



Universidad de Guayaquil

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN COMO REQUISITOS PARA OPTAR POR EL
TÍTULO DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

TEMA:

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ A BASE
DE HABAS A LA CIUDAD DE TORONTO CANADÁ**

AUTORES:

**REYES DEL PEZO VERÓNICA MONSERRATT
RODRÍGUEZ BERMEJO ANTONY JEFFERSON**

TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN:

ING. HENRY FRED LAVAYEN YÁVAR

GUAYAQUIL, SEPTIEMBRE 2018



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN			
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Exportación de producto.		
Proyecto de investigación para la exportación de café a base de habas a la ciudad de Toronto Canadá.			
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Reyes Del Pezo Verónica Monserratt Rodríguez Bermejo Antony Jefferson		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Lavayen Yávar Henry Fred		
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Facultad de Ciencias Administrativas		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Ingeniería en Gestión Empresarial		
GRADO OBTENIDO:			
FECHA DE PUBLICACIÓN:	Septiembre 2018	No. DE PÁGINAS:	113
ÁREAS TEMÁTICAS:	Desarrollo local y Emprendimiento socioeconómico sostenible y sustentable.		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Exportación, Toronto, café de habas natural, Ecuapass, Aduana del Ecuador, Exporta fácil, Correos del Ecuador, Negociación internacional.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras): El desarrollo social y económico juega un rol importante en el sector empresarial, pues este es el motor de todo crecimiento económico de una nación; es por ello que se ha elaborado el presente trabajo investigativo en el cual se analiza la exportación del café de habas ecuatoriano hacia el mercado de Toronto; nace con una idea de negocio la cuál fue pulida y comprende cuatro estudios diferentes entre ellos están la planificación estratégica, análisis del modelo de exportación, sistemas aduaneros y logística, así como también el análisis de barreras de exportación, factores que permitan establecer la factibilidad y viabilidad que tendrá esta investigación al momento de su ejecución como un plan de negocios. Se ha determinado que el mercado a donde va a ser dirigido el producto es Toronto, ya que, mediante un análisis de estudio de mercado, este país posee una escasa oferta del producto y una alta demanda de consumo de productos naturales, orgánicos. Con la elaboración de este análisis investigativo, se espera lograr fuentes de trabajo que permitan ayudar de manera social y económica al país; así como también conocer los factores que impidan el ingreso de productos a la ciudad canadiense, con el fin de aportar de experiencia técnica y analítica a los estudiantes de gestión empresarial en un proceso de negociación internacional, contribuyendo como un pilar de gran importancia en la formación de profesionales.			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0980712508 0994820422	E-mail: veronicareyesdelpezo@gmail.com ajrb94@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativa		
	Teléfono: 04-2690388		
	E-mail: facultad.decadministrativas@ug.edu.ec		



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

UNIDAD DE TITULACIÓN

iii

Certificación del Tutor Revisor

Habiendo sido nombrado Henry Fred Lavayen Yávar, tutor del trabajo de titulación Proyecto de investigación para la exportación de café a base de habas a la ciudad de Toronto Canadá, certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por Antony Jefferson Rodríguez Bermejo con C.I. No. 095156019-2 y Verónica Monserratt Reyes Del Pezo con C.I. No. 091975430-9, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Ingeniería en Gestión Empresarial , en la Carrera/Facultad, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

Henry Fred Lavayen Yávar

C.C. No. 091144323-2



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

UNIDAD DE TITULACIÓN

iv

Certificado Sistema Antiplagio

Habiendo sido nombrado Henry Lavayen Yavar, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente proyecto ha sido elaborado por Verónica Monserratt Reyes Del Pezo con C.I. No. 091975430-9, Antony Jefferson Rodríguez Bermejo con C.I. No. 095156019-2, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL.

Se informa que el proyecto: **“Proyecto de investigación para la exportación de café a base de habas a la ciudad de Toronto Canadá”**, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio (indicar el nombre del programa antiplagio empleado) quedando el 8% de coincidencias.

Document: Reyes-Rodriguez.Final.docx (D49812054)
Submitted: 2018-08-13 20:16 (-05:00)
Submitted by: mauricio.villacresces@ug.edu.ec
Receiver: mauricio.villacresces@analysis.arkund.com
Message: Tutor Lavayen [Show full message](#)
8% of this approx. 58 pages long document consists of text present in 36 sources.

Rank	Path/Filename
1	https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/
2	TESIS FINAL - urkund.docx
3	1430345434_Plan de Exportación Cafe de Habas Alemania - FINAL 28-04-15.pdf
4	1429812014_Plan de Exportación Cafe de Habas Alemania - FINAL 30-03-15.pdf
5	COMPLEXIVO ENERO 2018 PLAN DE EXPORTACIÓN ELSA LÓPEZ MÁRQUEZ.docx
6	https://www.jardineriaon.com/diferentes-variedades-de-habas.html

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL
TRABAJO DE TITULACIÓN COMO REQUISITOS PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL
TEMA: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ A BASE DE HABAS A LA CIUDAD DE TORONTO CANADÁ
AUTORES: REYES DEL PEZO VERÓNICA MONSERRATT RODRÍGUEZ BERMEJO ANTONY JEFFERSON
TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN: ING. HENRY FRED LAVAYEN YÁVAR
GUAYAQUIL, AGOSTO 2018
REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN TÍTULO Y SUBTÍTULO:
AUTOR(ES) (apellidos/nombres): REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres): INSTITUCIÓN:
UNIDAD/FACULTAD: MAESTRÍA/ESPECIALIDAD: GRADO OBTENIDO: FECHA DE PUBLICACIÓN: No. DE PÁGINAS:

<https://secure.arkund.com/view/39959374-959530->

645521#DYg9akNBEMbu8mphdmfn5xtfbgIJgmvsBuXJnfPIhBCn+P5Pq63yRyDaUxhmGPBKhw3fDvYGLGIHUKUIaJJ
cpCTNHKRTga5Z5Eim6IGNalFORVUUnuKajTQRIYWchQoUSGhpge9aaOTLp03zne5+/r/DkfX6/H93Edl1EbjQj5bNfyv

38=

Henry Fred Lavayen Yávar



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

UNIDAD DE TITULACIÓN

v

Licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines no académicos.

Yo, Verónica Monserratt Reyes Del Pezo con C.I. No. 091975430-9, Antony Jefferson Rodríguez Bermejo con C.I. No. 095156019-2, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es **“Proyecto de Investigación para la exportación de café a base de habas a la ciudad de Toronto Canadá”** son de mi absoluta propiedad y responsabilidad y según el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

VERONICA REYES DEL PEZO

C.I. No. 091975430-9

ANTONY RODRIGUEZ BERMEJO

C.I. No. 095156019-2

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

UNIDAD DE TITULACIÓN

vi

Dedicatoria

Dedico este trabajo de titulación a las personas que siempre me ayudaron y que siempre me enseñaron a seguir adelante y que no importa los obstáculos que uno se encuentra en la vida. Esas personas que Dios pone desde el nacimiento, es decir a mi Familia, a mi mamá Silvia Bermejo, aunque no se encuentre conmigo físicamente pero siempre está en mi corazón y ayudándome en hacer siempre lo bueno, así mismo a mi segunda mamá Apolonia Bonilla mi mamá de crianza, a ella le debo todo lo que soy ahora, por sus consejos, estudios y muchas otras cosas. Y por último a mis tíos paternos José Machado y María Goyes el cual me ayudaron en todo, creyeron en mí y me dieron también los consejos para seguir adelante e inculcarme las ganas en seguir estudiando y alcanzar nuevas metas.

Esto es solo una de mis metas planteadas en mi vida, es solo un empujón para seguir adelante y que ustedes me impulsaron a lo largo de este tiempo. Los aprecio bastante, y estoy muy feliz con Dios por haberme asignado a una familia como ustedes. Muchas gracias.

Antony Jefferson Rodríguez Bermejo



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

UNIDAD DE TITULACIÓN

vii

Dedicatoria

Dedico esta tesis a mi familia; a mi hermana Berta Del Pezo porque cuando más necesite de ella siempre estuvo dispuesta a darme su mano. A mi esposo Luis Alfredo porque sin él no hubiese terminado de estudiar. A mis suegros Bella y Luis porque ellos me brindaron como padres sus consejos y el cuidado de mis hijos. A mis hijos para enseñarles que los estudios son primordiales que por más problemas y desánimos que se puedan surgir deben culminar hasta el final. En esta vida estudiantil solo se puede lograr por la fe que se mantiene hacia Dios, y que gran parte se la dedico a él.

Y finalmente a mis padres Mariana y Antonio que a pesar que no estén conmigo este trabajo queda como constancia que logre mi meta fijada.

Verónica Monserratt Reyes Del Pezo



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

UNIDAD DE TITULACIÓN

viii

Agradecimiento

Agradezco por este trabajo de titulación a Dios por las bendiciones que he recibido, así como también inteligencia y sabiduría en poder cumplir mis metas planteadas. A mi familia en especial a mis dos madres que he tenido Silvia y Polita, a mis tíos paternos José Luís y María Eugenia por el apoyo incondicional que me brindaron tanto en mi formación personal y académica. A mi tutor de tesis el Ing. Henry Lavayen por su apoyo y la guía en este trabajo de titulación, así como también a mi compañera de clases en este proyecto Verónica Reyes por su esfuerzo y haber logrado este gran paso.

Antony Jefferson Rodríguez Bermejo



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

UNIDAD DE TITULACIÓN

ix

Agradecimiento

A Dios por la salud, por guiarme en cada paso que di, ya que muchas veces se presentan obstáculos, me ayudo a levantar y a continuar hasta culminar los estudios.

A mis grandes amigos de aula, que muchas veces nos apoyamos unos a los otros, fueron como hermanos que estuvieron ahí para terminar como un gran grupo de amigos y colegas.

A mis profesores, por los conocimientos, experiencias que nos ayudara a la etapa profesional.

Hubo muchos de ellos que fueron como padres y maestros queriendo que aprendamos más y más. A nuestro tutor que en la trayectoria de esta tesis nos dios las pautas a seguir. A Antony ya que esta tesis la hicimos los dos, decisión que tomamos en clases, por los viajes, las visitas, por las entrevistas. Por su ética profesional y compañerismo que brindando su granito de arena para culminación de esta tesis.

Gracias a ellos por todo lo brindado, especialmente a mi gran amigo y pareja Luis Miranda por su el apoyo incondicional, su amor y su comprensión.

Verónica Monserratt Reyes Del Pezo



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

UNIDAD DE TITULACIÓN

X

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA LA EXPORTACIÓN DE CAFÉ A BASE
DE HABAS A LA CIUDAD DE TORONTO CANADÁ**

Autores: Verponica Monserratt Reyes Del Pezo

Antony Jefferson Rodríguez Bermejo

Tutor: Ing. Henry Fred Lavayen Yávar

Resumen

El desarrollo social y económico juega un rol importante en el sector empresarial, pues este es el motor de todo crecimiento económico de una nación; es por ello que se ha elaborado el presente trabajo investigativo en el cual se analiza la exportación del café de habas ecuatoriano hacia el mercado de Toronto; nace con una idea de negocio la cuál fue pulida y comprende cuatro estudios diferentes entre ellos están la planificación estratégica, análisis del modelo de exportación, sistemas aduaneros y logística, así como también el análisis de barreras de exportación, factores que permitan establecer la factibilidad y viabilidad que tendrá esta investigación al momento de su ejecución como un plan de negocios. Se ha determinado que el mercado a donde va a ser dirigido el producto es Toronto, ya que, mediante un análisis de estudio de mercado, este país posee una escasa oferta del producto y una alta demanda de consumo de productos naturales, orgánicos. Con la elaboración de este análisis investigativo, se espera lograr fuentes de trabajo que permitan ayudar de manera social y económica al país; así como también conocer los factores que impidan el ingreso de productos a la ciudad canadiense, con el fin de aportar de experiencia técnica y analítica a los estudiantes de gestión empresarial en un proceso de negociación internacional, contribuyendo como un pilar de gran importancia en la formación de profesionales.

Keywords: Exportación, Toronto, café de habas natural, Ecuapass, Aduana del Ecuador, Exporta fácil, Correos del Ecuador, Negociación internacional.



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

UNIDAD DE TITULACIÓN

xi

**RESEARCH PROJECT FOR THE EXPORT OF CAFÉ BASED ON BEANS
TO THE CITY OF TORONTO CANADA**

Authors: Verónica Monserratt Reyes Del Pezo

Antony Jefferson Rodríguez Bermejo

Advisor: Ing. Henry Fred Lavayen Yávar

Abstract

Social and economic development plays an important role in the business sector, because this is the engine of all economic growth of a nation; that is why the present investigative work has been elaborated in which the export of Ecuadorian beans coffee to the Toronto market is analyzed; born with a business idea which was polished and includes four different studies, among them strategic planning, analysis of the export model, customs and logistics systems, as well as the analysis of export barriers, factors that establish feasibility and feasibility that this investigation will have at the time of its execution as a business plan. It has been determined that the market to which the product will be directed is Toronto, since, through a market study analysis, this country has a scarce supply of the product and a high demand for consumption of natural, organic products. With the elaboration of this investigative analysis, it is expected to achieve sources of work that help socially and economically help the country; as well as knowing the factors that prevent the entry of products to the Canadian city, in order to provide technical and analytical experience to students of business management in an international negotiation process, contributing as a pillar of great importance in training of professionals.

Keywords: Export, Toronto, natural beans coffee, Ecuapass, Aduana del Ecuador, Exports easy, Ecuapass, International Business.



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

UNIDAD DE TITULACIÓN

xii

Tabla de Contenidos

Introducción	1
Capítulo 1	3
1.1. Planteamiento del Problema.....	3
1.2. Formulación del Problema	4
1.3. Sistematización del Problema	4
1.4. Objetivos de la Investigación	4
1.4.1. Objetivo general.	4
1.4.2. Objetivos específicos.	5
1.5. Justificación.....	5
1.6. Delimitación de la Investigación.....	6
1.6.1. Delimitación espacial.	6
1.6.2. Delimitación académica.	6
1.7. Hipótesis de la Investigación	6
1.7.1. Variables de la investigación.	6
Capítulo 2.....	7
2.1. Antecedentes de los estudios realizados.	7
2.2. Marco Teórico de la Investigación.....	7



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

UNIDAD DE TITULACIÓN

xiii

2.2.1. Modelo a seguir para la selección del mercado meta.....	7
2.2.2. Evaluación del entorno en un Mercado internacional.....	8
2.2.3. Formas de ingresos a un mercado internacional.	9
2.2.4. La exportación de un producto en el mercado intenacional.....	9
2.2.5. Tipo de exportación.....	10
2.2.6. Aranceles Ecuador - Canadá.....	10
2.2.7. Incoterms para la exportación a negociar.....	12
2.2.8. El plan de exportación en el mercado intenacional.....	13
2.2.9. Guía de exportación “Country Notebook” en el mercado intenacional.	14
2.2.10. Planteamientos de la Guía en el mercado intenacional.....	15
2.3. Marco contextual de la Investigación.	16
2.3.1. Datos generales de Canadá.....	16
2.3.2. Demografía de Canadá.....	17
2.3.3. ¿Por qué el consumo orgánico?.....	18
2.3.4. El comercio en el Mercado canadiense (Balanza Comercial).....	21
2.3.5. Situación económica Comercial de Canadá-Ecuador a 2018	23
2.4. Marco Contextual de la Investigación.....	24



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

UNIDAD DE TITULACIÓN

xiv

2.4.1. Materia prima del café de habas.....	24
2.4.2. Taxonomía y Morfología del haba.....	24
2.4.3. Las variedades de habas	25
2.4.4. Propiedades del haba y beneficios para la salud.	25
2.4.5. ¿Quiénes pueden consumir el café de haba?.....	27
2.4.6. Análisis del ingreso del café de habas a la ciudad Toronto.	27
2.5. Marco Conceptual.	36
2.5.1. Términos claves.	36
2.6. Marco legal de la investigación.....	37
2.6.1. Registro único de contribuyente.....	38
2.6.2. Token o firma electrónica.	38
2.6.3. Ecuapass	38
2.6.4. Requisitos principales para el registro de productos orgánicos	39
2.6.5. Proceso de exportación de un producto ecuatoriano.....	40
2.6.6. Requisitos principales para la importación de productos orgánicos	41
Capítulo 3.....	43
3.1. Diseño de la Investigación.	43



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

UNIDAD DE TITULACIÓN

xv

3.1.1. Diseño de la Investigación no experimental.	43
3.2. Tipo de la Investigación	44
3.2.1. Investigación descriptiva.....	45
3.2.2. Investigación Exploratoria.	45
3.3. Metodología de la Investigación	45
3.3.1. Método Delphi.	46
3.4. Técnicas e Instrumentos de la Investigación.....	49
3.5. Análisis de los resultados de la Investigación.....	49
3.5.1. Desarrollo del método Delphi.	49
3.5.2. Aplicación del método Delphi	52
Capítulo 4.....	55
4.1. Propuesta para la exportación del café de haba hacia Toronto.	55
4.2. Objetivo de la propuesta planteada (Exportación).....	55
4.3. El producto de la investigación.....	56
4.3.1. Características del producto estrella para la exportación.....	56
4.3.2. El proceso del café de haba ecuatoriano antes de ser exportado.....	57
4.4. Plan para el proceso de exportación.....	57



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

UNIDAD DE TITULACIÓN

xvi

4.4.1. Ruta Pro Ecuador para el exportador	57
4.4.2. Sistema para la exportación del café de habas.	58
4.4.3. Fases de exportación del café de habas.....	59
4.4.4. Proceso de exportación del café de habas.	61
4.4.5. Resumen del proceso de exportación.	73
4.5. Plan de Marketing de la exportación.....	74
4.5.1. Análisis F.O.D.A.....	74
4.5.2. Matriz FO-DO-FA-DA de la exportación.....	75
4.5.3. Modelo Canvas de la exportación.....	77
4.5.4. Proceso financiero de la Exportación.....	86
Conclusión	93
Recomendaciones.....	94
Bibliografía	95
Apéndices.....	104



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

UNIDAD DE TITULACIÓN

xvii

Índice de Tabla

Tabla 1 Población Canadá.....	17
Tabla 2 Variables del método Delphi.....	52
Tabla 3 Datos de exportación.....	69
Tabla 4 Gastos de exportación	86
Tabla 5 Costos fijos.....	86
Tabla 6 Precio de compra.....	87
Tabla 7 Precio referenciales	87
Tabla 8 Precio de ventas a Toronto.....	87
Tabla 9 Precio de ventas mensuales.....	88
Tabla 10 Precio de ventas anuales	88
Tabla 11 Costos indirectos	88
Tabla 12 Capital de trabajo	89
Tabla 13 Inversión total	89
Tabla 14 Cálculos de unidades a producir mensualmente	90
Tabla 15 Costos del Punto de equilibrio	90
Tabla 16 Estado de resultados.....	91
Tabla 17 Flujo de efectivo.....	92
Tabla 18 Inversión inicial	92



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

UNIDAD DE TITULACIÓN

xviii

Índice de Figuras

Figura 1 Incoterms	13
Figura 2 Mapa político Canadá	16
Figura 3 Demografía de Canadá	17
Figura 4 El consumidor canadiense	19
Figura 5 Consumidor orgánico canadiense	20
Figura 6 Balanza Comercial	21
Figura 7 Balanza comercial de Canadá	22
Figura 8 Gráfica balanza comercial Canadá 2017	22
Figura 9 Situación económica de Canadá	23
Figura 10 El haba	24
Figura 11 Aporte por ración	26
Figura 12 Minerales	26
Figura 13 Café de haba	27
Figura 14 Modelo de negocios	33
Figura 15 Logo del Ministerio de Agricultura y Agrocalidad	40
Figura 16 Marca orgánica de importación canadiense	42
Figura 17. Documentos para importar en Canadá	42
Figura 18. Presentación del producto	56
Figura 19 Proceso del café de habas	57
Figura 20 Agentes de exportación.	58



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

UNIDAD DE TITULACIÓN

xix

Figura 21 Fases de embarque	60
Figura 22 Portal Ecuapass	62
Figura 23 DAS	62
Figura 24 Información general	63
Figura 25 Datos Común	64
Figura 26 Totales.....	65
Figura 27 Confirmación DAS	65
Figura 28 Cotización de envío	67
Figura 29 Embalaje	68
Figura 30 Tiempo de llegada	69
Figura 31 Seguro de exportación	70
Figura 32 Aforo intrusivo	72
Figura 33 Datos de la entrega.....	73
Figura 34 Matriz FO-DO-FA-DA.....	76
Figura 35 Logo café de habas	78
Figura 36 Punto de equilibrio.....	90



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

UNIDAD DE TITULACIÓN

XX

Índice de Apéndices

Apéndice A.- Datos Exportadores

Apéndice B.- Café El Español

Apéndice C.- Anecafé

Apéndice D.- Entrevistas

Apéndice E.- Banco Toronto

Apéndice F.- Aranceles Canadá

Introducción

En Toronto existe una gran variedad y un fuerte consumo de productos naturales y orgánicos donde su calidad y contenido tiene una gran función para ellos. En esta ciudad canadiense, hay un gran número de habitantes que le gusta el café natural, tomando en cuenta estos puntos se da un modelo para la exportación de un producto natural el cual es café a base de habas.

Con el fin de poder satisfacer a una parte de la comunidad canadiense con un producto nuevo se expone el presente trabajo investigativo. Al ser Toronto la ciudad más grande de Canadá y una de las ciudades más grande de Norteamérica, y sabiendo que existe un déficit en el abastecimiento de café, la exportación de nuestro proyecto se encargará de revisar la viabilidad y acogida del producto.

Por esta razón, nuestra investigación está compuesta de cuatro capítulos claramente definidos; por lo que se relacionan y establecen entre sí al poder introducir al campo de accionar nuestro producto; así mismo el análisis, en el cual se detalla la exportación paso a paso que tiene que hacer una empresa al momento de ejercer la actividad con el café de habas, y según medios investigados está clasificado como bien perecible de alta aceptación en el mercado internacional.

Hoy en día, el café orgánico es un complemento adicional para poder reemplazar algunas bebidas energéticas. Debido a esto, se analiza un planteamiento justificando la necesidad de consumo ya que según medios internacionales se menciona que el mercado canadiense prefiere bebidas o alimentos orgánicos. Estos productos orgánicos se elaboran a base de materia prima natural sin el uso de químicos y otras sustancias dañinas.

En el desarrollo de este proyecto investigativo se tendrá comunicación con microempresarios ecuatorianos, así como los supermercados canadienses para la aceptación del producto, se tendrá relaciones comerciales específicas con otros empresarios que exportan café tradicional, ya que se analiza los riesgos que posiblemente aparezcan; riesgos que

puedan obstaculizar la actividad de exportación y por ende los beneficios económicos que la misma busca después de haber importado el café de habas.

Así mismo, para la actividad comercial de nuestro producto se analizan las condiciones comerciales entre los dos países Ecuador y Canadá con los diferentes productos que se exportan a dicho país. Para saber específicamente las normas en Ecuador y Canadá se realiza un análisis en detalle de cuáles son los cuerpos legales que directa e indirectamente tienen relación con el giro de negocio; dando como resultado cuáles son los convenios financieros y comerciales al momento de la comercialización del producto.

Capítulo 1

1.1. Planteamiento del Problema

Actualmente, nuestro país brinda la oportunidad de exportar una gama de productos a diferentes partes del mundo. Actividad que tiene como finalidad generar ingresos productivos y dar a conocer la producción nacional. Además, se producen productos innovadores que mantienen un alto grado de calidad y beneficios saludables. Productos como el café a base de habas, el mismo que posee propiedades alimenticias saludable, y de consumo general, es decir, puede ser consumido por niños, jóvenes o adultos sin temor alguno que perjudiquen su salud, en comparación al café tradicional que es procesado con sustancias químicas y que afecta a la salud de sus consumidores. Producto que pretende establecerse en un segmento internacional de mercado como lo es Toronto, Canadá, en el cual se pretende establecer las gestiones adecuadas que permitan exportar dicho producto, analizando las barreras que impidan la exportación tanto en el país como en Canadá, a través de una guía de exportación para que, de esta manera, realizar el análisis correspondiente de diferentes canales de distribución para llegar al consumidor canadiense. Toronto es una ciudad con un alto índice de consumo de productos orgánicos y saludables, en la página oficial del Instituto Interoamericano de Cooperación para la Agricultura (2015) menciona que, las tendencias de los alimentos orgánicos en Canadá se mueven según los cambios en el modo de pensar de los consumidores, en el estilo de vida y en los aspectos demográficos, así como los centros de distribución y las estrategias de venta cambiantes. Hoy en día, muchos productos orgánicos están tomando gran parte en las vidas de las personas en diferentes partes del mundo por su contenido saludable y beneficioso. Pues esa es la finalidad de los canadienses, tener una vida mejor consumiendo productos con cero químicos y así mismo ir enseñando a sus familias a consumirlos. Gracias a programas de salud como por ejemplo *Good Alimentation* (Canadá) que realizan empresas como *Pan American Health Organization* en esa ciudad, muchas personas están tomando en serio tener una vida saludable. Las gestiones y negociaciones

adecuadas permiten dar a conocer productos innovadores y saludables que proporcionen mediante su exportación, ingresos y reconocimientos que promuevan e impulsen a la creación de nuevos productos orgánicos ecuatorianos, gestionadas por microempresarios nacionales, que originen nuevas plazas de trabajo para posicionar sus productos no tradicionales en diferentes partes del mundo. El café a base de habas es muy diferente al café tradicional. Hacia Toronto y en toda Canadá se importa el café tradicional de muchos países, que, según fuentes informativas del internet, contiene muchas sustancias químicas dañinas en su producción. Por esa razón, el tema de la exportación del café de habas se basa en la profunda investigación de datos canadienses, sitios de internet especializados, revistas afines, reportes e informes oficiales; dichos medios de comunicación nos ayudarán a verificar datos precisos para una buena exportación y acogida del producto.

1.2. Formulación del Problema

¿Cómo será el proceso de exportación de café a base de habas al mercado canadiense de la ciudad de Toronto?

1.3. Sistematización del Problema

- ¿Qué potencial representa el mercado de Toronto para el consumo de este bien desde la perspectiva del consumo nacional orgánico?
- ¿Cuáles son las fuentes de información primaria y secundaria que permiten identificar esta oportunidad comercial para la exportación?
- ¿Cuál será la manera idónea de exportar el café a base de habas?

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1. Objetivo general.

Desarrollar un proyecto investigativo que permita conocer las gestiones adecuadas para la exportación del café a base de habas, producto ecuatoriano hacia el mercado de Toronto, Canadá.

1.4.2. Objetivos específicos.

- Diagnosticar la problemática de las empresas exportadoras de café tradicional.
- Diseñar un modelo de exportación de café a base de habas a la ciudad de Toronto.
- Definir estrategias a utilizar como guía para la exportación de café a base de habas.

1.5. Justificación.

El motivo de estudio de las exportaciones radica en la acogida que una empresa alcanza con sus clientes, según la página web de Pro Ecuador (2017) señala que, muchas empresas se posicionaron como líderes en la industria alimenticia por los beneficios nutricionales que sus productos ofrecen. Esto nos da la pauta para presentar y ofrecer a los clientes, mejores productos innovadores que ayuden a la salud del consumidor. La idea es formar una empresa que pueda ofertar productos y los mismos ser exportados de manera conjunta. En la actualidad, el consumo nutritivo de café está en incremento, siendo la sociedad anglosajona y en especial la canadiense, muy partícipe en el consumo de variedades de café, buscando obtener beneficios que les permita mejorar su salud; por lo que el presente trabajo de titulación busca plantear una oportunidad comercial para que su línea de producto, en este caso el café en base de habas, sea total en cuanto a una intrínseca relación del consumo del café con los beneficios en la salud, especialmente tipo gástrico. El proyecto tomará algunos puntos de diferentes teorías de comercio exterior recopiladas de libros, revistas científicas. Así mismo, el análisis y la gestión correspondiente a la exportación, negociación internacional con el proveedor, entre otros. Esto con el fin de tener una buena base y conocimiento, la parte administrativa juega un rol muy importante, ya que se necesita de una buena administración para llevar a cabo dicho proyecto y así determinar si las herramientas actuales de exportación aquí en el Ecuador, como por ejemplo los acuerdos comerciales y preferencias arancelarias, pueden convertirse en una estrategia óptima para la exportación del producto hacia el mercado canadiense.

1.6. Delimitación de la Investigación

1.6.1. Delimitación espacial.

La exportación se delimitará al producto listo para exportar, proveniente de la ciudad principal Santo Domingo de los Tsáchilas, y la ciudad Guayaquil para los diferentes trámites y gestiones de actividades tanto administrativas, como logísticas y de exportación.

1.6.2. Delimitación académica.

El trabajo presente recopila información académica, así como técnica, para su total desarrollo y estructura, dando como resultado un trabajo minucioso, en funcionamiento y gestión emprendedora de los alumnos de la Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas de la carrera Gestión Empresarial, además de implementar una gran idea para incrementar ingresos, ampliarse comercialmente y usar una buena estrategia para la exportación del producto.

1.7. Hipótesis de la Investigación

La hipótesis para este trabajo investigativo será:

Con el proyecto de investigación existirá la posibilidad de exportar el producto café de habas hacia la ciudad canadiense de Toronto

1.7.1. Variables de la investigación.

1.7.1.1. Variable independiente.

El proceso de exportación que permita una buena aceptación del café de habas en Toronto, Canadá.

1.7.1.2. Variable dependiente.

La productividad comercial y financiera de la exportación del café de habas a Toronto, Canadá.

Capítulo 2

2.1. Antecedentes de los estudios realizados.

Con el fin de seguir con la propuesta investigativa, se da a conocer datos estadísticos, financieros de la ciudad canadiense: Pablo Ortiz en la revista de NMnoticias.ca 2017 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.

Anteriormente se mencionó que, en Toronto al ser una ciudad que consume productos orgánicos, se aseguran del contenido del producto, y a la vez se cuidan en lo que se respecta a la salud y que el producto esté libre de químicos o sustancias dañinas; 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 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". Borja (2017)

2.2. Marco Teórico de la Investigación.

2.2.1. Modelo a seguir para la selección del mercado meta.

Según lo menciona Koch (2001), existen tres etapas en las que las mayorías de modelos de exportación optan en la selección de mercado:

Proyectar: en esta primera fase, los niveles macroeconómicos son útiles para descartar países que no cumplen con los objetivos propuestos, tamaño de los mercados, PIB, características de los consumidores y preferencias de los productos consumidos.

Identificar: en esta segunda etapa, se toman en consideración temas puntuales cómo barreras de entradas, competencias de productos, factores de mercados. Una vez considerados, se procede a realizar una lista para fijar los países a exportar el producto.

Seleccionar: en esta última etapa, se considera puntos específicos como ganancias de la exportación, posible expansión del producto en otros lugares del país. Puntos específicos a considerar para el mercado meta en la exportación de productos ecuatorianos.

2.2.2. Evaluación del entorno en un Mercado internacional.

Según lo menciona Wood & Robertson (2000), existen factores claves para la evaluación de mercados antes de exportar un producto, los cuales son:

La política de gobierno, es una de las claves principales para la exportación de un producto, es decir, si las políticas ecuatorianas cumplen con las condiciones que se necesitan para las actividades de exportación, esto representaría un mercado potencial, como por ejemplo las relaciones comerciales entre Ecuador y Canadá, generan aranceles de importación que exige el mercado internacional, dando como resultados ingresos positivos para nuestro país.

La infraestructura del país, es el último factor que se debe tomar en consideración, porque es como va a ingresar el producto, es decir, la infraestructura física de los transportes, medios de comunicación, condiciones climáticas del país. En conclusión, así se evalúa para la exportación del café de habas a la ciudad de Toronto :

- La ciudad de Toronto debe tener la demanda necesaria.
- El producto debe satisfacer a la necesidad del cliente
- La ciudad de Toronto permita el ingreso de nuevos productos
- La población de la ciudad crezca año a año
- La ciudad sea multicultural

2.2.3. Formas de ingresos a un mercado internacional.

Según un escrito elaborado por Hill (2000) menciona que existen 4 formas por la que un producto puede llegar a satisfacer las necesidades de una población, el cual se detalla:

- **Exportación:** las mayorías de compañías empiezan su expansión como exportadores y después cambian su diseño para poder servir mejor al mercado internacional.
- **Franquicias:** método por el cual el franquiciario vende su derechos y productos intangibles, y a parte hace que adopten sus métodos de cómo hacer negocios con el producto.
- **Licencias:** en un método por el cual. el comprador de la licencia obtiene todos los derechos de la propiedad intangible de la principal compañía, dando como resultado dinero hacia el dueño del producto.
- **Alianzas estratégicas:** establece una firma que es propiedad de dos o mas firmas independientes.

2.2.4. La exportación de un producto en el mercado intenacional.

En sí, una exportación consiste en introducir un producto nacional a un mercado internacional para satisfacer necesidades de los habitantes de su población. Así mismo, Hill (2000) menciona que esta actividad comercial no es solo para empresas multinacionales, sino también para empresas pequeñas que deseen introducir sus productos en diferentes estados del mismo país. Señala que, para una empresa sea exitosa en esta actividad comercial, debe poseer las siguientes características:

- Para los exportadores principiantes, deben poseer la ayuda de un consultor de exportación para saber las oportunidades que tendrían en el país meta.
- Al comienzo, se debe concentrar en un solo país.
- Tener siempre en cuenta producir el bien en el mismo país local.

- El exportador, debe saber el momento en que puede generar mas ventas de lo normal, pero debe contar con la cantidad suficiente del personal.
- Debe mantener siempre la relación comercial con el importador.

2.2.4.1. ¿Por qué exportar?

La actividad de exportación ofrece una gran variedad de ventajas: crea una fuente de ingreso, hace eficiente el uso de la capacidad productiva, termina con la dependencia absoluta del mercado local, y otorga reconocimiento internacional al producto local.

2.2.5. Tipo de exportación.

El tipo de exportacion sera la exportación indirecta

2.2.5.1. Exportación indirecta:

Actividad comercial, que consiste en contratar un intermediario que ayude a ingresar el producto al país meta, en este caso, la ayuda de Correos del Ecuador es indispensable para planificar la exportación del producto.

2.2.6. Aranceles Ecuador - Canadá

La SENAE (2017) menciona que, un arancel es un impuesto o gravamen que se aplica sólo a los bienes que son importados o exportados. Es un listado que a través de dígitos, presenta forma estructurada y sistematizada la descripción de las mercancías que son objeto del comercio internacional (exportación). Su función es identificar las mercancías que existen en el mundo por medio de códigos numéricos facilitando la operatividad en la Aduana y constituyéndose en un lenguaje común. La estructura arancelaria utilizada en Ecuador es la NANDINA, la cual constituye la nomenclatura común de los países miembros de la Comunidad Andina o Acuerdo de Cartagena: Bolivia, Colombia, Perú y Ecuador y comprende las partidas arancelarias, subpartidas, códigos numéricos, notas de sección, notas de capítulo, notas complementarias y reglas generales de interpretación a fin de una adecuada clasificación arancelaria de los productos.

En esta parte, es necesario verificar las Notas Explicativas del Sistema Armonizado 23 para poder determinar la partida arancelaria correcta puesto que, al revisar el Arancel de Aduana no se encontró una partida específica para el café de habas. La sección 21.01 contiene los extractos y concentrados de café y sus sucedáneos, el cual se detalla (Anexo):

“21.01: Extractos, esencias y concentrados de café, té o yerba mate y preparaciones a base de estos productos o a base de café, té o yerba mate; achicoria tostada y demás sucedáneos del café tostados y sus extractos, esencias y concentrados. Extractos, esencias y concentrados de café y preparaciones a base de estos extractos, esencias o concentrados o a base de café. (Arancel Nacional de Aduana)”. Mientras que según las Notas Explicativas, en la partida 2101.30 se menciona los sucedáneos del café. En el numeral 5 de esta partida, menciona que, la achicoria y demás sucedáneos del café tostados y sus extractos, esencias y concentrados. Se trata de todos los productos tostados destinados a sustituir e imitar al café por infusión en agua caliente o para añadirlos al café. Estos productos se designan a veces con el nombre de café seguido del de la materia base (café de cebada, café de malta, café de bellotas, etc.). Analizando el Arancel de Aduanas de Canadá, se encuentra la subpartida que paga el 0% de Arancel, es decir que la Achicoria (Haba y sus derivados) no gravan arancel en el país. Así mismo, conforme al Acuerdo de Complementación Económica ACE N°65 entre Ecuador y Canadá, el Ad – V (Arancel) es 0%.

2.2.6.1. Barreras no Arancelarias de Canadá.

Según la página web de Economipedia las barreras no arancelarias son regulaciones impuestas por los gobiernos para dificultar o evitar la importación de mercancías. A continuación, se detallan lo más importantes:

Regulación del etiquetado: Es ley de todo producto llevar la etiqueta, son requerimientos del comprador, ya que el producto a exportar va directamente al consumidor final; por ende, se necesita saber los ingredientes el cual es elaborado, tabla de nutrición, entre otros.

Regulaciones sanitarias y fitosanitarias: Todos los países importadores adoptan medidas que aporten bienestar a las personas, en este caso, algunos aspectos básicos que cubren estas regulaciones se aplican al proceso de producción, a través del uso de plaguicidas, fertilizantes, pruebas de laboratorios, inspecciones, certificaciones sanitarias, entre otros.

Políticas antidumping: Se define básicamente en vender los productos nacionales a mercados internacionales a un bajo precio con respecto a su producción. Estas políticas ayudarán a; que no afecten al comercio nacional y no se cree un monopolio.

2.2.7. Incoterms para la exportación a negociar.

La página del Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones (2017) menciona que las reglas sobre el uso de términos nacionales e internacionales Incoterms de la Cámara de Comercio Internacional facilitan el proceso de las negociaciones globales; los mismos definen obligaciones y derechos del comprador y vendedor, describen las tareas, costos y riesgos que implica la entrega de mercancía de la empresa vendedora a la compradora, siempre y cuando el Incoterm se encuentre establecido en el contrato de compraventa.

Existen los siguientes términos de exportación:

- EXW (En Fábrica)
- FCA (Franco Porteador)
- FAS (Franco al costado del Buque)
- FOB (Franco a Bordo)
- CPT (Transporte Pagado Hasta)
- CIP (Transporte y Seguro Pagado Hasta)
- CFR (Costos y Flete)

Para el estudio de la investigación, se estable el término CFR el cual consiste en que el vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los

costos de la misma. El vendedor tiene la obligación de contratar el transporte desde el punto de entrega acordado hasta puerto de destino designado, se considera la mercancía entregada cuando está puesta a bordo del buque o cuando se proporciona la mercancía así entregada. Éste término difiere el momento de la entrega de la mercancía, en el cual, el vendedor tiene obligación de asumir los costos, dando así que el riesgo se transmite al comprador cuando la mercancía está a bordo del buque, pero el vendedor tiene que asumir los costos cuando la mercancía llega al puerto de destino designado. El vendedor debe proporcionar al comprador el documento de transporte, asumir los costos del embalaje, el comprador deberá asumir todos los costos desde que la mercancía ha sido entregada, incluyendo los costos relativos a la mercancía mientras está en tránsito hasta su llegada al puerto de destino, salvo que tales costos y gastos fueran por cuenta del vendedor según el contrato de transporte.



Figura 1 Incoterms

Fuente: Figura tomada del Ministerio de Comercio Exterior e inversiones

2.2.8. El plan de exportación en el mercado intencional

Es una herramienta que resulta adecuada para mantener un equilibrio de los requisitos relacionados a las diversas oportunidades que existen dentro de los mercados internacionales con las características esenciales del producto o servicio que la empresa desea ofrecer. Así mismo, suministra los elementos que le permitirán programar los ajustes necesarios tanto en las áreas administrativas que deberán concretarse, como los apoyos financieros necesarios para garantizar la viabilidad de la exportación. La realización de un plan de exportación se

considera como un análisis sobre el producto en el mercado objetivo para poder conocer la acogida del bien.

La elaboración del plan de exportación es parte fundamental para el comienzo de una empresa que pretenda dar a conocer su producto internacionalmente, puedan establecer sus objetivos, responsabilidades, así como también dar un ajuste en la estrategia de exportación; da un esquema de lineamiento, evaluación de actividades y sus resultados, en pocas palabras da una clara expresión de que se está trabajando de una manera seria para la exportación. A continuación, se presenta el modelo a seguir para la elaboración del plan de exportación:

- El producto a exportar
- Adapataciones necesarias para el ingreso al mercado
- Conocimiento del mercado meta
- Clientes del mercado meta
- Canales de distribución
- Caracterisitcas especiales del mercado
- Precio de exportación y precio de negociación
- Etapas operativas, como partivipación en ferias, promociones, entre otras.
- Costo de cada etapa operativa
- Resultados planeados. Siempre se debe tener en cuenta que, los modelos de exportación están en cambios según las exigencias del mercado local e internacional.

2.2.9. Guía de exportación “Country Notebook” en el mercado intenacional.

Se elige esta guía como parte del modelo de exportación porque trata los lineamientos de un plan de mercadeo completo en comparación a otras guía y, menciona los análisis necesarios para la elaboración del plan de exportación, factores los cuales ya se mencionaron

Análisis cultural, trata de un estudio detallado acerca del mercado meta en cuanto a su historia, clima, sistema político, condiciones de vida. Ayuda a la toma de decisiones en cuanto al marketing del producto.

Análisis económico, contiene un estudio detallado sobre la economía del mercado del país, en cuanto al PIB, ingresos anuales, importaciones de productos, balanza comercial, canales de distribución.

Análisis del mercado meta, se complementa con los datos relevantes de las ventajas del producto a exportarse, estudios de los competidores actuales en el país, medidas que ayudan a la evaluación del producto en el país.

Plan de marketing, abarca los medios publicitarios para que el producto llegue al consumidor final, fijación del precio, modos de pagos con el país. Cateora, Gilly, & Graham (2010)

2.2.10. Planteamientos de la Guía en el mercado intencional.

El modelo plantea como primera fase el proceso de un análisis demográfico, político, ya que es necesario esta información para evaluar al mercado meta y poder identificar los posibles riesgos futuros que pudieran presentarse, esto se hace con el desarrollo de un plan de mercado internacional. Así mismo, se hace el análisis del proceso para el producto terminado, es decir, la materia prima con el cual se elabora el producto, su taxonomía en general con el fin de saber qué clase de producto se exportará. Con esta información, se analiza la metodología para poder ingresar el producto al consumidor final, fijando y aplicando el modelo de exportación y las leyes que rigen cada país (local e internacional). Datos que se analizan con entrevistas realizadas a exportadores nacionales de productos y que han obtenidos buenos ingresos por la actividad, aplicando técnicas de observación, de campo con las cuales se pueda obtener mejores resultados. Una vez obtenido los resultados, se procede a ejecutar el proceso de exportación con los datos obtenidos de diferentes fuentes de información, para realizar un bosquejo de los diferentes gastos que se necesitarían.

2.3. Marco contextual de la Investigación.

2.3.1. Datos generales de Canadá.

Canadá es uno de los países más grande de América, siendo su gobierno la unión Federal que se basa en el Acta de Constitución; por lo que en el país existe tensiones entre los gobiernos provinciales y los gobiernos federales. Canadá al ser considerado el segundo país más grande del mundo con una extensión territorial del 9'984,670km” González (2017).

Junto a su capital Ottawa y su principal provincia Ontario con la ciudad mas grande Toronto Canadá, limita con las siguientes fronteras:

- **Norte:** Océano Ártico
- **Sur:** Estados Unidos
- **Este:** Océano Atlántico
- **Oeste:** Alaska y Océano Pacífico



Figura 2 Mapa político Canadá

Fuente: Compare Infobase Ltd. Mapas del mundo, Mapa de Canadá, 2016.

La moneda oficial de Canadá es el dólar canadiense, cuyo valor actualizado en este año 2018 es igual a \$0.751 americanos (Ecuador) según fuente de la página principal de Exchange Rate (2018) . Por lo que muchos exportadores ecuatorianos invierten mas porque

saben que van a tener un ingreso mas de lo esperados. En el desarrollo de este proyecto se mostrará tambien un cuadro comparativo de todos los años en el que Ecuador exporta a Canadá (Balanza comercial) para ver como ha incrementado sus exportaciones de diversos producto.

2.3.2. Demografía de Canadá

Actualmente, las proyecciones del crecimiento de Canadá van en aumento dependiendo de los nacimientos de cada familia y a las migraciones; en la tabla que continúa se verá reflejado en cantidad y el porcentaje del crecimiento que varía. Análisis que se menciona ya que se quiere comprobar el mercado a donde se exportará el café de habas.

Tabla 1 Población Canadá

Fecha	Población	Tasa de Crecimiento %
2010	33'936,366	1,14%
2011	34'313,039	1,11%
2012	34'684,028	1,08%
2013	35'049,382	1,05%
2014	35'409,203	1,03%
2015	35'763,860	1,00%
2016	36'134,016	1,04%
2017	36'508,003	1,03%

Fuente: Statistics Canada, Población de Canadá actualizado 2018.
(Country Meters, 2018)

Demografía de Canadá



Figura 3 Demografía de Canadá

Fuente: Figura tomada de la página principal de Prom Perú (Gonzalez, 2017)

2.3.2.1. Toronto.

Ontario, provincia canadiense, tiene una población de 13'982.984 de habitantes, el cual representa el 61% de todo Canadá; de ellos el 35% viven en la ciudad más grande, Toronto. Uno de cada tres canadiense vive en Vancouver, Montreal y Toronto que es la ciudad principal de la provincia de Ontario; esta ciudad es conocida como un centro económico por el desarrollo de sus industrias y allí se concentra casi el 50% de canadienses y extranjeros. Según datos revelados por *Statistics Canadá* se contabilizó en el último año (2018) 36'508.003 de habitantes en todo el país con una tasa de incremento del 1.03%.

Es un puerto principal para la importación de productos de diferentes clases como embutidos, carnes, frutos, entre otros. Por lo cual Colombia, Ecuador, Perú exportan sus productos mencionados especialmente a los puertos orientales de Halifax (Nova Scotia), Montreal (Quebec) y Toronto (Ontario). La frecuencia de los despachos es semanal y con un tiempo de tránsito que oscila entre 8 y 25 días, incluyendo las conexiones que generalmente se realizan en Estados Unidos, esta información es tomada de la página de EQ Foundation (2015).

2.3.3. ¿Por qué el consumo orgánico?

Información recopilada por la página de PromPerú menciona que la población canadiense, pero específicamente de la ciudad de Toronto posee las siguientes características que se debe de tomar en cuenta antes de la exportación de cualquier índole:

- Bien informada y exigentes
- Pudiente pero consciente por los precios
- Conscientes del cuidado al medio ambiente
- De ingreso doble
- Una sociedad Multicultural

- Consciente de la salud. (Gonzalez, 2017)

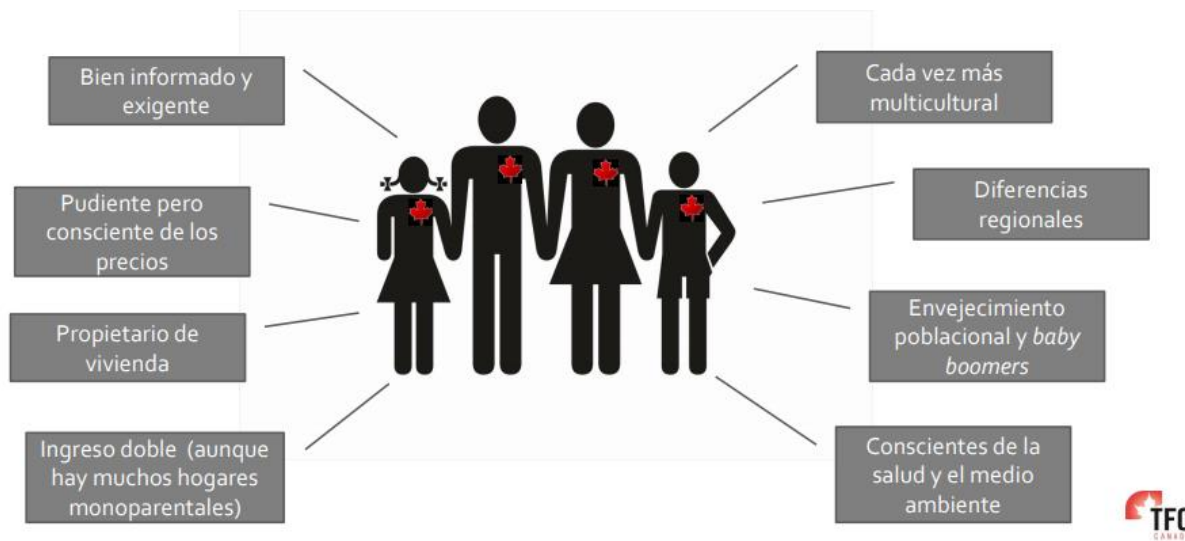


Figura 4 El consumidor canadiense

Fuente: Imagen tomada de la página de PromPerú escrito por (Gonzalez, 2017)

Según informe emitido por Lutterbeck (2002) para la revista *Comunica* menciona que, desde hace años, el consumo de alimentos orgánicos ha dejado de ser una simple moda de pequeños grupos de consumidores comprometidos con el medio ambiente. Debido, en buena parte, a los numerosos escándalos relacionados con la producción de alimentos, la cantidad de consumidores en Europa, Canadá y Estados Unidos que exigen una comida más sana, de mejor sabor y ecológicamente sostenible aumenta constantemente. En los países industrializados, la demanda de alimentos orgánicos, a diferencia del mercado de productos alimenticios convencionales, experimenta un crecimiento anual que oscila entre 9% (Alemania), 15% (Canadá) y 19% (Suiza).

La página de EQ Foundation (2015) señala que el consumo de productos orgánicos en el país canadiense ha crecido rápidamente con respecto a cada industria. Solo el 58% de los canadienses prefieren alimentos orgánicos donde el consumo per cápita de los mismo llegó a \$112.90 para el 2014, donde el comprador orgánico factura \$132.70 más que el comprador convencional. Con este producto, se pretende enfatizar a los canadienses en lo beneficioso del

café de habas y a la vez poder alcanzar un reconocimiento a nivel superior en fomentar la salud de las personas.

Según lo menciona Leonora Chapman (2018) para Radio Canadá International el café de habas es una bebida a la que cada vez se le descubren más propiedades, puede proteger contra la diabetes, ser bueno para la vista y parece ser también que tiene una otra propiedad: nos protegería contra el Parkinson. En otro informe que nos brinda Central América Data señala que el 58% de las familias canadiense compran los productos orgánicos de diferentes países. El grafico muestra que, un canadiense gasta alrededor de \$17.50 por mes en productos orgánicos. También, uno de los motivos de el por qué se elige tipo de producto es porque contienen poca cantidad de pesticidas en la cosecha de la materia prima y ayudan al cuidado del suelo, en otras palabras, no afectan al medio ambiente.

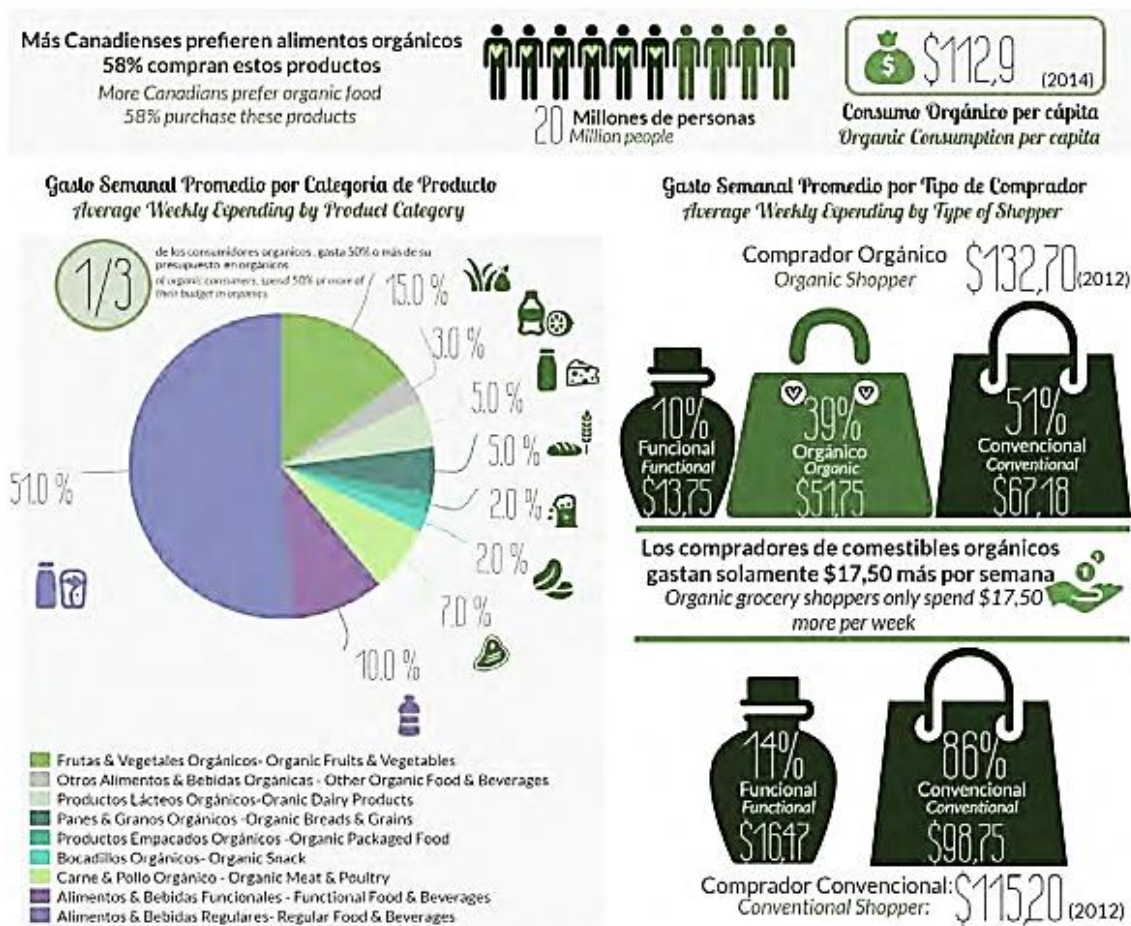


Figura 5 Consumidor orgánico canadiense
 Fuente: Figura tomada de (EQ Foundation, 2015)

2.3.4. El comercio en el Mercado canadiense (Balanza Comercial)

Un informe tomado de Atlas Media Canadá (2016) sobre las diversas importaciones en dólares que realiza Canadá menciona que en 2016 Canadá importó \$951 Miles de millones, lo que lo hace el 9^{no} importador más grande en el mundo. Durante los últimos cinco años las importaciones de Canadá se han incrementado en una tasa anualizada del 1,72 billones, de \$422 miles de millones en 2011 a \$951 miles de millones en 2016.

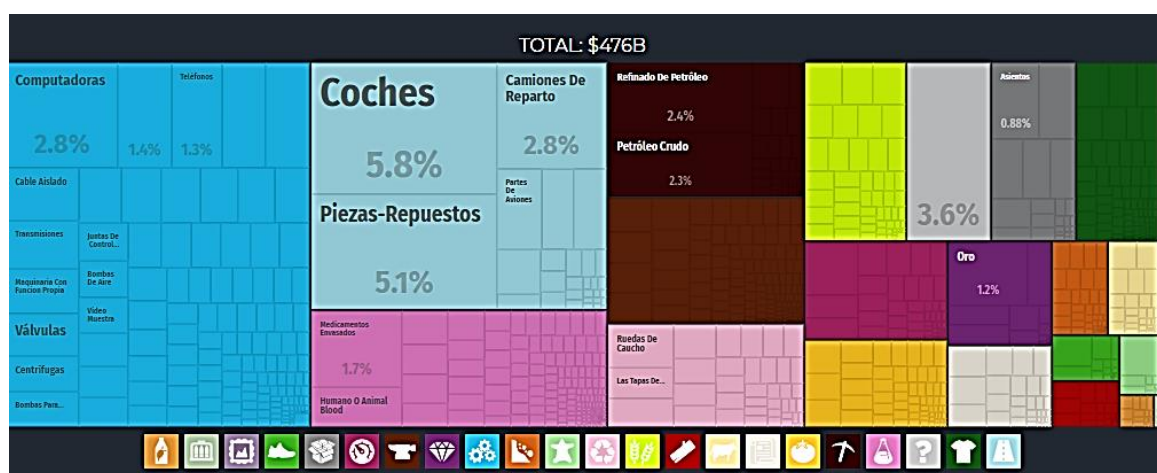


Figura 6 Balanza Comercial

Fuente: Atlas Media Canadá, Balanza comercial, Importaciones y exportaciones 2016

Para el año 2017, Canadá incrementó sus importaciones de sus productos comunes como el café, productos orgánicos, piezas de autos, computadoras entre otras. Por lo que la Balanza Comercial para ese año disminuyó en 18.472,3 millones de euros, un 1,26% de su PIB inferior al registrado en 2016, que fue de 20.468,1 millones de euros, el 1,47% del PIB. Según el informe tomado de la página principal de Datos Macro (2018). Así, en ese mismo informe menciona que Canadá ha subido en lo que respecta al PIB dentro de los últimos 10 años, ya que para el 2016 el país estaba en el puesto 62 pero para el 2017 llegó al puesto 59 en comparación con los demás países. En el siguiente gráfico se observa cómo ha cambiado la balanza comercial de Canadá expresada en Euros:

Canadá - Balanza comercial			
Fecha	Balanza comercial	Tasa de cobertura	Balanza comercial % PIB
2017	-18.472,3 M.€	95,28%	-1,26%
2016	-20.468,1 M.€	94,51%	-1,47%
2015	-17.137,6 M.€	95,57%	-1,22%
2014	1.481,7 M.€	100,41%	0,11%
2013	-13.146,0 M.€	96,33%	-0,95%
2012	-16.114,7 M.€	95,65%	-1,14%
2011	-8.840,1 M.€	97,35%	-0,69%
2010	-11.472,3 M.€	96,22%	-0,94%

Figura 7 Balanza comercial de Canadá

Fuente: Figura tomada de la página principal de (Datos Macro, 2018)

Hoy en día muchos países están abriendo nuevos canales de mercado para llevar sus productos a Canadá, por lo que en el siguiente gráfico se observa como evoluciona la curva con respecto a la comercialización que tiene con otros países. Sólo en el 2017 las importaciones se redujo en 1'793,360 € (\$2'113.833,50) y el PIB bajó a 26.71% en todos los productos que acogió el mercado desde alimentos hasta respuestos de autos. En el siguiente grafico tomado de la página de Datos Macro (2018), nos muestra en detalle y por años de las importaciones en Euros ha hecho Canadá:

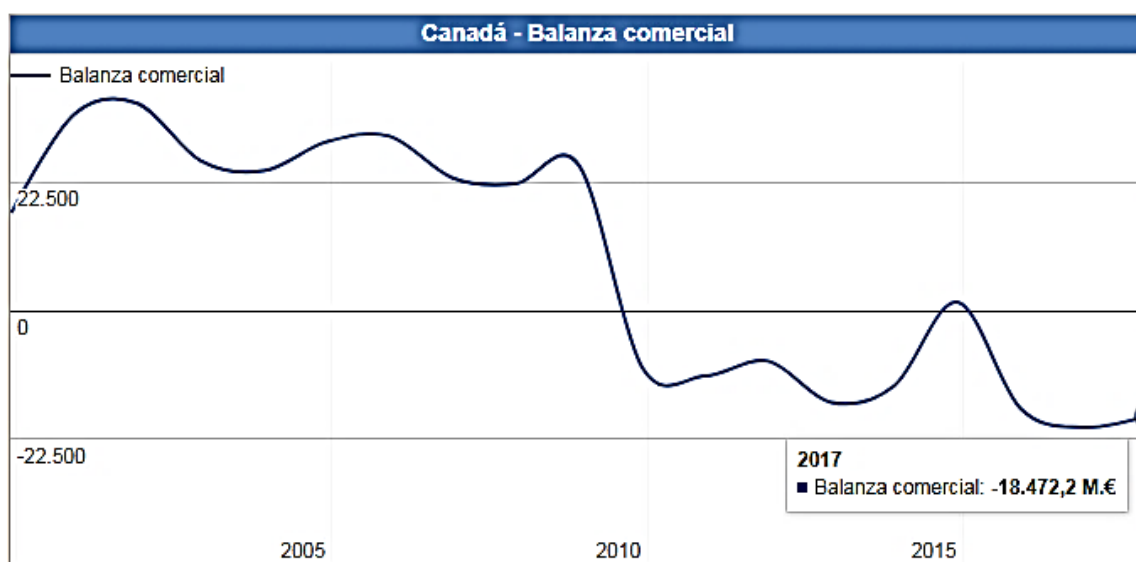


Figura 8 Gráfica balanza comercial Canadá 2017

Fuente: Figura tomada de la página principal de (Datos Macro, 2018)

Con esta información tomada del sitio web, se muestra que el saldo para el año 2017 es la diferencia entre las importaciones y exportaciones realizadas; así mismo, se rescata la información de que las exportaciones han sido mayores que las importaciones, pero la tasa del PIB no se ha visto perjudicada.

2.3.5. Situación económica Comercial de Canadá-Ecuador a 2018

La figura siguiente es una recopilación de datos obtenidos de la página oficial de Pro Ecuador a mayo 2018 donde menciona que, los productos orgánicos exportados de Ecuador a Canadá subieron a \$6,980 millones haciendo comparación entre el año 2016 y 2017 respectivamente. Por lo que el Arancel en el 2017 se mantuvo en un 0%, así mismo haciendo comparación con los productos congelados como el camarón y langostino subió una gran cantidad en ese año.

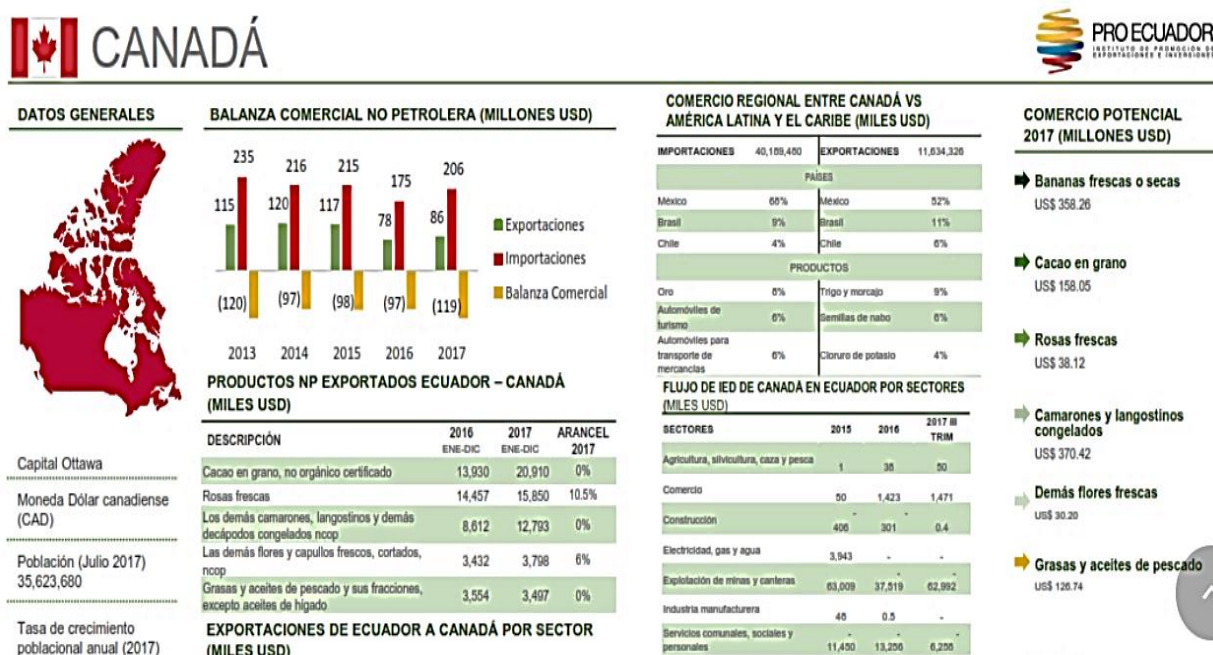


Figura 9 Situación económica de Canadá

Fuente: Pro Ecuador, comercio canadiense, 2018

2.4. Marco Contextual de la Investigación.

2.4.1. Materia prima del café de habas.

El haba es una leguminosa de clima frío, pertenece a la familia de *Fabaceae* que se ha cultivado desde la antigüedad, originaria de los cultivos del Oriente y que se fueron extendiéndose por toda la cuenca mediterránea, a través de China e introduciéndose en América tras el descubrimiento del Nuevo Mundo. García Gallegos (2013).



Figura 10 El haba

Fuentes: Fuente: Revista Scielo, el haba como un producto nacional.

En Ecuador, los suelos destinados para los cultivos de habas se encuentran en la región Interandina o Sierra, desde Carchi hasta Loja, y están localizados en áreas sobre los 2700 msnm, estableciéndose tres zonas de cultivo a lo largo del callejón interandino. Los suelos con humedad excesiva y los muy secos no ofrecen condiciones para este cultivo.

2.4.2. Taxonomía y Morfología del haba.

A continuación, se detalla el tipo de haba que será procesada para la elaboración del producto:

- Familia: Leguminosae, subfamilia Papilionoidea
- Nombre científico Vicio faba L.
- Procedencia: Italia e Irán
- Lugar de cosecha: Zona alta de Carchi, Cotopaxi, Pichincha.

- Tallos: Coloración verde, fuertes, angulosos y huecos, ramificados, de hasta 1,5 de altura.

2.4.3. Las variedades de habas

Como lo indica Sarmiento (2017) para la revista El Jardín del Haba menciona que, hay distintas clases de habas y la misma se pueden clasificar en dos grupos de acuerdo con el tamaño de la vaina, el cual se detalla a continuación:

Granadina. - Se trata de una variedad que está destinada no sólo a su consumo en verde, sino además para grano; las semillas de las habas (granadina) suelen ser de gran tamaño y tiene un tono bastante claro, soporta mejor los climas fríos.

Aguadulce o Sevillana. - Consiste en una variedad precoz que posee plantas de un metro de alto. Los tallos suelen ser robusto y no poseen ramificaciones y en el dorso, sus hojas cuentan con folíolos de un tono verde grisáceo. De acuerdo con Morales (2015) la cosecha del grano seco y semilla de habas se realiza en forma manual cuando las vainas están secas (negras), arrancando las plantas para hacer parvas, secar al sol y hacer la trilla, con máquinas desgranadoras, por pisoteo de animales o golpeando con varas. En hojas informativas divulgadas por el Ministerio de Agricultura se señala que los rendimientos son muy variados, ya que dependen de las zonas, de las variedades y del tamaño que tenga al recolectarlas. Teniendo en cuenta estos factores el rendimiento puede variar de 4.000 a 15.000 kg/ha

2.4.4. Propiedades del haba y beneficios para la salud.

Según la revista European Journal of Clinical Nutrition (2015) El haba es una leguminosa que posee muchas propiedades beneficiosas para nuestro organismo, menciona que contienen una buena cantidad de fibra, que ayuda a mejorar la salud intestinal, permitiendo la eliminación de toxinas y evitando el estreñimiento. En la siguiente tabla podemos ver la diferencia en aportes minerales y vitaminas de 100 gr de porción de habas y 100 gr. de café en grano:

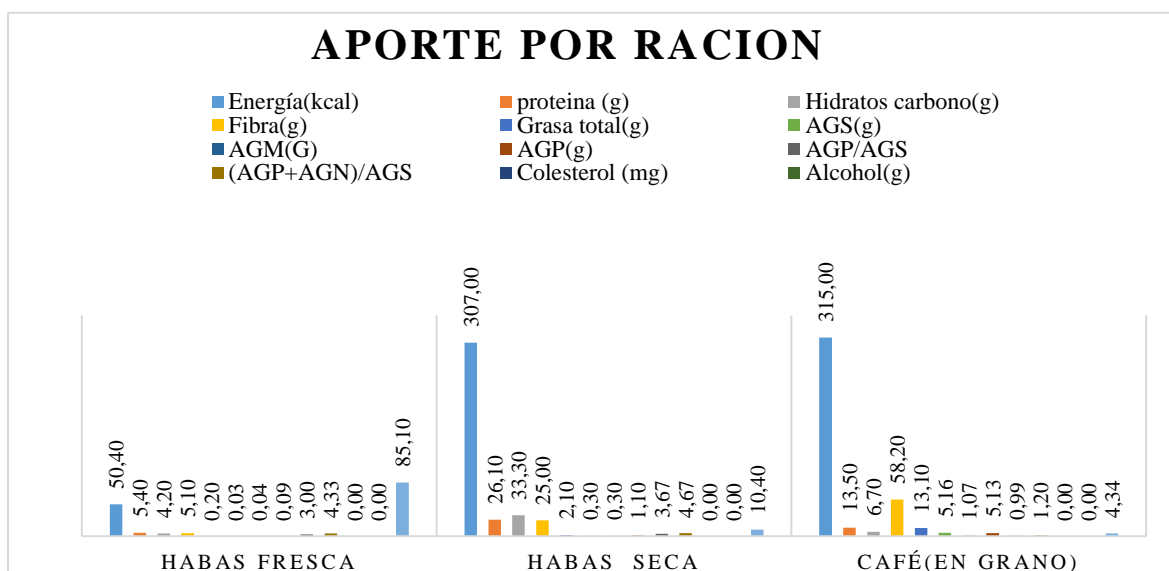


Figura 11 Aporte por ración

El contenido en fibra es beneficioso para la prevención del estreñimiento. También para nivelar los niveles de colesterol alto. El contenido de calcio, magnesio, sodio y fósforo, hierro hace del haba un ideal alimento durante una etapa de crecimiento e imprescindible durante el estado de embarazo y lactancia.

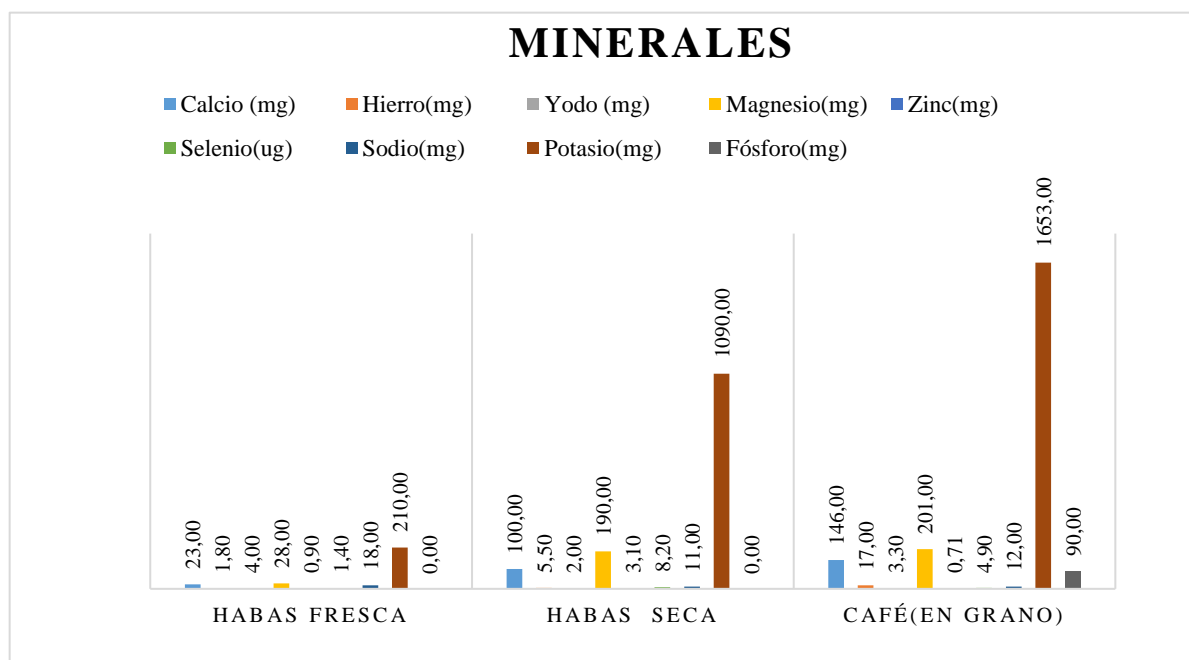


Figura 12 Minerales

En la figura 12 se puede apreciar el alto contenido de Vit. B1 Tiamina que las habas secas pueden aportar; se necesita tiamina para la síntesis de acetilcolina, un neurotransmisor

esencial para la memoria y cuya falta se ha demostrado que es un factor que contribuye al deterioro de la función mental propia de la edad madura (senilidad) y al desarrollo de la enfermedad de Alzheimer.

2.4.5. ¿Quiénes pueden consumir el café de haba?

De acuerdo con Central America Data Informacion de Negocios (2014) la principal razón que mueve a los canadienses a adquirir alimentos orgánicos es la salud, lo que explica la importancia de que estos productos cuenten con la certificación necesaria que pruebe que todo el proceso de producción está libre de químicos. Siendo el café en base de habas un excelente alimento con proteínas durante la etapa de crecimiento, no solamente para los deportistas que sufren desgaste energético, mujeres en estado de embarazo y lactancia por su contenido de ácido fólico, y también recomendada para los canadienses que se están pasando por periodos de estrés y depresión.



Figura 13 Café de haba

Fuente: Figura tomada de la página principal de El Universo, (2014)

2.4.6. Análisis del ingreso del café de habas a la ciudad Toronto.

Con la próxima exploración del mercado, se espera que el café elaborado a base de habas a la ciudad de Toronto sea efectivo, ya que con los resultados anteriormente

mencionados se determina que es un mercado clave. También se quiere ubicar un segmento de mercado, la predisposición de compra y la frecuencia de consumo. Además, esta información contribuye a la demanda del producto y al análisis de la participación que resultaría en el mercado.

Como lo menciona Pigneur (2011) para un artículo de exortación, el modelo de exportación es una especie de anteproyecto de una estrategia que se aplicará en las estructuras, procesos y sistemas de una empresa. Este sería una investigación que permitiría estratégicamente direccionar el proceso administrativo de la empresa en el cual se pueda proponer, elaborar, estimar las acciones que puedan lograr obtener los objetivos a largo plazo de nuestro estudio. Toda empresa suele iniciar comúnmente con un producto o una línea que atienden exigencias específica de un mercado. Reconocer las exigencias constantes que las personas habitualmente tienen y frecuentan en el desarrollo de su vida debería ser un aspecto prioritario en los procesos de selección de un producto. Por esta razón, se ha investigado todos los datos concernientes para la exportación de nuestro producto y así no tener algún inconveniente como una barrera de entrada.

2.4.6.1. Segmentos de clientes.

Sobre el concepto de segmentación de mercado como lo indican Santesmases, Valderrey, & Sanchez (2014), se basa en la proposición de que los consumidores son diferentes ya sea en sus necesidades o en sus características demográficas y socioeconómicas, ya en su personalidad, actitudes, percepciones y preferencias. Y de acuerdo con estas diferencias surgen demandas diferentes, lo cual nos lleva a determinar dentro de ese conjunto de mercado a liderar personas que quieren un producto con aportes nutritivos y vitamínicos que mejoren la salud, además de brindar nuestros servicios a los supermercados o al público en general. Este proyecto investigativo está enfocado en incorporar un café a base en habas, tradicional e innovador para otros tipos de productos orgánicos de igual similitud, siendo el contenido muy diferente al café tradicional ya que no contiene sustancias dañinas.

- Según el momento de uso del café de haba; cual sería la calificación sobre nuestro servicio brindado
- Según los beneficios buscados por los consumidores; cuáles son las sugerencias hacia el café de habas sea más competente en el mercado
- Según los niveles de usos del café de haba; si obtuvo el resultado que se esperaba del producto
- Según el nivel de lealtad a la marca ecuatoriana; la continuidad de elegir el café de habas en compras futuras.
- Según la actitud motiva o desinteresada hacia el café de habas; Las opiniones favorables o desfavorable hacia el café de habas.

2.4.6.2. Propuestas de valor.

Siguiendo el concepto de propuesta de valor sobre la diferenciación y desarrollo de la oferta como lo menciona una seccion de la revista *Despliega Tu Valor de Propuesta* (2012), generar diferenciación ha sido la estrategia dominante en mercadotécnica como principio de éxito comercial. La diferenciación es una fuerza poderosa que ayuda a los clientes a seleccionar entre gran variedad de opciones al momento de comprar. Mediante la diferenciación del modelo de exportación de café en base de habas se tiene un producto que puede lograr a ser tan desarrollado en sus procesos de oferta. Estos procesos van seguidos de una fase de conocimiento, consideración, prueba, uso, preferencia.

Algunas proposiciones de valor podrían ser originales y representar una oferta nueva o inquietante, debido a que Toronto es un mercado con comportamientos de consumo responsable, sensibilizados a los problemas del medio ambiente. Por lo que se dejan llevar por productos que están en boga con tres aspectos importantes que son la calidad, el origen y el precio. Además de un servicio de venta y postventa de calidad para todos aquellos que

quieran mejorar su salud y supermercados que deseen adquirir productos artesanales, con responsabilidad saludable.

Con diseño y personalización: El diseño va conforme a la característica de la población que se destaca en Toronto, y aficionado a lo orgánicos y preocupado en el cuidado de su salud y las de sus familias.

Sano, artesanal y tradicional. Debido a que Toronto es un mercado con comportamientos de consumo responsable, sensibilizado a los problemas del medio ambiente, y que se dejan llevar por productos que en están en boga con tres aspectos primordiales como son la calidad, el origen y el precio. Siendo un complemento alimenticio rico en vitaminas y minerales.

2.4.6.3. Canales.

Para el desarrollo de la exportación del café en base de habas es primordial la logística porque a través de ella se puede lograr en cumplir los objetivos fijados en la distribución de productos o servicios. Así mismo que pueda evitar algunos factores como son el tiempo y la distancia que incurre en la exportación. Para este tipo de análisis es muy importante analizar las diferentes vías en que llegará nuestro producto.

Como lo menciona Elizabeth Velazquez (2012) el “objetivo fundamental de la logística es colocar los productos adecuados (bienes y servicios) en el lugar correcto, en el momento preciso y en las condiciones deseadas, con el fin de contribuir, lo máximo posible, con la rentabilidad de una empresa”. Ya que esta distribución también se enfocaría en los medios de transporte que son conductos que permitirá la llegada de la mercancía a su destino final. Por lo que se debe tener en cuenta otros elementos que necesita al exportar el producto como son el envase, el empaque y el embalaje que sirva para la protección del café en base de habas.

Primordialmente para la logística del producto y lograr cumplir los objetivos fijados en la distribución de productos o servicios y esto se puede hacer a través de los canales de

comunicación. Por medio de las redes sociales, las revistas, la radio, blogs, paginas oficiales de la empresa exportadora de café en base de habas, ayudan a la difusión de la información del producto mediante campañas nutricionales en revistas, o en entrevistas de un representante de venta de una empresa con logotipos y marcas registradas.

Otros canales que se pueden presentar en las propuestas de valor de una investigación para la exportación de café en base de habas y llegar a sus clientes es a través de las redes sociales que se utilizarán para promocionar el producto visualmente en las páginas de Facebook, Twitter y correo electrónico, con comentarios positivos de nuestros clientes que influirán en los nuevos clientes.

Las revistas serían otro medio para los extranjeros, y en general, porque habrá personas a las que no les gusten las redes sociales y que prefieran leer un suplemento dominical en el que cubran temas de interés para la familia, la tecnología, la gastronomía, la orientación, moda, viajes y cultura.

La radio es otra forma de comunicación que sigue vigente en el uso de las personas, que a menudo escuchan en sus automóviles, en el hogar, pero tienen tiempo para leer o para las redes sociales. Con un espacio en este entorno sería imprescindible informar de acuerdo con campañas nutricionales o entrevistas a un representante en ventas para ayudar con la difusión de la información de nuestro producto.

Blogs creación de sitios donde también se puede informar su propia experiencia y cómo ofrece el servicio en exportadora de café en base de habas

Páginas oficiales de Internet de exportadora de café en base de habas con su logotipos y marcas registradas con toda la información básica para sus clientes o nuevos para conocer la empresa.

2.4.6.4. Relaciones con cliente.

Cómo lo menciona Enrique García Prado (2014) los clientes desarrollan progresivamente ciclos más cortos de comportamiento en su consumo, lo que obliga a las

empresas a tomar las medidas necesarias para extender la duración de dicha relación comercial.

Otro punto relevante como lo menciona Andrew Brown (1992) “en una organización orientada al cliente es necesario invertir la estructura por completo: los clientes deben estar arriba con fuerte caudal de información fluyendo en dos direcciones”. Estas direcciones suelen ser entre el personal de apoyo ventas/marketing que da confianza en el soporte de información necesarios en la toma de decisión correcta en lo que desea o desearía. En el Ecuador existe el lema “el cliente siempre tiene la razón” por lo que se va a dar prioridad a los comentarios que tengan nuestro producto exportado.

2.4.6.4.1. Gestión de servicio al cliente.

En la gestión de servicio al cliente, será el compromiso de cumplir con la promesa de servicio; será velar por el agrado del cliente de acuerdo a sus necesidades y expectativas; ya que pueden variar en periodos cortos, por la agilidad, la amabilidad, la facilidad de entrega y en la postventa. Este compromiso ayudará a tomar medidas necesarias para prolongar la relación entre la empresa hacia el cliente y poder continuar con la exportación del café de habas.

2.4.6.4.2. Atención personalizada.

La atención personalizada involucra un trato directo o personal entre el personal de ventas y los clientes; este personal se focalizará en las necesidades, gustos y preferencia de ellos; hará sentir valorado e importante, y hasta único al cliente, mediante el seguimiento de la venta; a las quejas o reclamos de un posible mal servicio, resolver con amabilidad y mostrar un diálogo abierto, cortés y eficaz.

2.4.6.5. Fuentes de ingresos.

Para determinar el diseño del modelo de exportación de café en base de habas a la ciudad de Toronto, es primordial estructurar el sistema de ingresos para así asegurar la sostenibilidad de exportar un producto nuevo. Como lo menciona Miguel Macías (2011) “los ingresos se pueden dividir en dos grandes grupos: los ingresos transaccionales, que provienen de una compra o pago único, y los ingresos recurrentes, que provienen de pagos periódicos, constantes.” Estos ingresos visualizan a los clientes si están idóneo a pagar por el café en base de habas de acuerdo con los costes de exportación que no superen estos ingresos. Entre estas razones de ingresos se pueden obtener de:

	Descripción	Ejemplos	
1	Venta de productos	Traspaso de derechos de propiedad sobre un producto físico	Bienes de consumo; autos
2	Cobro por uso	Ingreso directamente asociado (y generalmente proporcional) al uso de un servicio	Telefonía celular; Pay per View TV
3	Fee de suscripción	Venta de acceso continuo de un servicio	Gimnasio; Club de Innovación
4	Cobro por préstamo o arriendo	Venta del derecho temporal de acceso y uso de un bien físico	Rent-a-car
5	Concesión de licencias	Permiso para utilizar propiedad intelectual patentada en cambio de una tarifa	Industria de media y cinema
6	Intermediación (<i>brokerage</i>)	Ingreso obtenido a través de un servicio de intermediación entre 2 o más entidades	Agencia inmobiliaria, operadores de tarjetas de crédito
7	Publicidad	Ingresos que provienen de la divulgación de un producto, servicio o marca	Canales abiertos de TV, Blyk, Google

Figura 14 Modelo de negocios

Fuente: Figura tomada de la página de Advenio por (Macías, 2011)

Estas fuentes de ingresos serán provenientes de pagos de clientes antiguos, y actuales por compras del café de habas; en el cual tendrá un abanico de opciones de presentación del producto y que el cliente pueda elegir; estos ingresos representaran oportunidades para nuevas adquisiciones de recursos físicos, materiales, humanos y financieros que son importantes para las operaciones que incurren en la exportación de café, con el objetivo de ser sostenible en el tiempo en este mercado canadiense.

2.4.6.6. Recursos claves.

Para el funcionamiento de un modelo de negocios para la exportación de café de habas es necesario tener los recursos físicos, que suelen ser estos; maquinarias, infraestructura, o intelectuales; como una base de datos de clientes, y primordialmente recursos económicos y humanos muy importante para la propuesta de valor al cliente. Estos ayudarán a diferenciar entre la competencia y emplearse óptimamente mediante actividades planeadas.

2.4.6.7. Actividades claves.

La empresa exportadora de café en base de habas tendrá algunos requerimientos necesarios para el mercado internacional, como lo menciona Jesús Blasco & Campa Planas (2014) el tener descritas las actividades que intervienen en el proceso comercial nos va a permitir identificarlas, priorizarlas y comunicarlas a todo el personal que interviene. Entre las actividades que se deben considerar son las siguientes:

- Considerar las solicitudes del cliente.
- Hacer acuerdos con los proveedores, para que se les proporcionen los recursos necesarios.
- Ser más efectivo y rápido en la solución de los problemas que podrían aparecer.
- Crear un presupuesto de los gastos que incurrirían en la comercialización del café en base de habas.

2.4.6.8. Socios claves.

Según Remolins (2017) en su artículo científico, los socios claves para las empresas se unen por diversos motivos: para optimizar el modelo de negocio, reducir el riesgo o adquirir recursos. Las empresas tienden a externalizar funciones y a utilizar recursos y capacidades de una red de proveedores y socios, mejorando así los vínculos que existen con

la distribución de los granos de habas, tanto para proporcionar y mantener este modelo de exportación de café en base de habas materialmente estable, y con la continuidad en la comercialización internacional de una manera exitosa en un nuevo mercado.

2.4.6.9. Estructura de costos.

En este punto el modelo de exportación de café en base de habas se enfocará en minimizar los costos. Por lo que es útil dividir dos grandes clases de modelos de negocios: los costos y los valores. En esta sección se enfocará en analizar los diferentes costos que se producen para la comercialización.

Basado en los costos, se espera lograr que el café accesible con grandes beneficios a un precio considerado pueda comenzar a posicionarse en el mercado de Toronto, y por lo tanto poder obtener un beneficio rentable con enfoques en:

- Costos fijos. -Los costos permanecen en cualquier caso del volumen de bienes o servicios. Salarios alquileres y mantenimiento de fábrica.
- Costos Variable. -La mayor preocupación será obtener la materia prima, como la cosecha de las vainas que comienza de 85 a 110 días después de la siembra; esto puede variar según el tipo de cultivo y las condiciones de crecimiento de la planta. También se consideran los envases y embalajes porque su cantidad depende directamente de las cantidades de bienes producidos
- Economía a escala. -Para cualquier empresa que acoja este informe en la exportación de grandes cantidades se genera un ahorro en costos de tiempo, lo que favorece la creación y mejora de la obtención de los granos de café de acuerdo con las demandas de sus clientes.
- En el Campo de la economía. – Cualquier empresa exportadora de café que se expande poco a poco, reducirá los costos de publicidad y promociones, con la ayuda de la difusión de puntos de vistas entre clientes antiguos y nuevos.

2.5. Marco Conceptual.

En este capítulo se da a conocer algunos términos que son utilizados en esta investigación, definiciones que nos ayudara a comprender algunas partes como el desarrollo, propuesta entre otros. A continuación, ponemos a nuestro conocimiento los siguientes términos claves utilizado en el desarrollo:

2.5.1. Términos claves.

Negocios internacionales. Mejorar el saldo de su balanza comercial, el superávit de la balanza comercial significa mejor ingreso nacional, altas reservas internacionales, mejor nivel de empleo, etc. Chosgo Tala (2016).

Auditoría administrativa. La auditoría es una actividad profesional que implica el ejercicio de una técnica especializada, que brinde bases teóricas - prácticas, para que el invitado planee, evalúe, organice y controle los entes económicos, para que a través de las técnicas se determine las acciones a realizar. Enrique Franklin (2007)

La inversión. El término inversión se refiere al acto de postergar el beneficio inmediato del bien invertido por la promesa de un beneficio futuro más o menos probable. Una inversión es una cantidad limitada de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones, con la finalidad de que se incremente con las ganancias que genere ese proyecto empresarial. BBVA (2017)

Segmentos de clientes o mercado La segmentación del mercado consiste en identificar comportamientos similares entre personas en un determinado mercado, tratando de formar un grupo (o grupos) con características similares. Ciribeli & Miquelito (2015)

Las proposiciones de valor: Es el argumento clave para comunicar al mercado objetivo las razones de por qué se deben seleccionar las ofertas de la empresa. Marketing de Servicios (2017).

Exportación: Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de

Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente. Aduana del Ecuador (2016).

Importación: Es la acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del RÉGIMEN DE IMPORTACION al que se haya sido declarado. Aduana del Ecuador (2016)

Consumidor: Es toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente Ley mencione al consumidor, dicha denominación incluirá al usuario. Secretaria Nacional de la Administración Pública (2018)

Balanza comercial: Es el resultado entre importaciones y exportaciones de mercancías o bienes. Se utiliza para conocer el equilibrio o desequilibrio en el que se encuentran estas transacciones respecto al exterior y se expresan en déficit o superávit; el primero cuando son mayores las importaciones y el segundo cuando son mayores las exportaciones. Banco Central del Ecuador (2012)

Certificado de origen: El certificado de origen (o prueba de origen) es el documento que permite a un importador o exportador acreditar el país o región de donde se considera originaria una mercancía. Grupo Eli Comercio Exterior (2017)

Ecuapass: es el sistema aduanero del país, que permite a todos los Operadores de Comercio Exterior realizar sus operaciones aduaneras de importación y exportación. Zambrano Bustos (2014).

2.6. Marco legal de la investigación.

En este capítulo mostraremos cuales son los pasos que se deben seguir para la exportación de cualquier producto en Ecuador. Las principales compañías que intervienen son el SRI, Aduana del Ecuador, Banco Central, entre otras. Así como también intervienen y daremos a conocer cuáles son las compañías que nos regirán en el país canadiense. Con toda

esta información queremos plantear cómo llevar a cabo nuestra exportación cumpliendo los requisitos necesarios de cada país.

2.6.1. Registro único de contribuyente.

Como primer paso para la actividad de exportación o cualquier actividad económica aquí en Ecuador es obtener nuestro Registro Único de Contribuyente (RUC) a través del Servicio de Rentas Internas. Este requisito es primordial para empezar con algún negocio o actividad financiera aquí en el País en donde todas las compañías ecuatorianas tienen la obligación de obtenerlo. En muchos casos aquí en el país han funcionado compañías clandestinas en donde no han obtenido su RUC y sus actividades han sido detenidas por la Ley.

2.6.2. Token o firma electrónica.

El primer paso para realizar la actividad es la de obtener nuestro RUC, una vez obtenido este requisito procedemos a sacar nuestra firma electrónica que regularmente se la conoce como Token. Esta firma electrónica es la que permite que las actividades financieras, comerciales, administrativas o de cualquier índole comercial puedan permitir transacciones con buena seguridad tecnológica y asegurar el bien. Aquí en el Ecuador es realizada a través del Banco Central del Ecuador o el Security Data.

2.6.3. Ecuapass

Una vez obtenidos y realizado los trámites para la obtención del RUC y el Token, se procede a realizar los trámites para la obtención del permiso aduanero ecuatoriano que es el Ecuapass. Según informe de la Aduana del Ecuador (2016) menciona que el Ecuapass es el sistema aduanero del país, que permite a todos los Operadores de Comercio Exterior realizar sus operaciones aduaneras de importación y exportación. Por medio de este permiso todos los emprendedores o compañías exportadoras cuentan con una serie de módulos que facilitan la interacción y comunicación de todos los involucrados en actividades de comercio exterior.

Una vez obtenido el Ecuapass, se comienza a registrar todos los datos del movimiento comercial, que en este proyecto es la exportación del café de haba. Algunos datos recopilados de la página de la SENAE mencionan los siguientes datos a llenar en el sistema Ecuapass:

- Crear un usuario y contraseña del representante legal de la compañía exportadora.
- Aprobar registro de uso de empleado de la compañía.
- Completar el formulario de la Declaración juramentada de origen.
- Completar el certificado de Origen del producto.
- Llenar la Declaración Aduanera de Exportación obtenida a través de la página de la SENAE.
- Aceptar las políticas de uso y registrar el Token o la Firma electrónica para la impresión del documento.

2.6.4. Requisitos principales para el registro de productos orgánicos

A través de la página de Agrocalidad se logra recopilar la siguiente información para la exportación de productos orgánicos ecuatorianos. Se detalla a continuación los principales pasos para el registro tomado de la página principal del Ministerio de Agricultura y Ganadería (2017):

- Solicitud (documento físico) dirigida al Coordinador General de Inocuidad de los Alimentos. (Indicar la agencia certificadora con la cual se ha iniciado el proceso y detallar la información que se solicita actualizar).
- Adjuntar el certificado POA original emitido por AGROCALIDAD.
- Último Informe de Inspección actualizado y aprobado por el Organismo de Certificación.
- Certificado vigente emitido por el organismo de certificación bajo Normativa Nacional.



Figura 15 Logo del Ministerio de Agricultura y Agrocalidad

Fuente: Figura tomada de la página (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2017)

Gracias a este registro, podemos exportar nuestro producto sin preocupación al mercado enfocado. Todas estas normas y obligaciones son necesarias para cualquier persona natural o jurídica que quieran emprender este negocio de productos orgánicos. Existen varias posibilidades de tener un ingreso y eso es lo que hacemos nosotros los ecuatorianos en tener una pequeña idea y hacer que crezca con mucho esfuerzo.

2.6.5. Proceso de exportación de un producto ecuatoriano

Una vez obtenido todos los permisos y obligaciones para la actividad comercial, se procede a realizar el proceso de exportación. Este proceso se lo realiza mediante pasos que lo estipula el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2017) lo cual menciona lo siguiente:

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema Ecuapass, la misma que podrá ser acompañada ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Mediante este informe recopilado de la página principal de la SENAE de como poder exportar algún bien, se analiza cada punto con el fin de que el producto llegue al mercado destino sin ningún tipo de riesgo barrera que le permita su ingreso. Pero según la SENAE los datos que siempre lleva el DAE son los siguientes:

- Declarante o exportador
- Descripción de la mercadería, pero cada mercadería va por ítem de factura

- Información del exportador o consignante
- Destino de la mercadería
- Cantidad de la mercadería
- El peso y demás información referente a lo exportado.

Así mismo, los documentos digitales que son obligatorios que van juntos con la Declaración Aduanera de Exportación a través del Ecuapass son los siguientes:

- Factura comercial digital
- Autorizaciones previas
- Certificado de origen electrónico de la mercancía

2.6.6. Requisitos principales para la importación de productos orgánicos

Unas de las características para la exportación de productos orgánicos aquí en el Ecuador a diferentes partes del mundo es que no deban tener productos químicos en su proceso. Todas las personas naturales o jurídicas que quieran ejercer esta actividad de exportar productos orgánicos deberán tener el registro de la certificación orgánica que nos da Agrocalidad. Por lo que para la exportación de productos orgánicos en Canadá se implementado un “Régimen orgánico” para así proteger a los consumidores de engañosas marcas orgánicas con registros falsos, este reglamento entró en vigencia desde junio 2009 para toda importación. Mediante un informe brindado por el *Services Publics et Approvisionnement Canada*, dice que los principales órganos competentes para que un producto ingrese al país son los siguientes:

CAN / CGSB -32.310: Principios generales y normas de gestión, describe los principios y normas de gestión de los sistemas de producción orgánica. CAN / CGSB - 32.311: Lista de Sustancias permitidas, proporciona listas de sustancias que están permitidas para su uso en sistemas de producción orgánica. Así mismo, los principales registros que

permite Canadá según informe del *Services Publics et Approvisionnement Canada* deben tener lo siguiente:

Certificado de la Norma Orgánica de Canadá, certificado como orgánico en virtud de un acuerdo, celebrado con otro país, en relación con la importación y exportación de productos orgánicos. Certificado como orgánico en conformidad con un acuerdo, se ha descrito anteriormente, por un organismo de certificación reconocido por un país antes mencionado. Los productos que pueden ser ingresados a Canadá deberán tener un registro y una imagen que los consumidores puedan identificar, este registro deberá ser reconocidos por las principales entidades del país. A continuación, se mostrará este registro tomado de la página principal de *Canadian Food Inspection Agency* (2018):



Figura 16 Marca orgánica de importación canadiense

Fuente: Figura tomada de la página (Canadian Food Inspection Agency, 2018)

Cualquier producto orgánico importado debe llevar este sello, el diseño del mismo puede variar dependiendo del producto a consumir. Es decir, si el producto es de recipiente transparente debe llevar el sello en blanco y negro, pero si el envase es a color deberá de llevar el sello a color que resalten las letras.

DOCUMENTOS PARA IMPORTAR EN CANADÁ
Documento de embarque
Factura Comercial /Documento de control de carga (CCD)
Certificado de Origen / Factura de aduana canadiense
Lista de empaque

Figura 17. Documentos para importar en Canadá.

Capítulo 3

3.1. Diseño de la Investigación.

En este capítulo se muestran las técnicas de investigación utilizadas, recolección de datos y análisis de resultados obtenidos, lo que permitirá tener una idea clara sobre los inconvenientes y factores que intervienen en el proceso de exportación. Análisis que, mediante la observación directa, entrevistas y otros métodos, nos permitirán obtener la información adecuada para el estudio de la misma.

Como lo mencionan Sousa, Driessnack, & Costa (2007) en una publicación para la revista Scielo dice que, el diseño de investigación es la estructura o guía utilizada para la planificación, implementación y análisis del estudio, es una forma de responder a la pregunta o hipótesis de la investigación. Diferentes tipos de preguntas requieren diferentes tipos de diseño de investigación, el investigador debe seleccionar un diseño de investigación. Por lo que se hará y tomará un modelo para poder alcanzar los objetivos de esta investigación, este diseño guiará e indicará dichos pasos con el fin de que las expectativas para la exportación se lleve a cabo con normalidad. Para este caso, en el siguiente cuadro se podrá visualizar los objetivos ya mencionado anteriormente para poder tomar el diseño correcto:

3.1.1. Diseño de la Investigación no experimental.

Los resultados de una investigación se deben al diseño que se toma para alcanzar los objetivos planteados. El diseño no experimental, permite tener una visualización directa en el entorno para la obtención de resultados, además de saber el tiempo de una actividad. Por esta razón, el objetivo de nuestra investigación es dar a conocer las gestiones necesarias que se deben aplicar para realizar una adecuada exportación e introducir el café de habas a Canadá.

El informe por Marisela Dzul (2013) en un artículo para la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo menciona que la investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos.

Es por ello, que no se pretende manipular las variables ya mencionadas, para poder analizar la conclusión de la actividad, es necesario observarlas en su estado natural para sacar las conclusiones al finalizar este informe.

3.1.1.1. Diseño transeccional de las no experimentales.

Una vez escogido el diseño, se pretende dar un plan estratégico para la exportación del café en base de habas. La investigación presenta un diseño específico basado en datos e información relevantes que permitan llevar a cabo la actividad. Tales como: datos específicos de cantidad de exportación, requisitos, entre otros. Es por esta razón que se aplica el diseño transeccional, siendo su principal función visualizar resultados de la investigación aplicada en un tiempo determinado, tal y como lo menciona Marisela Dzul (2013) en su artículo científico que en este tipo de diseño se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su influencia en un momento dado. Pueden abarcar varios grupos o subgrupos de personas, objetos o indicadores.

3.1.1.1.1. Diseños transeccionales Descriptivos.

Este diseño transeccional como lo mencionan el Dr. Roberto Hernández, Dr. Carlos Fernández, y la Dra. María del Pilar Baptista (2010) en su libro Metodología de la Investigación 5ta edición dice que los diseños transeccionales descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades; y así proporcionar su descripción. Son, por tanto, estudios puramente descriptivos y cuando establecen hipótesis, éstas son también descriptivas (de pronóstico de una cifra o valores).

3.2. Tipo de la Investigación

Para la realización de este informe investigativo, se han aplicado dos tipos de obtención de informe, que se nombrará a continuación:

3.2.1. Investigación descriptiva.

Dentro de este tipo de investigación, se describen las situaciones, hechos y actividades relevantes que manipulan los exportadores visitados. Es decir, la descripción de los sucesos de forma detallada, recopilando datos e información para la problemática. La información del producto y del cómo es exportado, se visitó y se conoció las funciones que realizan los microempresarios y grandes empresas ecuatorianas. Esta actividad se llevará a cabo conociendo al productor Ricardo Gutiérrez que ya se nombrará en otras secciones.

3.2.1.1. Investigación Documental.

Para esto, se ha visitado a la provincia de Manabí específicamente en la planta donde funciona la producción de café de haba gracias al Sr. Ricardo Gutiérrez.

3.2.2. Investigación Exploratoria.

Como ya se mencionó anteriormente, este tipo de investigación tiene como finalidad examinar y dar una explicación eficaz acerca de un tema innovador. Por esta razón, se analiza este tema, porque es un producto no tradicional en exportación y se espera que exista una gran viabilidad económica y poder emprender esta actividad, una vez que se analice los factores presentados.

3.3. Metodología de la Investigación

Hoy en día existe un sin número de métodos como es el analítico, sintético, histórico, entre otros, para la resolución del problema planteado tal y como lo dice el Editorial Importancia una guía de ayuda (2015), la relevancia de los métodos de investigación radica en el hecho de desarrollar conocimientos sólidos en distintas áreas científicas. Los métodos de investigación se adaptan a distintos tipos de escenarios, a distintos tipos de contextos. En efecto, es distinto el procedimiento pertinente para realizar una investigación en el ámbito de las ciencias sociales que llevarlo a cabo en el ámbito de las ciencias duras.

3.3.1. Método Delphi.

Partiendo de este informe, se establecen parámetro el cual hay que escoger el mejor método para llegar a una conclusión correcta. el Método Delphi permite dar una buena estructuración y pretende obtener un resultado entre diversas opiniones de un grupo de expertos que se someten a una serie de cuestionarios en profundidad. Así mismo, este método permite dar un resultado a través de una predicción de la utilización de una sistemática de juicios elaborados por un grupo de personas.

3.3.1.1. Fundamentos de la metodología Delphi.

Este método permite organizar una guía comunicativa entre personas expertas del tema estructurados en grupo o un panel donde darán o indicarán soluciones acerca del problema de una investigación, en este caso nuestro problema a resolver es: ¿Cuáles serían las barreras que impidan el ingreso del producto a la ciudad canadiense de Toronto? El tema de investigación es muy claro y enfocado en cómo poder exportar un producto elaborado con materia prima ecuatoriana a un país donde prevalece el consumo orgánico y natural. Por este motivo, la utilización de este método será una gran herramienta para la conclusión de la actividad a través de las entrevistas que se explicará en otra sección, debido a que no se podrá elaborar encuestas. A través de este método, se podrá analizar cada fundamento que facilita el estudio Delphi para la obtención de resultados aleatorios:

3.3.1.1.1. Selección y conformación del panel de expertos.

Este primer filtro del método es el más importante porque es donde se podrá seleccionar a expertos del tema para la conformación del grupo, porque de esto dependerá los resultados favorables que se quiere llegar para la solución del problema y la calidad del proceso actual. Tal y cual como lo menciona Ernesto López (2018) en la revista Redalyc el investigador ha de identificar a los expertos potenciales bajo criterios de inclusión, dado que no es aceptable una selección aleatoria o no fundamentada. A través del problema ya planteado, se elegirán a personas, microempresarios que han tenido logros exportando

productos terminados a diferentes partes del mundo. Sin embargo, se hace énfasis o dar mayor prioridad a aquellos microempresarios que exportan este producto como lo es el café de haba a otros países. Para este proceso, es preferible hablarles de estos temas a los expertos: Objetivos del estudio, criterios de selección, resultados esperados, recompensa prevista (monetaria, informe final, otros).

3.3.1.1.2. Número de expertos.

El método Delphi no exige una muestra de expertos representativa de una población determinada, es decir, no hay normas específicas respecto al número de participantes. Ernesto López (2018) en su artículo de la revista Redalyc menciona que, no existe un límite ni un mínimo de expertos para el panel a disposición puesto que sólo se querrá las opiniones dependiendo a las preguntas asignadas. Pero así mismo hay que tomar en consideración escoger el número de personas dependiendo el tema a desarrollar y los recursos de los investigadores. En sí, esta fase se puede resumir en los siguientes puntos para considerar: no existe un mínimo ni un máximo de expertos para el panel, problema y objetivos de la investigación, recursos disponibles, demografía.

3.3.1.1.3. Calidad del panel.

Así mismo Ernesto López (2018) menciona que, los resultados de esta fase, están muy relacionados con los criterios y el método de selección previo a la conformación de expertos en dar soluciones al problema investigado. Los antecedentes del experto como la formación recibida, la investigación desarrollada y la experiencia profesional avalan la calidad del colectivo de expertos que conforman el panel. Esta fase va de la mano con la previa selección de personas que responderán a las preguntas asignadas.

Existen varias posibilidades o criterios que se debe de tomar en consideración para esta fase cómo las de publicaciones que hayan hecho acerca de logros obtenidos por medio de la exportación de sus productos. Así mismo a parte de publicaciones que hayan hecho, se debe de tomar en cuenta la trayectoria que tienen, es decir los años de experiencias en esta

actividad exportadora. Existe otro criterio que es la mas utilizada para esta fase y es de la Autovaloración de los expertos, es decir es donde la persona le da prioridad a su alto grado de conocimiento y le es fácil responder al banco de preguntas acerca del tema planteado. En pocas palabras esta fase se resumen en los siguientes puntos a cosniderar: las autovaloraciones de los expertos, formación laboral, años de experiencias.

3.3.1.1.4. Proceso iterativo en rondas.

Iteración hace referencia directa a una acción y afecto de iterar, mientras que Iterar hace referecna a la acción de repetir, significado extraido de la RAE (2018). Mediante este concepto acerca de la palabra iterativo, se menciona que esta fase consiste en intercambiar información y preguntas entre los investigadores y los expertos en el panel (salón) de manera organizada. Si en la entrevista hay mas de un experto se hace una especie de ronda con el fin de que cada experto pueda responder las preguntas asignada, teniendo en cuenta una buena elaboración de cuestionario que abarque el problema y objetivos de la investigación.

La elaboración de las preguntas para el cuestionario que se tratará en las entrevistas, tendrán preguntas abiertas con el fin de que el experto pueda contestar sin necesidad de llevar a la complejidad. El intercambio de información con los experto dará un enfoque cualitativo y cuantitativo que va a permitir un informe correcto que dará calidad de resultados. En pocas palabras se puede resumir en los siguiente: Iteración, preguntas concretas, tiempo establecido.

3.3.1.1.5. Criterios para la finalización del estudio Delphi: consenso y estabilidad.

Esta es la última fase para la obtencion de resultados de parte del panel, terminada la entrevista se revisarán los resultados obtenidos verificando la estabilidad de las preguntas entre los expertos, lo que nos dará un informe exacto acerca de las rondas realizadas, es decir, el número de preguntas realizadas para saber cuando ya el tiempo ha culminado. Mientras que la revisión de las preguntas, brindará el análisis para descartar informaciones que no necesitamos por parte de los expertos.

3.3.1.1.6. Conclusión del método.

Como resultado de la aplicación de este método a la investigación, se concluye que es factible a la exportación que se quiere hacer, ya que todas las fases que lo describen son muy exactas al momento de hacer la entrevistas a los expertos. Este método es muy fuerte en la parte cualitativa en investigaciones porque da resultados que van directamente a los objetivos planteados, así como la problemática de la investigación. Por medio de la parte del consenso y la estabilidad es donde gira la actividad en esta investigación siempre y cuando se escoja a las personas adecuadas y expertas en la exportación de productos a cualquier parte del mundo.

3.4. Técnicas e Instrumentos de la Investigación

En esta sección, el instrumento adecuado para la recolección y obtención de datos e informe se basa en la elaboración de un cuestionario para entrevistas que se realizará. Este cuestionario está compuesto por 8 preguntas abiertas bien realizadas y de manera general que se hará para cada exportador de productos de diferentes índoles. Esta entrevista que se realizará está basada en poder obtener información de la situación actual en la empresa y hacer comparaciones entre cada una de ellas en el sentido de economía.

3.5. Análisis de los resultados de la Investigación

3.5.1. Desarrollo del método Delphi.

Para el análisis y verificación de la exportación futura, se toma en consideración el método Delphi para comprobar las barreras u obstáculos que se tendrían en la operación.

3.5.1.1. Introducción a las entrevistas realizadas a los expertos.

Hoy en día, la actividad de exportación en Ecuador está creciendo de manera rápida posicionando productos nacionales en mercados con grandes demandas. Para esto, en Ecuador existe una cifra significativa de exportación de café tradicional y sus derivados a otras partes del mundo. Con esta información se quiere ver un análisis el cual permita sacar una conclusión entre el café tradicional con el producto natural a base de haba. Mediante las

entrevistas que se realizó en dos ciudades del Ecuador, los expertos mencionaron que en el país existen diversos productores de café, pero pocos son los que exportan a nivel internacional, esto se debe a que en el Ecuador no existe esa ayuda por parte del gobierno, es decir organismos que ayuden dar a conocer el producto nacional y fomentar una buena exportación de café a otras partes del mundo, según los productores. Mediante estas entrevistas tanto en Manta y Santo Domingo, existen un sin número de microempresarios que tienen la necesidad de poder ligarse a una asociación exportadora de café ya que sin esta ayuda a ellos se les hace complicado con respecto a las normas y aranceles que exige el Ecuador. Para este desarrollo, se elabora 8 preguntas para los productores y exportadores de café tradicional y de haba, el cual se aplica la ronda de turnos que menciona este método, donde los 4 expertos van mencionando sus puntos de vistas a estas preguntas cualitativas y abiertas.

3.5.1.2. Escala de Likert.

Para el desarrollo del análisis de las entrevistas se usa cómo método la escala de Likert, ya que ayuda a poder identificar las importancias de las variables cualitativas que se genera en las conversaciones con los expertos del café tradicional. Para esto se mide cada variable desde su importancia mayor hasta la menor usando frases como: Bajo, Medio bajo, Medio, Medio alto y Alto, mediciones que permiten saber cuán importante es para la exportación del producto.

Para la obtención de cada variable se toma como referencia actividades, descripciones de los productos y valores cualitativos que al momento de exportar o producir el café tradicional como el de haba son necesarios que se tomen en cuenta. Para el análisis y desarrollo del método Delphi se utiliza solo una tabla de Likert para llegar a la conclusión.

3.5.1.3. Datos de los expertos entrevistados.

3.5.1.3.1. Productores y exportadores del café tradicional.

En Manta existe una asociación de exportadores de café tradicional y sus derivados llamado Anecafé ubicado en la Avenida 2da entre calles 11 y 12, Edificio Banco Pichincha – Piso 10 Oficina 1001, en esta asociación existen 10 empresas exportadoras de café en granos y 6 empresas exportadoras de café industrializados entre ellas Café Minerva y Sweet & Coffee.

En la región Costa, vía a Chone del Km 1 1/2, existe un productor de café de habas talentoso que incluso ha exportado a Rusia su producto terminado. En esta ocasión se pudo entrevistar al único productor del café de haba en esta región y nos da a entender que al producir una bebida diferente al café tradicional da un giro exitoso en cuanto a ingresos. A continuación, se enlistan los nombres de los expertos al que se los entrevistó:

- Ing. Alfredo Cedeño
 Presidente de Ceprocacé
 Manta, entrada de Guarumo San Plácido. Ceprocacafe@hotmail.com
 Tel.: 0962701718.
- Ing. Patricio García Rodríguez
 Presidente de Aprocafé
 Manta, Manabí Ecuador. Patricio.aprocafe@gmail.com
 Tel.: 0986742524
- Ing. Pablo Pinargote Alonzo
 Presidente de Anecafé
 Manta, Manabí Ecuador. anecafe@aiicafe.net / ppinargote@hotmail.es
 Tel.: 0996397322

- Ing. Ricardo Gutiérrez
Propietario del Café tostado y molido “El Español”
Vía a Chone Km 1 1/2, Santo Domingo Ecuador.
Tel.: (593) 3767483

3.5.2. Aplicación del método Delphi

En la siguiente tabla, se puede observar las variables que son utilizadas en las entrevistas. Cabe recalcar que estas variables son de las que tienen el factor común en todas las entrevistas que se realizó.

Tabla 2 Variables del método Delphi

Variables						
N°	Variables	Bajo	Medio bajo	Medio	Medio alto	Alto
1	Terreno para una buena cosecha del café y producción del producto terminado.	x				
2	Instrumentos y maquinarias para la producción del café.			x		
3	Buen precio para las ventas de las fundas de café para obtener un buen ingreso.			x		
4	Temporadas de ganancias del café				x	
5	La política es una barrera para la exportación del café				x	

3.5.2.1. Análisis y conclusiones de las entrevistas.

3.5.2.1.1. Producción y ventas del café.

Mediante las entrevistas, los expertos mencionaron que para la producción de café tanto del tradicional como del haba se debe tomar en cuenta las hectáreas suficientes, dependiendo del volumen planificado para luego ser exportado. Los expertos mencionaron entre 4 a 10 hectáreas para producir el café y el haba, variable que no es tan preocupante ya que en Ecuador existen provincias donde se cultivan los mejores granos de café y las mejores

plantas de habas por parte de hacendados donde mantienen gran parte de terreno para sus cultivos.

3.5.2.1.2. Ingresos y utilidades.

Mediante las entrevistas realizadas, los expertos del café tradicional mencionaron que sus ingresos actuales por la comercialización del café a nivel local están entre 500 a 600 sacas de 60kg mensuales en el café tradicional mientras que en del haba por cada funda lo comercializa desde \$1.75 a \$2.00, en sí hay a nivel nacional una buena acogida para el consumo de los ecuatorianos. El nivel de ventas que hace mensual el empresario del haba va entre 1000 a 2000 fundas de 200 gr y 150 gr mensuales y repartidas en ciudades como Quito, Latacunga y parte de Santo Domingo.

Para la adquisición de la materia prima del haba hay que tener buen capital y por ende esta variable es muy favorable en cuanto a su comercialización a nivel nacional.

Los expertos del café tradicional al producirlo, lo primero que hacen es sacar y hacer un análisis de ventas para ser transportados a las principales ciudades del Ecuador: Guayaquil y Quito, entre los precios que mencionaron fueron de \$6 a \$10 la funda de 350 g dependiendo las zonas de dichas ciudades. Lo que indica que las ventas del café tanto para el tradicional como el del haba es favorable para obtener ingresos y continuar con la actividad de exportación. Las ventas de estos productos son adecuadas en el mes de febrero, así como el resto del año, ya que en los lugares de comercialización existe un tiempo de clima húmedo y por ende las personas es donde tienden a consumir el producto.

3.5.2.1.3. Medios utilizados para llegar al producto terminado.

Es necesario tener las maquinarias esenciales para el proceso de ambos tipos de café, cómo despulpadoras y marquesinas, siendo necesario invertir el capital necesario para poder importar las mismas. En la Sierra ecuatoriana es un punto importante para comercializar, generando ingresos para la adquisición de una buena maquinaria nacional, ya que para la

elaboración de este café de habas sólo se necesita una maquinaria, mientras que el del café tradicional se utilizan 3 maquinarias.

3.5.2.1.4. Barreras existentes.

Al finalizar las entrevistas, los expertos tanto del café tradicional, como el de habas mencionaron que una de las barreras en la exportación, tiene que ver con el gobierno ecuatoriano. Cuando un productor minorista (pequeña empresa) inicia esta actividad de exportación a un nicho específico, se encuentra con trabas como impuestos de salida, permisos costosos.

Por esta razón es que existen las asociaciones que ayudan a pequeños microempresarios a ejecutar y manejar todos los puntos que exige el gobierno. La solución es que otros microempresarios que deseen la ayuda necesaria para la exportación se unan y formen una buena alianza de exportadores nacionales sin origen de lucro. El gobierno ecuatoriano debe de cambiar las políticas de exportación para que la producción tome un giro favorable y mejore la economía nacional.

3.5.2.2. Conclusión final de la entrevista.

Con los resultados obtenidos, se concluye que al momento de exportar los productos existen temas a considerar como los precios, temporadas de ventas y las políticas de exportación, pero en sí la exportación del café de habas es un buen ingreso para el ecuatoriano para un reconocimiento internacional. Conclusión que se toma en consideración ya que son temas que poco preocupan al momento de la exportación del café tradicional, pero como lo menciona el Sr. Gutiérrez el café de haba da un giro satisfactoriamente una vez que se pueda mantener fijo en el mercado objetivo.

Capítulo 4

4.1. Propuesta para la exportación del café de haba hacia Toronto.

En las secciones anteriores, se planteó el modelo a seguir para que la exportación del café de habas sea un éxito y así tener una viabilidad económica factible. Una vez planteado el modelo, la obtención de datos e informaciones relevantes para esta investigación, fue a través del método cualitativo y la técnica de la entrevista, realizada a las personas expertas en esta actividad además de ser representantes de las compañías exportadoras de diferentes productos. Así como informaciones obtenidas de libros, sitios web y referencias de otras tesis.

En la actualidad es importante extraer información de diversas fuentes, pero es necesario contar con información de compañías exportadoras establecidas y registradas dentro del país que permitan fortalecer la información requerida. Pro Ecuador es una compañía exportadora, donde existe gran cantidad de información de productos ecuatorianos como cacao, café, frutas, hortalizas, entre otras que son exportadas a diferentes países, además de proporcionar datos referentes a sus normas sanitarias y registros para la actividad comercial. También se buscó información internacional de igual índole en la compañía PromPerú para tener datos actualizados, es importante destacar que en la actualidad el mundo gira alrededor de la tecnología, permitiendo que los productores exporten sus productos a muchos lugares, en donde se toma como referencia sus guías aplicadas para dicha actividad comercial, permisos de registros, manera en que embarcan al producto, entre otros aspectos.

4.2. Objetivo de la propuesta planteada (Exportación).

Tal como se planteó, el centro de la investigación es definir los procesos importantes para obtener una exportación eficaz del café de haba al mercado de Toronto Canadá, a través de un análisis investigativo, garantizando una viabilidad económica y obteniendo rentabilidad para los exportadores. Por medio de análisis obtenidos de diferentes fuentes, además de la realización de entrevistas a personas con experiencias, se pudo obtener un paradigma y

enfocarlo al proyecto investigativo. Con lo anterior mencionado, este proyecto tendrá fundamentos teóricos con el fin de poder comprobar los objetivos planteados.

4.3. El producto de la investigación

La propuesta es plantear y presentar un modelo de exportación para un producto ecuatoriano como lo es el café a base de habas. Elaborado principalmente con su materia prima el haba y algunos cereales como el trigo y la cebada, que en la costa ecuatoriana no es muy consumida, a diferencia de la sierra ecuatoriana donde es muy consumida. Este producto es muy nutritivo, y como se mencionó anteriormente, aquí en el Ecuador existen productores que exportan a países en donde poseen sus propias plantas.

4.3.1. Características del producto estrella para la exportación

El café de habas muestra las siguientes características en la presentación que se estima vender al mercado:

- No contiene productos químicos
- Es consumible y dirigido para todas las edades.
- Según la figura a continuación, cada funda de café contiene 200 gramos
- Este producto es elaborado principalmente con Habas, mezcla de trigo y cebada.



Figura 18. Presentación del producto

4.3.2. El proceso del café de haba ecuatoriano antes de ser exportado

Mediante fuentes investigativas del sitio de Café Español, se presenta un diagrama con puntos exactos en cómo llega el producto estrella de la investigación a las familias:

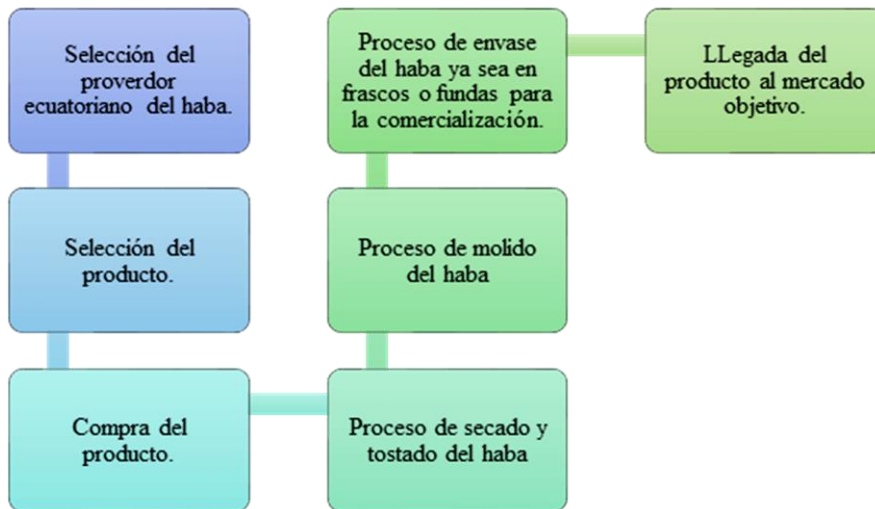


Figura 19 Proceso del café de habas

4.4. Plan para el proceso de exportación.

4.4.1. Ruta Pro Ecuador para el exportador

Pro Ecuador brinda los procesos adecuados para una mejor exportación de productos a diferentes países, ofreciendo un portafolio de servicios de alta calidad. Como primer paso da un asesoramiento para la exportación del producto además de realizar el estudio correcto para saber si el producto seleccionado tendrá una buena acogida en el mercado. Adicional, menciona quienes son los agentes que intervienen en este proceso:

- Exportador
- Transportista
- Depósito
- Servicios de Courier
- Aduana del Ecuador
- Importador



Figura 20 Agentes de exportación.

Fuente: Figura tomada de (Exporta fácil, 2018)

4.4.2. Sistema para la exportación del café de habas.

En este plan para el proceso de exportación se utilizará los medios de transporte necesarios garantizando, así la correcta llegada del producto estrella al mercado de Toronto, con entidades ecuatorianas que fomenten al desarrollo Económico del Ecuador:

4.4.2.1. *Exporta Fácil, Correos del Ecuador.*

Correos del Ecuador gestiona un nuevo servicio en su plataforma identificada como Exporta Fácil, este servicio tiene como función principal transportar carga de diferentes índoles sin la necesidad de llenar un Container de mercancías. Este medio hoy en día es utilizado por diferentes artesanos, microempresarios que ejercen esta profesión de agentes exportadores. Mediante la página de Correos del Ecuador, Exporta fácil exige los siguientes requisitos para la exportación:

- RUC.
- Registrarse como exportador en: www.exportafacil.gob.ec.

- DAS (Declaración Aduanera Simplificada).
- Documentos obligatorios: factura comercial (autorizada por el SRI) y el packing list (lista de empaque).
- Autorizaciones previas que dependerán del producto si se requieren o no. (certificado fitosanitario, registro sanitario, certificado de bien no patrimonial).
- Opcional: presentación del Certificado de Origen. Exporta fácil (2018)

4.4.3. Fases de exportación del café de habas.

Para la exportación del café de haba, se deberá tener en cuenta estas dos fases:

4.4.3.1. Fase de pre- embarque.

En esta fase, el exportador “deberá comenzar con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS en caso de que el producto sea exportado vía marítima, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque” Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2017). Cuyos datos que el exportador deberá adjuntar son:

- Del exportador
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del Ecuapass son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas.
- Certificado de Origen electrónico. Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2017)

4.4.3.2. Fase de post- embarque

Exportación (DAS): en el que

Podrá regularizar Declaraciones Aduaneras de Exportación ante el SENA E y obtener la definitivo DAS, mediante un registro electrónico que permite dar por finalizado el proceso de exportación para consumo. Por lo que para poder completar este proceso cuenta con un plazo de 30 días luego de realizado el embarque y los documentos que se requiere son los siguientes:

- Copia de la factura
- Copia de lista de embarque
- Copia de certificado de origen del producto. Pro Ecuador (2017)

Mediante el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones menciona la Exportación Definitiva, en su Sección II mediante el artículo 154 y su respectivo reglamento en el artículo 158, en dónde menciona que “la SENA E permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación”. Asamblea Nacional del Ecuador (2017). Esté régimen permitirá cumplir con todas las formalidades aduaneras que son necesarias para poder enviar nuestro producto Café a base de habas a Toronto Canadá. El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador permite que toda persona natural o jurídica pueda realizar exportaciones, nuestra empresa de exportación del café de habas se acredita como entidad exportadora, proceso en el cual se debe seguir los pasos siguientes:

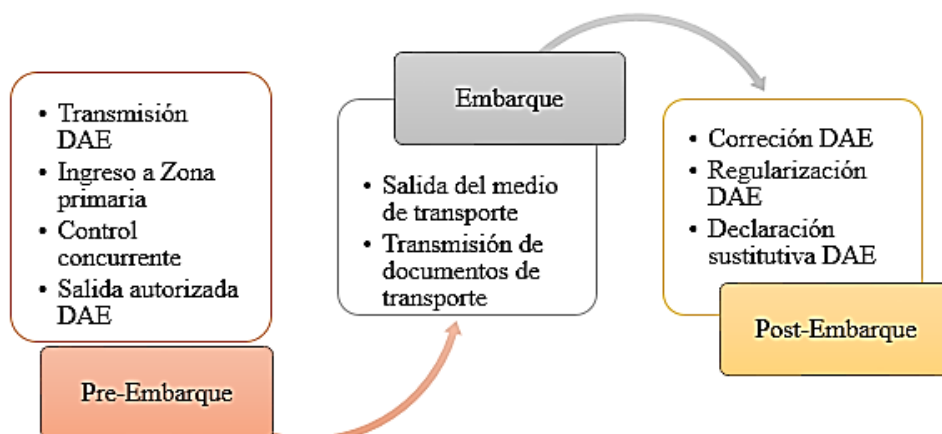


Figura 21 Fases de embarque

4.4.4. Proceso de exportación del café de habas.

Mediante informaciones investigada, se plantea un modelo a seguir para la exportación del café de habas:

- Información del exportador
- Registro del Exporta Fácil
- Registro del DAS
- Carga de la mercancía
- Embalaje de la mercancía
- Seguro de exportación
- Zonas de embarcación
- Incoterms CFR

4.4.4.1. El exportador ante la aduana.

Como ya se mencionó en otra sección de esta investigación, se propone implementar una guía para la exportación de este producto y ver la factibilidad económica, por lo que la persona o empresa que vaya a exportarlo (no producir el bien) deberá tomar en consideración los siguientes pasos, aunque ya se mencionó en el marco legal del capítulo 3 pero en este caso de enlistará de manera detallada, punto por punto:

- Registro Único del Contribuyente RUC
- Obtención del Token por medio de las entidades del Banco Central del Ecuador (<https://www.eci.bce.ec/web/guest/>) o el Security Data (<https://www.securitydata.net.ec/>).
- Registro oficial como exportador de bienes en el sistema Ecuapass.
- Así mismo, registrarse a través del portal de Exporta Fácil www.exportafacil.gob.ec, para sacar usuario y contraseña.

4.4.4.2. DAS (Declaración Aduanera Simplificada)

Para la obtención del DAS a través del sistema Ecuapass se debe considerar los siguientes pasos:

- En el portal de Ecuapass se debe ingresar con el usuario y la contraseña.



Figura 22 Portal Ecuapass

Fuente: Figura tomada del portal de (Ecuapass, 2018)

- Escoger la opción Trámites operativos, Documentos electrónicos.
- En la opción Despacho Aduanero en la sección de exportación se selecciona la opción Declaración de Exportación.

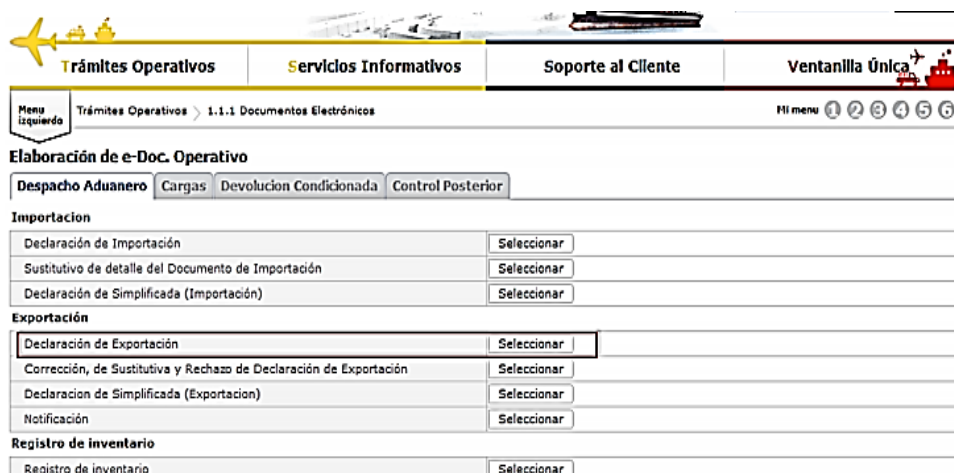


Figura 23 DAS

Se procede a llenar los siguientes campos de Información General.

- Código declarante: Información correspondiente al código del OCE (Operador de Comercio Exterior).
- Código de régimen: En este caso será 40 correspondiente a exportación consumo.
- Estructura del MRN (Número de referencia manifiesto de carga): Guayaquil-Aéreo.
- Tipo de despacho: Despacho normal

Información del exportador

- RUC del exportador: 0951560192001
- Nombre del exportador: Antony Jefferson Rodríguez Bermejo
- Dirección del exportador: Cdla. Las Terrazas Mz. 5 Sl.12
- Ciudad de residencia del exportador: Ciudad de Guayaquil
- Teléfono del exportador: 0994820422
- CIU: Clasificación Internacional Industrial Uniforme

Información del Declarante

- Código de tipo de identificación del declarante: RUC 0951560192001
- Nombre del declarante: Antony Jefferson Rodríguez Bermejo
- Dirección: Cdla. Las Terrazas Mz. 5 Sl.12.

Información de General			
A05.Código del declarante	01902666	A01.Código del distrito	--Selección--
A03.Código de Régimen	--Selección--	A04.Tipo de despacho	--Selección--
Información de exportador			
B04.Código de tipo de identificación del exportador	--Selección--	B01.Nombre del exportador	
B02.Dirección del exportador		B03.Teléfono del exportador	
B05.Ciudad de residencia del exportador		B07.CIU	--Selección--
INFORMACION DE AGENTE			
B08.Código de tipo de identificación del declarante	--Selección--	B10.Nombre del declarante	
B11.Dirección del declarante			

Figura 24 Información general

En la sección "Común" en dónde se encuentran datos del consignatario, país de destino, valor CRE (Costo y Carga), entre otras como se detalla a continuación:

- *Nombre del consignatario: Walmart Toronto-Canadá*
- *Dirección del consignatario: Toronto Stockyards Supercentre, 2525 St Clair Ave West, Toronto, ON, M6N 4Z5.*
- *Código del país de destino: (CA) Canadá*
- *Ciudad del consignatario: Toronto*
- *Valor CRE: \$5.000.00*
- *Unidad de moneda de transacción: USD*
- *Código de moneda: USD.*
- *Tipo de carga: [CS] Carga Suelta*
- *Destino de embarque: [ECGYE] Guayaquil*
- *Destino: Aeropuerto Internacional Toronto Pearson - Ontario*
- *Código forma de pago: A plazo 60 días*
- *Tipo de cambio: Ninguno*
- *Medio de transporte lugar de partida: Aéreo*
- *Almacén del lugar de partida: Correos del Ecuador*

Común	ITEM	Documentos
B19.Nombre del consignatario		B20.Dirección del consignatario
• B25.Código de país de destino final	--Selección--	• B21.Ciudad del consignatario
• B12.Valor FOB	\$ 0	• B13.Código de forma de pago de la transacción comercial
• B14.Código de unidad de	--Selección--	B18.fecha de emisión de la
		07/05/2017

Figura 25 Datos Común

Dentro de la Sección "Común", se encuentra una subsección de "Totales" en dónde se detallan valores correspondientes a la cantidad total de ítems expresados en la factura, peso neto total, cantidad de bultos, peso bruto total, cantidad total de unidades comerciales,

cantidad total de unidades físicas entre otras.

TOTALES			
▪ C04.Cantidad total de items			1
▪ C05.Peso neto total	500.000	▪ C06.Peso bruto total	0.00
▪ C07.Cantidad total de bultos	50	▪ C08.Cantidad de contenedores	1
▪ C09.Cantidad total de unidades físicas	50	▪ C10.Cantidad total de unidades comerciales	50
C11.Código de la mercancía de despacho urgente	--Selección--	C12.Código de solicitud de aforo	--Selección--

Figura 26 Totales



Llenado todos los campos descritos se procede a guardar la información que ha sido digitada, aparecerá un cuadro de confirmación en caso de no estar seguro que lo que ha sido digitalizado sea correcto.

Figura 27 Confirmación DAS

Se envía la información en el portal y es firmado por el Token o firma digital, finalizados estos pasos, se procede a emitir e imprimir el documento DAS. Realizado los pasos anteriores como la obtención de los requisitos por parte de la Aduana y la obtención del DAS, se procede a enviar la mercancía a las oficinas de Correo del Ecuador ubicados en la Ciudadela Saucos 7, entre Av. José María Egas y Calle 13 PBX (593-4) 2590310.

Pero antes de la entrega del paquete se debe tomar en cuenta los requisitos que pide Correos del Ecuador para en cuanto a la exportación:

4.4.4.3. Tipo de carga de la mercancía

Antes de comenzar con la actividad comercial, se debe tomar en cuenta que existen tres tipos de cargas para exportar un producto según la Aduana:

Si la carga pertenece a un solo exportador y su salida sea en contenedor se conocerá como Carga Contenerizada. En caso de que la mercancía sea líquida, sólida o gaseosa que por su estado o cantidad es transportada sin embalaje de ningún tipo y en una unidad de carga diseñada específicamente para el efecto serán denominada Carga Granel. Y en cuyo caso de aquellos bienes que por su naturaleza o tamaño no son transportados en unidades de carga son denominadas “Carga Suelta”.

Para el producto de la investigación se toma en consideración que la exportación del café de haba (malteado) a Toronto es en fundas de 150gr. Mediante el decreto de la Aduana será carga tipo suelta ya que el producto a exportarse es en unidades y no ocupará en la totalidad del Container. Cabe recalcar que el transporte será en vía aérea ya que se utiliza el servicio de Correos del Ecuador.

Correos del Ecuador exige que por cada paquete de mercancía no importa la cantidad de paquetes que sea, pero el embalaje que se requiere es de:

- “1.05 m (ancho) x 1.05 m (alto) x 1.05 m (profundidad)”.
- Revisa que estos envíos cuenten obligatoriamente con la etiqueta "Frágil".
- El valor de la mercancía a exportarse no debe superar los \$5,000 declarado en el DAS.
- La mercancía no debe superar los 30kg. Exporta fácil (2018)

El envío estará destinado de la siguiente manera:

- 5 cajas de 30kg, donde cada una tendrá 100 paquetes de café de haba de 150 gr que es lo que produce el Sr. Gutiérrez, esta actividad se lo realizará de manera mensual hasta ver el punto de equilibrio.

- La mercancía estará debe ser hasta 30 kilos por cada exportación.
- El costo de exportación de Ecuador hasta el Aeropuerto de Toronto es de \$285.71,00

Cotizar envíos

Pais de destino: * CANADA

Tipo de servicio: * EMS Exporta Facil

Peso en kilogramos: * 30.0

Cotizar

Resultado

Pais de destino: CANADA

Tipo de servicio: EMS Exporta Facil

Peso en kilogramos: 30.0

Subtotal: * \$ 255,10

IVA: * \$ 30,61

Total: * \$ 285,71

(*) Valores estimados

Cerrar

Figura 28 Cotización de envío

4.4.4.4. Embalaje del producto.

Mediante la información de Pro Ecuador acerca de cómo es el embalaje adecuado que exige Canadá, menciona:

- Nombre del producto.
- Color del producto a exportarse.
- Peso en Kg.
- Cantidad de productos en la caja con la palabra “Fragile”.
- Nombre de la compañía exportadora.
- Dirección.
- País importador. Pro Ecuador (2017)



Figura 29 Embalaje

Fuente: Figura tomada de Pro Ecuador

4.4.4.5. Modalidades de Exportación

El servicio Exporta fácil es un servicio muy ágil, ya que es uno de los que hoy en día varias exportadoras lo están utilizando. Es importante también poder recalcar que, al momento de exportación, Exporta Fácil mantiene dos modalidades de servicios:

Servicio EMS: “Constituye el más rápido de los servicios postales por medios físicos, el cual tiene un trato expreso”. Exporta Fácil (2018)

Servicio Certificado: “Servicio postal al cual se asigna un código de barras para un adecuado rastreo; tiene un trato estándar”. Exporta Fácil (2018)

Para el objeto de la investigación, se elige la modalidad EMS ya que mantiene un servicio rápido y prioritario. Así mismo genera un seguro de rastreo hasta que el producto llegue a las oficinas del importador. Mediante la página de Exporta fácil el tiempo que oscila en llegar el producto a Toronto es de 15 días hábiles. En el siguiente gráfico es cómo se detalla las características de la exportación:

Tabla 3 Datos de exportación

Exporta Fácil	
EMS	
Forma de entrega	Lugar de destino: Toronto Canadá
Dimensiones máximas	1.05 m (ancho) x 1.05 m (alto) x 1.05 m (profundidad)
Peso	30kg
Rastreo y seguimiento	Mediante página web
Seguro	Si
Cobertura	192 países a nivel mundial
Trato	Expreso

Fuente: Datos tomado de la investigación de los Autores.

4.4.4.6. Tiempo de llegada

Zonas	Cobertura	EMS
		Días hábiles
Zona 1	Pacto Andino y resto de Sudamérica	15
Zona 2	EEUU ,México, Guyanas y Surinam	10
Zona 3	Canadá, Centroamérica e islas de América	15
Zona 4	Europa	9
Zona 5	Asia	9
Zona 6	Resto del Mundo	9

Figura 30 Tiempo de llegada

Fuente: Figura tomada de (Exporta fácil, 2018)

Una vez que la mercancía llegue al destino exportado, el proceso de desaduanización puede ser entre 1 a 3 días considerando que es en Canadá. Es decir, el tiempo que oscila en la llegada del producto es 18 días mientras la persona va monitoreando el producto.

4.4.4.7. Seguro de Exportación

Este servicio Exporta Fácil, mantiene un seguro para las mercaderías exportadas a diferentes lugares, por lo que no se requiere contratar un seguro adicional para esta actividad.

Este seguro funciona de la siguiente manera:

- A partir de los USD\$50 de valor todos los productos exportados.
- El servicio cuenta con Tracking (Rastreo) del envío.
- Indemnización en caso de pérdida, daño o expoliación de acuerdo al valor asegurado, con un deducible del 10%.
- Los porcentajes de las primas sobre el valor asegurar es de 1.5%.

VALOR A COBRAR PARA EL SEGURO OBLIGATORIO DE EXPORTA FÁCIL					
GENERAL			JOYAS, CRISTALES Y PORCELANA		
VALOR POR DECLARADO	VALOR DEL SEGURO A PRIMAR	DEDUCIBLE	VALOR POR DECLARADO	VALOR DEL SEGURO A PRIMAR	DEDUCIBLE
\$50 a \$5000	1.50%	10.0%	\$50 a \$5000	2.00%	10.0%
50.00	0.75	5.00	50.00	1.00	5.00
100	1.50	10.00	100	2.00	10.00
500	7.50	50.00	500	10.00	50.00
2000	30.00	200.00	2000	40.00	200.00
4000	60.00	400.00	4000	80.00	400.00
5000	75.00	500.00	5000	100.00	500.00

Figura 31 Seguro de exportación

Fuente: Figura tomada de (Exporta fácil, 2018)

4.4.4.7.1. Documentos de exportación del café de habas

Para esta actividad comercial, se realiza los trámites para su exportación:

- Declaración Aduanera: Por cada exportación hacia Toronto, es necesario el trámite del DAS para el registro de toda la información del producto.
- Factura Comercial: Este documento es donde se registra todas las características de la mercancía cómo: peso neto y bruto, puerto de embarque y destino, el Incoterms (Seguro) y las partidas arancelarias de Canadá.
- Lista de empaque: Aquí se pudo registrar la marca del producto, las cantidades de exportación, peso por productos, certificado de Origen de Gye-Ecu.
- Documentos de Transportes: Aquí se registra la vía de exportación, el cual es Marítima. Una vez que el producto o la mercancía sea aceptado por Correos del Ecuador, viene la parte encargada para la Aduana, proceso en el cual ya no

interviene el exportador. De igual manera, se detalla el procedimiento a continuación:

4.4.4.8. Zona primaria.

Correos del Ecuador lleva la mercancía hasta el puerto de partida, en donde interviene la SEANE. Este es el paso para poder ingresar la mercancía:

- Se elabora el informe de ingreso de mercancía de exportación (IIE).

Envío electrónico en el cual se registra la información de la mercancía que va a ser exportada que ingresa al depósito temporal, paletizadora autorizadas, Correos del Ecuador.

- Solicitud de Corrección de informe de ingreso y salida (CII).

Consiste en el envío electrónico en el cual se hace la eliminación de la información que ha sido ingresada en el IIE.

- Rechazo del DAS (Cuando es necesario).

Una vez que hayan transcurrido 30 días calendario desde que se generó la DAS y la misma no posee registro electrónico en el Ecuapass el sistema automáticamente rechaza.

4.4.4.9. Aforo de la exportación de la mercancía.

Un aforo es el reconocimiento de la mercancía a exportarse desde su origen hasta los impuestos que generen, una vez que la mercancía haya ingresado a la Zona primaria del distrito en donde se embarca el cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación, se le notificará el canal de aforo asignado y el aforador, los mismos que pueden ser:

Canal de Aforo Documental: Se verifica tanto la declaración aduanera como sus documentos de soporte y acompañamiento de manera electrónica.

Canal de Aforo Físico Intrusivo: Reconocimiento físico de la mercancía en dónde verifican origen, naturaleza, condición, cantidad, peso y medida, valor en aduana, clasificación arancelaria.

Canal de Aforo Automático: Validación automática de la DAE por el Ecuapass.

Exportador	ANTONY JEFFERSON RODRIGUEZ BERMEJO
Declarante	ANTONY JEFFERSON RODRIGUEZ BERMEJO
Canal de Aforo	FI . AFORO FISICO INTRUSIVO
Modalidad de despacho	0 . DESPACHO NORMAL
Aforador	ANTONY JEFFERSON RODRIGUEZ BERMEJO

Figura 32 Aforo intrusivo

4.4.4.10. Llegada de la mercancía a Canadá

4.4.4.10.1. Autoridades competentes para importación canadiense.

Cuando Correos del Ecuador envíe la notificación de llegada de la mercancía a Toronto, los principales organismos que verificarán son los siguientes:

- Ministerio de Salud - *Health Canadá*
- Agencia canadiense de inspección de alimentos - *Canadian Food Inspection Agency*
- Aduana de Canadá – *Canada Border Services Agency*
- Facilitador de importación canadiense – TFO Canadá, en caso de que el producto no pueda ingresar se solicita ayuda a este organismo.

4.4.4.10.2. Datos para la entrega.

Una vez que los organismos aprueben la mercancía, el encargado de llevar el producto al lugar de entrega debe de saber el origen del producto. Para esto, cada mercancía debe de tener una información relevante (datos) tanto del exportador como del destinatario.

Información que debe estar de la siguiente manera: “esquina inferior derecha, mientras que la información del remitente debe ser ubicada en la misma cara en la esquina superior izquierda”. Exporta facil (2018). Los datos que se requiere que estén en el sobre para ser transportados son los siguientes:

Remitente

- Nombre de la persona que realiza el envío.
- Dirección completa de la persona que realiza el envío.
- Teléfono de la persona que realiza el envío.
- Ciudad y país de la persona que realiza el envío.

Destinatario

- Nombre de la persona a quién se dirige el envío.
- Dirección completa de la persona a quién se dirige el envío.
- Código postal de la persona a quién se dirige el envío (en caso de que lo tuviera)
- Teléfono de la persona que realiza el envío.
- Ciudad y país de la persona a quién se dirige el envío el envío.

<p>Sender: Antony Jefferson Rodríguez Bermejo. Address: Cda. Las Terrazas Mz. 5 Sl.12. Telephone: 0994820422. Country: Guayaquil, Ecuador</p>	<p>Addressee: Walmart Toronto-Canada. Address: Toronto Stockyards Supercentre, 2525 St Clair Ave West, Toronto, ON. Postal code: M6N 4Z5. Country: Toronto, Canada</p>
---	--

Figura 33 Datos de la entrega

4.4.5. Resumen del proceso de exportación.

- Primero debe existir la Negociación entre exportador e importador.
- Definir el producto a exportar, cantidad y valores a pagar por medio de una cotización.

- Formas de pago del producto a través de transferencias, carta de crédito.
- Apertura de la exportación, es decir la realización de la DAS (Declaración Aduanera Simplificada) transmitida vía electrónica del Ecuapass.
- Emitir el certificado de origen que tiene un costo de \$10 y que son avalados por el MIPRO a través del Ecuapass.
- Emisión de documentos comerciales: factura comercial, lista de empaque, certificado de origen, documentos de transporte de la vía de llegada.
- Llevar la mercancía hasta Correos del Ecuador.
- Correos del Ecuador se encarga del proceso ante la SENA E para el embarque, envío y llegada de la mercancía.

4.5. Plan de Marketing de la exportación.

Como se mencionó anteriormente, el plan de marketing para los análisis correspondientes al plan de exportación es fundamental, puesto a que se necesitan estrategias en cuanto al posicionamiento del producto en la ciudad canadiense.

4.5.1. Análisis F.O.D.A.

Fortalezas

- Fidelidad a clientes de Toronto.
- Relación directa con el cliente a través de los supermercados mencionados.
- El producto exportado cuenta con garantía.
- Nuevos proveedores en Toronto del café de haba.
- Conocimiento en la exportación del café de haba.

Oportunidades.

- Concentrarse en áreas (Mercados, centros, entre otras) que puedan aumentar el nivel de las ventas hacia Toronto.
- Aumento de las exigencias de calidad de procesos de envío y del producto.

- Mayor volumen de productividad en días festivos en Toronto.
- Lograr mantener su posición en el mercado de Toronto.
- Encontrar nuevo nicho de mercados en la segmentación de clientes.

Debilidades.

- Sistema de producción del producto con altos costos.
- Encontrar una nueva forma del haba tostado para la comercialización en Toronto.
- No se llega a cubrir todos los mercados posibles.
- Alto consumo de café tradicional en Toronto.
- No se logra una comunicación directa con el cliente.

Amenazas.

- Competencias con marcas reconocidas ecuatorianas que exportan a otro mercado.
- Competidores que ofrecen mejores precios para la exportación hacia Toronto.
- Aumento en las exigencias de normas para procesos.
- Competencia de productos importados (por calidad y denominación de origen).
- Ingresos de nuevos competidores extranjeros.

4.5.2. Matriz FO-DO-FA-DA de la exportación.

Una vez concluido los puntos de análisis para establecer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la exportación del producto, se presenta una figura el cual muestra la máxima posibilidad de incrementar las oportunidades fortalezas y disminuir las amenazas y las debilidades al momento de la actividad comercial:



Figura 34 Matriz FO-DO-FA-DA

4.5.3. Modelo Canvas de la exportación.

A continuación, se propone el desarrollo del modelo Canvas para incrementar las ventas que se espera, así como también planificaciones de cómo llegar al cliente canadiense a través de marketing, promociones, entre otros.

Propuesta de valor.

Mediante total investigación de mercado realizada en la ciudad de Toronto, se adquirió la información indispensable para crear este modelo de exportación de café a base de habas que se distribuya de acuerdo con los requerimientos existentes en el mercado, que acapare el consumo insatisfecho y realce la innovación frente a la competencia presente.

Se obtendrá capacitaciones de Pro-Ecuador que ayuden con los alineamientos y normas para el desarrollo de exportaciones e inversiones, entrevistas entre los productores de café y los productores de habas se analizará los factores que afecten el precio de la materia prima. La materia prima para este estudio tiene un precio promedio a nivel de mayorista de \$16,33 por saco de 100 libras a comparación de café normal es de \$33,57

El café a base de habas tendrá un diseño personalizado como producto natural hecho en Ecuador. Ofreciendo beneficios a precios módicos sensibilizado a los problemas de salud: sano, artesanal y tradicional por tal razón la principal materia será reflejada en el isologo diseñado a nivel internacional. Según información obtenida sobre la población un 35% vive en Toronto, siendo este un estado que consume productos orgánicos además confía en la seguridad del producto si son enfocados en el cuidado de la salud.

A continuación, se presenta un logo de la marca que se quiere exportar hacia Toronto, el cual es el mismo producto que el proveedor nos va a facilitar:



Figura 35 Logo café de habas

Segmentos de mercado.

Comprenderá la búsqueda de canadienses entre 18 a 64 años sin distinción de clase social o nivel económico que viva en Toronto. Este producto se dirigirá a consumidores en sus 6 municipios que tiene esta ciudad como son East York, North York, York, Old Toronto, Etobicoke y Scarborough. Ya que cada municipio ha desarrollado durante su trayectoria su propia identidad y ambiente que lo diferencia entre ellos.

Además, canadienses que son constantes en consumir bebidas naturales que beneficien la salud, ya que Canadá es considerado uno de los mejores países con excelente calidad de vida. Su economía es fructífera y el punto idóneo para hacer llegar nuestro producto.

Canal de Distribución

Para obtener un resultado óptimo de lanzamiento del café a bases de habas se desarrollará mediante un flujograma de procesos, en cual se detallará la importancia de roles que realizan cada punto para la exportación a Canadá. En este país se vio un nuevo mercado para Ecuador, ya que no ha lanzado productos naturales procesados artesanales de esta índole con oportunidad comercial. Para nuestro estudio conseguimos al Productor Exportador Café Tostado y Molido que se ubicó en Vía Chone Km 1 1/2 (236,36 km) Santo Domingo (Ecuador).

Tener contacto con el representante legal para su registro oficial en el sistema Ecuapass con las declaraciones Aduaneras de exportación ante la SENAE, siendo este el principal eje, ya que es un productor de café y que inculca también al consumo de café de habas. La gestión será direccionarlo con el agente exportador siendo este Exporta fácil por su servicio de rastreo de la mercancía hasta llegar al importador. Luego de obtener la negociación con Bianca International Organic Inc. (Montreal), Organic Products Trading Company (Vancouver), H&S Organics (Absolute Organics).

Se trabajará conjuntamente con los mayoristas ya que ellos serán los distribuidores y comerciantes involucrados para el repartimiento al por mayor. Nuestra gestión será encaminada hacia los principales como son: Ontario Natural Food Co-op (Etobicoke, ON), SunOpta Inc. (Toronto), Pro Organics, Westpoint Distributors Ltd, uniéndose al equipo de vendedores dentro de la red cooperativa.

Estos mayoristas en mención tendrán el papel de re-empacadores y por último distribuir las 5 cajas de 30kg, donde cada una tendrá 100 paquetes de café de haba de 150 gr. a supermercados Walmart CA con la asistencia de una impulsadora o promotora con el objetivo de ofrecer todo tipo de presentación del producto con descuentos o promociones. Esta presentación del producto también será en tiendas tradicionales por medio de un asesor de ventas junior que entregará carteles, obsequios y dípticos informativos que presente el café al público en general.

Y como otra alternativa serán los servicios alimentarios, porque estos tienen carácter social (comedores escolares y universitarios), o comercial (servicios de comida rápida) en donde se colocará exhibidores de café, permitiendo así dar muestras de sobrecitos de café de 25gr. con la alianza de otro producto ecuatoriano. Se adjuntará cupones que será canjeado con descuentos por la compra de dicho producto. Esto reflejará un apoyo entre productos, demostrando que Ecuador puede ser una fuente de productos naturales de alta calidad.

Finalmente obtendremos consumidores satisfechos, bien informados, de que Ecuador está incursionando este mercado con una visión a ser un producto apto para consumir. Iniciando de manera legal y confiable en todos los canales de distribución para llegar a ellos; con los permisos y reglamentaciones necesarias para poder posicionarse en estos puntos ya mencionados. Si llegase a surgir una disconformidad de producto se podría intervenir mediante el seguro que brinda Correos del Ecuador.

Relación con los clientes

Iniciando por la misión propuesta para la empresa es la formalización del producto, se tomarán en cuenta a los intermediarios porque pueden requerir criterios especiales como sería la materia de envase, o el *packaging* y la clientela que después de haber probado el café, se seguirá una gestión de atención al cliente con una línea personalizada, haciéndoles sentir conforme por el servicio prestado mediante una observación minuciosa en la preventa.

Esto se realizará por medio de interacciones asignada en los canales de distribución donde el cliente está arriba con fuerte caudal de información fluyendo en dos direcciones estas son entre el personal de apoyo de ventas /marketing que dará la confianza en el soporte de información necesaria, preguntándole sobre como fue el servicio y si está dispuesto hacer una nueva compra. Y la otra dirección será el uso de ánforas de sugerencias y la apreciación por el producto, esto reforzará a cuantificar los errores y aplicar mejoras en ellos. Reflejadas en el valor y el precio por el beneficio que este recibirá.

Fuentes de ingresos.

El café en base de haba tendrá una estructura de ingresos que proviene de transacciones de pagos antiguos, pagos actuales o ventas de activos y de derecho de propiedad. Estos ingresos ayudarán a visualizar si los clientes están idóneos a pagar por el café en base de habas de acuerdo con los costes de exportación que no superen estos ingresos. Se exportará 3.050 unidades mensuales por un valor de \$10.45 pvp, valor referencial de

acuerdo al plan financiero. Este valor puede ser asequible en comparación a otros cafés que se encuentran en el supermercado Walmart C.A. con varias descripciones:

- Café de haba Español (150g) \$10,45
- BEAN HEAD- Premium grade organic coffee (100g) \$13,40
- Café soluble Garat gourmet 125 g \$75.00
- Café soluble nescafé ecaf sin cafeína 120 g \$54.00
- Café soluble nescafé clásico 120 g \$61.00
- Café soluble great value colombiano gourmet 200 g \$79.00
- Café molido juan valdez orgánico tostado medio 283 g \$166.0

Estos ingresos serán como se van desarrollando las ventas del producto correspondiente a un año, esto quiere decir, que para ese año se espera lograr un total de ingresos de \$382. 470,00 por la venta anual de 36.600 unidades a este valor módico. Si son aceptadas por el consumidor; cada año se incrementará un 30% de demanda del producto de acuerdo con la influencia que puede obtener en los márgenes de ganancia, privilegios y logro por ventas iniciales. Y así mensualmente un 10% al precio a venta el público, de manera que no afecte al bolsillo del cliente. Cabe recalcar que este margen competitivo depende también de la certificación Halal que requiere este mercado canadiense. Entre ellos se puede nombrar *Halal Product Development Services, Halal Monitoring Authority, ISNA Halal Certification Agency*.

Para lograr ese ingreso anual es necesario conocer el punto de equilibrio de volumen de unidades vendidas, para este modelo de estudio de exportación es necesario 16.632 unidades de café de habas para la venta ya que se obtendría cero utilidades. No obstante, estos ingresos anuales serán igual que los costos, y por ende a partir de 17.000 unidades, recién se estaría empezando a generar utilidades. Menor a este, es decir 15.000 significaría

pérdidas para dicho modelo. Se obtendría una utilidad de \$3.295,00 si el nivel de ingresos por ventas es \$ 177.650,00 y es costo de 17000 unidades sería \$174.355,00.

Se determinará un periodo de 3 años en donde se analizará mediante el flujo de efectivo las variaciones de entrada y salida de dichos ingresos. Y si este estudio de exportación tiene liquidez y capacidad de ingresos positivos se continuará para los próximos años. Este ingreso positivo de ventas se incrementará un porcentual de 3% para el segundo año. Y así sucesivamente en un periodo a largo plazo. Por otro si no se logra obtener ingresos superiores al año de \$ 210.343,00 en lo que respecta al capital de trabajo es mejor tomar decisiones en la fijación de presupuestos.

Recursos claves

La empresa exportadora de café en base de haba se encargará de los objetivos estratégicos de compras necesarias para exportación, con equipos innovadores y tecnológicos diseñados para que la presentación del producto de café orgánico sea el mejor antes de la competencia. Por lo cual se deben fijar estos recursos para poder progresar como negocios:

Financiamiento con Banco del Pacifico

Para la apertura de este modelo de estudio se necesitará un crédito bancario de \$25.000,00 que se destinará para los activos de la empresa, gastos constitucionales, presupuestos de costos fijos y costos variables. Este valor destinado para las diferentes descripciones se mostrará en el plan financiero. Por medio de este plan se podrá visualizar un escenario optimista que es importante para el desarrollo del estudio investigativo.

Este plan también ayuda a estimar valores sobre la expectativa de capacidad en la rentabilidad de este modelo de negocio enfocado en café a base de habas. Valores que ayudan a reflejar si la empresa está encaminada en el correcto proceso de exportación y a la vez el ritmo razonable en consolidar y crecer como negocio rentable. Cabe recalcar que entre el presupuesto de inversión de \$22.756,58 y el presupuesto de financiamiento de \$25.000,00 quedará una reserva de \$2.243,42 para el siguiente mes.

Marca e identidad comercial

Obtener una identidad comercial dentro del mercado canadiense que se mantiene cubierto por empresas como Procter & Gamble, Starbucks y Nestlé. La marca ecuatoriana comprenderá valores que citen un sencillo procedimiento de decisiones interrelacionadas, que establezcan la conducta y el estilo de vida de los torontonianos; crear reconocimiento e identificación y distinción del producto de habas a través de sus catálogos de importadores y distribuidores de alimentos y bebidas para los canadienses.

Personal idóneo y capacitado

De acuerdo con los puntos de sugerencias que se quiere aplicar, es necesario reclutar personal con cualidades entusiastas y emprendedoras que motive a los clientes. Con conocimientos de exportación, ventas, y atención al cliente. Este personal tendrá que dominar el idioma inglés para relacionarse entre proveedores mayoristas o minoristas, y estén preparados para resolver cualquier problema que pueda surgir con el producto.

Cadena logística de exportación

Ya obtenido la negociación en el mercado de Toronto esta cadena ayudará para el traslado de la mercancía de Ecuador hasta el destino fijado, con mejores ofertas de operadores logísticos o convenio con empresas para el traslado seguro y oportuno, como exportado entregará al agente de aduanas los documentos, para que este formule la Declaración Aduanera de Exportación Anexo 28, junto a la lista de la carga en el contenedor y los procesos de contratación de transporte interno.

Actividades claves

Se puede proyectar en implementar promociones por la compra con muestras gratis o 2X1 cuando las compras sean leales un día a la semana; o regalos que alegren y entusiasme las compras de este café orgánico. Mediante esta medida de ofertar el producto en un entorno acogedor es fijarse ciertas acciones por parte del personal contratado:

- Considerar las solicitudes del cliente.
- Hacer acuerdos con los proveedores, para que se les proporcionen los recursos necesarios.
- Ser más efectivo y rápido en la solución de los problemas que podrían aparecer.
- Crear un presupuesto de los gastos que incurrirían en la comercialización del café en base de habas

Socios claves.

Para el relanzamiento del café a base de haba se necesitará también vinculaciones en organizaciones como son el Ministerio de Salud *Health Canada*, la agencia canadiense de inspección de alimentos *Canadian Food Inspection Agency* y el facilitador de importación-TFO Canadá. Estos entes reguladores ayudaran con la evaluación de cumplir con todos los filtros sanitarios, legales, aptos para el consumo final. Sin estos certificados no se podrá ingresar, porque su función es regular a nuevos exportadores a ingresar al mercado canadiense. Reglamentación necesaria que nos hará apto como modelo de negocio para la exportación de café de habas

Health Canada en su página oficial nos da a conocer que el uso de las redes sociales servirá como una extensión de presencia en la Web. Pertenecer a las cuentas de redes sociales y publica brindará información personal recopilada sobre el café en base de haba que si cumple con las leyes y estatutos para el Departamento de Salud. Esta información quiere promover estilos de vida saludables, se solicitará la autorización previa para el uso de los símbolos del gobierno de dicho país.

Food Inspection Agency nos dará los procedimientos y reglas consolidadas que obliga a toda empresa alimentaria que importan o prepare alimentos para la exportación. Además, estará en controles preventivos que aborde los posibles riesgos para la seguridad alimentaria.

También contribuirán a minorizar el tiempo que se tarda en eliminar alimentos dudosos en el mercado al obligar el remonte de esos alimentos para la venta.

Estructura de Costos.

En este último punto es importante tener un bosquejo de presupuesto que implica para el lanzamiento del café en base de habas desde la exportación a ese país, los trámites legales que este implique; y del personal de apoyo para la distribución del producto. Este presupuesto relegará los valores monetarios destinados dependiendo del gasto que incurran en el proceso.

Para el presupuesto de gastos constitucionales será de \$1.738,00 comprenderán los registros de nombre de la empresa, escritura de constitución, registro mercantil, ruc, registro sanitario, patente municipal, permiso benemérito cuero de bomberos, trámites administrativos, logo y marca. Este gasto será necesario para el inicio del modelo de negocio de exportación. Independientemente cuánto dure el importe del pago por gastos constituciones estos pueden variar de acuerdo a las leyes. Con respecto al presupuesto de costos fijos mensuales de \$12.404,58 por concepto de alquiler, gastos de exportación, gastos administrativos, publicidad, internet, depreciación, mantenimiento y suministros serán responsablemente pactados por proveedores estables que no puedan afectar la fijación de valores. Y al ahorro de consumo que involucre a todos los integrantes de este modelo. Así mantendrá un valor razonable por año para el punto de equilibrio en el volumen de ventas.

Y el presupuesto de costos variables de \$61.448,00 por concepto de materia prima por año este puede surgir una alteración en el valor por riesgos en la producción anual, afectando las compras de sacos de habas. Para esta eventualidad se necesitará que el proveedor tenga acoplo de almacenajes del producto que certifiquen la calidad de producto y obliguen a gastos innecesarios e imprevisto para el modelo de exportación. Este valor solo puede aumentar o disminuir por la aceptación de los clientes más no por los costos de materia prima.

4.5.4. Proceso financiero de la Exportación.

Una vez que se concluye con el proceso de exportación y la metodología a seguir, se procede con la elaboración del plan financiero, para saber los gastos que se necesitan para la actividad exportadora. A continuación, se nombra los principales gastos que se necesitan:

Gastos de exportación del café de habas

Tabla 4 Gastos de exportación

Conceptos	Valor semanal	Valor mensual	Valor anual
Gastos Exporta Fácil	\$ 1.428,55	\$ 5.714,20	\$ 68.570,40
Transportes Planta a Oficinas	\$ 30,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Transportes Oficinas a Courier	\$ 15,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Otros gastos	\$ 20,00	\$ 80,00	\$ 960,00
Total	\$ 1.493,55	\$ 5.974,20	\$ 71.690,40

Para los gastos de exportación que se necesita para el producto, se toma el servicio de exporta fácil el cual nos da un valor de \$1.428,55 por las cajas mensuales que se despacharán hasta Toronto, el cual se considera lo siguientes:

- 150 paquetes de café de haba de 150gr equivale a una caja de 30kg
- 5 cajas por semanas: 750 fundas de 150gr
- 20 cajas mensuales: 3000 fundas de 150gr

Dando un gasto mensual de \$5,974.20 incluidos gastos extras cómo los fletes que se harán desde Santo Domingo a Guayaquil y de las oficinas hasta Correos del Ecuador.

Tabla 5 Costos fijos

Conceptos	Valor mensual	Valor anual
Gastos de exportación	\$ 5.974,20	\$ 71.690,40
Publicidad	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Total CF	\$ 6.474,20	\$ 77.690,40

En la tabla 5, se puede observar que los costos mensuales sólo de exportación de las 20 cajas del café de habas son de \$6.474,20 el cual es proyectado al año con un gasto de \$77.690,40. Dicho estos valores, se considera como gastos de exportación a los costos fijos que se tendrán para la actividad.

En la tabla 6 se puede observar el precio unitario que se tendrá que invertir por cada funda de 150g, da un valor mensual de \$4.575,00 por las 3.050 fundas adquiridas.

Tabla 6 Precio de compra

Conceptos	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Café de habas 150gr Soluble	3050	\$ 1,50	\$ 4.575,00

A continuación, se observa el valor adquirido por el proveedor más el IVA 12%, da un valor mensual a facturar de \$5.124,00, cuyo valor se estimará para la compra de las fundas de café de habas. Así mismo, se detalla los márgenes de ganancia que se espera con el fin de obtener una factibilidad económica del producto, el resultado con todos los valores es de \$10,45 precio pactado con Toronto.

Tabla 7 Precio referenciales

Detalles	Funda 150 gr
Precio de compra	\$ 4.575,00
Iva 12%	\$ 549,00
Precio lista	\$ 5.124,00

Tabla 8 Precio de ventas a Toronto

Detalles			
Compra del producto	100%	\$	1,50
Margen de utilidad	90%	\$	1,35
Margen Gastos de exportación	80%	\$	1,30
Margen Costos Variables	80%	\$	1,30
Margen Costos Producción	80%	\$	5,00
Total		\$	10,45

Precio pactado referencial

En la tabla 9, se detalla el valor de las fundas por el precio pactado el cual da \$31.872,50 valor que se espera por la actividad comercial con Toronto.

Tabla 9 Precio de ventas mensuales

Detalles Ingresos referenciales				
Exportación	3050	\$	10,45	\$ 31.872,50

Con una proyección a cinco años, se detalla los valores que se esperan por la exportación. Incrementando un 10% adicional por el pvp anual por motivos de cambios internos en el país como valores de la materia prima, así como también un incremento del 10% en la compra del producto.

Tabla 10 Precio de ventas anuales

Años	Unidades anuales	Precio mensual	Total ingresos
Año 1	36600	\$ 10,45	\$ 382.470,00
Año 2	47580	\$ 11,50	\$ 546.932,10
Año 3	61854	\$ 12,64	\$ 782.112,90
Año 4	80410	\$ 13,91	\$ 1.118.421,45
Año 5	104533	\$ 15,30	\$ 1.599.342,68

Se espera un incremento del 30% al año siguiente con un 20% en el pvp

Tabla 11 Costos indirectos

Conceptos	Valor mensual	Valor anual
Materia prima	\$ 5.124,00	\$ 61.488,00
Total CIF	\$ 5.124,00	\$ 61.488,00

El capital de trabajo que resulta de los presupuestos necesarios para la exportación del producto da un valor anualizado de \$ 139.178,40 valor que se pretende cubrir con el financiamiento del Banco Pacífico. En sí el costo de aportar es de \$ 11.598,20 cuyo valor a financiar en el banco es de \$ 20.000,00 y la diferencia estará reposando en la cuenta bancaria de la empresa \$ 8.401,80.

Tabla 12 Capital de trabajo

Conceptos	Mensual	Anual
Costos Fijos	\$ 6.474,20	\$ 77.690,40
Costos Directos Fabricación	\$ -	\$ -
Costos Indirectos Fabricación	\$ -	\$ -
Costos Variables	\$ 5.124,00	\$ 61.488,00
Total CP	\$ 11.598,20	\$ 139.178,40

Tabla 13 Inversión total

Total a Invertir	\$ 11.598,20
Préstamo al Banco Pacífico	\$ 20.000,00
Registro en la cuenta Banco	\$ 8.401,80

Una vez conociendo el valor total de la inversión, se adjunta los valores que compra del producto y valores que se pretende negociar con el importador en Toronto, cabe recalcar el método de exportación es el CFR, es decir que el importador asume los gastos de flete y aranceles en caso de existir.

Punto de equilibrio

Para esta actividad, se espera tener unas ventas de 723 fundas de café de habas para no mantener ni pérdidas ni ganancias mensualmente. A continuación, se presenta el análisis del punto de equilibrio:

$$Pe = \frac{CF}{P - CVU}$$

$$Pe = \frac{\$ 6474,2}{\$ 8,95}$$

$$Pe = 723$$

Tabla 14 Cálculos de unidades a producir mensualmente

Unidades	Ventas	Costos	Utilidades
10	\$ 104,50	\$ 6.489,20	\$ (6.384,70)
50	\$ 522,50	\$ 6.549,20	\$ (6.026,70)
80	\$ 836,00	\$ 6.594,20	\$ (5.758,20)
200	\$ 2.090,00	\$ 6.774,20	\$ (4.684,20)
300	\$ 3.135,00	\$ 6.924,20	\$ (3.789,20)
500	\$ 5.225,00	\$ 7.224,20	\$ (1.999,20)
723	\$ 7.559,26	\$ 7.559,26	\$ -
800	\$ 8.360,00	\$ 7.674,20	\$ 685,80
900	\$ 9.405,00	\$ 7.824,20	\$ 1.580,80
1000	\$ 10.450,00	\$ 7.974,20	\$ 2.475,80
1500	\$ 15.675,00	\$ 8.724,20	\$ 6.950,80
2000	\$ 20.900,00	\$ 9.474,20	\$ 11.425,80

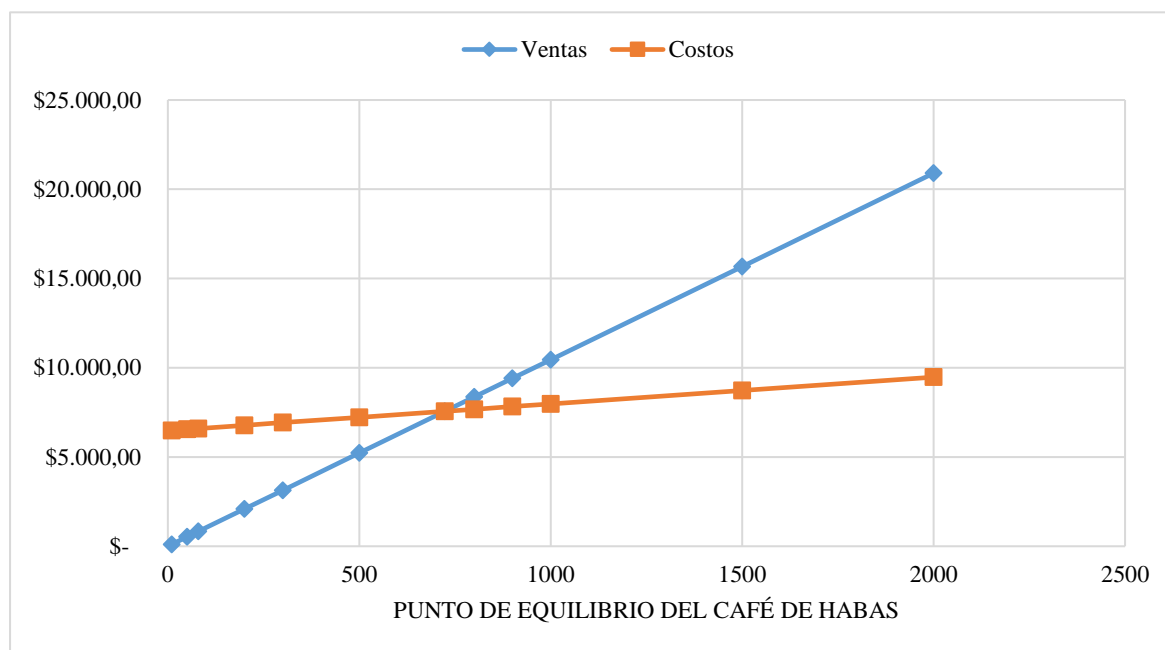


Figura 36 Punto de equilibrio

Tabla 15 Costos del Punto de equilibrio

	Mensual	Anual
Costos fijos medios	\$ 8,95	\$ 148.855,00
Costos variables medio	\$ 1,50	\$ 61.488,00
Total	\$ 10,45	\$ 210.343,00

Estos valores representan el valor que debe de tener justo cuando exista unas ganancias con el valor de \$10,45 pactado con el importador.

Estados Financieros de la exportación.

A continuación, se presenta los estados financieros de la exportación: Estado de resultado y Flujo de Efectivo. Estos estados financieros son únicamente por la actividad de exportación.

Tabla 16 Estado de resultados

Estados de Resultados		
Exportadora Café de Habas		
al 1 de Enero 2019		
Ingresos		\$ 31.872,50
Ingresos por ventas	\$ 31.872,50	
= Total ingresos		\$ 31.872,50
- Costo de ventas	\$ -	
= Utilidad bruta		\$ 31.872,50
Gastos Administrativos		\$ -
- Gastos administrativos	\$ -	
Gastos Ventas		\$ (6.000,00)
- Publicidad	\$ 6.000,00	
= Utilidad operacional		\$ 25.872,50
15% Trabajadores		
= Utilidad antes del Impuesto		\$ 25.872,50
24% Impuesto Renta	\$ 6.209,40	
= Utilidad Operacional Neta		\$ 19.663,10

Para el entendimiento de la actividad de exportación, se presenta los estados financieros que acoge todos los valores que se han necesitados para el mismo. El cuál representa una utilidad de \$19.663,10 para la exportación en donde se reparte por porcentajes a los socios que intervengan en la operación.

Tabla 17 Flujo de efectivo

Concepto		1	2	3	4	5
Inversión inicial	\$ (22.756,58)					
Capital de trabajo	\$ (139.178,40)					
Ventas		\$ 67.962,20	\$ 70.001,07	\$ 72.101,10	\$ 74.264,13	\$ 76.492,05
Costos variables		\$ (61.488,00)	\$ (63.332,64)	\$ (65.232,62)	\$ (67.189,60)	\$ (69.205,29)
Costos fijos		\$ (6.474,20)	\$ 77.690,40	\$ 77.690,40	\$ 77.690,40	\$ 77.690,40
Depreciación		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Operacional		\$ (0,00)	\$ 84.358,83	\$ 84.558,88	\$ 84.764,93	\$ 84.977,17
15% Trabajadores	15%		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad antes del impuesto		\$ (0,00)	\$ 84.358,83	\$ 84.558,88	\$ 84.764,93	\$ 84.977,17
Impuesto a la renta	24%		\$ 20.246,12	\$ 20.294,13	\$ 20.343,58	\$ 20.394,52
Utilidad Neta		\$ (0,00)	\$ 64.112,71	\$ 64.264,75	\$ 64.421,35	\$ 64.582,65
Depreciación		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de efectivo	\$ (161.934,98)	\$ (0,00)	\$ 64.112,71	\$ 64.264,75	\$ 64.421,35	\$ 64.582,65

Flujo de efectivo.

El flujo de efectivo nos permite visualizar a gran escala los valores que se obtendrán de aquí a cinco años dependiendo los precios de ventas que se pacten.

TMAR, VAN y TIR.

Para el Ecuador el riesgo promedio que existe para la leguminosa, bebidas hacia Canadá es del 4.06% y la inflación para este año es de 11.85%. Con estos resultados se obtiene la TMAR:

$$\begin{aligned}
 \text{TMAR} &= i + f + (i * f) \\
 \text{TMAR} &= 0,0406 + 0,1185 + (0,0406 * 0,1185) \\
 \text{TMAR} &= 0,1639111 \\
 \text{TMAR} &= 16,39\%
 \end{aligned}$$

Tabla 18 Inversión inicial

Inversión inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ (22.756,58)	\$ 0	\$ 64.112,71	\$ 64.264,75	\$ 64.421,35	\$ 64.582,65
VAN	\$ 136.317,23				
TIR	34%				

Para este proyecto, se puede concluir que el valor obtenido del VAN es favorable, por lo cual indica que la TIR da una tasa mayor a la TMAR. En sí el resultado de esta planeación es positivo y rentable que si se pone en marcha será todo un éxito financiero.

Conclusión

Al culminar con la investigación de estudio sobre el análisis de la factibilidad de exportación del café de habas se puede concluir que, la importancia de fomentar la exportación de un café innovador generaría un gran impacto económico al Ecuador. Introducir el café de habas puede cubrir las necesidades de explotación de esta leguminosa, incorporando un valor agregado que son los beneficios saludables que ofrece este producto con relación al café tradicional.

Mediante las entrevistas a microempresarios nacionales exportadores de café tradicional, se entiende que, para esta actividad comercial es necesario manejar costos elevados, además uno de los puntos que destaca en contra, es la poca factibilidad que brinda el gobierno mediante el cobro de aranceles, dificultando la salida de la mercancía. Una de la ventaja en este punto, es recurrir a organizaciones que brindan las facilidades necesarias a nuevos microempresarios para que puedan manejar sus exportaciones, siendo este medio el más accesible para la salida del producto, ya que no tienen fines de lucro y sirven como guía segura en las negociaciones y gestiones de exportación.

Con el análisis del modelo de exportación del café de habas planteado, se verificó que muchos microempresarios con poca experiencia en la actividad no alcanzan sus objetivos por faltas de conocimientos, además de manejar un diseño de exportación inadecuado, generando el cese sus actividades comerciales. Muchos productos ecuatorianos cumplen con los estándares de calidad que mantienen las competencias existentes en el mercado internacional, representando un papel determinante en las exportaciones ecuatorianas, generando casi un 70% de empleo productivo.

Dentro de las gestiones en torno a la exportación del café de habas, se visualizaron factores internos y externos que permitieron establecer relaciones con productores y exportadores del producto, los mismos que accedieron permitiéndonos conocer sus canales de

distribución, competencias, marketing, entre otros, con el fin de analizar sus fortalezas y debilidades, permitiendo aplicar mejoras al plan de exportación del producto.

En conclusión, Toronto por su alta demanda de productos orgánicos y saludables, es un gran mercado en donde se puede introducir productos innovadores tal como es el café en base de habas, Teniendo el conocimiento adecuado de la gestiones y negociaciones pertinentes, además de los mecanismos y guías correctas para la exportación, se puede desarrollar en un futuro nuevos mercados en el mismo país.

Recomendaciones

Se recomienda a los microempresarios utilizar las vías y alternativas que brinda el gobierno mediante Correos del Ecuador con su plataforma “Exporta fácil”, que da facilidades para exportar cantidades no mayores a 30 kilos de productos si fuera el caso, o acudir a la compañía Pro Ecuador, ya que tienen como finalidad guiar y capacitar al empresario para el avance de la actividad comercial. Otra de las alternativas, es recurrir a organizaciones que brindan la ayuda necesaria para promover las exportaciones por medio de capacitaciones al microempresario exportador.

Implementar canales de distribución que permitan entregar el producto al país de destino, dando a conocer mediante medios publicitarios las características del producto que se va a comercializar, buscando alcanzar la meta establecida.

Tener el conocimiento adecuado de las reglamentaciones que mantiene el país de destino para poder ingresar el producto, aplicando una planificación adecuada y estratégica que permita rentabilidad en la exportación.

Tener una guía de exportación adecuada, basada en el segmento internacional de mercado, brindando la información general del producto además de sus propiedades y beneficios saludables, que permita mantener una buena relación comercial, dando como resultado buenos ingresos y reconocimiento internacional.

Bibliografía

- Aduana del Ecuador. (12 de Enero de 2016). *SENAE Secretaría Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/>
- Agricultura, O. d. (2016). *Beneficios Nutricionales de las legumbres*.
- Arguiñano, K. (2018). *Hogarmania*. Obtenido de <https://www.hogarmania.com/cocina/programas-television/karlos-arguinano-en-tu-cocina/consejos-nutricionales/201203/habas-frescas-para-evitar-estrenimiento-14510.html>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2017). *Código Orgánico de la producción, comercio e inversiones*. Obtenido de Aduana.gob.ec: <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/COPCI.pdf>
- Asesor de tesis Cajamarca. (09 de Agosto de 2017). *Wordpress*. Obtenido de Diseños transeccionales descriptivos: <https://asesordetesiscajamarca.wordpress.com/2017/08/09/disenos-transeccionales-descriptivos/>
- Atlas Media Canadá. (12 de Enero de 2016). *OEC*. Obtenido de OEC: <https://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/can/>
- Banco Central del Ecuador. (Septiembre de 2000). *Reactivación del café*. Obtenido de SECTOR AGROPECUARIO No. 73-II-2000: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Encuestas/Coyuntura/Historico/agropecuario/agroii00/ag73ii00.htm>
- Banco Central del Ecuador. (2012). *ABC del BCE*. Obtenido de Balanza Comercial: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Memoria/2008/abc-web.pdf>
- BBVA. (15 de Mayo de 2017). *Educación Financiera*. Obtenido de ¿Qué es la Inversión?: <https://www.bbva.com/es/que-es-la-inversion/>

- Borja, S. (Enero de 2017). *LA OMC*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/opinion/columna-sebastianborjasilva-organizacionmundialdelcomercio-opinion-comercio.html>
- Brown, A. (1992). *Customer Care Management*. Madrid: Butterworth- Heinemann, Ltd.
- Bustamante Figueroa, N. S. (11 de Febrero de 2012). *Blogosfera EOI*. Obtenido de ¿Qué es el método Delphi?: <http://www.eoi.es/blogs/nataliasuarez-bustamante/2012/02/11/%C2%BFque-es-el-metodo-delphi/>
- Canadian Food Inspection Agency. (Enero de 2018). *Organic Claims*. Obtenido de <http://www.inspection.gc.ca/food/labelling/food-labelling-for-industry/organic-claims/eng/1389725994094/1389726052482>
- Central América Data. (9 de Septiembre de 2014). *Más consumo de productos orgánicos en Canadá*. Obtenido de Más consumo de productos orgánicos en Canadá: https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Ms_consumo_de_productos_organicos_en_Canad
- Chapman, L. (20 de enero de 2018). *Radio Canada International*. Obtenido de Estudio canadiense determinó que el café no trata el mal de Parkinson pero sí lo previene: <http://www.rcinet.ca/es/2018/01/20/estudio-canadiense-determino-que-el-cafe-no-trata-el-mal-parkinson-pero-si-lo-previene/>
- Chosgo Tala , A. (2016). El comercio internacional y los países desarrollados. *Revista Ventana Científica*, 1-20.
- Ciribeli, J. P., & Miquelito, S. (2015). LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO POR EL CRITERIO PSICOGRÁFICO. *Scielo*, 1-19.
- Country Meters. (10 de Junio de 2018). *Población de Canadá*. Obtenido de <http://countrymeters.info/es/Canada>
- Data, C. A. (9 de septiembre de 2014). *Central America Data Informacion de Negocios*. Obtenido de Central America Data Informacion de Negocios:

https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Ms_consumo_de_productos_organicos_en_Canad

Datos Macro. (25 de Enero de 2018). *Expansión*. Obtenido de

<https://www.datosmacro.com/comercio/importaciones/canada>

Definición. (2 de Marzo de 2017). *Dedición de las palabras*. Obtenido de Definición de

Iteración: <http://definicionde.org/iteracion/>

Diario La Hora. (5 de Marzo de 2016). El cultivo de haba se desarrolla mejor entre 8°C y 14°C. *Diario La Hora*, pág. 10.

Dieta, T. (2017). *TomaDieta*. Obtenido de TomaDieta: <https://www.tomadieta.com/tabla-alimentos-bajo-indice-glucemico/>

Dzul Escamilla, M. (2013). *Fundamentos de Metodología de la Investigación*. Obtenido de Diseño No experimental:

https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf

Economipedia. (2015). *Balanza Comercial*. Obtenido de Economipedia:

<http://economipedia.com/definiciones/balanza-comercial.html>

Ecuapass. (2018). *Descarga Senae*. Obtenido de Ecuapass.aduana.gob.ec:

<https://ecuapass.aduana.gob.ec/>

Editorial Importancia una guía de ayuda. (08 de Enero de 2015). *Importancia.org*. Obtenido de Métodos de Investigación: <https://www.importancia.org/metodos-de-investigacion.php>

El Instituto Interoamericano de Cooperación para la Agricultura . (Enero de 2015). Canadá: Un mercado Emergente para productos orgánicos. págs. 4-15.

El Telégrafo. (24 de julio de 2016). *El telégrafo Economía*. Obtenido de El telégrafo

Economía: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/ecuador-lidera-la-produccion-de-cacao-fino-de-aroma>

- El Universo. (17 de Noviembre de 2014). Café de habas, una tradición familiar que se hizo negocio. *El Universo*, págs. 10-12.
- EQ Foundation. (2015). Exporte Orgánicos A Canadá- El Mercado Canadiense. *EQ Foundation Hudson's Bay Centre*, 1-213.
- Espinosa, L. E. (2011). *Ciencias Naturales 9*. Quito-Ecuador: Grupo Editorial Norma.
- European Journal of Clinical Nutrition. (2015). *Teresa's juicery*. Obtenido de Propiedades del haba: <https://teresajuicery.com/blog/2016/05/10/propiedades-y-beneficios-de-las-habas/>
- Exchange Rate. (21 de Junio de 2018). *Dólar Canadiense (CAD) a Dólar Estadounidense (USD) la historia del tipo de cambio*. Obtenido de <https://es.exchangerates.org.uk/historia/CAD-USD.html>
- Exporta fácil. (2018). *Exporta fácil Producción ecuatoriana al mundo*. Obtenido de Exporta fácil: Requisitos: http://www.exportafacil.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=12&Itemid=114
- Exporta Fácil. (2018). *Exporta fácil: Modalidades*. Obtenido de [exportafacil.gob.ec](http://www.exportafacil.gob.ec): http://www.exportafacil.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=13&Itemid=115.
- Exporta fácil. (2018). *Exporta fácil: Preguntas Frecuentes*. Obtenido de [exportafacil.gob.ec](http://www.exportafacil.gob.ec): http://www.exportafacil.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=15&Itemid=117
- Ferrer, J. (Julio de 2010). *Conceptos básicos de la Metodología de la Investigación*. Obtenido de Tipos de Investigación y diseño de la Investigación: <http://metodologia02.blogspot.com/p/operacionalizacion-de-variables.html>
- Franklin, E. B. (2007). Auditoría Administrativa. En E. B. Franklin, *Auditoría Administrativa Gestión estratégica del cambio* (pág. 287). México: Pearson.

- García Gallegos, E. (Mayo de 2013). *Revista internacional de contaminación ambiental*.
Scielo, 50-85. Obtenido de *Revista internacional de contaminación ambiental*.
- Glosario Servidor. (1 de Marzo de 2017). *Proposición de valor*. Obtenido de
https://glosarios.servidor-alicante.com/imagen_corporativa/proposicion-de-valor
- Gonzalez, M. (14 de Junio de 2017). *Trade Facilitation Office Canada 2017*. Obtenido de
 Exportando a Canadá:
<http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=587FC3BD-89CC-45A7-B8D1-09BBCC1E337C.PDF>
- Grupo Eli Comercio Exterior. (25 de Abril de 2017). *¿Qué es el certificado de origen y cómo obtenerlo?* Obtenido de Grupo Eli: <http://blog.grupoei.com.mx/que-es-certificado-de-origen-obtenerlo-despacho-aduanal>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). Metodología de la Investigación. En R. Hernández, C. Fernández, & P. Baptista, *Metodología de la Investigación* (págs. 151-160). México D.F: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Infoautónomos. (17 de Octubre de 2017). *Guía para realizar un estudio de mercado*.
 Obtenido de <https://infoautonomos.eleconomista.es/estudio-de-mercado/segmentacion-de-mercados/>
- Jesús Blasco, M., & Campa Planas, F. (2014). *Guía para la autoevaluación de empresas*.
 España: CEDRO Centro Español de Derechos Reprográficos.
- Kiziryan, M. (2015). *Importación*. Obtenido de Economipedia:
<http://economipedia.com/definiciones/importacion.html>
- La guía del café. (21 de mayo de 2018). *La guía del café*. Obtenido de
<http://www.laguiadelcafe.org/guia-del-cafe/los-mercados-del-cafe/Canada/>
- Larraín, M. J. (26 de octubre de 2011). *El Huerto de Urbano*. Obtenido de Como Cultivar Habas: <http://www.huertodeurbano.com/como-cultivar/haba/>

- López, E. (2018). El método Delphi en la investigación actual en educación: una revisión teórica y metodológica. *Redalyc.org*, 17-40.
- Lutterbeck, B. (2002). "MÁS SANO Y CON SABOR MÁS". *Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura*, 23-25.
- Macías, M. (21 de Febrero de 2011). *Advenio* . Obtenido de Advenio Strategy & Business design: <http://advenio.es/define-la-estructura-de-ingresos-de-tu-modelo-de-negocio/>
- Macias, M. (21 de febrero de 2011). *Advenio Strategy & Business Design*. Obtenido de Advenio Strategy & Business Design: <http://advenio.es/define-la-estructura-de-ingresos-de-tu-modelo-de-negocio/>
- Mateo Box, J. (10 de marzo de 2014). *El cultivo de las habas*. Obtenido de El cultivo de las habas: www.tecnicoagricola.es
- Mateo Box, J. (10 de Marzo de 2014). *Tecnicoagrícola*. Obtenido de El cultivo de las habas: <http://www.tecnicoagricola.es/el-cultivo-de-las-habas/>
- MdS . (22 de Marzo de 2017). *Marketing de Servicio*. Obtenido de La proposición de valor para el cliente : <https://www.marketingdeservicios.com/la-proposicion-de-valor-para-el-cliente/>
- Medina, G. (25 de Febrero de 2017). *Auditoría Administrativa*. Obtenido de Auditoría Administrativa. Blogspot: <http://auditoriaadministrativaudg.blogspot.com/2017/>
- Medina, R. (2012). *Despliega tu valor de propuesta*. Mexico: Colección Acción Empresarial.
- Ministerio de Agricultura de España. (21 de Mayo de 2018). *Ministerio de Agricultura*. Obtenido de [mapama.gob.es](http://www.mapama.gob.es): http://www.mapama.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/hojas/hd_1977_03.pdf
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (Enero de 2016). *Boletín Situacional Haba*. Obtenido de

http://sipa.agricultura.gob.ec/phocadownloadpap/cultivo/2016/boletin_situacional_haba_2015.pdf

Ministerio de Agricultura y Ganadería. (Enero de 2017). *REQUISITOS PARA LA ACTUALIZACIÓN DEL REGISTRO DE OPERADORES ORGÁNICOS*. Obtenido de <http://www.agrocalidad.gob.ec/documentos/ddo/5requisitos-para-la-actualizacion-del-registro-de-operadores-organicos.pdf>

Montes de Oca, J. (2015). *Economipedia*. Obtenido de Exportación: <http://economipedia.com/definiciones/exportacion.html>

Morales, E. B. (2015). *Manejo de cultivos Andinos del Ecuador*. Junioi: Comisión Editorial de Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (2017). *Organic Culture*. Obtenido de <http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq6/es/>

Ortiz, P. (8 de Febrero de 2017). *Censo 2016: Somos más de 35 millones de habitantes en Canadá... gracias a la inmigración*. Obtenido de <http://nmnoticias.ca/2017/02/08/censo-2016-canada-35-millones-habitantes-inmigrantes/>

Pigneur, A. O. (2011). *Generación de modelos de Negocios*. Deusto.

Portal Santander Trade. (2015). Propiedades de el Haba. *Portal Santander Trade*, 80-100.

Prado, E. G. (2014). *Atención al cliente y tramitación de consultas de servicios financieros UF0529*. España: Ediciones Paraninfo, S.A.

Pro Ecuador. (2017). *Descarga aquí la guía del exportador*. Obtenido de Guía del Exportador: <https://www.proecuador.gob.ec/guia-del-exportador/>

Puido, L. (01 de Diciembre de 2013). *Haba (Vicia faba)*. Obtenido de Morfología del haba: <http://habaudec.blogspot.com/2013/12/blog-post.html>

RAE. (05 de Julio de 2018). *Significado Iterar: dle.rae.es*. Obtenido de [dle.rae.es](http://dle.rae.es/?id=ME7n9y2): <http://dle.rae.es/?id=ME7n9y2>

Sánchez Galán, J. (2015). *Consumidor*. Obtenido de Economipedia:

<http://economipedia.com/definiciones/consumidor.html>

Sánchez, E. (4 de Septiembre de 2017). *Ok Diario*. Obtenido de ¿Sabías que las habas te

ayudan a adelgazar?: <https://canales.okdiario.com/vida-sana/2017/09/04/habas-adelgazar-66504>

Santesmases, M., Valderrey, F., & Sanchez, A. (2014). *Fundamentos de Mercadotecnia*.

Mexico: Grupo Editorial Patria.

Sarmiento, L. (28 de noviembre de 2017). Obtenido de

<https://www.jardineriaon.com/diferentes-variedades-habas.html>

Secretaria Nacional de la Administración Pública. (2018). *Diccionario de la Gestión pública*.

Obtenido de Consumidor:

<http://diccionario.administracionpublica.gob.ec/index.php?c=8&categoria=2&articulo=2484>

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (14 de abril de 2017). *SENAE: Para Exportar*.

Obtenido de Proceso de exportación: <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>

Servicios de Rentas Internas. (02 de Febrero de 2017). *SRI ECUADOR*. Obtenido de

Requisitos sociedades: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/requisitos-sociedades>

Sistema de Información Legislativa. (2016). *Sistema político*. Obtenido de

<http://sil.gobernacion.gob.mx/Glosario/definicionpop.php?ID=226>

Sousa, V., Driessnack, M., & Costa, I. (2007). Revisión de diseños de investigación

resaltantes para enfermería. Parte 1: Diseño de investigación cuantitativa. *Scielo*, 1-6.

Suleng, K., & Vera, B. D. (3 de Marzo de 2016). *Salud*. Obtenido de El País:

https://elpais.com/elpais/2015/12/01/buenavida/1448974196_728368.html

Tecnoagrícola España. (10 de Marzo de 2014). *El cultivo de las habas*. Obtenido de

<http://www.tecnicoagricola.es/el-cultivo-de-las-habas/>

Valenzuela, A. (2010). EL CAFÉ Y SUS EFECTOS EN LA SALUD CARDIOVASCULAR Y EN LA SALUD MATERNA. *Revista chilena de nutrición*, 50-80.

Vargas Urzola, A. (2013). MODELO PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LAS EMPRESAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS. *Scielo*, 1-16.

Velazquez, E. (2012). *Canales de distribución y logística*. Mexico: Red Tercer Milenio S.C.

Vieyra Bahena, P. (2015). ¿Un nuevo tipo de individualismo? Las peculiaridades del individualismo mexicano. *Scielo*, 1-36.

Zabludovsky , G. (2013). El concepto de individualización en la sociología clásica y contemporánea. *Scielo*, 1-20.

Zambrano Bustos, K. A. (20 de Abril de 2014). *Todo Comercio Exterior*. Obtenido de Módulos del Sistema Aduanero Ecuatoriano ECUAPASS:

<http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/importaci-n-exportaci-n-de-sustancias-sujetas-a-fiscalizaci-n>

Apéndices



Apéndice A Datos de Exportadores



Apéndice B Café El Español



Apéndice C Anecafé



Entrevista a Productores ecuatorianos

Objetivo de la entrevista:

Reunir información verídica para comprobar la factibilidad de la exportación de café a base de haba a la ciudad de Toronto Canadá.

1.- ¿Cuántas hectáreas tiene disponible para la producción de café?

4 hectáreas.

4.- ¿Cuáles son los bienes que influyen en la producción del café?

(factor climático) Despuladoras - maquinarias

5.- ¿Cuál es el nivel de ventas locales del café?

5 99 sacos de 60kg

6.- ¿Cuánto es el precio al que Ud. vende la funda de café tradicional y en qué parte de Ecuador se vende con más frecuencia?

\$ 10 los 350g. Guayaquil - Quito

7.- ¿En qué mes del año Ud. ve ganancias y pérdidas en las ventas del café?

febrero - marzo

8.- ¿Cree Ud. que las ganancias por las ventas del café representan un buen vivir?

NO.



10.- ¿Ud. estaría dispuesto a exportar su producto a otros países?

Si

11.- ¿Considera Ud. que su producción de café tiene una gran aceptación para la exportación a otros países?

Si

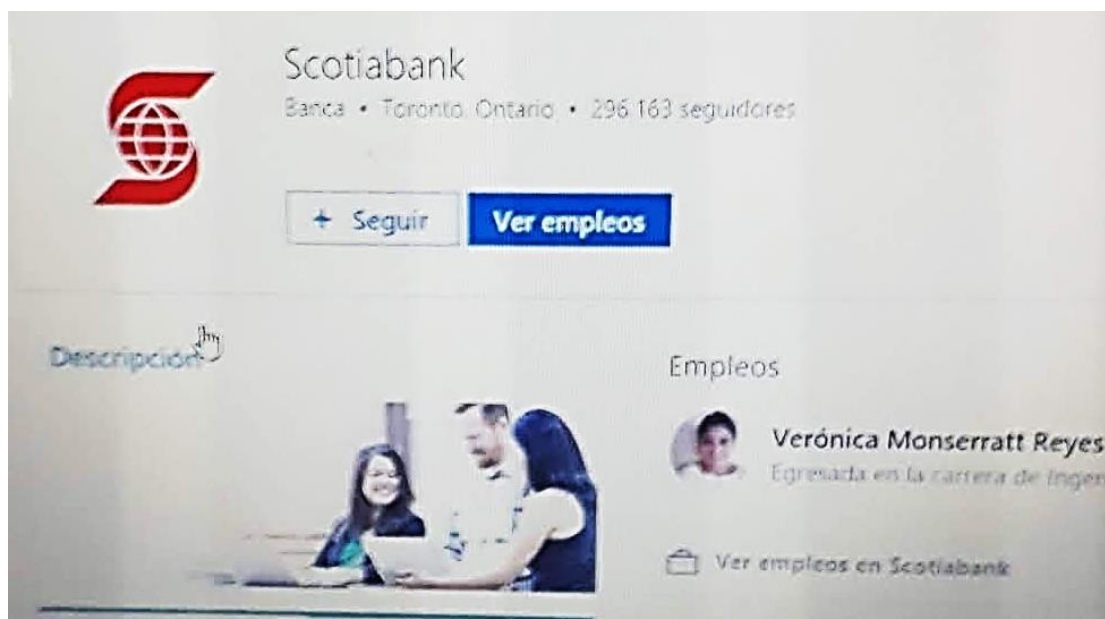
12.- ¿Cuáles son las barreras que Ud. cree que le impidan la exportación de su producto?

falta de Políticas para pequeños productores.

Patricio Gaeúa 0986742524.

Sant Coffee.

patricio.aprocafe@gmail.com



Apéndice E Banco Toronto

Government of Canada / Gouvernement du Canada | Canada.ca | Services | Departments | Français

Canada Border Services Agency  **Canada**

Travellers | Import and Export | Securing the Border | Publications

Home → Import and Export → Customs Tariff → 2018

Chapter 21 - T2018

Miscellaneous edible preparations

Customs Tariff Schedule

Filter items Showing 11 to 20 of 95 entries | Show 10 entries

Tariff Item	SS	Description of Goods	Unit of Meas.	MFN Tariff	Applicable Preferential Tariffs
2101.30.00 00		Extracts, essences and concentrates, of coffee, tea or maté and preparations with a basis of these products or with a basis of coffee, tea or maté; roasted chicory and other roasted coffee substitutes, and extracts, essences and concentrates thereof. - Roasted chicory and other roasted coffee substitutes, and extracts, essences and concentrates thereof	KGM	Free	CCCT, LDCT, GPT, UST, MT, CIAT, CT, CRT, IT, NT, SLT, PT, COLT, JT, PAT, HNT, KRT, CEUT, UAT: Free

Apéndice F Aranceles Canadá