ser considerada una parada obligatoria para proveedores interesados en ingresar el mercado de este país.

6.4 Análisis de la Demanda

Según Trade Map las exportaciones de miel no tienen registros en el año 2019 estuvieron en crecimiento, no obstante, la pandemia declinó estos índices de exportaciones de Código 1702 “los demás azúcares, incluida la lactosa, maltosa, glucosa y fructosa “levulosa químicamente”. Estos indicadores nos demuestran que los productos, que son provenientes de la miel de abeja si tienen una aceptación en el mercado canadiense. No obstante, es favorable para el proyecto saber que en el año 2019 este mercado iba creciendo, que por razones de conocimiento público se paralizaron muchos mercados entre ellos los de la miel.

Ilustración 9 Análisis de la Demanda



6.5 Canales de Distribución

En Canadá la red de distribución es considerada como centralizada, a causa de las distancias considerables y las condiciones meteorológicas que prevalecen en el país que por lo general son temperaturas muy bajas en el año. En esta investigación se presentan las principales figuras existentes que intervienen en el proceso de distribución.

A través de agentes y fabricantes locales que ofertan sus productos con el fin de recibir comisiones, aceptando de esta forma pedidos de compradores canadienses considerando el acuerdo de los exportadores. El término de compradores incluye intermediarios, mayoristas, detallistas y ventas por catálogo.

“Los exportadores difícilmente pueden llegar directamente al consumidor final, es por esta razón que deben de utilizar intermediarios como ser mayoristas, agentes locales, representantes de fabricantes y comisionistas” (Cerna, 2009)

(Pro Ecuador, 2011) manifiesta lo siguiente sobre Canadá “Los mayoristas y minoristas tienden a comprar grandes volúmenes de producto antes que se inicie la temporada de venta; esto se debe a que las estaciones son tan marcadas que los consumidores compren muchos productos en solo ciertas épocas del año. Los minoristas canadienses han tratado en los últimos años de

acortar la cadena de distribución, teniendo como meta aumentar su número de clientes ofreciendo precios más bajos que la competencia. Otra forma de distribución más directa es a través del establecimiento de centros de almacenaje y distribución en Canadá”.

Al tratarse de un estudio a nivel internacional se presentaron dificultades es por ello que se tomó para el ingreso al mercado canadiense del Jarabe de Propóleo, mediante los brókeres en los cuales se concentra la mayor oferta de productos en todo el mundo y la comercialización en 6 importantes cadenas de distribución detallista a nivel nacional y alrededor de 24 de carácter regional en Canadá, por lo que consideraron las siguientes opciones:

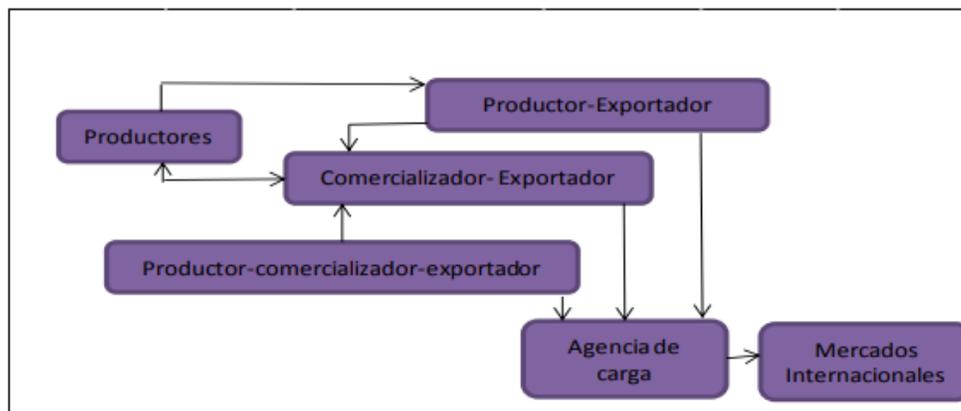
Tabla 4 Cadenas Importadoras de productos

Cadena	Oficina principal	Cantidad de tiendas
Loblaw Companies Ltd.	Toronto, ON	1859
Sobeys Inc.	Stellarton, NB	1392
Metro Richelieu	Montréal, PQ	1150
Couche Tard	Laval, PQ	1574
Northern Sores	Winnipeg, MB	185
A. de la Chevotiere	Rouyn-Noranda, PQ	64

Fuente: Trade Map

Elaboración Alexandra Rivera y Luis Paspuel

Ilustración 10 Canales de Comercialización



Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración Alexandra Rivera y Luis Paspuel

6.6 Branding

Nuestro mercado meta abarca desde los más pequeños de la familia hasta personas de la tercera edad. Al obtener la lealtad hacia la marca como tienen las grandes compañías, se logra que una marca sea relevante y que se encuentre presente en los clientes, ya que en nuevos mercados necesitamos realizar promociones para que el producto sea comprado obtener, que prefieran buscar nuestros productos y consumir.

6.7 Barreras al Comercio

6.7.1 Barreras Arancelarias

Son prohibiciones comerciales que acogen los gobiernos para proteger la producción nacional de la producción extranjera. Mochón (2006) define al arancel como “Un impuesto que el gobierno exige a los extranjeros con el objetivo de elevar su precio de venta en el mercado interior y así, proteger los productos nacionales para que no sufran la competencia de los bienes más baratos” (p. 245).

Estas pueden impedir u obstaculizar la entrada de los productos y operación de estos, además de controlar el ingreso de mercadería hacia Ecuador, por medio de la instauración de impuestos para resguardar la producción, salud, seguridad, integridad y bienestar de la población ecuatoriana.

El arancel se define como una tarifa oficial que deben solventar exportadores e importadores en la Aduana con objeto de llevar un estricto control tanto al ingreso como a la salida de los productos para reglar el comercio internacional.

Según (Guancha, 2021), “El ingreso del producto al mercado canadiense implica un arancel de 3.89%, al ser un producto negociado en el acuerdo de la Nación Más Favorecida. Es evidente que Canadá es uno de los mercados más convenientes y favorables para comercializar propóleo con miel de abeja por otorgar una liberación de aranceles del 100% haciendo que el producto sea competitivo en su mercado al tener un precio accesible que se ajuste a la comodidad y capacidad del poder adquisitivo de los consumidores.”

Tabla 5 Subpartida arancelaria

País	Subpartida	Descripción	Ad
	1702.90.10.00	Los demás azúcares, incl. el azúcar invertido y la maltosa químicamente pura, en estado sólido, los demás azúcares y jarabes de azúcar con un contenido de fructosa, sobre producto seco, de 50% en peso, sin adición de aromatizante ni colorante, los sucedáneos de la miel, incl. mezclados con miel natural, azúcar y melaza caramelizados (exc. azúcar de caña o de remolacha, sacarosa químicamente pura, lactosa, azúcar de arce, glucosa y fructosa, así como sus jarabes) Los demás azúcares, incluidas la lactosa, maltosa, glucosa y fructosa (levulosa) químicamente puras, en estado sólido; jarabe de azúcar sin adición de aromatizante ni colorante; sucedáneos de la miel, incluso mezclados con miel natural; azúcar y melaza caramelizados.: Los demás, incluido el azúcar invertido y demás azúcares y jarabes de azúcar, con un contenido de fructosa sobre producto seco de 50% en peso: Sucédáneos de la miel, incluso mezclados con miel natural	

Fuente: Organización Mundial del Comercio (2021), Trade Map (2021)

6.7.2 Barreras No Arancelarias

“Son disposiciones que impone un país como requisito para el ingreso de mercancías: que los productos o servicios cumplan determinadas reglas o reúnan determinada características” (Lerma & Márquez, 2010, p.27).

Las mercancías que van a ser comercializadas en el mercado de Canadá es necesario adjuntar la siguiente documentación:

Tabla 6 Documentación de Importación

País	
CANADÁ	
	<input type="checkbox"/> Documento Único Administrativo <input type="checkbox"/> Factura Comercial o Factura Aduanera <input type="checkbox"/> Certificado Sanitario <input type="checkbox"/> Certificado negativo de Contaminación Radioactiva <input type="checkbox"/> Documentos de Transporte y Relación de Contenidos <input type="checkbox"/> Requisitos de Empaque, Embalaje y Etiquetado

Fuente: Santander Trade (2021)

Es por ello que es de suma importancia analizar las limitaciones de cada país para poder ingresar ciertos productos, como por ejemplo los controles sanitarios que realizan los países de la Unión Europea, someten a los productos al control sanitario cumpliendo requisitos específicos con el fin de proteger la salud pública, humana y animal.

6.7.3 Requisitos Fitosanitarios para Canadá

Tomando como referencia al artículo de (CFIA C. f.), “A fin de prevenir el ingreso de plagas a Canadá, el ingreso de frutas, vegetales y tubérculos frescos están sujetos a la presentación de un Certificado Fitosanitario. Adicionalmente para productos que vayan a ser importados por primera vez y que puedan presentar un riesgo, la CFIA puede solicitar una evaluación de riesgo de plagas y prohibir su importación hasta que se cuente con los resultados.

Fuente de Información:

Canadian Food Inspection Agency - CFIA

Paso 1: Portal principal del CFIA

Paso 2: Food

Paso 3: Fresh fruits and vegetable

Paso 4: Canadian Import, Export and Interprovincial Requirements

Paso 5: Canadian import requirements

Paso 6: Plant Protection Requirements (CFIA C. F.)

Los productos de origen ecuatoriano que pueden ser exportados a Canadá adjuntando un Certificado Fitosanitario se encuentran en el Anexo N° 1. Se puede consultar los requisitos por producto a través del Sistema Automatizado de Referencia de Importaciones (AIRS) de la CFIA, que proporciona información precisa y oportuna sobre los requerimientos para importaciones en base al Código de Sistema Armonizado (HS - Harmonized System) para el producto, según origen, destino y uso final.”

Fuente de Información:

Canadian Food Inspection Agency - CFIA

Paso 1: Portal principal del CFIA en inglés;

Paso 2: Food

Paso 3: Import

Paso 4: Automated Import Reference System (AIRS)

Paso 5: Select product (puede elegir el producto por partida arancelaria, por descripción, entre otros)

Paso 6: Select origen level 1: South America

Paso 7: Select origen level 2: Ecuador

Paso 8: Select an end use: Human consumption.

Paso 9: Select one of the miscellaneous options: Container weighing less than 50 Kg. (CFIA C. F.)

6.8 Procedimiento logístico del transporte y embarque

De acuerdo con (Granda, 2021)

“El puerto de Guayaquil es el punto de embarque de la mercancía, este puerto es el segundo más seguro del país en cuanto a la adecuación para alimentos frescos y/o productos para que permanezcan a una temperatura adecuada al tener 213 puntos acondicionados para el almacenamiento.

El puerto de Toronto es el punto destino, al estar ubicado en una zona estratégica para la distribución de mercancía a nivel nacional, el 62,5% de importadores prefieren desembarcar allí por factores como el acondicionamiento tecnológico, facilidad de desembarque por la automatización y las normas de protección para el medio ambiente (Revista Cision,2020).

La empresa naviera a la que se solicitó la cotización del transporte marítimo es iContainers, la cual detalló que el precio de un contenedor refrigerado compartido (LCL) de 20 pies, con capacidad de 11 pallets de 80x120 cm. es de \$1.500 USD desde el puerto de Guayaquil hasta Toronto, la ruta dura de 15 a 20 días, depende de los controles aduaneros e inspección de mercancía; asimismo, iContainers establece el siguiente procedimiento de embarque:

1. Pedida del contenedor vacío: el exportador debe pedir con un mínimo de 2 meses de anticipación el contenedor, detallar la medida, características y capacidad y el uso destinado; para el proyecto que se plantea en este estudio el contenedor es refrigerado estándar, de medidas:

Largo: 12 m.

Ancho: 2.4 m.

Alto: 2.8 m.

2. Admisión del contenedor en el puerto: cuando el contenedor llega al puerto, la aduana revisa en interior para verificar que no exista alguna anomalía.

3. Verificación de documentación: antes de llenar el contenedor, los agentes de aduana y la empresa naviera solicitan los papeles que verifiquen la validez y legalidad de la carga, se solicita al exportador presentar: certificado de origen, factura comercial, guía de remisión y certificado fitosanitario.

4. Carga y sellado: una vez cargada la mercancía, se procede a una inspección final del producto para verificar que parta en buen estado, además el exportador tiene la opción de fumigar para evitar la propagación de bacterias durante el transporte.

5. Ingreso al puerto de Toronto: en esta etapa la empresa naviera tiene la obligación de presentar la documentación en la aduana canadiense, lo que incluye Bill of Landing, certificado de origen, factura comercial y certificado fitosanitario”.

6.9 Modo de embarque

En este proyecto se utilizará el Incoterm FOB, en inglés “Free on Board” traducido al español como Libre a Bordo el cual es exclusivo para el transporte marítimo, bajo este sistema el exportador cubre los costos y contratación de transporte vial desde la planta de empaquetado hasta el embarque en el puerto de origen, mientras que los costes marítimos desde el puerto de Guayaquil hasta el puerto destino, y transporte interno en Toronto es cubierto por el importador.

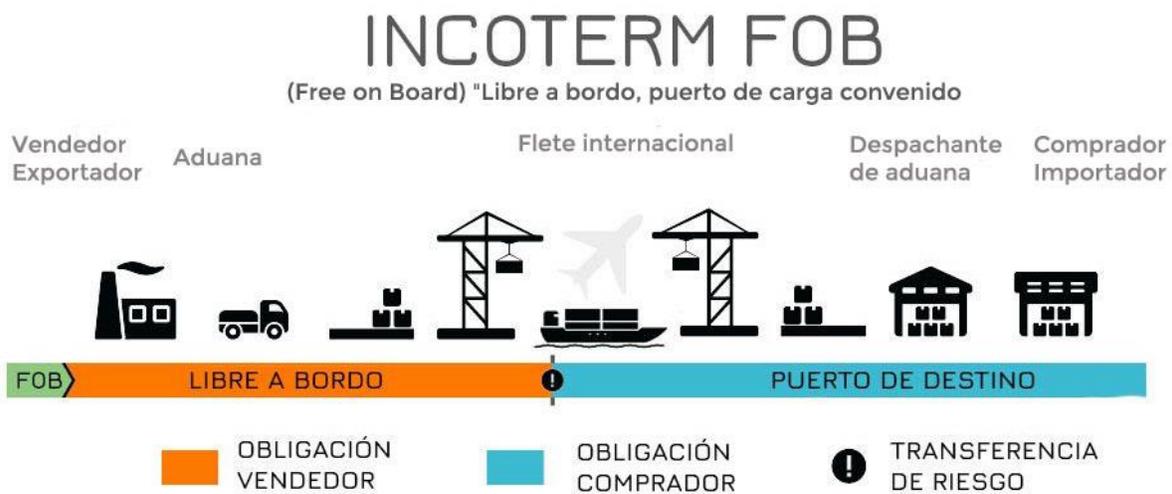
Por lo tanto, las obligaciones del exportador e importador son:

Exportador

- Entrega de mercancía empaquetada y embalaje en el puerto de origen.
- Gastos del transporte, hasta que llegue al puerto origen.
- Gasto de flete marítimo (en acuerdo con cliente)
- Tramitación en la aduana ecuatoriana.

Importador

- Pago de mercancía.
- Gastos desde puerto de origen a bodegas del importador (impuestos y aranceles).
- Pago tramitación de aduana en puerto de destino.
- Seguro de flete y mercancía



Fuente: <https://despachante-aduana.com/incoterm-fob/>

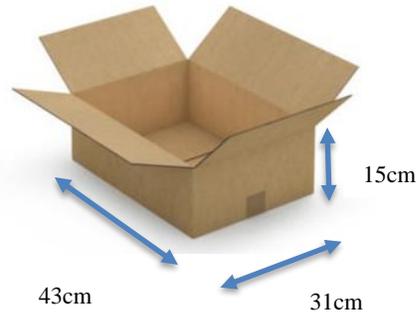
6.10 Producto y unidad de medida:

Complemento alimenticio en jalea a base de miel, jengibre y propóleo PROPOMIEL

6.11 Contenedor (20 pies), cartones.

Considerando la exportación bimensual de 60 kg en 50 cajas de 40 unidades cada una, el contenedor seleccionado para la exportación es el de 20 pies.

Altura = 15cm
Ancho = 31cm
Largo = 43cm



Costo por caja \$1.15

6.12 Cada 60 días (periodicidad del embarque)

El embarque se lo realizará según el análisis anterior cada dos meses (60 días), considerando facilidades tanto para el exportador como para el cliente, y adicionalmente se otorgará flexibilidad y se acordará estos tiempos según las necesidades.

CAPITULO VII
PRESENTACIÓN DE OFERTA EXPORTABLE:

7.1 Nombre y datos de la persona de contacto o responsable de las tareas de comercio exterior:

Nombre: Luis Paspuel y/o Alexandra Rivera

Email: lpaspuel50@hotmail.com

Teléfono: 0998264280 * 0993303642

Ciudad: Uyumbicho – Quito

7.2 Descripción del producto:

- **Certificado de Notificación Sanitaria** No. 34143-ALN-0222
- **Producto:** propóleo
- **Descripción y características:** El propóleo que se dispone para la exportación contiene los siguientes ingredientes: Miel de Abeja floración eucalipto 98.20 %

Extracto hidroalcoholico de propóleo (ALCOHOL ETILICO Alc. 1.00 %, 96% (Vol.) 50 %, resina de propóleo 30 %, agua 20 %)

Extracto hidroalcoholico de jengibre (ALCOHOL ETILICO Alc. 96% (Vol.) 50 %, rizoma de jengibre (Zingiber officinales)30 %, agua 20 %) 0.80 %

7.3 Marca: “Apinelly”

- **Valor Único de Diferenciación, que es el valor agregado del producto.**

El producto que proponemos ofertar y que se diferencia de la competencia tiene las siguientes características:

- **Materia prima o Ingredientes:**

Miel de Abeja floración eucalipto 98.20 %

Extracto hidroalcoholico de propóleo (ALCOHOL ETILICO Alc. 1.00 %
96% (Vol.) 50 %, resina de propóleo 30 %, agua 20 %)

Extracto hidroalcoholico de jengibre (ALCOHOL ETILICO Alc.

96% (Vol.) 50 %, rizoma de jengibre (Zingiber officinales)30 %, agua 20 %) 0.80 %

- **Envase:**

- a. Externo:**

Frasco de vidrio tipo III color ámbar con tapa de polipropileno (pp) Twist Off de 55 mm de diámetro de color amarillo, con banda de seguridad de Polivinilcloruro (pvc) termoencogible.

“Los resultados obtenidos de un estudio sobre la actividad antiviral del propóleo, demostraron que presenta una actividad virucida sobre los virus A y B de la gripe de Aujesky; la cepa vacunal La Sota de la enfermedad de Newcastle.” (Luna, 2011).

7.4 Capacidad exportable por producto:

Conforme la producción de propóleo semanal y los kilogramos que se obtienen, se considera que la tercera parte del mismo se utilizará para la producción de los jarabes, ya que el propóleo también se vende al mercado local para producir diferentes productos tales como: jabones, dulces, entre otros. Es por ello que se describe la capacidad que se dispone de producción del jarabe que se obtendrá luego de las cosechas:

Tabla 7 Producción de Jarabe de Propóleo

PRODUCCION DE JARABE DE PROPOLEO	CANTIDAD
MENSUAL	1000 jarabes
TRIMESTRAL	3000 jarabes
ANUAL	12 000 jarabes

Fuente: Apícola Apinelly

7.5 Capacidad mínima mensual, bimestral, trimestral.

250 jarabes semanales totales

1000 jarabes mensuales totales

12000 unidades anuales totales de producto a la venta con un peso bruto de 30 gramos y peso neto de 30 gramos, unidades que se espera exportar.

7.6 Empaque y etiquetado (descripción detallada).

Se introduce el producto final en funda de polietileno el cual es sellado y este a la vez se lo introduce en un empaque de cartón con un peso neto 50 gramos, peso bruto 55 gramos.

Para el etiquetado se tomarán en cuenta los siguientes aspectos: impreso en la cara anterior y posterior que contenga: denominación del producto, lista de ingredientes, peso, condiciones de almacenamiento, modo de empleo, registro sanitario, lote, fecha de elaboración, fecha de caducidad, información nutricional, identificación de la empresa y demás que se consensuarán con el cliente.

7.8 Peso:

El peso por cada unidad para la venta es 30 gramos netos y 30 gramos bruto.

7.9 Fecha de despacho:

Una vez recibida la orden en firme se procede a procesar el producto durante los dos meses siguientes y adicionalmente un mes de transportación por vía marítima, por lo que se estimaría tres meses aproximadamente, para que el producto se encuentre en la cantidad solicitada de 60 kg en el lugar de destino. Se realizarán envíos bimensuales.

7.10 Plazo y condiciones de pago: Carta de Crédito, pago anticipado, etc.

Se acordará con los clientes la forma de pago, para lo cual los requerimientos propuestos por el exportador que serán del 50% del precio mediante transacción al momento de recibir la orden en firme y el 50% a la entrega del producto en el lugar que se prevea.

7.11 Cotización/INCOTERMS: Es decir en qué condiciones se cotiza el producto.

Considerando un costo unitario de \$2,25 por cada unidad de 30 gramos peso bruto, se incrementará los costos correspondientes al transporte en caso que se requiera costos FOB o CIF, estos precios se acordarán con el cliente es decir que todos los costos que se incurriera desde la planta hasta el lugar pactado se los distribuirá en el precio unitario. Este precio unitario es ex-fábrica y se sugerirá vender a precio FOB.

7.12 Herramientas promocionales de que dispone: fotografías, catalogo, pagina Web, lista de precios, muestras, etc.

.....

Las siguientes ilustraciones describen lo anteriormente mencionado, y se demuestra el proceso de elaboración del jarabe de propóleo:

Ilustración 11 Herramientas, procesos y muestras



MATERIA PRIMA



PROCESAMIENTO DEL PROPOLEO



LABORATORIO DE CALIDAD



ÁREA DE ENVASADO

7.13 Proceso de Exportación

7.13.1 Registro en ECUAPASS

Apícola Apinelly, para poder ingresar al comercio exterior y realizar actividades de exportación, debe registrarse en ECUAPASS. Este sistema genera transparencia, facilita procesos de comercio exterior, reduce trámites que implican uso de papel y establece una Ventanilla Única de Contribuyentes.

Tabla 8 Requisitos Certificado Fitosanitario

Requisitos Certificado Fitosanitario
1.- Solicitud de Inspección
2.- Informe de Inspección fitosanitaria del envío
3.- Copia de la factura comercial
4.- Pago de tasa por la CFE
5.- Resultados de análisis de laboratorio si el país importador lo establece

7.13.2 Obtener y registrar la Firma Digital (Token)

Previo a acercarse a las agencias del Banco Central (Bco. Central del Ecuador):

- “1. Ingresar a la página web del Banco Central del Ecuador: www.eci.bce.ec
2. Ingresar a la opción: Firma Electrónica / Solicitud de Certificado
3. Llenar el formulario y adjuntar los siguientes documentos:”

El Registro Civil, (REGISTRO CIVIL) nos muestra los pasos para sacar una firma electrónica en los siguientes casos:

“Sí es persona jurídica:

- Digitalizado de cédula o pasaporte a color
- Digitalizado de papeleta de votación actualizada
- Digitalizado nombramiento o certificado laboral

– Digitalizado de la autorización firmada por el representante legal

En nuestra agencia:

1. Presentar la cédula o pasaporte original
2. Dirigirse al módulo de información
3. Verificar el estado de la solicitud
4. Cancelar por el servicio
5. Dirigirse a los módulos de firma electrónica para la entrega del servicio.

TIEMPO DE EJECUCIÓN DEL TRÁMITE

30 minutos aproximadamente”

Ilustración 12 Token



Fuente: Banco Central del Ecuador

CAPITULO VIII

FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA

8.1 Factibilidad de la Implementación de la Propuesta

Para determinar la factibilidad de la propuesta de un plan de exportación de productos naturales de medicina tradicional al mercado canadiense, es necesario enfocarnos en los siguientes recursos:

➤ **Recursos Económicos**

Apícola Apinelly no cuenta con un presupuesto asignado para todos los gastos que debe incurrir para aplicar este plan, por ese motivo se aplicará a un crédito productivo del BanEcuador, el monto a aplicar será \$50.000,00 con una tasa de interés del 11% y que se va financiar a 72 meses plazo, que cubrirán los costos que cubren los gastos del proyecto, tales como: tecnología, infraestructura, producción, entre otros.

➤ **Recursos Humanos**

Actualmente la empresa no cuenta con el personal necesario y capacitado para poner en marcha el plan de exportación, por tal motivo se debe crear un grupo específico que maneje este tema. Es por ello que se plantea un organigrama para que se pueda aplicar a la empresa y cada uno cuenta con la descripción de los puestos.

➤ **Tiempo**

La prontitud es vital en una pequeña empresa como Apinelly ya que obtener beneficios económicos viabiliza el plan, entonces el tiempo máximo de realización del proyecto será 3 meses. La distribución del tiempo es 1 mes para obtener el crédito, 1 mes para adecuar las instalaciones y 1 mes para contratar el personal necesario, esto da un total de tres meses para estar en marcha, y para empezar operaciones de exportación 3 meses adicionales.

➤ **Infraestructura**

La capacidad instalada de Apinelly funciona al 100% para el mercado ecuatoriano, entonces como vamos a enfocarnos en cubrir un nuevo mercado, se construirá una nueva

área de producción especialmente para producir ahí los productos exportables de nuestro portafolio.

➤ **Tecnológico**

Actualmente todos los procesos de elaboración y producción son manuales y no ocupan tecnología razón por la cual si buscamos llevar un producto apto para competir en Canadá se deberá comprar maquinaria que permita la producción de medicina natural con altos estándares de calidad.

8.2 Fijación del Precio

Para que el cliente conozca el producto que adquiere, nuestros precios deben ser competitivos, eso no quiere decir precios altos, ya que de esa forma puede llegar a todo el mercado canadiense, mostrando un producto de calidad a un precio asequible.

Para esta investigación, se toma como referencia el precio de exportación por kilo de miel de abeja, ya que es un derivado de la misma, en Canadá el precio promedio de exportación FOB es de \$3,55 para el año 2013, en la actualidad el promedio del precio del FOB es de \$4,18.

Tabla 9 Precios de miel kg

PRECIOS EXPORTACIONES DE MIEL CANADÁ	
2013	
País Origen	Precio FOB x kg
Argentina	3,52
Brasil	3,56
Uruguay	3,47
México	3,00
Estados Unidos	4,21
Precio Promedio	3,55

Fuente: (Agriculture and Agr-Food Canada, 2013)

Las decisiones para la fijación del precio deben ser consideradas a largo plazo, abarcando una proyección de un año o más, planteando diferencias en relación con el corto plazo, así

también, los márgenes de utilidad que se fortalecen para obtener un rendimiento con la inversión que se utilizará en este proyecto.

Para esto se ha tomado en cuenta el precio de venta en el mercado local, el cual es de \$5,00 por unidad, y al ser un pedido de más de 100 unidades, el precio se fija en \$7,00 por unidad, de esta forma no afecta el mercado local. Toda vez que se han tomado en cuenta los costos.

Tabla 10 Fijación de Precios

Descripción	Costo
Materiales directos	\$0,93
Mano de Obra directa	\$0,53
C.I.F.	\$0,56
Ventas y administración	\$0,23
COSTO UNITARIO	\$2,25

Fuente: Apícola Apinelly

8.3 Operativa

Debemos tener en cuenta los siguientes pasos y requisitos, para realizar una exportación efectiva:

8.4 Riesgos

Existen probabilidades de obtener un riesgo en la comercialización con el mercado canadiense, dependiendo del tipo de flete, de entre los cuales se pueden dar los siguientes: Son riesgos nada más

- Flete Aéreo:
 - Caída de la aeronave
 - Explosiones o Incendios
 - Escalas Forzosas que puedan dañar la mercadería

- Accidentes fortuitos
- Flete Marítimo:
 - Accidentes en la carga o descarga de mercadería
 - Piratería
 - Hundimiento del barco
 - Incidentes como explosiones o incendios
 - Caída de contenedores

Una vez identificados los accidentes que se pueden dar al momento de exportar nuestro producto, se contratará un seguro de transporte marítimo que garantiza la posibilidad de recuperar de forma económica, parte de la mercancía perdida, en el caso de que la carga resulte perjudicada por cualquier eventualidad durante su traslado. Así el comerciante evitará pérdidas significativas por algún incidente con la mercancía.

CAPITULO IX
PROYECCIONES FINANCIERAS

9.1 Inversiones

En el presente proyecto se establecen las siguientes cifras económicas correspondientes a los recursos físicos, monetarios y humanos que se requieren para el buen desarrollo del mismo, estos montos serán un referente para la evaluación de factibilidad del proyecto, a aplicar en la empresa Apinelly. El financiamiento debe cubrir las necesidades que surjan para la infraestructura, así como del capital de trabajo con el que contamos; además de la elaboración de estados financieros y así establecer la situación económica de la empresa.

Para lo cual se establecen los siguientes parámetros de la inversión:

9.1.1 Herramientas y maquinaria

En este proyecto se propone la adquisición de las siguientes herramientas y maquinarias que serán necesarias para el desarrollo del mismo según la siguiente tabla:

Tabla 11 Herramientas y Maquinaria

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Traje apícola (careta guantes, overol, velos)	10	\$ 85,00	\$ 850,00
Palancas	5	\$ 13,50	\$ 67,50
Centrifuga	1	\$ 3.326,00	\$ 3.326,00
Mesa Desoperculadora	1	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
Estampadoras de Cera	1	\$ 504,00	\$ 504,00
Ahumador	5	\$ 39,20	\$ 196,00
Cepillo limpiador	10	\$ 11,00	\$ 110,00
Cuchillo eléctrico	3	\$ 45,50	\$ 136,50
TOTAL HERRMAINTAS Y MAQUINARIA			\$ 6.290,00

Fuente: Investigación Propia

9.1.2 Muebles de oficina

Compra de escritorios, sillas y archivadores que se requieren para el departamento administrativo y el departamento de marketing, por un valor de USD 400,00.

9.1.3 Activos Intangibles

“Los activos diferidos son también llamados activos intangibles que no significan bienes reales que se incorporan al conjunto instrumental del proyecto, pero si es necesario incurrir en ellos para dotarlo de capacidad productiva. Generalmente se presentan como servicios y no como bienes.” (Navarro, 2007)

“Integran el activo diferido los gastos de constitución, que corresponden a los gastos legales que implica la conformación jurídica de la empresa (gastos notariales y de registro).” (Navarro, 2007). Se han tomado en consideración los siguientes rubros: Gastos De Constitución \$1,031.11 afiliación a Ecuatoriana de Código de Producto (ECOP) \$290.00, IEPI \$190.00 valores que suman \$1,511.11.

9.1.4 Cronograma de inversiones proyectadas en años

El cronograma de inversiones es de suma importancia, ya que identifica los montos para invertir en cada periodo, antes de dar inicio el proyecto.

Para realizar nuestra exportación, tomará un tiempo de 3 meses, en este tiempo realizaremos los trámites necesarios para el funcionamiento del negocio, así como adquisición de maquinaria, herramientas, bienes muebles y equipos, con la finalidad de dar inicio al ciclo productivo de Apícola Apinelly.

Tabla 12 Cronograma de Inversiones

INVERSIONES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Herramientas y maquinaria	6.290,00			3.145,00		
Muebles de oficina	400,00					200,00
Activos intangibles	1.531,11					
TOTAL	8.221,11	-	-	3.145,00	-	200,00

Fuente: Proveedores de servicios
 Elaborado por: Alexandra Rivera, Luis Paspuel

9.2 Presupuesto de Egresos

9.2.1 Gastos de Administración

9.2.1.1 Sueldos y Salarios proyectados en años

Se ha tomado en consideración los sueldos y salarios del personal administrativo que constan en el organigrama funcional propuesto, personal tales como: una persona en el Área de Marketing, Un encargado de envasar, Un encargado de etiquetar y empacado y Un encargado de despacho.

Tabla 13 Gastos Administrativos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Área de Marketing	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 5.100,00	\$ 5.400,00	\$ 5.640,00	\$ 5.940,00	\$ 6.120,00
Encargado de Envasar	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 5.100,00	\$ 5.400,00	\$ 5.640,00	\$ 5.940,00	\$ 6.120,00
Encargado de Etiqueta	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 5.100,00	\$ 5.400,00	\$ 5.640,00	\$ 5.940,00	\$ 6.120,00
Encargado de Despacho	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 5.100,00	\$ 5.400,00	\$ 5.640,00	\$ 5.940,00	\$ 6.120,00
TOTAL (A)			\$ 19.200,00	\$ 20.400,00	\$ 21.600,00	\$ 22.560,00	\$ 23.760,00	\$ 24.480,00
BENEFICIOS SOCIALES								
DESCRIPCIÓN		VALOR	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Décimo Tercero		8,33%	\$ 1.600,00	\$ 1.700,00	\$ 1.800,00	\$ 1.880,00	\$ 1.980,00	\$ 2.040,00
Décimo Cuarto		\$ 400,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
Fondos de Reserva		8,33%	\$ 1.600,00	\$ 1.700,00	\$ 1.800,00	\$ 1.880,00	\$ 1.980,00	\$ 2.040,00
Aportes patronales		11,25%	\$ 2.160,00	\$ 2.295,00	\$ 2.430,00	\$ 2.538,00	\$ 2.673,00	\$ 2.754,00
TOTAL (B)			\$ 6.960,00	\$ 7.295,00	\$ 7.630,00	\$ 7.898,00	\$ 8.233,00	\$ 8.434,00
TOTAL (A+B)			\$ 26.160,00	\$ 27.695,00	\$ 29.230,00	\$ 30.458,00	\$ 31.993,00	\$ 32.914,00

Fuente: Proveedores de servicios
 Elaborado por: Alexandra Rivera, Luis Paspuel

9.2.1.2 Gastos Operacionales

Consideramos Gastos Operacionales a la salida de dinero de una empresa, generados por las necesidades administrativas de la misma, que se generan por las diferentes actividades o giro del negocio.

Tabla 14 Gastos Operacionales

GASTOS OPERACIONALES	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Pago Préstamo	\$ 11.818,83	\$ 11.818,83	\$ 11.818,83	\$ 11.818,83	\$ 11.818,83	\$ 11.818,83
Amortización	\$ 629,00	\$ 629,00	\$ 629,00	\$ 629,00	\$ 629,00	\$ 629,00
Depreciación	\$ 629,00	\$ 629,00	\$ 629,00	\$ 629,00	\$ 629,00	\$ 629,00
TOTAL (A)	\$ 13.076,83	\$ 13.076,83	\$ 13.076,83	\$ 13.076,83	\$ 13.076,83	\$ 13.076,83

Fuente: Proveedores de servicios

Elaborado por: Alexandra Rivera, Luis Paspuel

9.2.2 *Financiamiento*

Con la presentación del proyecto de factibilidad, el dueño de la empresa Apinelly, deberá acudir al BanEcuador para solicitar un préstamo, que deberá tener las siguientes características:

Tabla 15 Financiamiento

OPCIONES DE CRÉDITO	
Monto:	\$50.000,00
Plazo:	72 meses
Taza de interés:	11%
Beneficiarios:	Persona Jurídica

Fuente: BanEcuador

Elaborado por: Alexandra Rivera, Luis Paspuel

9.2.3 *Presupuesto de Egresos*

Así como hemos determinado el presupuesto de ingresos, también es importante elaborar el presupuesto de egresos donde consideraremos las salidas de dinero que Apícola Apinelly realizará para el desempeño correcto de las operaciones.

Una vez analizado los costos y gastos necesarios para la producción de fármacos de medicina natural a base de miel de abeja contamos con los siguientes:

Tabla 16 Presupuesto de Egresos

Unidades Bimensuales	2000	2100	2200	2300	2400	2500
COSTOS VARIABLES	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Materia prima	\$ 11.160,00	\$ 11.718,00	\$ 12.276,00	\$ 12.834,00	\$ 13.392,00	\$ 13.950,00
Mano de obra	\$ 6.400,00	\$ 6.720,00	\$ 7.040,00	\$ 7.360,00	\$ 7.680,00	\$ 8.000,00
Reparaciones Maq.	\$ 80,00	\$ 75,00	\$ 100,00	\$ 90,00	\$ 70,00	\$ 85,00
Impuestos Aduaneros	\$ 466,80	\$ 490,14	\$ 513,48	\$ 536,82	\$ 560,16	\$ 583,50
CIF	\$ 6.720,00	\$ 7.056,00	\$ 7.392,00	\$ 7.728,00	\$ 8.064,00	\$ 8.400,00
TOTAL (A)	\$ 24.826,80	\$ 26.059,14	\$ 27.321,48	\$ 28.548,82	\$ 29.766,16	\$ 31.018,50
COSTOS FIJOS	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Arriendo Local	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Servicios Básicos	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00
Seguro	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00
Publicidad	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
TOTAL (B)	\$ 1.660,00					
TOTAL (A+B)	\$ 26.486,80	\$ 27.719,14	\$ 28.981,48	\$ 30.208,82	\$ 31.426,16	\$ 32.678,50

Fuente: Proveedores de servicios

Elaborado por: Alexandra Rivera, Luis Paspuel

9.3 Presupuesto de Ventas

9.3.1 Proyección de Ventas

Esta proyección se ha considerado los próximos 5 años, se debe considerar que debido a la inflación, los precios podrían variar cada año. Lo que será considerado en el análisis financiero. En el siguiente cuadro se detalla un total de unidades vendidas al mes de 1000 unidades, que nos demuestra un total anual por un valor de \$72.000,00 dólares.

Tabla 17 Proyección de Ventas Totales

DESCRIPCIÓN	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Precio de venta	\$ 4,00	\$ 4,05	\$ 4,10	\$ 4,15	\$ 4,20	\$ 4,25
Unidades Vendidas	12.000	12.600	13.200	13.800	14.400	15.000
TOTAL	\$48.000,00	\$51.030,00	\$54.120,00	\$ 57.270,00	\$60.480,00	\$63.750,00

Fuente: Proveedores de servicios

Elaborado por: Alexandra Rivera, Luis Paspuel

Para poder tener datos reales para los costos de venta del producto debemos definir los costos de exportación:

Tabla 18 Costos de Exportación

PAÍS	DESCRIPCIÓN	2021	2022	2023	2024	2025	2026
ECUADOR	Nro. de cajas	50	53	55	58	60	63
	Valor cajas	\$ 57,50	\$ 60,95	\$ 63,25	\$ 66,70	\$ 69,00	\$ 72,45
	Transporte	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
	FOB	\$ 1.557,50	\$ 1.560,95	\$ 1.563,25	\$ 1.566,70	\$ 1.569,00	\$ 1.572,45
CANADÁ	Evaluación Sanitaria	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
	Tarifa de inspección de aduanas	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
	Tarifa de bodegaje en aduanas	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
	Distribución	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
	Manejo	\$ 4.720,00	\$ 4.720,00	\$ 4.720,00	\$ 4.720,00	\$ 4.720,00	\$ 4.720,00
	INTERNACIONALIZACIÓN	\$ 6.170,00					
TOTAL COSTO (FOB+INT.)		\$ 7.727,50	\$ 7.730,95	\$ 7.733,25	\$ 7.736,70	\$ 7.739,00	\$ 7.742,45

Fuente: Proveedores de servicios
Elaborado por: Alexandra Rivera, Luis Paspuel

Luego de verificar los costos que se han realizado hasta el momento, se puede definir los costos de producción:

Tabla 19 Costos de Producción

Unidades vendidas al año	12000	12600	13200	13800	14400	15000
DESCRIPCIÓN	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Costos Fijos	\$ 1.660,00	\$ 1.660,00	\$ 1.660,00	\$ 1.660,00	\$ 1.660,00	\$ 1.660,00
Costos Variables	\$ 24.826,80	\$ 26.059,14	\$ 27.321,48	\$ 28.548,82	\$ 29.766,16	\$ 31.018,50
Costos de Exportación FOB	\$ 9.345,00	\$ 9.365,70	\$ 9.379,50	\$ 9.400,20	\$ 9.414,00	\$ 9.434,70
Costo de producción y envío	\$ 35.831,80	\$ 37.084,84	\$ 38.360,98	\$ 39.609,02	\$ 40.840,16	\$ 42.113,20
Tasa evaluación Sanitaria	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Total costo de producción	\$ 38.831,80	\$ 40.084,84	\$ 41.360,98	\$ 42.609,02	\$ 43.840,16	\$ 45.113,20
Costo por caja	\$ 129,44	\$ 126,05	\$ 125,34	\$ 122,44	\$ 121,78	\$ 119,35
Costo unitario de producto	\$ 3,24	\$ 3,15	\$ 3,13	\$ 3,06	\$ 3,04	\$ 2,98

Fuente: Proveedores de servicios
Elaborado por: Alexandra Rivera, Luis Paspuel

9.3.2 Financiamiento

Invertir en el capital de trabajo, es importante, ya que con ello se adquieren los recursos necesarios para la operación normal de este proyecto en el ciclo de producción.

El método que tomaremos será el del capital de trabajo bruto, este cuantifica la inversión en cada rubro del activo corriente.

En este caso tenemos un préstamo que se amortizará anualmente según el siguiente cuadro:

Tabla 20 Amortización Préstamo

Tabla de Amortización					
Años	Bal. Inicial	Pago	Interés	Capital	Bal. Final
1	\$ 50.000,00	\$ 11.818,83	\$ 5.500,00	\$ 6.318,83	\$ 43.681,17
2	\$ 43.681,17	\$ 11.818,83	\$ 4.804,93	\$ 7.013,90	\$ 36.667,27
3	\$ 36.667,27	\$ 11.818,83	\$ 4.033,40	\$ 7.785,43	\$ 28.881,84
4	\$ 28.881,84	\$ 11.818,83	\$ 3.177,00	\$ 8.641,83	\$ 20.240,02
5	\$ 20.240,02	\$ 11.818,83	\$ 2.226,40	\$ 9.592,43	\$ 10.647,59
6	\$ 10.647,59	\$ 11.818,83	\$ 1.171,24	\$ 10.647,59	\$ -

Fuente: Proveedores de servicios
Elaborado por: Alexandra Rivera, Luis Paspuel

9.4 Estado de Resultados

Para determinar si el proyecto expuesto es viable, elaboraremos una proyección del Estado de Resultados con los costos, gastos e ingresos que tendrá la empresa Apícola Apinelly en sus exportaciones, en cada año

Tabla 21 Estado de Resultados

DESCRIPCIÓN	2021	2022	2023	2024	2025	2026
VENTAS						
(=) Utilidad Bruta	\$ 48.000,00	\$ 51.030,00	\$ 54.120,00	\$ 57.270,00	\$ 60.480,00	\$ 63.750,00
GASTOS						
Costo Fijo	\$ 1.660,00	\$ 1.660,00	\$ 1.660,00	\$ 1.660,00	\$ 1.660,00	\$ 1.660,00
Costo Variable	\$ 24.826,80	\$ 26.059,14	\$ 27.321,48	\$ 28.548,82	\$ 29.766,16	\$ 31.018,50
Costo Exportación	\$ 8.500,00	\$ 7.804,93	\$ 7.033,40	\$ 6.177,00	\$ 5.226,40	\$ 4.171,24
Gasto Operativo	\$ 13.076,83	\$ 13.076,83	\$ 13.076,83	\$ 13.076,83	\$ 13.076,83	\$ 13.076,83
(=) Utilidad antes de deduccione	\$ -63,63	\$ 2.429,10	\$ 5.028,29	\$ 7.807,35	\$ 10.750,61	\$ 13.823,43
(-) 15% Impuesto trabajadores	\$ -	\$ 364,37	\$ 754,24	\$ 1.171,10	\$ 1.612,59	\$ 2.073,52
(=) Utilidad antes de impuesto	\$ -	\$ 2.064,74	\$ 4.274,05	\$ 6.636,25	\$ 9.138,02	\$ 11.749,92
(-) Impuesto a la renta 25%	\$ -	\$ 516,18	\$ 1.068,51	\$ 1.659,06	\$ 2.284,50	\$ 2.937,48
(=) Utilidad Neta	\$ -	\$ 1.548,55	\$ 3.205,53	\$ 4.977,18	\$ 6.853,51	\$ 8.812,44

Fuente: Proveedores de servicios
Elaborado por: Alexandra Rivera, Luis Paspuel

9.5 Flujo Neto de Fondos

“El Estado de Flujo neto de fondos es otro de los instrumentos financieros, se conocen dos métodos para la elaboración de este estado denominado directo e indirecto. En donde se debe unificar las cuentas de efectivo y valores negociables o inversiones temporales en una sola que se denominara efectivo y equivalentes de efectivo, luego se procede a obtener las variaciones de los rubros de los dos balances, para luego determinar los rubros que constituyeron entradas y salidas de dinero para la empresa.” (Navarro, 2007)

9.6 Análisis VAN y TIR

9.6.1 Valor Actual Neto

“En base a este análisis, lo que se busca es conocer el Valor Actual Neto (VAN) de los dos tipos de flujos, el operativo del proyecto y el que arroja el flujo de caja con financiamiento, en base a ello se ha procedido a realizar el análisis de la rentabilidad del presente proyecto, considerando también la Tasa Interna de Retorno y los índices de rentabilidad, los cuales sin duda alguna, permitirán tener un amplio criterio para identificar si el proyecto debe o no ser aceptado en base a su rendimiento financiero.” (UGSHA, 2012)

Cálculo del VAN

$$VAN_0 = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+i)^t} + \frac{VR_n}{(1+i)^n}$$

Nos ha dado un resultado de \$55.541,74

9.6.2 Tasa Interna de Retorno

“Constituye otro método de descuento muy utilizado para evaluar inversiones. Se define como la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto sea cero; es decir que el valor presente de las entradas de efectivo será exactamente igual a la inversión inicial realizada.” (Navarro, 2007) En este caso tenemos un 37% siendo rentable la propuesta de este proyecto.

Cálculo del TIR

$$VAN = \sum_{n=1}^N \frac{Q_n}{(1 + TIR)^n} - I = 0$$

Donde:

Q_n = es el flujo de caja en el periodo n .

n = es el número de periodos.

I = es el valor de la inversión inicial

CONCLUSIONES

- Se ha determinado que en Canadá existe una demanda de consumo de miel de abeja y sus derivados en este caso el jarabe de propóleo, esto significa para los productores del Ecuador representa una gran ventaja por el nivel de importaciones que requiere este país
- Se ha identificado los requisitos y especificaciones para que el jarabe de propóleo cumpla con los niveles de calidad y así ingresar al mercado canadiense.
- Se ha definido el proceso logístico que la empresa Apícola Apinelly necesita para realizar su exportación hacia el mercado canadiense, con el fin de garantizar la entrega del producto.

RECOMENDACIONES

- Buscar las medidas necesarias para conseguir alianzas estratégicas, promoviendo los consorcios y asociaciones con los productores de miel en el país.
- Fomentar la producción del jarabe de propóleo, a los demás apicultores, así como también los productos que se puedan generar del mismo como son jabones, entre otros.
- Elaborar planes de cuidado ambiental a través de un cultivo responsable, para que de esta manera los árboles en las zonas de cosecha y producción no sufran daños.
- Compartir por medios publicitarios los logros y esfuerzos tanto de apicultores y como exportadores, con el fin de que la marca país sea identificada como productos de primera calidad, y recomendables para proteger la salud.
- Se recomienda poner en marcha este proyecto, ya que cumple con las expectativas deseadas, así como también se fomenta la creación de empleo, y se contribuye al cambio de la matriz productiva.

Bibliografía

- AGROCALIDAD. (1 de noviembre de 2021). *AGROCALIDAD*. Obtenido de <https://www.agrocalidad.gob.ec/mision-vision/>
- Blank, S. (2013). *Why the Lean Start-Up Changes Everything*. Boston: Harvard Review.
- Cerna, E. (2009). Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=VuIdCwAAQBAJ&pg=PT41&dq=ec.+cerna+2009&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiJkZmQmeX4AhVqj4QIHVbXAOMQ6AF6BAgFEAI#v=onepage&q=ec.%20cerna%202009&f=false>
- Commission, A. B. (02 de 07 de 2020). *Radio Canadá Internacional*. Obtenido de <https://www.rcinet.ca/es/2020/07/02/el-frio-y-la-pandemia-no-perdonan-a-las-abejas-en-canada/>
- Diario, E. (2017). La Malanga se abre campo. *eldiario.ec*, 1.
- Embajada de Canadá en Ecuador*. (17 de 02 de 2022). Obtenido de https://www.canadainternational.gc.ca/ecuador-equateur/bilateral_relations_bilaterales/index.aspx?lang=spa#:~:text=La%20relaci%C3%B3n%20comercial%20entre%20Canad%C3%A1,cebada%20y%20arvejas%20a%20Ecuador.
- GlobalSTD. (24 de mayo de 2019). *RECOMENDACIONES PARA CERTIFICARSE EN GLOBALG.A.P.* Obtenido de <https://www.globalstd.com/blog/recomendaciones-para-certificarse-en-globalg-a-p/>
- INTERNACIONAL, F. M. (s.f.). *FONDO MONETARIO INTERNACIONAL*. Obtenido de <https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2001/esl/110801s.htm>
Credential=LB63ZNJ2Q66548XDC8M5%2F20211024%2F%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20211024T234935Z&X-Am
- Legiscomex (2021). Normatividad canadiense para tener en cuenta. https://www.legiscomex.com/Documentos/normatividad_canadiense
- Embajada de Canadá en Ecuador*. (17 de 02 de 2022). Obtenido de https://www.canadainternational.gc.ca/ecuador-equateur/bilateral_relations_bilaterales/index.aspx?lang=spa#:~:text=La%20relaci%C3%B3n%20comercial%20entre%20Canad%C3%A1,cebada%20y%20arvejas%20a%20Ecuador.
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (Miércoles 30 de Septiembre de 2020). *BCE*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1383-la-economia-ecuatoriana-decrecio-12-4-en-el-segundo-trimestre-de-2020>
- Blank, S. (2013). *Why the Lean Start-Up Changes Everything*. Boston: Harvard Review.
- Cerna, E. (2009). Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=VuIdCwAAQBAJ&pg=PT41&dq=ec.+cerna+2009>

9&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiJkZmQmeX4AhVqj4QIHVbXAOMQ6AF6BAgFEAI#v=onepage&q=ec.%20cerna%202009&f=false

CFIA, C. F. (s.f.). *Canadian Food Inspection Agency - CFIA*. Obtenido de <http://www.inspection.gc.ca/english/toce.shtml>

CFIA, C. f. (s.f.). *Canadian food Inspection Agency CFIA*. Obtenido de <http://www.inspection.gc.ca/english/imp/airse.shtml#>

CFIA, C. F. (s.f.). *Canadian Food Inspection Agency CFIA*. Obtenido de <http://www.inspection.gc.ca>

Commission, A. B. (02 de 07 de 2020). *Radio Canadá Internacional*. Obtenido de <https://www.rcinet.ca/es/2020/07/02/el-frio-y-la-pandemia-no-perdonan-a-las-abejas-en-canada/>

FONDO MONETARIO INTERNACIONAL. (Noviembre de 2001). *FONDO MONETARIO INTERNACIONAL*. Obtenido de I. El comercio internacional y la economía mundial *Primicias*. (s.f.). Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/canada-ecuador-acuerdo-comercio-negocios/>

Robles, J. (mayo de 2014) Obtenido de https://minio2.123dok.com/dt02pdf/123dok_es/pdf/2020/07_31/ttipht1596173115.pdf?X-Amz-Content-Sha256=UNSIGNED-PAYLOAD&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=LB63ZNJ2Q66548XDC8M5%2F20211024%2F%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20211024T234935Z&X-Am

ANEXOS



REPÚBLICA DEL ECUADOR MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA

AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA

CERTIFICADO DE NOTIFICACIÓN SANITARIA No. 34143-ALN-0222

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria certifica que el

Producto denominado : COMPLEMENTO ALIMENTICIO EN JALEA A BASE DE MIEL, JENGIBRE Y PROPOLEO PROPOMIEL
Origen de Producto : Nacional
Marca : APINELLY
Subpartida Arancelaria : 170290100000000000
A solicitud de : NASIMBA CUEVA JOSE VICENTE, MEJIA - ECUADOR
Titular de Producto : NASIMBA CUEVA JOSE VICENTE, MEJIA - ECUADOR
Elaborado por : NASIMBA CUEVA JOSE VICENTE, MEJIA - ECUADOR
Origen de Fabricante : ECUADOR
Envase :
a. Externo : NA
b. Interno : FRASCO DE VIDRIO TIPO III COLOR AMBAR CON TAPA DE POLIPROPILENO (PP) TWIST OFF de 55 mm de diámetro DE COLOR AMARILLO, con banda de seguridad de polivinilcloruro (PVC) TERMOENCOGIBLE.
Contenido Neto : 1370 g, 700 g, 350 g, 70 g, 1000 g
Forma de Conservación : Ambiente fresco y seco
Grado Alcohólico : NA

Fórmula de Composición/Lista de Ingredientes (En Orden Decreciente)

Ingredientes

Miel de Abeja floración eucalipto	98.20 %
Extracto hidroalcohólico de propoleo (ALCOHOL ETILICO Alc. 95% (Vol.) 50 %, resina de propoleo 30 %, agua 20 %)	1.00 %
Extracto hidroalcohólico de jengibre (ALCOHOL ETILICO Alc. 95% (Vol.) 50 %, rizoma de jengibre (Zingiber officinales) 30 %, agua 20 %)	0.80 %

Período de Vida Útil : 365 días
Solicitud No. : 16804557202200000001P
Fecha de Emisión : 25/02/2022
Venta : Libre
Ciudad de Emisión : QUITO
Fecha de Vigencia : 25/02/2027

Documento firmado Electrónicamente
Juan Pablo Flores Jaramillo
Coordinador General Técnico de Certificaciones