

Urkund Analysis Result

Analysed Document: 02.calapaqui_pilay.docx (D42484941)
Submitted: 10/12/2018 3:43:00 PM
Submitted By: jperezs4@unemi.edu.ec
Significance: 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

INTRODUCCIÓN Frente a un entorno cada vez más competitivo es de mayor importancia que las empresas participen en mercados internacionales a través de eventos ferias (internacionales) para hacer conocer el producto siendo esta una gran oportunidad para relacionarse con nuevos compradores alrededor de todo el mundo. Como consecuente a ello promulgar las exportaciones de bienes o servicios, y entre las razones que se destacan para que una empresa se internacionalice, se refleja la ampliación de las ventas y la adquisición de recursos entre otros. Este trabajo de investigación se encuentra relacionado con la "Exportación y comercialización de snacks orgánicos desde Ecuador para el consumidor canadiense. La exportación representa la salida de un producto o el envío de un producto con destino a otro, mediante diferentes vías ya sean estas de manera marítima, aérea o terrestre (Martínez, Otero, & González, 2014). En pocas palabras genera beneficios y oportunidades para los empresarios, la finalidad de las mismas, es poder ampliar su cartelera de clientes llegar a nuevos nichos mercados donde el producto aceptado por los consumidores. Siendo así una de las actividades económicas con mayor influencia que interviene en el comercio exterior. Lo dicho hasta aquí supone que la importancia de comprender el proceso para la exportación y comercialización de un producto es sumamente importante, con esto se pretende abarcar aspectos predominantes para su eficaz comercialización, en ello se implica, el cumplimiento de una serie de requisitos establecidos por los principales organismos del Ecuador: MAGAP, AGROCALIDAD, PROECUADOR etc., concernientes del país de origen y del país de destino en este caso se deberá acatar la legislación vigente por Canadá. Así mismo, se analizarán las exportaciones que cada vez se están incrementando debido a la existencia de una gran demanda a nivel internacional, dado que el consumo de productos orgánicos facilita al consumidor a llevar una dieta equilibrada, rica en proteínas, fósforo y nutriente y que ayudan al bienestar de la salud de los mismos. El propósito de esta investigación es conocer cómo la producción de banano orgánicos genera ventajas tanto a nivel económico para los empresarios, cuidado de medio ambiente y sobre todo mantener un estilo de cultivo sano y de calidad (Capa & Alaña, 2017).

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA La necesidad de adquirir snacks orgánicos es impulsada por la conciencia que se ha establecido en los últimos años, por llevar una calidad de vida saludable y sostenible, por ello son demandados en mercados extranjeros que buscan productos que generen altos niveles de vitaminas, proteínas y sobre todo energía. El Ecuador es reconocido por tener su amplia diversidad de productos agrícolas entre ellos el plátano y la yuca, también es considerado como uno de los pocos países que realiza exportaciones no petroleras a través de productos procesados orgánicos, como es el caso de los snacks, cuáles son muy codiciados en el mercado Estadounidense y Europeo. Las exportaciones a los mercados mencionados son realizadas a través de los acuerdos bilaterales y multilaterales que posee Ecuador con los mismos, es por ello que estos productos buscan ser aceptados con la finalidad de satisfacer la necesidad los consumidores extranjeros. Los snacks orgánicos son parte de las exportaciones no petroleras que realiza Ecuador, a través de la ayuda del Instituto de Promoción de Exportación e Inversión Pro Ecuador, quien tiene la función de promocionar a empresas productoras y exportadoras y que además promueve las exportaciones de productos orgánicos y no orgánicos al mundo. Pro Ecuador impulsa los procesos de logística para las exportaciones de productos de muchas empresas a nivel nacional entre ellas, es el caso de la empresa exportadora de productos procesados orgánicos de plátano y yuca.

(Platayuc, 2017) “Exporta snacks orgánicos entre otros, como son: chifles orgánicos (plátano orgánico ligeramente salado, plátano ligeramente salado, plátano naturalmente dulce, yuquitas ligeramente saladas, plátanos pelados y yuca pelada)”. Para la producción de snacks orgánicos Platayuc cultiva los productos como es el caso del plátano barraganete y yuca en tierra fértiles ecuatorianas en donde crecen hermosas plantaciones que contienen un alto nivel de proteínas. En Ecuador, para producir productos orgánicos es importante tener en cuenta varios aspectos en cuanto al mantenimiento agronómico del suelo. Es importante analizar y seleccionar el terreno a utilizar, para evitar riesgos de los lotes sembrados y actividades desarrolladas cerca (...) Además, que se debe considerar tanto el clima, suelo, facilidad de obtener y transportar agua para el riego, historial de cultivos sembrados, químicos utilizados entre otros Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario (Agrocalidad, 2016). Para la producción del plátano, es necesario que las tierras estén totalmente libre de cualquier químico o fertilizantes que afecte de manera negativa el cultivo que se pretende sembrar, de tal manera que la tierra debe estar deshabitada o libre por lo menos 2 años. Así mismo, Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario (Agrocalidad, 2016) considera que. “Es importante mencionar que para la producción orgánica es necesario tener en cuenta los factores climáticos que intervienen”. Para el caso del plátano el clima debe ser húmedo con temperatura de 18,5 ° C a 35.5°C, para poder lograr mantener un crecimiento estable y seguro (...) en cuanto a la pluviosidad definiéndose como la cantidad mínima de lluvia, se necesita de 120 mm mensual o precipitaciones semanales de 44 mm en la zona de cultivo, por lo cual se establecen sistemas de riego debido a las estaciones lluviosa y seca que posee el litoral Ecuatoriano Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario (Agrocalidad, 2016). Para que sea de éxito la producción orgánica es necesario que cumpla con requerimientos especiales en cuanto a la preparación del terreno. La luminosidad es parte fundamental para la madurez y cosecha del plátano, por lo cual requiere de 1000 a 1500 horas luz al año. En cuanto al Viento, el cultivo no deberá exceder de 30 km por hora, con la finalidad de evitar daños o pérdidas en la producción. Además, como parte final de los requerimientos del cultivo, es importante la altitud que no deberá ser inferior a los 300 metros a nivel del mar Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario (Agrocalidad, 2016). En Ecuador, el terreno es muy importante para la producción de productos orgánicos como los snacks, por ello organismos nacionales impulsan la producción a través de mecanismos que sirvan para mejorar los procesos de cultivos con la finalidad incrementen las exportaciones de tales productos. En consecuencia, al incremento de consumo de productos orgánico por estadísticas de la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica IFOAM informan que existían hasta el año 2014, la disponibilidad de 43,7 millones de hectáreas de tierra agrícola a nivel mundial lo que representa un equivalente de 6 veces la superficie de producción agrícola Ecuatoriana (...) Sin embargo, para Ecuador el gobierno nacional informa que existen hasta marzo de 2017, la disponibilidad de 36.246 hectáreas que se encuentran distribuidas entre 23 de las 24 provincias del país Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario (Agrocalidad, 2018). La comercialización de productos orgánicos como son los snacks ecuatorianos en mercados estadounidense y europeo ha sido un éxito por ello se analiza los el incremento de las exportaciones en un nuevo mercado como es el canadiense, debido a que los consumidores de dicho país mantienen una demanda creciente para los productos orgánicos o saludables. La oportunidad que tiene Ecuador a través de la

exportación de snacks orgánicos en el mercado canadiense es impulsada a través de las alternativas que buscan los consumidores para su alimentación de manera rápida y saludable. La principal razón por la que los consumidores canadienses adquieren snacks orgánicos es por causa de los horarios copados que impiden la elaboración de sus propios alimentos, por ende, buscan la adquisición de snacks saludables de alta proteínas que proporcione energía, y una buena calidad de vida, lo que da la oportunidad a los snacks orgánicos ecuatorianos a participar en esta nueva tendencia de consumo. Además, porque los consumidores canadienses están preocupados por mantener su salud, por los estados ambientales y por ende da preferencia a consumir más productos orgánicos. Esta es la razón por la cual se plantea el análisis de las exportaciones y comercialización de productos tan apetecido en el mercado canadiense, de tal manera que posibilite la apertura a nuevos segmentos de mercados exportando no sólo de la materia prima como es el plátano y yuca, sino que generen valor en productos procesados orgánicos como son los de snacks. Según estadísticas de la Organización pública Alberta Organic de origen Canadiense, ubicada en centro de la provincia de Alberta, representa y apoya a la producción y consumo de productos orgánicos, por ello informa que el 74% de habitantes de la provincia de Alberta tiene un mayor consumo de productos orgánicos a diferencia de las demás provincias de Canadá (...) Este organismo indica que es un mercado con mucho potencial debido al interés del consumidor en tales productos. Canadá tiene acuerdos de equivalencia de estándares que permiten que el producto orgánico ingrese con mayor facilidad las perchas canadienses (Cory Gialleonardo, 2018). Es importante mencionar que dentro de las facilidades que proporciona este nuevo mercado intervienen los acuerdos bilaterales que permiten a Ecuador establecer relaciones comerciales a través de las empresas dedicadas a la exportación de productos orgánicos con destino a Canadá. Las empresas Ecuatorianas exportadoras de snacks orgánicos deben cumplir con las especificaciones y estándares de calidad que son exigidas para el ingreso de estos productos con destino a Canadá. El ministerio de Comercio Exterior e Inversiones a través del Comité del Comercio Exterior establece la partida arancelaria del plátano orgánico certificado es contemplado por la digitación 0803.90.11.10 desde 2017 por el Comité de Comercio Exterior(Comex, 2017). Además, es importante destacar que al realizar exportaciones de productos orgánicos a cualquier destino, se debe de cancelar un impuesto arancelario por la salida hacia la comercialización de tales productos. Ecuador por ser parte de la Organización Mundial del Comercio OMC, tiene la oportunidad de comercializar snacks orgánicos con arancel del 0% en Canadá a partir del 2015 lo que permite sea mucho más competitivo (Cedeño & Martínez, 2016). Ecuador al tener 0% de arancel en cuanto a la comercialización de productos en Canadá, permite que los consumidores canadienses demanda más snacks orgánicos, de tal manera que representa el crecimiento o incremento de las exportaciones Ecuatorianas. La ventaja competitiva que posee los snacks orgánicos ecuatorianos exportados a los diferentes destinos, son su forma de cultivación, calidad y preservación que aporta a la alimentación saludable de las personas. Además, de tener productos registrados con certificaciones internacional que respaldan la calidad del producto. Detallado los beneficios que conserva el Ecuador en cuanto a la comercialización de snacks orgánicos, es relevante analizar el problema que se genera tras la exportación de los mismos, de tal forma que se identifican la insatisfacción de los exportadores en cuanto a los incentivos que reciben para producir cantidades extremas con destino al mercado canadiense. La falta

de capital es uno de los problemas que más ha afectado a los productores ecuatorianos que en su mayoría están constituidos por el 82% y representados por las pymes, de tal manera que se limitan a obtener líneas de crédito de alguna institución financiera por las altas tasas de interés que requieren según el Instituto de Promoción de Exportación e Inversión Pro Ecuador (Pro Ecuador, 2017). Los exportadores se limitan a obtener cualquier línea de crédito porque las condiciones económicas para cancelar las tasas requeridas no lo permiten como ejemplo el Banco Central del Ecuador proporciona la tasa activa efectiva referencial al 11.20% y máximo al 11.83% considerado para los sectores tanto público como privado por concepto productivo de las pymes (Banco Central del Ecuador, 2018). De esta manera, los productores al no tener la oportunidad de ampliar su producción a través de la adquisición de nuevas maquinarias u otras herramientas que le permitan aumentar las cantidades a producir de productos orgánicos como es el caso de los snacks se convierte en la razón principal por la que se ve reflejado el inconveniente de las exportaciones a Canadá. Otro de los inconvenientes que tienen los exportadores acerca de la exportación de productos orgánicos es la agilidad de los procesos aduaneros, que aunque han disminuido persisten hasta la actualidad. Los exportadores que se han visto afectados por la insuficiente gestión por parte de los corresponsales aduaneros, estiman que sus problemas son originados por la lenta inspección de mercadería y por la escasa experiencia de revisión por parte del personal encargado, por lo tanto estas situaciones han provocado el atraso o pérdida de la transportación y exportación, y a su vez el incumplimiento de compromiso con el destino establecido Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE, 2016).

Objetivo General Analizar el crecimiento de las exportaciones y comercialización de productos orgánicos de Ecuador en el mercado Canadiense. Objetivos Específicos • Mencionar las ventajas de exportar productos orgánicos para Ecuador. • Analizar las preferencias y tendencias de consumo de snacks orgánicos en el mercado canadiense. • Identificar los procesos de logística y comercialización de los snacks orgánicos de Ecuador con destino a Canadá. Justificación Para las empresas Ecuatorianas optar por una materia prima de calidad es lo fundamental, aplicar un estilo de filosofía en donde predomina el bienestar de los consumidores lo que con lleva a perfeccionar su calidad de vida, bajo estas circunstancias ésta empresa actualmente tiene operando en el mercado ecuatoriano desde el 2007, es decir la firma surgió cuando el mercado estadounidense buscaba asociarse con proveedores similares tipo de actividad económica del mismo. En la actualidad no se suele llevar una dieta equilibrada puesto que existen circunstancias que no lo permiten como por ejemplo en mercados extranjeros como el canadiense el nivel de vida es sumamente estresado debido la jornada laboral, están sujetos bajo una gran presión laboral lo que impide que lleven una buena alimentación rica en proteínas, nutrientes, vitaminas hierro y calcio etc. Analizar el crecimiento de las exportaciones de productos orgánicos permite corroborar el cambio que está significando para la matriz productiva del sector agrícola en el Ecuador, con la finalidad de sustituir las importaciones y así generar nuevas oportunidades para el crecimiento económico del país. La justificación está relacionada en la importancia que tiene el consumo de productos orgánicos y los grandes beneficios que los mismos aportan a los consumidores que buscan adquirir productos buenos y saludables y a su vez mejorar su estilo de vida.

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL A inicios del comercio internacional como consecuencia del desarrollo de la globalización se produjeron significantes cambios entre ellos, el aumento de

participantes en el mercado, que permite a Ecuador exportar productos a diferentes destinos. El comercio exterior en el Ecuador ha proporcionado grandes oportunidades a través del conjunto de bienes y servicios que intervienen para su exportación o internalización. Sin embargo, las exportaciones no solamente son consideradas como meta de facturación, sino más bien una necesaria estrategia que las empresas deberían aplicar para obtener una ventaja competitiva (Minervini, 2015). Además, es importante destacar que la exportación es parte fundamental para aquellas empresas que realizan negocios internacionales porque permite llegar a una serie de destinos de tal manera que incrementa su eficiencia empresarial en el mercado nacional o local. (Cue Mancera, 2015) La liberación de mercancías ha proporcionado la eliminación de barreras regionales a través del tiempo, con la ayuda y participación de organismos internacionales como la Organización Mundial del Comercio (OMC), Tratado de Libre Comercio (TLC), La Unión Europea (UE) entre otros, que han permitido la exiación de mercaderías y contemplar el cierre de negocios internacionales. El enviar bienes o servicios a un determinado destino se denomina exportar, de tal manera que genere beneficios que permitan ampliar y proteger la producción y comercialización de empresas locales a través del control de organizaciones que regulan al comercio. Además, porque permiten mantener las divisas en el propio territorio nacional. Sin embargo, para tener una perspectiva más clara de lo que ha sido el comercio, es importante describir aquellas teorías que han permitido el desarrollo y evolución del mismo. Teoría de la Ventaja Absoluta de Adam Smith En esta teoría, se identifica la apreciación que tenía Adam Smith acerca de lo que consideraba como una ventaja absoluta. Según (Zavala, 2016) considera: Smith establece en su libro La Riqueza de las Naciones en 1776, que son dos naciones las que realizan procesos de comercialización y que se relacionan bajo un factor determinante de comercio como es el trabajo, cual posee movimiento entre ambos. Sin embargo, de carencia externa, ignorando así el valor monetario y de transportación. (p. 63) El comercio internacional es proporcionado como resultado de la ventaja absoluta que una nación tiene frente a la elaboración de un bien o servicio. Teoría de la Ventaja Comparativa de David Ricardo En esta teoría, se identifica la apreciación que tenía Adam Smith acerca de lo que consideraba como una ventaja absoluta. Según (Zavala, 2016) considera: Smith establece en su libro La Riqueza de las Naciones en 1776, que son dos naciones las que realizan procesos de comercialización y que se relacionan bajo un factor determinante de comercio como es el trabajo, cual posee movimiento entre ambos. Sin embargo, de carencia externa, ignorando así el valor monetario y de transportación. (p. 63) El comercio internacional es proporcionado como resultado de la ventaja absoluta que una nación tiene frente a la elaboración de un bien o servicio.

Teoría de las proporciones factoriales de Heckscher & Ohlin La conceptualización de esta teoría está planteada en base al estudio realizado primeramente por Heckscher y posterior por Ohlin denominado "Comercio Internacional", El autor considera: El comercio internacional desde el enfoque de Heckscher & Ohlin, está basado por la influencia de la tecnología que poseen las naciones, de tal manera que esta puede obtener una ventaja comparativa en base a los factores de producción que son de uso intensivo, y en abundancia que otros, permitiendo así, exportar aquellos bienes y servicios, e importar aquellos en los que se tiene una desventaja comparativa (Arias, 2017). Esta teoría plantea la forma en como los países hacen uso de la tecnología, para mejorar la economía de los mismos. Además, de establecer como un país puede tener una ventaja comparativa en relación a otros a través de la

exportación e importación de aquellos bienes o servicios producidos con insumos que posean en abundancia o carencia. Comercialización La comercialización es la compra y venta de un bien o servicio, producido para satisfacer la demanda de los consumidores en un determinado mercado. El comercio se lo realiza de manera interna y externa, de tal manera que se obtengan beneficios muchos de los ofertantes. Comercio Exterior en el Ecuador El comercio exterior en Ecuador se remonta hace varios siglos atrás, donde inicio por primera vez el proceso de exportación de mercancías a determinados destinos internacionales: El comercio exterior en Ecuador se inició con la participación de la exportación de Oro entre los siglos XVI y XVII como lugar de destino España, establecida en la época colonial, de tal manera que Ecuador comienza la lucha por mantener el proceso de comercialización externa hasta cuando surgen las organizaciones reguladoras en la época republicana, encargadas de respaldar las exportaciones e importaciones a los diferentes destinos (Iturralde, 2012). El comercio exterior a partir de la época contemporánea, Ecuador fue considerado uno de los países que permitió mejorar de cierta forma la economía del país. (Báez, 2015) manifiesta que desde 1970 el comercio evolucionó a través de las exportaciones petroleras y aunque no fue un pilar suficiente para sostener la economía, dio la oportunidad a abrir nuevos acuerdos que permitirían dinamizar el comercio exterior, como lo fue con productos reconocidos como el cacao, banano, plátano entre otros. Ecuador considerado como uno de los principales exportadores de plátano, y sus derivados, contempla una amplia variedad de empresas, entre ellas Platayuc.(Revista Lideres, 2017)sostiene que es una empresa con más de 20 años de experiencia en el sector agropecuario y que realiza comercio exterior a través de la exportación de snacks de plátano en sus diferentes formas, a diferentes mercados internacionales.

METODOLOGÍA La finalidad del presente trabajo de investigación está orientado a analizar el incremento de las exportaciones de productos orgánicos en el territorio ecuatoriano, sin embargo, en este capítulo se da énfasis al rol fundamental de los diferentes tipos de investigación que intervienen en la misma. Es necesario recalcar que la investigación engloba la búsqueda y el descubrimiento de nueva información, en efecto ayuda a ampliar nuestro conocimiento y obtener una mejor perspectiva sobre la realidad. Y como resultado de ello se despliega una curiosidad progresiva para la solución de los problemas existentes en la sociedad. A continuación, se detallan los diferentes tipos de investigación que abarca ese estudio: Investigación Documental La investigación documental representa la parte metodológica del análisis, en este análisis de estudio, de tal manera que se indagaran contextos a través de referencias bibliográficas de fuentes secundarias. Con respecto a esta metodología, es una técnica que con lleva a realizar un análisis de la información detallada en fuentes secundarias tales como: bibliográficos documentos de tipo científico, sitios web oficiales de los organismos que intervienen en la exportación y comercialización de productos orgánicos, compañías certificadoras que miden la estandarización del producto (Rangel & Pérez, 2014). Esto es que, depende absolutamente de fuentes secundarias para una correcta interpretación y análisis de la información recogida. En la investigación documental (Baray, 2006) sostiene que Garza caracteriza a la misma porque se emplean registro de gráficos como principales fuentes de información, aportes de las diferentes teorías que han intervenido en el comercio exterior entre otros. Investigación Descriptiva En este tipo de investigación (Aira, 2016) señala que Hernández R. Define como: "El estudio que determina las propiedades,

rasgos, perfiles, tendencias, expectativas de un grupo de personas específicas o cualquier fenómeno sujeto a un análisis". Es decir, éste método cualitativo definirá el incremento de la demanda de los productos mencionados con anterioridad mediante datos proporcionados por encuestadora líder en lo referente al conocimiento del consumidor. También se tomó como referencia las tendencias de consumos y hábitos por el cual adquieren el producto buscando indagar las razones por el cual el consumidor canadiense se encuentra preocupado por el cuidado del medio ambiente.

EXPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SNACKS ORGÁNICOS DESDE ECUADOR CON DESTINO A CANADÁ, PERÍODO 2015-2018 DESARROLLO DEL TEMA En la actualidad, llevar una alimentación rica en proteínas y nutrientes debería prevalecer en la mente de los consumidores, esto implicaría el consumo de productos orgánicos los cuales se caracterizan porque son naturales, por ello durante todo el proceso de cultivo no ha requerido de sustancias químicas, ni aditivos y sustancias tóxicas los cuales afectan cada vez al medio ambiente. Según Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAGAP, 2017) afirma. "La finalidad de una agricultura orgánica es poder conservar los recursos naturales evidentemente respetando el medio ambiente, obtener un cultivo sin la utilización de químicos para generar una alimentación saludable y responsable". Principios para considerar un producto "orgánico" La producción orgánica se deberá regir a los siguientes parámetros definidos: a) El mantenimiento y aumento de la vida y la fertilidad natural del suelo, la estabilidad y la biodiversidad del suelo, la prevención y el combate de la compactación y la erosión de suelo, y la nutrición de los vegetales con nutrientes que procedan principalmente del ecosistema edáfico Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario (Agrocalidad, 2017). b) Según Ministerio de Agricultura y Ganadería (Agrocalidad, 2017) afirma. "La reducción al mínimo del uso de recursos no renovables y de medios de producción ajenos a la explotación". c) El mantenimiento de la salud de los vegetales mediante medidas preventivas, como la elección de especies y variedades apropiadas que resistan a los parásitos y a las enfermedades, las rotaciones apropiadas de cultivos, abonos orgánicos, abonos verdes, leguminosas, los métodos mecánicos y físicos y la protección de los enemigos naturales de las plagas Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario (Agrocalidad, 2017) Por otra parte, para que un producto sea considerado orgánico es necesario que este regido por normas internacionales, que abalen confiabilidad y calidad, por ello se presentan las principales certificaciones que son aplicadas en los productos orgánicos ecuatorianos. Tabla 11 Empresas Internacionales Certificadoras de Productos Orgánicos MARCA EMPRESA

USDA ORGANIC.- Destinada para todas las personas que deseen vender sus productos orgánicos en el mercado EEUU, para ello deberá contar con un certificado NOP (Nacional Organic Product), el cual acredita que se cumple con las normas establecidas por USDA en lo referente a producción orgánica.

NOM- GMO PROJECT. - Es caracterizada como una organización sin fines de lucro, su misión se centra en la no promulgación de alimentos transgénicos. El etiquetado permite diferenciar que los productos han sido evaluados y que cumplen con los estándares exigidos.

Gastos Domésticos Vivienda y hogar 21% Impuesto sobre la renta: 18% Alimentación:10%
Gastos discrecionales:22% Tendencias Oportunidades Productos étnicos Salud Comodidad
Productos domésticos Pasatiempo

Gastos Domésticos Vivienda y hogar 21% Impuesto sobre la renta: 18% Alimentación:10%
Gastos discrecionales:22% Tendencias Oportunidades Productos étnicos Salud Comodidad
Productos domésticos Pasatiempo

Gastos Domésticos Vivienda y hogar 21% Impuesto sobre la renta: 18% Alimentación:10%
Gastos discrecionales:22% Tendencias Oportunidades Productos étnicos Salud Comodidad
Productos domésticos Pasatiempo

KOSHER.- Pertenece a aquellos alimentos preparados según lo establecido por las normas judías (dietéticas). Enfocada a proyectar a los clientes una dieta religiosa y a consumidor solo lo establecido dentro del régimen judío.

FAIRTRADE.- Comercio Justo, la intencionalidad de esta certificadora es proporcionar un precio justo para los consumidores y proyectar una repartición de beneficios mutuos tanto para productores como para los trabajadores.

BPM.- Abarca todas las medidas preventivas en relación a la higiene, en ello se implica el cumplir con las normas establecidas en relación al envasado, etiquetado, elaboración etc. con la finalidad de evitar riesgos que puedan afectar a la salud de las personas.

Gastos Domésticos Vivienda y hogar 21% Impuesto sobre la renta: 18% Alimentación:10%
Gastos discrecionales:22% Tendencias Oportunidades Productos étnicos Salud Comodidad
Productos domésticos Pasatiempo ANÁLISIS DE PELIGRO Y PUNTOS CRÍTICOS DE CONTROL. -
Evita que se produzca daño alguno (higiene) en la salud de los consumidores. Se diferencia de los distintos métodos en que es un modelo preventivo, evita peligros o problemas que puedan afectar en el bienestar del cliente. Principales Empresas certificadoras internacionales de productos orgánicos. El consumidor canadiense opta por comprar productos orgánicos, haciendo conciencia de la importancia del cuidado del medio ambiente, libre de maltrato animal y de trabajo infantil y cada vez la demanda en relación a esta línea de productos se va incrementando por las ventajas que aporta. El consumo de snacks a nivel global genera conciencia Para estipular las razones por el cual se genera el consumo de estos productos, se ha considerado información relevante de una encuesta realizada a nivel global en el 2014 en donde gran parte de los países se involucraron a la misma. Siendo así que la muestra aportó datos relevantes en relación a la preferencia del bien. Así, (Nielsen, 2014) Afirma. "Los snacks sin azúcar y los bocadillos que reemplazan algún alimento del día están mostrando un fuerte crecimiento, lo cual indica un cambio de mentalidad de los consumidores enfocado a la salud". Los snacks a base de ingredientes naturales son calificados como muy importantes, características como la ausencia de colorantes artificiales (44%), que no sean productos genéticamente modificados (43%) y que no contengan sabores artificiales (42%) también son muy importantes para los consumidores (Nielsen, 2014).

Gastos Domésticos Vivienda y hogar 21% Impuesto sobre la renta: 18% Alimentación:10%
Gastos discrecionales:22% Tendencias Oportunidades Productos étnicos Salud Comodidad
Productos domésticos Pasatiempo

Figure 11 Atributos saludables de snacks en el mercado Canadiense Elaborado por:Autores

Mediante el reporte de Nielsen se puede observar que existe la necesidad de consumo de productos orgánicos (snacks) bajos en calorías, libre de aditivos, edulcorantes, etc. Además, el cliente opta por un tipo de bien saludable con sabores naturales, altos en fibra y sodio, bajo en azúcar entre otros, con la finalidad de mantener un ritmo de vida vital y energética. Perspectiva del consumidor canadiense Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación (MAEC, 2018) afirma. "Canadá tiene una población de alrededor de 36.885.049 habitantes según datos estipulados por el Instituto de Estadística Canadiense". Siendo un país de multilingüe, en donde cada uno de los habitantes mantiene su propia cultura, idioma y tradiciones. Según Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación(MAEC, 2018) Informa. "En la actualidad el 32.5% es de origen británico, el 13.6% de origen francés, 9.85% perteneciente a origen alemán". En lo referente al idioma se establecen los más importantes como inglés, idioma básico y el francés. Canadá es el segundo país del mundo más grande por poseer una gran extensión geográfica además de ello presenta un gobierno de poder político democrático representado por la gobernadora general.

Gastos Domésticos Vivienda y hogar 21% Impuesto sobre la renta: 18% Alimentación:10%
Gastos discrecionales:22% Tendencias Oportunidades Productos étnicos Salud Comodidad
Productos domésticos Pasatiempo

Figure 22Perspectivas del Consumidor Elaborado por:Autores

El consumidor canadiense se caracteriza por ser un tipo de cliente que se encuentra a la vanguardia de la información actual y muy exigente. Su preocupación por el medio ambiente lo lleva a regirse y tomar precauciones para el mismo, también se enfatiza que si el cliente canadiense no se encuentra satisfecho con el producto percibido se procederá a la devolución del dinero. Exportaciones de productos orgánicos con destino a Canadá y al mundo El Ecuador es caracterizado por poseer una gran variedad de productos orgánicos saludables, como el plátano, yuca, papa, maní, banano y cacao entre otros, siendo estos dos últimos los más demandados por el mercado Canadiense. Canadá importa estos productos orgánicos desde Ecuador, debido a la conciencia que toman sus habitantes al momento de adquirir productos catalogados como snacks, sean estos elaborados en base a banano, plátano, yuca y cacao. La figura 3 indica que ha habido crecimiento en cuanto a la evolución de las exportaciones no petroleras considerando especialmente al banano y al cacao en el mercado canadiense como productos orgánicos que predominan ante la demanda de los consumidores.

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS ORGÁNICOS ECUATORIANOS 2013 - 2016

BANANO

CANADÁ 1109247.74 CACAO

CANADÁ 616516.45999999961

Gastos Domésticos Vivienda y hogar 21% Impuesto sobre la renta: 18% Alimentación:10%
Gastos discrecionales:22% Tendencias Oportunidades Productos étnicos Salud Comodidad
Productos domésticos Pasatiempo

Figure 33Evolución de las Exportaciones por productos Elaborado por:Autores Sin embargo, obtenidos los datos de las exportaciones no petroleras, representadas por los productos orgánicos, se identifica que en el periodo 2013 a 2016la demanda del producto banano ha incrementado más que por parte del producto cacao, debido que los productos como snacks orgánicos son más apetecidos que los productos elaborados de cacao como ejemplo el licor de cacao.

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS ORGÁNICOS ECUATORIANOS 2017 - 2018

CANADÁ

BANANO 795854.94000000053 CHINA

BANANO 3183715.04 ESTADOS UNIDOS

BANANO 21986728.6699999961

Gastos Domésticos Vivienda y hogar 21% Impuesto sobre la renta: 18% Alimentación:10%
Gastos discrecionales:22% Tendencias Oportunidades Productos étnicos Salud Comodidad
Productos domésticos Pasatiempo

Figure 44Evolución de las Exportaciones por país Elaborado por:Autores

Las exportaciones de productos orgánicos han evolucionado de forma creciente. Sin embargo, los datos obtenidos a través de Agrocalidad reflejan un decrecimiento en cuanto a la oferta exportable, porque en el mercado canadiense desde los dos últimos años han aumentado las importaciones de otras clases de productos orgánicos como es el caso de los snacks. Datos específicos y oficiales obtenidos por el Banco Central del Ecuador,informan que las exportaciones de productos orgánicos del periodo 2013 a 2016 aumentaron un 12% mientras que el año 2017 aumentaron un 7.7% equivalente a los 872.7 millones de dólares en cuanto a la exportación de banano y plátano con 11%, y camarón 17.7% en consideración del 2016 según Banco Central del Ecuador(BCE, 2018). Las exportaciones a Canadá representan un ingreso importante para el país, porque gracias a la cultivación y elaboración de productos agrícolas, incentivan a los productores a ampliar su producción y así generar muchas plazas de empleo, de tal manera que permita incrementar las actividades económicas del país.

Ventajas de exportar productos orgánicos

- En primer lugar para los pequeños productores que realizar el cultivo en cantones desconocidos del país, de esta manera podrán incrementar el desarrollo del área permitiendo la existencia de nuevas fuentes de empleo.
- Internalización de las empresas exportadoras de snacks, una gran aceptación del producto genera expansión de las ventas.
- Abrir nuevos nichos de mercados con el objetivo de ampliar la cartera de

clientes. • Al exportar Este tipo de productos orgánico crea una oportunidad para las organizaciones, debido al mercado cambiante y a los nuevos hábitos de consumo de los clientes. Logística como proceso de exportación La logística es parte fundamental en el momento de realizar comercio exterior, debido que parte de los procesos de coordinación, organización y localización que deben ser cumplidos para realizar la correcta y adecuada exportación de los bienes y servicios que se envían a diferentes destinos del mundo. La gestión logística es la parte de la administración de la cadena de suministro que planifica, implementa y controla el flujo eficiente, eficaz en envase y en retroceso, así como el almacenamiento de bienes y servicio e información relacionada entre el punto de origen y el punto de consumo con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes. (Murphy & Knemeyer, 2015 p.4) Como bien es cierta, la finalidad de toda organización es obtener rentabilidad y que los clientes se mantengan satisfechos por el producto o servicio percibido. Además de ello en la logística se involucran todas las áreas de la organización principalmente se vincula con la producción, las finanzas y el marketing. Canal de Logística La parte de la estructura de la logística va a depender cada organización, un sistema logístico puede proyectar distintas actividades las mismas que será realizadas por los diferentes departamentos de la compañía. A continuación, se detallan las principales actividades relacionadas con la logística: Servicio al cliente. - Ofrecer un buen servicio para el cliente puede generar grandes ventajas para la organización; cuidar del mismo y mantenerlo satisfechos genera rentabilidad para el empresario, el tener clientes leales puede ser una herramienta fundamental para la competencia. Pronóstico de la Demanda. - Para proyectar la demanda se relacionan variables tales como el tiempo, dinero, la inflación entre otros. El pronóstico se establece en base a una estimación de la demanda real y la pronosticada. Decisiones de ubicación de instalaciones. - Si bien es cierto el éxito de una tienda va a depender de su ubicación por lo tanto en un sistema logístico la situación es igual, la finalidad es determinar la ubicación correcta y número de instalaciones para facilitar una considerable distribución de los productos. A más de ello se busca la elección de los sitios adecuados donde se situarán el área de producción, almacenaje, instalación y obtener como resultado la eficacia organizacional. Logística Internacional. - A diferencia de la logística interna esta es sumamente costosa ya que debe acatarse a las normas establecidas por la ley. Analiza diferentes condiciones para el transporte de las mercaderías de manera marítima y navegación interna, métodos de pago, medios de ventas, documentación requerida a nivel internacional entre otros. Administración de inventario. - Es un elemento importante dentro de la logística y la administración de la cadena de suministro, esto implica el almacenaje, transporte y distribución de materiales. En lo concerniente a marketing, esta herramienta incita a mantener grandes cantidades de inventarios para hacer frente a las demandas de los consumidores evitando así el desabasto de productos. Se analizan los posibles costes de mantener el producto en bodega, precio de ordenar el mismo y su desabasto. Gestión de Materiales. - Se refiere a los diversos movimientos del producto de un punto a otro dentro del área de producción, esto implica ¿De qué manera se realizará? ¿Quién maniobrará el producto? ¿Número de cantidades? Gestión de Pedidos. - Es el lapso de tiempo estimado cuando el cliente realiza un pedido hasta que recibe el mismo. En ello interviene el lugar, tiempo, condiciones de pago y entrega adecuado para el cliente y el correcto procesamiento de pedido propagado por la empresa. Embalaje. - Empaque destinado para la transportación y

almacenamiento de la mercadería esencialmente para la protección y comercialización de los mismos. Adquisidores. - Se refiere a la adquisición de materias primas, suministros etc. proveniente de organizaciones externas para facilitar la elaboración del producto. Logística inversa. - Cuando un producto no reúne las características óptimas que lo caracterizan como un producto de calidad, productos defectuosos que generan insatisfacción por parte del consumidor. Dentro de la logística, es importante destacar aspectos importantes que intervienen en el proceso de exportación de los snacks, uno de ellos el medio de conservación a través de la utilización de los contenedores donde envían los productos de carga seca, con la finalidad para preservar su calidad y duración.

Gastos Domésticos Vivienda y hogar 21% Impuesto sobre la renta: 18% Alimentación:10% Gastos discrecionales:22% Tendencias Oportunidades Productos étnicos Salud Comodidad Productos domésticos Pasatiempo

Figure 55 Contenedor Dry Van de 20 pies Elaborado por:Autores

Gastos Domésticos Vivienda y hogar 21% Impuesto sobre la renta: 18% Alimentación:10% Gastos discrecionales:22% Tendencias Oportunidades Productos étnicos Salud Comodidad Productos domésticos Pasatiempo

Figure 66 Contenedor Dry Van de 40 pies Elaborado por:Autores

Así, el medio donde se almacenan y transportan los productos orgánicos como los snacks es el contenedor estándar o actualmente denominado como Dry Van con soporte tanto de 20 a 40 pies; es uno de los contenedores más utilizados porque son cerrados herméticamente, de tal manera que no permite la introducción de ventilación, y así, protege y mantiene su calidad (Dorta González, 2013). Marketing y la Comercialización de snacks orgánicos. El posicionar el producto en la mente de los consumidores es el objetivo del marketing moderno buscar la satisfacción de los clientes es lo primordial para las organizaciones y en ello prevalece la adecuada comercialización de los productos orgánicos. Las tácticas de marketing pueden diferenciar el valor que proporciona Ecuador como exportador de productos orgánicos y así mantener al mercado canadiense como cliente potencial de snacks. Además, el marketing y su relación con la comercialización permiten que se produzca la mezcla de las 4P con la finalidad de poder fidelizar a los consumidores canadienses a demandar de productos ecuatorianos de manera prolongada.

Mecanismo que Ecuador implementa para darse a conocer en el Mundo Ecuador es un país reconocido por tener una amplia de variedad de productos producidos y elaborados en el sector agrícola de excelente calidad para ser exportados a los diferentes mercados competitivos del mundo. Sin embargo, Ecuador para tener este tipo de reconocimiento se da a conocer a través de un sin número de eventos que le permiten obtener nuevas oportunidades de crecimiento y reconocimiento. Ecuador ha participado en ferias internacionales como Biofach en el mercado Europeo a través de la representación de empresas ecuatorianas que promocionan productos certificados, saludables y de excelente calidad. Por otra parte, es importante mencionar que uno de los mecanismos más utilizados por Ecuador para promocionar los diferentes tipos de productos que exporta son las redes

sociales, que influyen de manera positiva en la búsqueda de información por las personas de cualquier parte del mundo. Por otra parte, una de las fuentes donde Ecuador se hace conocer es a través de la comercialización virtual, conformadas por las tiendas virtuales como la Asociación de Jóvenes Empresarios Ecuador Aje, especialmente reconocidos por su marca denominada Tobe.

Gastos Domésticos Vivienda y hogar 21% Impuesto sobre la renta: 18% Alimentación:10%
Gastos discrecionales:22% Tendencias Oportunidades Productos étnicos Salud Comodidad
Productos domésticos Pasatiempo

Figure 78Página Oficial de la Asociación de Jóvenes Empresarios Ecuador (aje) Elaborado por:Autores

Es así, como se ve reflejado el apoyo del comercio electrónico al comercio exterior, de tal manera que Ecuador incentiva la comercialización de las variedades de productos, bienes y servicios que posee, a través de diferentes medios de información. Mecanismo que Ecuador implementa para ser conocidos y para comercializar productos orgánicos en el mercado Canadiense En base a la relación existente entre Ecuador y Canadá, Ecuador se promociona a través de la participación de eventos importantes como es el caso de las convenciones internacionales donde se llevan a cabo temas muy importantes como es el caso de las inversiones mineras y entre otras, realizadas en las ciudades más conocidas de dicho país. Ecuador participa y auspicia la única feria canadiense denominada SIAL CANADÁ, en donde se promocionan productos exclusivamente alimenticios (eltelégrafo, 2018).

Gastos Domésticos Vivienda y hogar 21% Impuesto sobre la renta: 18% Alimentación:10%
Gastos discrecionales:22% Tendencias Oportunidades Productos étnicos Salud Comodidad
Productos domésticos Pasatiempo

Figure 89 Feria Internacional SIAL CANADÁ Elaborado por:Autores Además, Ecuador se encarga de proporcionar información en las plataformas oficiales como el Instituto de Promoción de exportaciones e Inversiones Pro Ecuador, cual es la fuente oficial de otorgar información prospectiva y actualizada de la oferta exportable y los mercados internacionales según Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Pro Ecuador 2018).

Por otra parte, es importante identificar los canales de comercialización de los productos orgánicos, es por ello que se consideran los siguientes: Mercados terminales: Los productos orgánicos son comercializados en este tipo de lugares, en espacios establecidos de mayor fluctuación poblacional, por ende son obtenidos de manera rápida por los consumidores canadienses. Supermercados: En este campo son adquiridos por empresas independientes o franquicias, lo que permite comercializar a los productos a nivel nacional de tal manera que llegan más seguros a los consumidores. Tiendas especializadas o Gourmet: Son comercializados por este medio de forma no tan económica, por preferencias culturales, de manera que se consideren productos importados. Cash & Carry: Este medio se dedica especialmente a vender por cantidades grandes. Además, de comercializar productos de segmentos bajos y medios Según Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC, 2014).

Tienda de Convivencia: Este medio realiza la función de distribuidora en base a una franquía estadounidense. Sin embargo, comercializan los productos a precios no económicos.

Food Service: Es un canal de comercialización especialmente dirigidas para las personas inmigrantes, de tal manera que buscan productos similares o iguales a los acostumbrados en muchos restaurantes del país. Presentación y Etiquetado de productos orgánicos en Mercado Canadiense En Canadá existen un sin número de productos orgánicos con una diferentes formatos de presentación, como es el caso de los Snacks orgánicos ecuatorianos que se los comercializa de manera saludable. La presentación es uno de los aspectos importantes que debe tener los productos más aun cuando son extranjeros en un determinado país, como es el caso de Ecuador, por ello es indispensable que se identifiquen sus características en el formato que se presente el producto.

Gastos Domésticos Vivienda y hogar 21% Impuesto sobre la renta: 18% Alimentación:10% Gastos discrecionales:22% Tendencias Oportunidades Productos étnicos Salud Comodidad Productos domésticos Pasatiempo

Figure 911 Productos Orgánicos de Empresa Ecuatoriana Platayuc Elaborado por:Autores Las características son fundamentales porque es el detalle de las principales especificaciones que requiere y exige el consumidor canadiense, para conocer en síntesis el estado del producto que va a adquirir. La presentación detalla las características en la parte principal lo que contiene el producto aspectos indispensables como la marca, precio, peso, destino, certificaciones que lo abalan etc. Etiquetado Para la comercialización es importante la presentación de las características nutricionales que normalmente son detalladas en la parte posterior del producto según el formato establecido se debe contener la información en el que se refleje tamaño en gramos o kilos, cantidad, porcentaje de energía que produce y grasa que conserva, igualmente información clara y precisa de la empresa que los produce.

Gastos Domésticos Vivienda y hogar 21% Impuesto sobre la renta: 18% Alimentación:10% Gastos discrecionales:22% Tendencias Oportunidades Productos étnicos Salud Comodidad Productos domésticos Pasatiempo

Figure 1012 Información Nutricional de Producto Orgánico (Platayuc) Elaborado por:Autores

El análisis de las exportaciones se lo realizo en base aspectos relevantes, como las ventajas que se obtiene a través de la exportación. Además, de considerar las preferencias y tendencias del consumo de snacks y los procesos de logística y comercialización que se llevan a cabo para satisfacer la demanda canadiense.

CONCLUSIONES Luego de haber analizado los factores que intervienen en las exportaciones y comercialización de los snacks orgánicos se finaliza la investigación documental con las siguientes conclusiones: • El consumo de productos orgánicos es muy importante en la actualidad ya que se generan ventajas positivas y competitivas tanto para el consumidor como para el exportador, promoviendo principalmente mejorar la calidad de vida de los consumidores extranjeros. • La exportación de productos orgánicos da la oportunidad a las pymes a mejorar su producción agrícola generando conciencia por preservar el estado natural

de los ecosistemas y de los suelos excluyendo así todo contaminante los cuales afectan a los mismos. Además, este análisis de las exportaciones ha permitido identificar el apoyo que brinda los organismos oficiales a través de la eficiente promoción para la comercialización los productos orgánicos, cuales están sujetos a las normas y requerimientos tanto de Ecuador como Canadá.

- La investigación documental acerca de las exportaciones de productos orgánicos, considera que es importante tener en cuenta los aspectos principales mencionados con anterioridad, debido que intervienen como parte fundamental para generar una eficiente comercialización.
- Los datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador han demostrado que la tendencia de consumo por parte de los productos orgánicos a nivel internacional, seguirán creciendo en los próximos años, debido que los consumidores consideran su alimentación parte importante de su calidad de vida, por lo tanto se incentiva a los pequeños y medianos productores a generar nuevos emprendimientos que aporten al crecimiento tanto empresarial como económico del país.

2

Gastos Domésticos Vivienda y hogar 21% Impuesto sobre la renta: 18% Alimentación:10%
Gastos discrecionales:22% Tendencias Oportunidades Productos étnicos Salud Comodidad
Productos domésticos Pasatiempo

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS ORGÁNICOS ECUATORIANOS 2017 - 2018

CANADÁ

BANANO 795854.94000000053 CHINA

BANANO 3183715.04 ESTADOS UNIDOS

BANANO 21986728.669999961

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS ORGÁNICOS ECUATORIANOS 2013 - 2016

BANANO

CANADÁ 1109247.74 CACAO

CANADÁ 616516.45999999961

Hit and source - focused comparison, Side by Side:

Left side: As student entered the text in the submitted document.

Right side: As the text appears in the source.
