



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE
GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DE TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMERCIO EXTERIOR**

**TEMA
EXPORTACIÓN DE GALLETAS DE QUINUA AL MERCADO DE
CANADÁ**

**TUTOR
MGS. MÉNDEZ ENCALADA EVANGELINA AUXILIADORA**

**AUTORES
ORTIZ PAEZ MARIA GRAZIA
PIN DELVALLE VALERIN ANAHI**

GUAYAQUIL

2022

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: EXPORTACIÓN DE GALLETAS DE QUINUA AL MERCADO DE CANADÁ	
AUTOR/ES: ORTIZ PAEZ MARIA GRAZIA PIN DELVALLE VALERIN ANAHI	REVISORES O TUTORES: MGS. MÉNDEZ ENCALADA EVANGELI AUXILIADORA
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	Grado obtenido: LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR
FACULTAD: FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN	CARRERA: CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2022	N. DE PAGES: 70
ÁREAS TEMÁTICAS: Educación comercial y administración	
PALABRAS CLAVE: Quinoa, exportaciones, importaciones, ventajas y desventajas, viabilidad.	
RESUMEN: El presente estudio se trata de analizar la viabilidad en la exportación de galletas de quinua para determinar ventajas y desventajas en la comercialización del producto en el mercado de Montreal (Canadá). Se realizó una investigación documental a nivel descriptivo y exploratoria, con enfoque cualitativo analítico, estudiando las exportaciones de Quinoa desde los años 2016 a 2021 tanto a nivel mundial como del Ecuador.	
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: ORTIZ PAEZ MARIA GRAZIA PIN DELVALLE VALERIN ANAHI	Teléfono: 0991433599 0990173393	E-mail: mortizp@ulvr.edu.ec vpind@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	DECANO, FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN MAE. OSCAR MACHADO ALVAREZ Teléfono: 2596500 Ext. 201 omachadoa@ulvr.edu.ec DIRECTORA, CARRERA COMERCIO EXTERIOR PhD. MÓNICA VILLAMAR MENDOZA Teléfono: 2596500 Ext. 264 mvillamarm@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

TESIS EXPORTACION DE GALLETAS DE QUINUA A CANADA

INFORME DE ORIGINALIDAD

3% INDICE DE SIMILITUD	3% FUENTES DE INTERNET	0% PUBLICACIONES	0% TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
----------------------------------	----------------------------------	----------------------------	--------------------------------------

FUENTES PRIMARIAS

1	ctoro.cancilleria.gob.ar Fuente de Internet	3%
----------	---	-----------

Excluir citas Activo

Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 3%



Mgtr. Evangelina Méndez

Docente Tutor

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Las estudiantes egresadas ORTIZ PAEZ MARIA GRAZIA y PIN DEL VALLE VALERIN ANAHI, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, EXPORTACION DE GALLETAS DE QUINUA AL MERCADO DE CANADÁ, corresponde totalmente a las suscritas y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autoras

Firma:



ORTIZ PAEZ MARIA GRAZIA

C.I. 1727156224

Firma:



PIN DELVALLE VALERIN ANAHI

C.I. 1316642527

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación EXPORTACIÓN DE GALLETAS DE QUINUA AL MERCADO DE CANADÁ, designada por el Consejo Directivo de la Facultad de administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: EXPORTACIÓN DE GALLETAS DE QUINUA AL MERCADO DE CANADÁ, presentado por las estudiantes ORTIZ PAEZ MARIA GRAZIA y PIN DEL VALLE VALERIN ANAHI, como requisito previo, para optar al Título de LICENCIATURA EN COMERCIO EXTERIOR, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



NOMBRES Y APELLIDOS DEL TUTOR.

EVANGELINA MENDEZ ENCALADA

C.C. 0916872963

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero darle gracias a Dios por haberme permitido llegar a este momento y no dejarme vencer a pesar de las circunstancias, por guiarme en cada paso y siempre dar respuesta a mis oraciones.

A mis padres que han sido siempre el motor que impulsa mis sueños y esperanzas, quienes estuvieron siempre a mi lado en los momentos más difíciles durante este proceso, siempre han sido mis mejores guías de vida.

De igual manera a mis hermanos que me han estado acompañando en cada paso ya que sin toda mi familia esto no habría sido posible, y a todas las personas que de alguna manera me han apoyado en el trayecto.

A mis amigos y compañeros, hoy culminan esta maravillosa aventura y no puedo dejar de recordar cuantos momentos vividos a lo largo de nuestra formación. Hoy nos toca cerrar un capítulo maravilloso en esta historia de vida y no puedo dejar de agradecerles por su apoyo y constancia, al estar en las horas más difíciles. Gracias por estar siempre allí.

A cada docente que aportó para mi formación, ya que sus enseñanzas han sido parte de mi aprendizaje por el cual hoy estoy aquí.

DEDICATORIA

Hoy cuando concluyo mis estudios, le dedico esta tesis a Dios y a mis padres, como una meta más conquistada por todos sus esfuerzos y sacrificios por darme una carrera para mi futuro. A mis hermanos que han estado disfrutando de cada paso y estoy orgullosa de que estén a mi lado en este momento tan importante.

A mi novio y amigos, los cuales me apoyaron y me alentaron en todo momento depositando su confianza en mí.

A todos ustedes desde el fondo de mi corazón ya que sin su ayuda no habría sido posible.

Valerin Anahi Pin Delvalle

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mis padres quienes depositaron su confianza y entrega en que mi formación tenga sus frutos, fueron el pilar de valores y enseñanza a lo largo de toda mi carrera, a mi hermano por ser mi ejemplo y mi apoyo.

A los grandes amigos que hice durante mi carrera.

A todos mis profesores y compañeros de clase.

DEDICATORIA

Ese trabajo de investigación y toda mi carrera está dedicada a mi familia, siempre mis pilares. Principios, valores, amor, unidad.

Maria Grazia Ortiz Paez

RESUMEN

La industria de la producción de galletas se ha transformado en un sector competitivo, donde las empresas deben buscar mejoras continuamente para garantizar productos de calidad y diferenciación, al tiempo de minimizar costos. Los productos ancestrales están obteniendo aceptación en mercados como Canadá; no obstante, el conocimiento de su valor nutritivo, la escasa industrialización para agregar un valor aditivo a la Quinoa y de la gran variedad de platos que se pueden preparar puede limitar su comercialización. Ecuador, productor y exportador de Quinoa, puede tener oportunidades comerciales en ese sentido. Es por ello que el estudio se planteó como objetivo general, analizar la viabilidad en la exportación de galletas de quinoa para determinar ventajas y desventajas en la comercialización del producto en el mercado de Montreal (Canadá). Se realizó una investigación documental a nivel descriptivo y exploratoria, con enfoque cualitativo analítico, estudiando las exportaciones de Quinoa desde los años 2016 a 2021 tanto a nivel mundial como del Ecuador. Se determinó que, en los actuales momentos, el país no posee fuertes ventajas para la exportación de galletas a base de Quinoa: su infraestructura para facilitar estas exportaciones, así como el poco interés de políticas públicas por desarrollarlas, con base en el bajo rendimiento en comparación con los principales competidores de la Región, aunado el limitado potencial del mercado objetivo, prevén pocas posibilidades de obtención de economía de escala en el mediano plazo. Por tales motivos, se concluyó en la conveniencia de postergar el estudio formal de viabilidad del proyecto de exportación de galletas de Quinoa hacia Canadá, al futuro mediano o de largo plazo. Para ello, se hicieron recomendaciones tendientes a desarrollar capacidades que fortalezcan la industria nacional de la Quinoa, con miras a la exportación en granos y de productos elaborados.

Palabras claves. Quinoa, exportaciones, importaciones, ventajas y desventajas, viabilidad.

SUMMARY

The biscuit production industry has been transformed into a competitive sector, where companies must continuously seek improvements to ensure quality products and differentiation, while minimizing costs. Ancestral products are gaining acceptance in markets such as Canada; however, the knowledge of its nutritional value, the scarce industrialization to add an additive value to Quinoa and the great variety of dishes that can be prepared can limit its commercialization. Ecuador, producer and exporter of Quinoa, may have commercial opportunities in this regard. That is why the study was raised as a general objective, to analyze the viability in the export of quinoa cookies to determine advantages and disadvantages in the commercialization of the product in the market of Montreal (Canada). A mixed research was carried out at a descriptive and exploratory level, studying Quinoa exports from 2010 to 2020 both globally and Ecuador. It was determined that, at the present time, the country does not have strong advantages for the export of Quinoa-based biscuits: its infrastructure to facilitate these exports, as well as the little interest of public policies to develop them, based on the low performance compared to the main competitors of the Region, coupled with the limited potential of the target market, they foresee little chance of achieving economies of scale in the medium term. For these reasons, it was concluded that the formal feasibility study of the quinoa biscuit export project to Canada should be postponed to the medium or long-term future. To this end, recommendations were made to develop capacities to strengthen the national quinoa industry, with a view to exporting grains and processed products.

Keywords. Quinoa, exports, imports, advantages and disadvantages, viability.

ÍNDICE GENERAL

	PÁG.
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	ii
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO	iv
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES ...	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	vi
AGRADECIMIENTOS.....	vii
DEDICATORIA.....	vii
AGRADECIMIENTOS.....	viii
DEDICATORIA.....	viii
RESUMEN	ix
SUMMARY	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS	xiv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	3
1.1 Tema	3
1.2. Planteamiento del Problema	3
1.3. Formulación del Problema.....	3
1.4. Sistematización del Problema.....	4
1.5. Objetivo General.....	4
1.6. Objetivos Específicos	4
1.7. Justificación	4
1.8. Delimitación del Problema	5
1.9. Hipótesis o Idea a Defender.....	5
1.10. Línea de Investigación Institucional/Facultad.	6
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.....	7

2.1. Marco Teórico.....	7
2.1.1. Zona de producción de quinua Ecuador y a nivel general	7
2.1.2. Antecedentes de la quinua mercado local- mercado extranjero	8
2.1.2.1. Antecedentes galleta de quinua mercado local - mercado extranjero	8
2.1.2.2. Insumos para la galleta de quinua	9
2.1.2.3. Proceso de elaboración de la galleta quinua.....	9
2.1.2.4. Empresas que elaboran galleta de quinua en Ecuador	11
2.1.2.5. Análisis comparativo galletas de quinua ecuador e internacionales	12
2.1.2.6. Análisis comparativo galletas de quinua por país	13
2.1.2.7. Empresas que producen galleta de quinua internacionalmente.....	13
2.1.3. Mercado – Canadá	17
2.1.3.1. Segmento de mercado	18
2.1.3.2. Consumo de Galletas en Canadá.....	19
2.1.3.3 Canales de distribución	20
2.1.3.4. Acuerdos comerciales entre Ecuador y Canadá	22
2.1.4 Certificaciones.....	23
2.2. Marco Conceptual.....	23
2.2.1. Teoría de modelo de Heckscher-Ohlin	25
2.2.2. Teoría del coste de oportunidad de G Haberler	26
2.3. Marco Legal.....	26
CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	29
3.1. Metodología.....	29
3.2. Tipo de investigación.....	29
3.3. Enfoque	30
3.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de la Información	30
3.4.1. La observación documental.....	30
3.5. Población en Estudio	31

3.6. Muestra	31
3.7. Análisis de Resultados	32
3.7.1. Exportaciones globales de Quinoa y sus derivados	32
3.7.2. Demanda global de Quinoa	38
CAPÍTULO IV INFORME FINAL	39
4.1. Perfil del Mercado Canadiense	39
4.2. Infraestructura Comercial para la Quinoa.....	42
4.2.1. Cadena de valor para el exportador.....	42
4.3. Relaciones comerciales entre Ecuador y Canadá.....	44
4.3.1. Calidad y requerimientos del mercado.....	44
4.3.2. Nomenclatura arancelaria.....	45
4.4. FODA.....	46
4.5. Requisitos para ingresar al mercado de Canadá	47
4.6. Costos de exportación	47
CONCLUSIONES.....	49
RECOMENDACIONES	51
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	52

ÍNDICE DE TABLAS

	PÁG.
Tabla 1. Empresas que elaboran galletas de quinua en Ecuador	11
Tabla 2. Análisis comparativo de galletas de quinua en Ecuador e internacionales	12
Tabla 3. Análisis comparativo de precios por países.....	13
Tabla 4. Empresas productoras de quinua internacional	13
Tabla 5. Análisis comparativo galletas de quinua internacional	14
Tabla 6. Ficha técnica de la galleta de quinua	15
Tabla 7. Número de empresas dedicadas a venta de alimentos y bebidas en Canadá....	20
Tabla 8. Principales cadenas de supermercados en Canadá	21
Tabla 9. Número de tiendas de conveniencia en Canadá por provincia, año 2020	22
Tabla 10. Exportaciones mundiales de Quinua en granos, 2016 - 2020	32
Tabla 11. Exportaciones de galletas de Quinua de Perú (Millones US\$, FOB).....	35
Tabla 12. Exportaciones del Ecuador por país destino (Miles US\$).....	37
Tabla 13. Nomenclatura arancelaria de Quinua en granos	45
Tabla 14. Nomenclatura arancelaria otros productos elaborados a partir de la Quinua .	46
Tabla 15. Costos de exportacion a Canada.....	47

ÍNDICE DE FIGURAS

	PÁG.
Figura 1. Principales zonas productoras de Quinua en Ecuador	7
Figura 2. Principales importadores de Quinua	8
Figura 3. Galleta de quinua en el mercado extranjero	8
Figura 4. Pesaje de los insumos para la elaboración de la galleta	10
Figura 5. Ficha de mercado	16
Figura 6. Consumo de galletas de Quinua provenientes de Ecuador a Canadá.....	19
Figura 7. Principales países productores de quinua.....	33
Figura 8. Principales exportadores de quinua en grano.....	34
Figura 9. Participación en las exportaciones del código 190410: productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado.....	35
Figura 10. Exportaciones del Ecuador por subpartida (Volumen).....	36
Figura 11. Exportaciones del Ecuador por subpartida (Miles US\$)	37
Figura 12. Exportaciones de quinua del Ecuador hacia Canadá (Volumen, TM).....	38

Figura 13. Principales importadores de quinua en granos (Millones US\$).....	38
Figura 14. Ficha tecnica de Canada	40
Figura 15. Cadena de valor del exportador en Canadá.....	42
Figura 16. Principales supermercados y tiendas de comestibles en Canadá	43
Figura 17. Canales de contacto para captar clientes	45
Figura 18. Factores internos y externos estratégicos a la exportación de galletas de Quinoa al mercado de Montreal (Canadá).....	46

INTRODUCCIÓN

Hace una década Ecuador comienza a situarse como un país completamente agrícola debido a la posición geográfica en donde esta se sitúa además de presentar diversos climas en el territorio implicando de esta forma que los distintos suelos de las provincias tengan las particularidades fundamentales para producir frutos secos, hortalizas, frutas tropicales, tubérculos, vegetales, granos, entre otros.

El cultivo de la quinua en el Ecuador tiene un amplio poder productivo ya que este tiene peculiaridades climáticas y geográficas necesarias para su procesamiento, siendo sembrada por la mayoría de los agricultores de forma tradicional, lo que ha permitido obtener un aumento en la economía ecuatoriana debido al ingreso de divisas por la salida de este producto.

La quinua se ha consolidado como un producto versátil, por lo que en este trabajo será transformada al producto final: galletas de quinua, y con el indudable interés de los consumidores en el mercado de Canadá, donde existe un interés creciente por el consumo de la quinua y sus derivados, existe una ventaja competitiva.

El presente trabajo de investigación está determinado hacia la exportación de galletas de quinua orientada al mercado de Canadá, específicamente a la ciudad de Montreal. El principal problema que se ha detectado es que el sector agrícola en el Ecuador se ha deteriorado y este es uno de los recursos primarios sin generar valor agregado, lo cual no ha permitido ampliar la explotación de grano generando pérdidas tanto en el sector agrícola como en la economía del país.

Por otra parte, es importante que las empresas exportadoras de este producto busquen una mejora continua de tal manera que les permita ser competitivas dentro del mercado y brindar así un producto de excelente calidad, sin que sus costos se vean afectados.

El objetivo de la investigación ha consistido en analizar la viabilidad en la exportación de galletas de quinua para determinar ventajas y desventajas en la comercialización del producto en el mercado de Montreal – Canadá. Se detalla así mismo la hipótesis formulada en el presente trabajo siendo esta: El análisis de viabilidad en la exportación de galletas de quinua determinará ventajas y desventajas en la comercialización del producto en el mercado de Montreal – Canadá.

En la presente investigación se realiza cuatro capítulos distribuidos de la siguiente manera:

CAPITULO I detalla el diseño de la investigación que incluye la situación problemática del contexto, la formulación y sistematización del problema, sus objetivos, se especifica también la justificación de la investigación.

El CAPITULO II comprende los antecedentes del estudio correspondiente al tema investigado, producción de quinua, sus antecedentes en el mercado nacional e internacional, el proceso de su transformación de materia prima a producto final y comparaciones entre las empresas competidoras; dentro de este capítulo detallamos igualmente el segmento del mercado y los principales exportadores de este producto, incluido el marco conceptual y marco legal.

El CAPITULO III se presenta la metodología mediante el tipo de estudio y el diseño de la investigación, así mismo se da a conocer, el enfoque del trabajo, el análisis de la investigación, entre otros puntos.

En el CAPITULO IV se detalla el informe final no referimos a las conclusiones y recomendaciones realizadas en base a la investigación.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

Exportación de galletas de quinua al mercado de Canadá

1.2. Planteamiento del Problema

La posición económica del Ecuador en comparación al resto de los países ha estado marcada, debido a que la agricultura es una actividad que se realiza desde los inicios del hombre, además siendo el principal motor productivo de la economía de Ecuador. Sepúlveda (2019) presente que “Los principales problemas que ha deteriorado al sector agrícola en el país es el uso de los recursos de forma primaria sin dar un proceso de valor agregado, impidiendo mejorar los niveles de productividad y diversificación de los productos agrícolas” (pág.10).

El mercado de la producción en cuanto a las galletas ha sido transformado en un territorio de competencia, una compañía puede mantenerse posicionada debe mejorar continuamente en sus procedimientos con el objetivo de garantizar artículos de calidad y de la misma manera acortar sus costos de producción.

Una de las desventajas generalizadas que sostiene la quinua como son cultivadas, sus características y sus adquirentes, quitándole importancia y aceptación social seguidamente es marginada, a esto es anexado el desconocimiento del valor nutritivo que este aporta, la poca industrialización para tener un valor aditivo a la quinua y no conocimiento de la variedad de platos que pueden ser preparados (Comercio, 2017, pág. 12).

Por lo expuesto, podemos decir que en la actualidad hay un desaprovechamiento de este producto, desconsiderando su gran valor nutritivo, proteico, y energético que para la actual generación es poco preferida y sus propiedades nutritivas ignoradas.

1.3. Formulación del Problema

¿De qué manera la comercialización de galletas de quinua demostrará ventajas y desventajas en el mercado de Montreal – Canadá?

1.4. Sistematización del Problema

- ¿Cuál es el comportamiento y la evolución de la quinua entre los países exportadores?
- ¿Cuáles son las tendencias de consumo de las galletas de quinua?
- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas para exportar y comercializar galletas de quinua?

1.5. Objetivo General

Analizar la viabilidad en la exportación de galletas de quinua para determinar ventajas y desventajas en la comercialización del producto en el mercado de Montreal – Canadá.

1.6. Objetivos Específicos

- Recopilar información sobre la exportación de la quinua y sus derivados al mercado internacional desde el 2016 hasta el 2021, para conocer el comportamiento del consumidor y evolución comercial entre los principales países exportadores.
- Interpretar la información recopilada de instituciones públicas como Proecuador, Magap, Banco central, para establecer las tendencias de consumo del mercado de acuerdo a la demanda de las galletas de quinua y la competencia.
- Determinar las ventajas y desventajas de la exportación y comercialización de las galletas de quinua para realizar el correcto análisis de su viabilidad.

1.7. Justificación

La Organización Mundial de la Salud (OMS) considera a la quinua como uno de los alimentos más completos de la naturaleza debido a su alta consideración alimenticia. La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) indica que “Sus granos son altamente nutritivos; con una importante cantidad de proteínas y compuestos bioactivos. Además, la quinua representa un alimento nutricionalmente bien balanceado, con múltiples propiedades funcionales relevantes para la reducción de factores de riesgo de enfermedades crónicas (...)”. (Comercio, 2017, pág. 12).

En la actualidad las galletas son consumidas diariamente en los hogares ya que el ritmo de la vida se encuentra acelerado por la mayor parte de la sociedad, pero las galletas de quinua no presentan mucho conocimiento a nivel internacional, por lo que es un tema de gran importancia debido a que se plantea exportar estas galletas hacia el mercado canadiense, generando de esta forma una solución para conservar la salud por el contenido nutritivo que esta contiene.

Una de las importantes fortalezas de los granos andinos es que el procedimiento de conservación de las semillas ha sido preservado por miles de años. Una gran parte de este sector es dedicada a esta actividad siendo considerada como una buena manera de generar ingresos económicos para el país, contribuyendo de esta manera a la nutrición saludable. La quinua es una opción para que sea anexada a la dieta de los seres humanos en el mundo. El consumo de la quinua se ha destacado por la excelente alimentación en la cultura andina.

En cuanto a las ventajas nutritivas que contiene la quinua, sería de mayor interés presentar ante el mercado este producto a base de este grano. Ahora en el tema de las galletas de quinua se considera que el potencial puede ser obtenido ya que es un segmento que no puede cubrirse por las empresas productoras de galletas en Canadá, mercado seleccionado para su exportación.

Por otro lado, con la ejecución de esta disertación se visualizará generar a esta manera de la sociedad que se encuentra vinculada a las asociaciones, gremios y productores pequeños que en la actualidad venden la quinua en grano.

1.8. Delimitación del Problema

Sector geográfico: Provincia Guayas, Montreal – Canadá

Campo: Comercio

Área: Exportaciones

Aspectos: Exportaciones de galleta de quinua al mercado canadiense

1.9. Hipótesis o Idea a Defender

El análisis de viabilidad en la exportación de galletas de quinua determinará ventajas y desventajas en la comercialización del producto en el mercado de Montreal – Canadá.

1.10. Línea de Investigación Institucional/Facultad.

La presente investigación tiene como dominio los emprendimientos sustentables y sostenibles con atención a sectores tradicionalmente excluidos de la economía social y solidaria haciendo referencia a la línea de facultad de marketing, comercio y negocios locales.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Marco Teórico

2.1.1. Zona de producción de quinua Ecuador y a nivel general

Las principales zonas de producción de quinua son las que se encuentran ubicadas en la Sierra, por lo tanto, la conforman Cotopaxi, Azuay, Pichincha, Tungurahua y Chimborazo Imbabura, de las provincias anteriormente identificadas se pueden presentar con un al número de UPAs con quinua es en Cotopaxi, Imbabura y Chimborazo.

Desde el punto de vista de Alvarado & Martínez (2018) “La principal productora es Chimborazo, donde se obtuvo referencia censal cerca del 80% de la producción y donde se encuentra el 70% de las Upas con quinua. En cuanto al número de Upas, en Chimborazo, se destaca el cantón Colta” (pág.37). El promedio de superficie cultivada en la región Sierra es de 0.3 ha por IPA, esto se encuentra relacionado con la situación presentada en las zonas más importantes debido a que en Cotopaxi el promedio de superficie con quinua es de 0.4 ha por UPA, en Chimborazo es de 0.3 ha por UPA y en Imbabura es de 0.5 ha por UPA por lo tanto esto refleja que la quinua es cultivada en pequeñas parcelas.



Figura 1.
Principales zonas productoras de Quinua en Ecuador
Fuente: Alvarado & Martínez (2018)
Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2021)

2.1.2. Antecedentes de la quinua mercado local- mercado extranjero

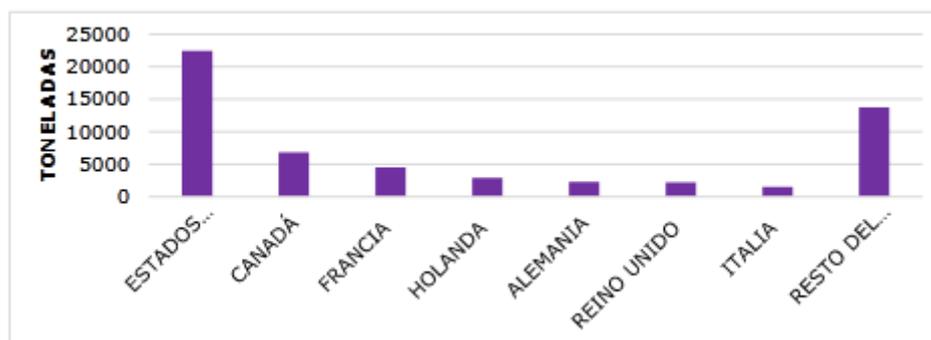


Figura 2.

Principales importadores de Quinoa

Fuente: Arias (2017)

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2021)

En la presente figura se puede observar que los primeros países importadores de quinua son los Estados Unidos, Canadá y Francia, seguidamente se encuentra Holanda y Alemania, estos países adquieren la quinua principalmente en grano que exporta principalmente Ecuador, Perú y Bolivia, y a partir de ello le generan valor agregado para ser consumido propiamente en el país y para ser exportado de derivados de quinua.

Arias (2017) señala que países como “Estados Unidos, Holanda, Canadá, Alemania, Francia, principalmente exportan derivados de la quinua. Debido a que estos países no producen grandes cantidades de quinua, importan dicho producto de los principales productores (Perú, Bolivia y Ecuador), le dan valor agregado y exportan” (pág.68).

2.1.2.1. Antecedentes galleta de quinua mercado local - mercado extranjero

INDICADORES	ESTADOS UNIDOS	CANADÁ	HOLANDA	ALEMANIA	REINO UNIDO
Tendencia de consumo	0.55	0.55	0.44	0.44	0.55
Porcentaje de obesidad	0.56	0.3	0.2	0.3	0.3
Principales importaciones	0.35	0.21	0.21	0.21	0.21
Inflación	0.36	0.48	0.48	0.48	0.48
Barreras No arancelarias	0.24	0.32	0.16	0.16	0.32
Barreras Arancelarias	0.4	0.24	0.32	0.32	0.16
Precios	0.36	0.18	0.36	0.36	0.27
Estabilidad Política	0.4	0.56	0.56	0.56	0.42
PBI	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
Canales de distribución	0.3	0.18	0.24	0.18	0.24
SUMA TOTAL	4.12	3.62	3.57	3.61	3.55

Figura 3.

Galleta de quinua en el mercado extranjero

Fuente: Nuñez & Yajahuanca (2016)

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2021)

Según Nuñez & Yajahuanca (2016) señalan que “Estados Unidos el mercado meta, luego de haber analizado cada indicador. Como una segunda opción se tiene a Canadá seguido por Alemania, Holanda, por último, Reino Unido. Estos mercados en un futuro pueden ser potenciales compradores de galletas de quinua” (pág.37). Tal como lo indican los autores anteriormente citados se consigue como primer importador de galletas de quinua, pero el mercado objetivo de esta investigación es Canadá por lo tanto es un mercado potencial para el producto que se quiere introducir en el mercado canadiense.

2.1.2.2. Insumos para la galleta de quinua

Para poder realizar la galleta de quinua son necesarios los siguientes ingredientes:

- 1.- Harina de quinua.
- 2.- Harina de trigo.
- 3.- Manteca.
- 4.- Azúcar.
- 5.- Leche en polvo.
- 6.- Polvo de hornear.
- 7.- Huevos.

2.1.2.3. Proceso de elaboración de la galleta quinua

Para elaborar las galletas de quinua es necesario utilizar harina de trigo, azúcar, manteca, esencia de vainilla, leche en polvo, huevos, polvo de hornear y para la base de la masa será utilizada la harina de quinua por lo tanto es necesario seguir los siguientes pasos:

1.- Pesado

Los insumos necesarios son pesados por lo que serán presentados en la siguiente tabla

INGREDIENTES PARA LA ELABORACIÓN DE 30 GALLETAS		
INSUMO	CANT.	UNIDAD
Harina de quinua	150	gramos
Harina de trigo	50	gramos
Manteca	60	gramos
Azúcar	20	gramos
Leche en polvo	5	gramos
Esencia de eucalipto o matico	5	gotas
Polvo de hornear	1	cucharada
Huevos	1	unidad

Figura 4.

Pesaje de los insumos para la elaboración de la galleta

Fuente: Apaza (2021)

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2021)

2.- Mezclado

En esta etapa es necesario unificar los ingredientes, de tal forma que la paste que se vaya formando y se oxigene, se culmina de mezclar cuando la masa esté homogénea.

3.- Fermentación

Los almidones son transformados en azúcares que están presentes en las harinas y azúcares fermentables, por lo que comienza un procedimiento de elevación de la masa, obteniendo un artículo esponjoso, ligero y fácil de manejar.

4.- Laminado

La masa fermentada pasa de a través de lisos rodillos para conseguir una delgada masa.

5.- Cortado

Son cortadas manualmente las láminas de masa encontradas en el paso anterior, son usados moldes que perforan la masa mediante la presión ejecutada sobre estos, es dada una forma de círculo obteniendo las piezas de la masa.

6.- Horneado

Antes de realizar este proceso el horno debe ser precalentado en 180°C, por lo tanto, el tiempo de cocción es realizado durante 15 minutos en la misma temperatura.

7.- Enfriamiento

En este paso es necesario que las piezas horneadas sean enfriadas ya que tienen en su interior humedad por lo tanto este calor debe ser transferido hacia el exterior antes de ser empaquetadas.

8.- Envasado

Son envasadas manualmente las galletas luego de ser enfriadas, se envasan mediante empaques biodegradables y luego son selladas por una máquina selladora de acero inoxidable.

2.1.2.4. Empresas que elaboran galleta de quinua en Ecuador

Tabla 1.

Empresas que elaboran galletas de quinua en Ecuador

Empresa	Descripción	Ubicación	Correo	Web
Cereales Andinos	Empresa dedicada al fortalecimiento de la cadena de valor de la quinua ecuatoriana abarcando todos los procesos productivos, desde la siembra, cosecha, procesamiento e industrialización	José Hernández S/N, Quito 170208, Ecuador	Ventas1@cerealesandinos.com	https://www.cerealesandinos.com/
Fundamyf	Empresa exportadora de quinua además de producir galletas de quinua dentro del territorio ecuatoriano	Av. de la Prensa 49-180 y Juan Holguín, Quito Ecuador.	info@fundamyf.org	https://www.organic-bio.com/es/compania/20916-FUNDAMYF-ECUADOR
Adsis Equimercado	EquiMercado es un proyecto de Fundación Adsis para la importación y distribución de productos de Comercio Justo. Dentro de los productos que realiza esta empresa son las galletas de quinua.	C/ S, 8. Pol. I. Noáin - Esquíroz 31191 Esquíroz (Navarra)	info@equimercado.org	https://equimercado.org/?s=Quinua&post_type=product&dgwt_wcas=1
Quinoa Fit	Es una marca de una línea de artículos libres de gluten a base de la quinua.	Loja, Ecuador. Quito, Ecuador.	quinoafit@integralesdeoro.com	https://quinoafitsnacks.com/info-quinoafit/

Fuente: Empresas en Ecuador

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2021)

Se presenta en la tabla anterior que todas las empresas en su perfil indican que son compañías veganas que se dedican a la realización de galletas de Quinua, además que una de ellas es un competidor internacional llamada Fundamyf ya que exporta también sus productos, por otra parte, todas indican su ubicación, correo y cuentan con una página web donde muestran sus productos en venta.

2.1.2.5. Análisis comparativo galletas de quinua ecuator e internacionales

Tabla 2.

Análisis comparativo de galletas de quinua en Ecuador e internacionales

Compañía	Cereales Andinos	Fundamyf	Adsis Equimercado	Quinoa Fit	Inca Sur	Nutrishake Andino	Irupana Andean Organic Food S.A.	Bio XXI
Peso	30g,150g,200g	100g	125g	150g	180g	180g	180g	160g
Sabores	Maracuyá, chocolate,canela, vainilla	Vainilla, canela	Galletas integrales de quinua con canela y limón, vainilla y naranja, quinua y jengibre.	Vainilla con chocochispas, Chocolate, Frutos rojos, Mantequilla de maní	Ajonjoli, chispas sabor a chocolate, coco, frutos rojos	Blueberry, Manzana, canela, Avena, Cacao	Galleta de quinua tradicional	Chocochispas, Multicereal
Presentación								
Precio	9,68\$	11\$	5\$	10\$	2,09\$	3,12\$	4\$	4\$

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2021)

2.1.2.6. Análisis comparativo galletas de quinua por país

Tabla 3.

Análisis comparativo de precios por países

COMPañIA	PAIS	PESO	PRECIO EN USD
Cereales Andinos	Ecuador	150g	\$9,68
Fundamyf	Ecuador	100g	\$11
Adsis Equimercado	Ecuador	125g	\$5
Quinoa Fit	Ecuador	150g	\$10
Inca Sur	Perú	180g	\$2,09
Nutrishake Andino	Perú	180g	\$3,12
Irupana Andean Organic Food S.A.	Bolivia	180g	\$4
Bio XXI	Bolivia	160g	\$4

Fuente: Internet

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2021)

En la tabla 3 se consigue que las empresas tienen distintos pesos dentro de sus presentaciones, siendo 30g, 100g, 125g, 150g y 200g, por otra parte, todas cuentan con una gran variedad en sus sabores por lo que los consumidores pueden elegir a su gusto, en cuanto al precio se encuentra una media de \$8,00 por 150g de galletas de Quinoa. Entre las dos empresas del Perú se consigue que la presentación del peso relativo para ser exportado este producto es de 180g, por otra parte los sabores son selectivos por lo que presentan variedad en el exterior, en cuanto a su precio cada 180g se consigue una media de \$3,00, por otro lado las empresas de Bolivia muestran distintas presentaciones de peso Irupana Andean Organic Food S.A. 180g y Bio XXI 160g, en cuanto a sus sabores exportables también son muy selectivos y en cuanto a su precio se determina que es el mismo \$4.00.

2.1.2.7. Empresas que producen galleta de quinua internacionalmente

Tabla 4.

Empresas productoras de quinua internacional

Empresa	Descripción	Ubicación	Correo	Web
Inca Sur	Empresa que se dedica a industrializar alimentos saludables y de altos valores nutritivos, que mejoran el nivel de nutrición de los consumidores.	Lima, San Luis 890, Lima 30 Perú	ventas@e-incasur.com	https://tienda.e-incasur.com/
Nutrishake Andino	Empresa Food Tech que desde 2015 crea productos de consumo masivo a base de superfoods peruanos, presentes en todos los supermercados a	Av. los Incas Nro. 172 Int. San Isidro	hola@nutrishakeandino.com	https://nutrishakeandino.com/

	nivel nacional			
Irupana Andean Organic Food S.A.	Industria que produce alimentos saludables con constante innovación tecnológica respetando al ambiente y ayudando a la seguridad alimentaria.	Av. Arica N°550 Zona Senkata El Alto, La Paz – Bolivia	irupana@irupanabio.com	https://www.irupanabio.com/
Bio XXI	Presenta una línea de productos sin gluten con una alta calidad de creación de productos saludables para los consumidores.	Av. Villazón # 3847. Cbba, Bolivia	bioxxi@coronilla.com	http://www.bioxxi.com/

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2021)

Los dos países de mayor exportación de galleta de Quinoa son Perú y Bolivia, por lo tanto, se considera que son competencia desde Perú las empresas Doña Isabel E. I.R.L y Nutrishake Andino, por otra parte, las empresas consideradas competencia desde Bolivia son Irupana Andean Organic Food S.A y Bio XXI, estas cuatro empresas son las mayores exportadoras de galletas de Quinoa hacia Estados Unidos y Canadá.

Tabla 5.
Análisis comparativo galletas de quinoa internacional

Compañía	Inca Sur	Nutrishake Andino	Irupana Andean Organic Food S.A.	Bio XXI
Peso	180g	180g	180g	160g
Sabores	Ajonjolí, chispas sabor a chocolate, coco, frutos rojos	Blueberry, Manzana, canela, Avena, Cacao	Galleta de quinoa tradicional	Chocochispas, Multicereal
Precio	2,09\$	3,12\$	4\$	4\$

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2021)

Entre las dos empresas del Perú se consigue que la presentación del peso relativo para ser exportado este producto es de 180g, por otra parte los sabores son selectivo por lo que no presentan mucha variedad en el exterior, en cuanto a su precio cada 180g se consigue una media de 3\$, por otro lado las empresas de Bolivia muestran distintas presentaciones de peso Irupana Andean Organic Food S.A. 180g y Bio XXI 160g, en cuanto a sus sabores exportables también son muy selectivos y en cuanto a su precio se determina que es el mismo 4\$.

Tabla 6.*Ficha técnica de la galleta de quinua*

FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO	
Imagen	
Partida arancelaria: 1905.31.00.00	Galletas dulces (con adición de edulcorante)
Producto	La galleta quinua es un producto natural que tiene características sólidas y crocantes a base de harina de trigo y de quinua, siendo adicionada azúcar, manteca, leche, sal yodada, bicarbonato de sodio, lecitina de soya y mono glicéridos.
Presentación	Caja de 6 kilos con 200 paquetes de 30 gramos cada uno.
Aspecto	Sólido y crocante
Color	Crema – Característico
Olor y Sabor	Característico a galleta de Quinua
Forma de consumo	El consumo es en forma diaria, siendo dirigido a niños menores de edad de cinco a catorce años de edad, además puede ser consumido diariamente por el público en general sin ninguna restricción.
Vida útil	90 días a temperatura ambiente a partir de la fecha de producción.
País exportador	Ecuador
País Importador	Canadá
Vía de transporte	Marítima

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2021)

DATOS GENERALES



Capital Ottawa

Moneda Dólar canadiense (CAD)

Población (Julio 2017)
35,623,680

Tasa de crecimiento poblacional anual (2017)

BALANZA COMERCIAL NO PETROLERA (MILLONES USD)



PRODUCTOS NP EXPORTADOS ECUADOR – CANADÁ (MILES USD)

DESCRIPCIÓN	2016 ENE-DIC	2017 ENE-DIC	ARANCEL 2017
Cacao en grano, no orgánico certificado	13,930	20,910	0%
Rosas frescas	14,457	15,850	10.5%
Los demás camarones, langostinos y demás decápodos congelados ncop	8,612	12,793	0%
Las demás flores y capullos frescos, cortados, ncop	3,432	3,798	6%
Grasas y aceites de pescado y sus fracciones, excepto aceites de hígado	3,554	3,497	0%

EXPORTACIONES DE ECUADOR A CANADÁ POR SECTOR (MILES USD)

COMERCIO REGIONAL ENTRE CANADÁ VS AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (MILES USD)

IMPORTACIONES	40,168,480	EXPORTACIONES	11,034,320
PAISES			
México	66%	México	52%
Brasil	9%	Brasil	11%
Chile	4%	Chile	6%
PRODUCTOS			
Oro	6%	Trigo y morcajo	8%
Automóviles de turismo	0%	Semillas de nabo	6%
Automóviles para transporte de mercancías	6%	Cloruro de potasio	4%

FLUJO DE IED DE CANADÁ EN ECUADOR POR SECTORES (MILES USD)

SECTORES	2015	2016	2017 III TRIM
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	1	30	50
Comercio	50	1,423	1,471
Construcción	-406	301	0.4
Electricidad, gas y agua	3,943	-	-
Explotación de minas y canteras	63,008	37,519	62,992
Industria manufacturera	46	0.5	-
Servicios comunales, sociales y personales	11,450	13,256	0,250

COMERCIO POTENCIAL 2017 (MILLONES USD)

- ➔ Bananas frescas o secas
US\$ 358.26
- ➔ Cacao en grano
US\$ 158.05
- ➔ Rosas frescas
US\$ 38.12
- ➔ Camarones y langostinos congelados
US\$ 370.42
- ➔ Demás flores frescas
US\$ 30.20
- ➔ Grasas y aceites de pescado
US\$ 120.74

Figura 5. Ficha de mercado

Fuente: ProEcuador (s.f.)

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2021)

2.1.3. Mercado – Canadá

El mercado de Canadá cuenta con diversos productos que emplean la quinua como base, por lo tanto, se mezcla con distintos ingredientes y sabores para realizar barras energéticas, sopas, pastas y artículos libres de gluten con una cantidad de productos saludables.

Las importaciones de quinua hacia el territorio canadiense llegaron a alcanzar los 17.6 millones de dólares, según Vargas (2019) “Las importaciones de quinua son registradas bajo la partida arancelaria número HS. El principal proveedor de quinua a Canadá abarcando el 72% del mercado, seguido por Perú con 18%, Estados Unidos con 9%, Francia con 1% y Ecuador con menos del 1%” (pág.44).

Canadá es un mercado muy competitivo y concurrido por empresas latinoamericanas, por lo tanto, antes de que ingresen productos a este país las compañías deben estudiar los problemas que se pueden presentar en el gran territorio que alberga Canadá al igual que existen mercados en la región que son diversificados. Por lo tanto, es necesario enfocarse en las ciudades principales de: Vancouver, Montreal, Alberta y Toronto, en estos territorios se encuentran establecidas las empresas más importantes a nivel nacional e internacional (GESTION-NEGOCIO, 2019).

En Canadá el mercado está caracterizado por la alta presencia de ciudadanos en ciertos territorios, siendo principalmente el objetivo las más pobladas. Toronto es la ciudad más resaltante del país por lo que en esta ciudad se encuentra enfocada la importación y distribución de los productos. Pero se consigue que Toronto no puede llegar a abastecer a todo el país y Montreal puede llegar a cubrir este territorio además de hacer lo mismo pero en la región de Vancouver. Desde el punto de vista de Senplades (2020) “La estructura de canales de distribución de Canadá varía según el producto. Existen estructuras que vinculan directamente a productores y consumidores, como otras un tanto más complejas, con intermediarios, como por ejemplo agentes o bróker” (pág.43).

No nada más las empresas de Canadá prefieren la importación directa si no que las pequeñas y mediana empresas realizan igualmente estas acciones, ya sea por su propia cuenta o asociándose con otras organizaciones, un claro ejemplo de ello es que las más grandes cadenas de tiendas, supermercados e industrias tienen su propio centro de importación y distribución (GESTION-NEGOCIO, 2019).

En Canadá un aproximado a los que gasta la familia su salario anual en alimentos es el 58%. 73% de los ciudadanos de Canadá van hacia los supermercados mínimo una vez por semana. Para los canadienses es necesaria una alimentación saludable, por lo tanto, el 58% de esta población se dispone a cancelar más por artículos con beneficios y naturales para preservar la salud.

Canadá es un país multicultural por el tanto cada vez solicitan más productos étnicos, la manera de consumir quinua en Canadá está en preparación de ensaladas, sopas, purés, cereal, barras energizantes y postres. El consumo de alimentos canadienses se encuentra en artículos que ya estén empacados, los canadienses adquieren la quinua orgánica y no orgánica en grano rojo o blanco, hojuelas de quinua, galletas de quinua y polvo de quinua.

2.1.3.1. Segmento de mercado

En la actualidad para seleccionar un mercado se lo debe segmentar para así brindar a la empresa una mejor oportunidad de éxito, es claro que cada vez la oferta y la demanda aumentan de manera diversas, por tal motivo es necesario identificar y analizar características destacadas el mercado que influyen directamente en las predicciones del comportamiento del consumidor frente a un determinado producto, se debe considerar el tipo de mercado consumidor, así como las características de los productos y servicios ofrecidos (CIRIBELI-MIQUELITO, 2019).

Para la segmentación de mercado se ha seleccionado el mercado de Montreal - Canadá a quien va dirigido las galletas elaboradas de quinua, exactamente a personas interesadas en una buena salud, la cual oscila entre los 18 a 65 años relativamente. Es importante destacar que el consumidor canadiense conoce que este producto “galletas de quinua” les brinda un mayor contenido de minerales que los cereales, tales como fósforo, potasio, magnesio y calcio.

Según Chávez (2019) “Canadá. Es uno de los principales canales para comercializar la quinua. Tendencias en el mercado canadiense Creciente demanda por alimentos más saludables. Sustituyen alimentos procesados por alimentos naturales y orgánicos” (pág.27).

2.1.3.2. Consumo de Galletas en Canadá

Mediante el portal web de Trade Map International Trade Centre (ITC) (2019) “La participación de Ecuador en las importaciones desde Canadá es de 5,01%, el crecimiento anual de las exportaciones por Ecuador: 2%, participación de las exportaciones mundiales: 1,5%” (pág.1).



Figura 6. Consumo de galletas de Quinoa provenientes de Ecuador a Canadá
Fuente: Trade Map International Trade Centre (ITC) (2019)
Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2021)

El 90% de la producción de quinua se presenta entre Perú con 52.000 toneladas y Bolivia con 50.000 toneladas, Ecuador produce 800 toneladas, entre las áreas de siembra y rendimiento se consiguen Bolivia con 74.000 ha 0.68 por tonelada, Perú 45.000 ha 1.16 por tonelada y Ecuador 1.000 ha 0.64 por tonelada.

Según el sistema AIRS (2015) indica que los requisitos “fitosanitarios para la entrada de la quinua a Canadá varían de acuerdo a las siguientes variables: MEDIDAS NO ARANCELARIAS del mercado Naturaleza del producto (grano o semilla) País de procedencia Provincia de destino Destinación del producto” (pág.22).

En la actualidad la exportación de quinua no está denegada hacia el territorio canadiense, pero si se necesitan cumplir con diversos requerimientos como las normas no arancelarias del mercado 13C Golden Nematode, los Estándares de Canadá para contaminantes químicos, La ley y regulaciones de etiquetado y empaquetado para el consumidor.

El canal que más adquiere estas exportaciones son las tiendas convencionales minoristas que son un 45% en total, entre las tiendas más reconocidas se consiguen las

cadena de tiendas Metro, Safeway, Sobeys, Loblaw entre otros, los segundos exportadores son las tiendas online que abarcan el 29% del mercado, por último, se sitúan las tiendas naturistas y servicios de alimentación con un 13%.

Por otra parte, es necesario resaltar que las primordiales áreas de Comercio en Canadá son Montreal, Vancouver y Toronto, esto es debido a la consolidación de embarques en estos territorios por lo que son actividades comunes dentro de la cadena de distribución, que se encuentra basada en la entrega de productor y exportador al intermediario, al importador, mayorista y para culminar a los minoristas.

2.1.3.3 Canales de distribución

Según estadísticas oficiales del Gobierno de Canadá (), el número de empresas que a nivel nacional se enfocan en la distribución de alimentos y bebidas en el territorio nacional, al cierre de 2020 son 21.839 (Tabla 7).

Tabla 7.

Número de empresas dedicadas a venta de alimentos y bebidas en Canadá

Provincia	No. de tiendas totales de alimentos y bebidas, año 2020	% partic.
Ontario	9.609	44%
Quebec	4.368	20%
Columbia Británica	2.839	13%
Alberta	2.402	11%
Otras provincias	2.621	12%
Total Canadá	21.839	100%

Fuente: Gobierno de Canadá, Estadísticas de Canada (s.f.).

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2021)

En la tabla anterior se observa que la provincia de Quebec, donde se ubica la ciudad de Montreal, existe un total de 4.368 puntos de venta donde potencialmente pueden ser distribuidas las galletas de quinua, porque con canales de distribución de alimentos y bebidas. Esto lleva a inferir la viabilidad comercial del producto en proyecto, fundamentados en que este mercado destino presenta un potencial de distribución amplio.

Adicionalmente, el canal supermercados de Canadá es muy desarrollado. Ofrece la presencia de importantes cadenas internacionales y nacionales, lo cual le puede aportar al producto en proyecto una distribución geográfica amplia concentrada en pocos distribuidores (Tabla 8). Entre los grandes, Sobeys Inc. es la cadena más popular por

precios más convenientes, aunque está en el segundo lugar de los minoristas de alimentos de Canadá (25,1 mil millones de dólares canadienses en el año 2019), con más de 1,500 tiendas bajo diferentes marcas.

Tabla 8.
Principales cadenas de supermercados en Canadá

Cadena de supermercado	Mil millones \$Canadiense año 2019	%Partc.
Loblaws	30,1	30
Sobeys	25,1	25
Metro	7,0	7
Independientes	7,0	7
Otros	31,1	31
Total ventas en supermercados	100,4	100

Fuente: (Cancillería del Gobierno de Canadá de Argentina, pág. 36).

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2021)

No obstante, de acuerdo con la información de Cancillería del Gobierno de Canadá de Argentina (), específicamente en Quebec el minorista más grande es la cadena Metro. Este supermercado tiene la particularidad que permite a los clientes llevar sus recipientes reutilizables a la hora de hacer sus compras: bolsas plásticas para charcutería, envases para precocidos, carnes, pescados y otros, anotando puntos al tema del reciclado como tendencia del consumidor.

Según Estadísticas Canadá (2021), las ventas minoristas aumentan progresivamente a una tasa promedio de 0,7% intermensual. El aumento fue liderado por mayores ventas en estaciones de gasolina (+ 4.9%) y tiendas de alimentos y bebidas (+ 1.0%). Este último segmento, ha estado liderado por los ingresos en supermercados y otras tiendas de abarrotes (+1,6%) y, en menor medida, en tiendas de cerveza, vino y licorerías (+0,4%). En Quebec, las ventas minoristas aumentaron en un 1,2% y, en el área metropolitana censal de Montreal, las ventas aumentaron un 0,9%.

Otro punto interesante a considerar en la distribución de galletas de quinua, sería enfocarla en tiendas de conveniencia. Estas tiendas, en su mayoría se enfocan en compras rápidas de productos de consumo masivo y capitalizan importantes oportunidades de compras de impulso, es decir, aquellas vinculadas a productos pequeños, de bajo precio y de fácil consumo, como serían las galletas de quinua. Igualmente, en Canadá se tienen un buen número de estos puntos de ventas (Tabla 8).

Tabla 9.*Número de tiendas de conveniencia en Canadá por provincia, año 2020*

Provincia	Número de tiendas de conveniencia, año 2020	% partic.
Ontario	2.955	39%
Quebec	2.217	29%
Columbia Británica	557	7%
Alberta	777	10%
Otras provincias	1.086	14%
Total Canadá	7.592	100%

Fuente: Gobierno de Canadá ().

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2021)

Según la tabla anterior, en Quebec se concentra casi el treinta por ciento de las tiendas de conveniencia de Canadá, lo cual significa más de dos mil doscientos puntos de ventas. Es importante destacar que el potencial de ventas para galletas de quinua a través de tiendas de conveniencia, está en línea con lo mencionado anteriormente en cuanto a que los consumidores jóvenes tienden a preferir estos canales de una sola parada, donde pueden comprar todos los elementos de su lista de compras. En ese orden de ideas, las tiendas de conveniencia son pequeños locales que generalmente ofrecen un horario de 24 horas disponibles durante todo el año, facilitando el acceso a quienes buscan practicidad en todo momento y además, les ofrecen gran variedad de productos además de alimentos y bebidas. Por ello, como se mencionó anteriormente, capitalizan importantes oportunidades de compras de impulso.

Por otra parte, Cancillería de Canadá en Argentina (2018) señala que Quebec “es la única provincia con un mayor porcentaje de tiendas independientes y no cadenas. Esto es particularmente cierto para Vendedores gourmet, boutiques de moda y exhibiciones de diseño que ofrecen productos únicos y de gama alta a un mayor precio” (pág.28)

2.1.3.4. Acuerdos comerciales entre Ecuador y Canadá

Canadá y Ecuador han mantenido colaboraciones oficiales diplomáticas bilaterales a partir del año 1960. En la actualidad, nuestras propias interrelaciones permanecen creciendo una y otra vez en sectores (RELACIONES-BILATERALES, 2020).

Canadá tiene una embajada en el Ecuador específicamente en la ciudad de Quito por lo tanto es nombrada como un Consulado de Honor en Guayaquil. Ecuador al igual presenta una embajada en Canadá en la ciudad de Ottawa además tiene consulados en Vancouver y Toronto.

Las colaboraciones bilaterales canadienses con Ecuador son lineales mediante los valores que comparten inclusive el compromiso con la Democracia, prosperidad, derechos humanos y un profundo trueque en Enseñanza.

2.1.4 Certificaciones

REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 151 (1R) “GALLETAS”

Este reglamento técnico ecuatoriano establece los requisitos que deben cumplir las galletas, previamente a la comercialización de productos nacionales e importados, con el propósito de proteger la salud de las personas, así como prevenir prácticas que puedan inducir a error. (normalizacion, 2022)

Este reglamento técnico se aplica a los siguientes productos: Galletas saladas, dulces, wafer, rellenas, revestidas o recubiertas.

REQUISITOS DE ENVASE, EMPAQUE Y ROTULADO O ETIQUETADO5.

Los productos objeto de este reglamento técnico debe contener la información de rotulado de acuerdo a lo establecido en el reglamento técnico RTE INEN 022(2R) “Rotulado de productos alimenticios procesados, envasados y empaquetados”.

2.2. Marco Conceptual

Aranceles

Un arancel es un impuesto o gravamen que se aplica solo a los bienes que son importados o exportados. Según Padin (2019) “El más usual es el que se cobra sobre las importaciones; en el caso del Ecuador y muchos otros países. Existen dos tipos de aranceles, ad-valorem y los aranceles específicos” (pág.29).

Barreras arancelarias

Las barreras arancelarias son los impuestos (aranceles) que deben pagar los importadores y exportadores en las aduanas de entrada y salida de las mercancías. Bordón (2020) expresa que “El arancel o tarifa arancelaria puede considerarse como el instrumento que proporciona transparencia y certidumbre al exportador y al importador” (pág.6).

Barrera no arancelaria

Coll (2020) sostiene que “Se consideran barreras no-arancelarias todas aquellas medidas (diferentes del arancel) que impiden el libre flujo de mercancías entre los países. También se incluyen las medidas que estimulan artificialmente la producción y el comercio” (pág.13).

Calidad

Palma et al. (2018) consigue que “Calidad es el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren capacidad de satisfacer necesidades, gustos y preferencias, y de cumplir con expectativas en el consumidor” (pág.24). Las características pueden estar relacionadas con los insumos que se utilizan con la presentación, conservación, servicio al cliente, diseño, estética y durabilidad entre otros.

Comercio internacional

Desde el punto de vista de Rodriguez (2019) “Cuando hablamos de comercio exterior, comercio internacional o comercio mundial, nos referimos al conjunto de transacciones económicas que involucran el intercambio de bienes y servicios entre los distintos países y sus respectivos mercados internos” (pág.31).

Exportación

Cos et al. (2021) indica que “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” (pág.19).

Galleta

Según la norma INEN 2085, (1996) galletas se definen como “los productos obtenidos mediante el horneado apropiado de las figuras formadas por el amasado de derivados del trigo u otras farináceas con otros ingredientes aptos para el consumo humano” (pág.26).

Importación

Pilozo et al. (2019) consiguen que “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” (pág.27).

Impuestos

Según Cárdenas (2020) “Es aquella prestación en dinero realizada por los contribuyentes que por ley están obligados al pago, cuya prestación es exigida por un ente recaudador, que casi siempre es el Estado” (pág.5).

Mercado

Polanyi (2020) sostiene que “un mercado es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos. Una definición de mercado según la mercadotecnia: Conjunto de consumidores que quieren, pueden y están dispuestos a comprar o vender un producto ofertado” (pág.46).

Producción

De acuerdo con Lefebvre (2020) “La producción es cualquier actividad que aprovecha los recursos y las materias primas para poder elaborar o fabricar bienes y servicios, que serán utilizados para satisfacer una necesidad” (pág.29).

Quinua

Pinedo et al. (2018) determinan que “La quinua es una planta andina que se originó en los alrededores del lago Titicaca de Perú y Bolivia. La quinua fue cultivada y utilizada por las civilizaciones prehispánicas y reemplazada por los cereales a la llegada de los españoles” (pág.5).

2.2.1. Teoría de modelo de Heckscher-Ohlin

La teoría de la ventaja comparativa no explica por qué los costes relativos difieren entre los países. (Heckscher, 1919) afirma que,

Los requisitos previos para que se inicie el comercio internacional pueden quedar resumidos de la siguiente forma: diferente escasez relativa, es decir, distintos precios relativos de los factores de producción en los países que comercian, y diferentes proporciones de factores productivos para bienes distintos (pág. 278)

De acuerdo con Ohlin (1933) “es la distinta dotación factorial la causa fundamental de las diferencias de costes comparativos y, por lo tanto, del intercambio” (pág. 278)

Se puede determinar que de acuerdo a los recursos que tiene cada país se dan las posibilidades de intercambio, es decir, se estudia los efectos que va a tener un producto al ingresar a otro mercado para así determinar ventajas y desventajas ya que los países tienden a exportar bienes en los que tienen una elevada producción y factores adecuados.

Por regla general, el teorema se formaliza empleando un modelo de dos países, dos factores y dos productos, que requiere adoptar también las siguientes hipótesis: existe competencia perfecta en los mercados de factores y productos; no hay inversión factorial, es decir, la diferente intensidad factorial de los bienes no cambia de un país a otro; la cantidad total de factores de producción es fija para cada país; las dotaciones factoriales son distintas y los factores tienen movilidad entre ramas de la producción pero no entre países. (Blanco, 2011)

2.2.2. Teoría del coste de oportunidad de G Haberler

De acuerdo con Haberler (1936) “la ley del costo comparativo, en que el costo de una mercancía representa la cantidad en que se renuncia producir una mercancía, para liberar los recursos estrictamente necesarios para producir unidades adicionales de otra mercancía” (pág. 11)

Esta teoría se basa en los costos de producción y las ventajas comparativas ya que cuando un país tiene ventaja respecto al otro no solo se obtienen los beneficios generales, sino que el país aventajado se va a especializar más en el bien de manera que el país con menos recursos no lo hará.

2.3. Marco Legal

Dentro del presente marco legal se establecen requerimientos relacionados al comercio exterior en Ecuador, por lo que se describen los artículos que promueven la correcta ejecución de exportaciones e importaciones en el país.

Constitución de la República del Ecuador

La constitución del Ecuador, es una norma suprema, donde se encuentra regida toda la legislación del Ecuador, donde se presentan las normas principales que protogen las

libertades, derechos y obligaciones de la población al igual como las de la nación y las instituciones del mismo.

- Artículo 304 la política comercial va a tener los próximos fines:

Desenvolver, robustecer y movilizar los mercados internos desde el enfoque de la estrategia perdedeterminada en el Proyecto de Desarrollo.

Regular, fomentar y llevar a cabo las ocupaciones que corresponden para fomentar la inserción estratégica de la nación en la economía mundial.

3. Robustecer el artefacto beneficioso y la producción nacionales.

Ayudar a que se garanticen la autonomía alimentaria y energética, y se disminuyan las desigualdades internas.

Evadir las prácticas monopólicas y oligopólicas, especialmente en la zona privado, y otras que perjudiquen el desempeño de los mercados.

Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones

En el Codigo Organico de la Producción Comercio e Inversiones, se encuentran en divisiones establecidas como libros, los artículos que sirven de orientacion para que le permita a sus usuarios mejorar sus exportaciones (Código Organico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2015). Conforme a la Constitucion de la Republica y el Plan de Desarrollo, en este reglamento se aborda el tema sobre la exportación, mencionado en el

- Art. 93.- Fomento a la exportación

El Estado es el encargado de impulsar las exportaciones a través de mecanismos de orden general, contemplados como normas legales o programas de Gobierno, estos podrían ser a través de:

- a. Ingreso a programa de preferencias arancelarias.

Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos o materias primas que establezca este Código.

- b. Derecho a acogerse a regímenes especiales aduaneros.

Ayuda en superficies de información, capacitación, promoción externa y desarrollo de mercados, conformación de consorcios, alianza de exportadores y demás ocupaciones en el marco de la promoción de las exportaciones que impulse el régimen.

Derecho a entrar a los incentivos de la inversión pública provechosa, previstos en este Código y sus reglas pertinentes.

Libro V

De la Competitividad Sistémica y de la Facilitación Aduanera

Simplificación de los trámites: En cuanto con la finalidad del Sistema Nacional de Registros sobre información pública, las instituciones, entidades y organismos de la nación en cuanto a las competencias es necesario presentar los trámites de la administración que son realizados frente a estos. En el ambiente las instituciones, entidades y organismos públicos tienen que llevar a cabo bases de datos automáticas sin poder reclamar copias de presentación certificadas.

Según el Código Orgánico de la Producción (2015) “Es el sistema aduanero que posibilita la salida definitiva de mercancías en independiente circulación, fuera de la región aduanera comunitaria o a una Región Particular de Desarrollo Económico ubicada dentro de la región aduanera ecuatoriana, con sujeción a las posiciones establecidas” (pág.32).

Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021

Dentro de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021 se dan a conocer los objetivos en los cuales se encuentra el que tiene relación con la investigación ya que por medio de la misma se analiza la exportación de un producto con valor agregado generando varias fuentes de trabajo.

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria

Se presentan incentivos para las producciones que van a partir del crédito para generar emprendimientos nuevos; posicionando los sectores del turismo y la gastronomía hasta promocionar mecanismos de venta de manera nacional e internacional (Secretaría Nacional de Organización y Desarrollo, 2017).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Metodología

Debido a que los objetivos de la investigación, se orientan al estudio de la viabilidad de la exportación de galletas de quinua hacia el mercado de Montreal (Canadá), a los fines de determinar ventajas y desventajas en la comercialización del producto, se asumió una metodología documental. Esta metodología implica “un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales” (Arias, 2016, pág. 27).

Se consideró adecuado este método, dado que la información necesaria se encuentra principalmente en documentos generados por fuentes de tipo secundaria. Es decir, datos o información que se encuentra disponible en bases de datos y documentos electrónicos que están disponibles para las actividades y operaciones de comercio exterior.

3.2. Tipo de investigación

Se realizó una investigación de nivel exploratorio y descriptivo.

Fue de nivel exploratorio, por cuanto se pretende establecer las ventajas y desventajas de la exportación y comercialización de las galletas de quinua hacia el mercado de Montreal en Canadá de manera que, con base en los resultados de la investigación, se realice un correcto análisis de viabilidad de esta iniciativa de comercio exterior.

Arias (2016) establece que, los estudios a nivel exploratorio son aquellos que se efectúan “sobre un tema desconocido o poco estudiado, por lo que los resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos” (pág.23).

En nivel descriptivo se alcanzó en función de la caracterización de tendencias y evolución de la oferta y la demanda de galletas de quinua en el mercado canadiense, con base en los datos cuantitativos secundarios recabados.

En ese orden de ideas, el mismo autor en referencia señala que una investigación de nivel descriptivo, consiste en la caracterización de personas, hechos o fenómenos, “con el fin de conocer su estructura o comportamiento” (pág.24).

3.3. Enfoque

En esta investigación se asumió el enfoque cualitativo-analítico.

Bajo este enfoque metodológico, el investigador interpreta los resultados de los datos recabados sin tener para ello que “reducirlos a números ni analizarlos estadísticamente, aunque el conteo de regularidades y diferencias puede utilizarse para fortalecer el análisis” (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018, pág. 10).

Para ello, se aplicó la inducción como método de razonamiento e interpretación de los datos y la información recabada, relacionada con el comercio exterior de las galletas de quinua entre Ecuador y la ciudad de Montreal como mercado destino, de forma tal que se pudo obtener un conocimiento general al respecto.

3.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de la Información

En este proyecto se utilizan técnicas documentales para la recolección de datos e información secundaria que, de acuerdo con los señalamientos de Hernández-Sampieri & Mendoza (2018, págs. 441-443), sugieren la medición de las variables sino la identificación de conceptos y categorías, apoyados principalmente en: anotaciones, observación, documentos diversos e historias de vida. Es por ello que resultaron funcionales a los objetivos de la investigación concentrada en un análisis exploratorio de la factibilidad de las exportaciones de galletas de quinua hacia Montreal como mercado destino.

De forma regular, las investigaciones documentales como la presente, utilizan técnicas documentales para la recolección de la información secundaria, tales como: observación documental, entrevistas y sesiones de grupo. La principal técnica usada en la investigación fue la observación documental.

3.4.1. La observación documental

Esta técnica implicó que, como primer paso, se realizara una exploración de documentos fuentes de información para buscar y observar aspectos de interés acerca de la quinua, su evolución en el comercio internacional en cuanto a oferta y consumo, así

como de las capacidades ecuatorianas para su producción. Posteriormente, las fuentes se revisaron con mayor profundidad para identificar qué información específica era útil a los objetivos, extraerla, procesarla y así, transformarla de forma lógica en información consumible para un análisis cualitativo ” (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). La técnica de observación, según los autores en referencia:

No es completamente estructurada y consiste en la revisión de documentos, produciendo información y resultados en manera de diagramas, notas, cuadros, diagramas para presentas descripciones detalladas. El explorador cualitativo ante esto encuentra el significado de la información por lo que no es necesario reducirlos a números ni estudiarlos.

3.5. Población en Estudio

La población se identifica en el contexto de comercio exterior del Ecuador como país de origen. Esto comprende los actores, productos, operaciones de comercio exterior y la normativa legal vigente, vistos a través de documentos para un período específico. Arias (2016) establece que la población objetivo es un conjunto de “elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación y que estos elementos pueden estar representados por objetos, individuos, grupos, documentos, etcétera, definidos según la interrogante de la investigación” (pág.81).

No es completamente estructurada y consiste en la revisión de documentos, produciendo información y resultado en manera de diagramas, cuadros, notas, con análisis detallados. El estudio cualitativo secciona el significado de la información y no es necesario disminuirlo a números ni presentarlos estadísticamente, pero el conteo de diferencias y regularidades pueden ser utilizados para reforzar el análisis.

3.6. Muestra

Se extrajo una muestra de la población con un método no probabilístico intencional, en el cual “los elementos son escogidos con base en criterios o juicios preestablecidos por el investigador” (pág.85). Así, la muestra del estudio la conformaron las exportaciones ecuatorianas de quinua hacia Canadá, con énfasis en la partida “otros productos elaborados con quinua”, tomando el período de análisis comprendido entre 2016 y 2020.

3.7. Análisis de Resultados

El análisis de resultados se realizó en dos fases:

Utilizando la observación como herramienta, se construyeron tablas, gráficos e infografías con base en la recolección de datos cuantitativos secundarios, acerca de los indicadores de las exportaciones ecuatorianas de quinua y sus derivados al mercado internacional desde el 2016 hasta el 2021. Esos datos se extrajeron de fuentes como las bases de datos y encuestas oficiales del INEC y del BCE, así como también de portales oficiales del Gobierno de Canadá, Perú y Argentina, con el fin de conocer el comportamiento del consumidor y la evolución de los principales países exportadores. Todo ello, con el propósito de dar cumplimiento al primer objetivo de investigación.

En una instancia prácticamente paralela a la anterior, se realizó el análisis cualitativo e inductivo de la información oficial recopilada, estableciendo las tendencias de consumo del mercado destino de acuerdo a la demanda de galletas de quinua y la competencia, dando respuesta al segundo objetivo de la investigación. Se puede decir, durante esta fase se estudió el mercado de la ciudad de Montreal de Canadá, en función de la estimación del potencial para productos alimenticios derivados de quinua ecuatoriana, a partir de anuarios estadísticos y compendios legales y regulatorios encontrados en sitios web de Ecuador y Canadá referidos al segmento.

3.7.1. Exportaciones globales de Quinua y sus derivados

Las exportaciones totales de Quinua alrededor del mundo, desde el año 2016 al 2020 han promediado un volumen de 84.800 toneladas al año aproximadamente y, en valores, alrededor de los 212 millones de dólares por año (Tabla 10).

Tabla 10.

Exportaciones mundiales de Quinua en granos, 2016 – 2020

	2016	2017	2018	2019	2020
TM	76.996	86.898	85.529	83.862	91.002
Variación		13%	-2%	-2%	9%
US\$ Millones	190	201	207	242	222
Variación		6%	3%	17%	-9%

Fuente: FAO STAT.

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2022)

De acuerdo con la tabla anterior, las exportaciones totales de Quinua en granos decrecieron ligeramente en volumen en los años 2019 y 2020; no fue así en el caso de los valores, donde el decrecimiento se registró en el año 2020, significando la pérdida de 20 millones de dólares, donde se infieren los efectos de la crisis de pandemia COVID-19 en la interrupción de las cadenas de suministro a nivel mundial.

Por otra parte, el cultivo de Quinua alcanza mayor rendimiento en los climas templados y fríos. De allí que los principales productores en el mundo sean los países andinos: Bolivia, Ecuador y Perú (Figura 7). Al respecto, es importante mencionar diferencias entre las cifras reportadas por los diferentes Gobiernos, razón por la cual la FAO STAT advierte dificultad para la consolidación de esta data histórica.

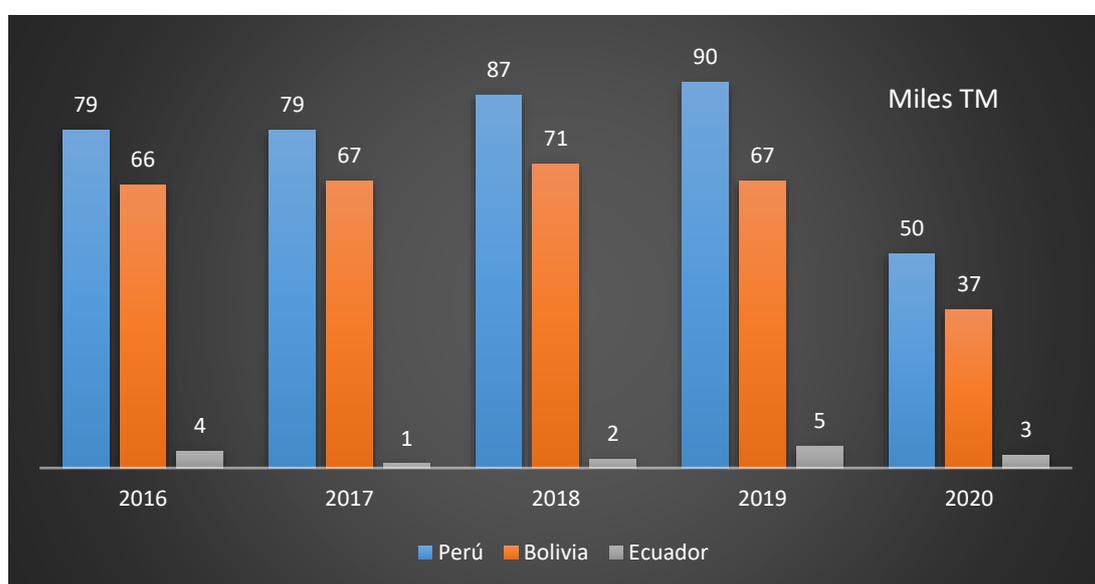


Figura 7. Principales países productores de Quinua

Fuente: FAO STAT.

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2022)

Según los datos mostrados en el gráfico anterior suministrados por la FAO STAT, desde el año 2016 al 2020 Perú es el mayor productor de Quinua en grano a nivel mundial, con tendencia al aumento durante 2016 a 2019, seguido por Bolivia y Ecuador. Por otra parte, se conoce que EEUU, Canadá, Europa, Asia y Australia tienen cultivos de Quinua; las cifras aún no se reportan por sus bajos volúmenes de producción.

En el caso de todos los países mostrados, la producción de 2020 descendió de manera importante. Esto, cónsono a lo mencionado de los efectos de COVID-19, el primer trimestre son los meses óptimos para la siembra de esta semilla, cuando la temperatura del suelo es superior a los 5° centígrados; el ciclo vegetativo desde la siembra hasta la recolección oscila entre los 160 y los 180 días.

En cuanto a los principales exportadores de Quinua en el mundo, es importante diferenciar entre la Quinua en granos y los productos elaborados. En este último segmento, resaltan como exportadores los países industrializados: China, EEUU, Canadá y Alemania entre los primeros lugares, los cuales adquieren la materia prima de los productores.

Es así que los principales exportadores de Quinua en granos, es equivalente a los países productores: Perú, Bolivia y Ecuador (Figura 8).

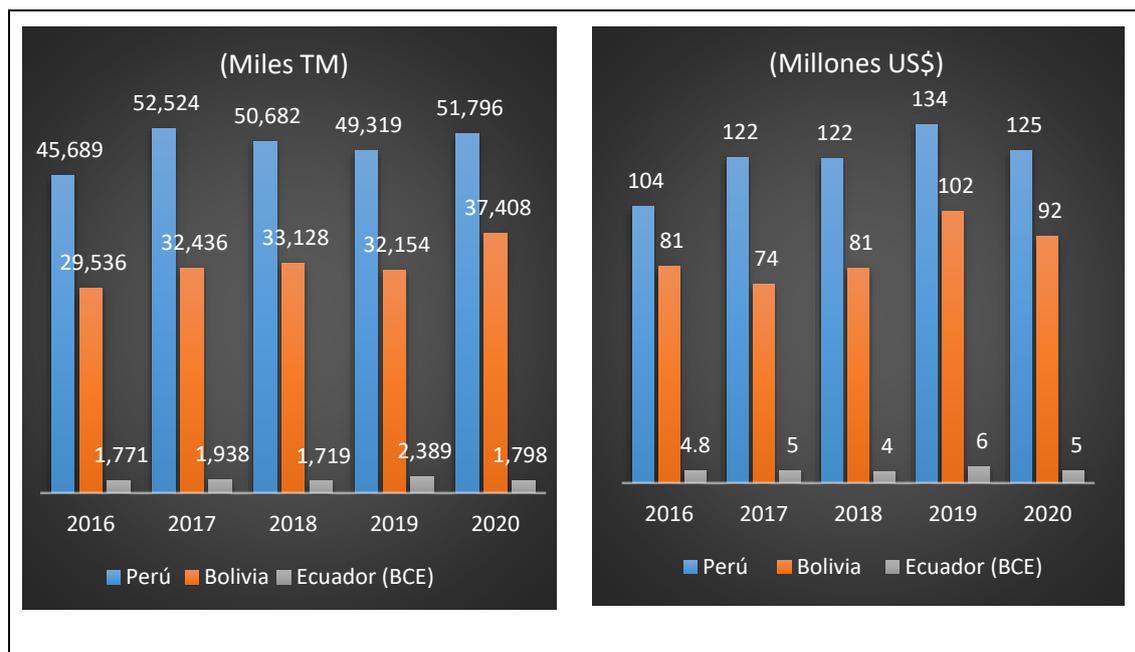


Figura 8. Principales exportadores de Quinua en granos
 Fuente: Trademap (s.f.), tomadas Nota: las cifras de Ecuador son oficiales del BCE.
 Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2022)

Perú domina la oferta en este mercado internacional, seguido por Bolivia con bastante diferencia. Ecuador por su parte, la participación es poco representativa.

De los datos mostrados en el gráfico anterior en volúmenes, se observa que el líder Perú, luego que desde 2017 a 2019 había pasado por un período involutivo, ligeramente se recupera en el 2020 (+5%); de hecho, podría decirse que el nivel de las exportaciones de Quinua en granos de ese país ha sido prácticamente estable. De allí que, los precios en el mercado internacional definen un período estable para Perú entre 2017 y 2018, un importante crecimiento en el 2019 de 13 millones de dólares (+10,4%) versus el año anterior, para de nuevo decrecer en el 2020 (-7%), ubicándose prácticamente a niveles del 2017 y 2018.

En la Figura 9 se referencian las exportaciones hacia Canadá correspondientes al arancelario donde se incluyen las galletas de Quinoa (190410: productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado), realizadas por Bolivia, Perú t Ecuador.

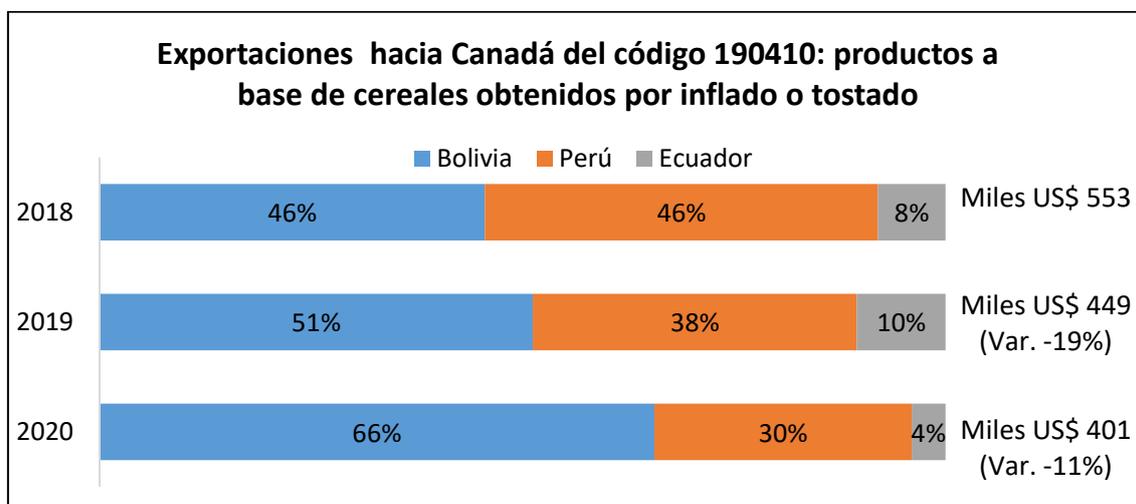


Figura 9. Participación en las exportaciones del código 190410: productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado

Fuente: Trademap.

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2022)

Según lo que se muestra en el gráfico anterior, entre el año 2018y 2020 según los datos de Trademap, las exportaciones del código han disminuido progresivamente. No obstante, Bolivia se ha constituido en el líder con las dos terceras partes del segmento, seguido por Perú y Ecuador; este último país resalta por su residual participación en el segmento.

En contraste, de acuerdo con la información que suministra el Gobierno de Perú (s.f.), en los dos últimos años más del 20% corresponden a galletas elaboradas de Quinoa (Tabla 11) y además, ese país ha tenido una evolución positiva en ese segmento.

Tabla 11.

Exportaciones de galletas de Quinoa de Perú (Millones US\$, FOB)

	2016	2017	2018	2019	2020
Total	103	103	22	134	463
Golosinas (Perú)	46	11	8	31	95
	44%	11%	6%	23%	21%

Fuente: (Gobierno de Perú, 2021).

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2022)

Según esta última tabla, en golosinas, donde se incluyen las galletas de Quinoa, Perú ha mejorado su desempeño notablemente. De hecho, en 2019 ganó 23 millones de dólares respecto a 2018 61 millones de dólares.

En cuanto al desempeño de Ecuador en el mercado internacional de la Quinua en granos, las exportaciones en volumen han decrecido año tras año a partir del 2019. La subpartida de mayor exportación es la Quinua en granos; aunque la orgánica certificada se le acerca en participación (Figura 10).



Figura 10. Exportaciones del Ecuador por subpartida (Volumen)

Fuente: BCE (s.f.).

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2022)

En este gráfico se observa que las exportaciones de Quinua en granos en el Ecuador desde el 2016 al año 2020, se distribuyen en dos subpartidas: Quinua orgánica certificada y la Quinua en granos. Se infiere que la demanda a lo largo del período analizado, es en una proporción de 60:40 aproximadamente, a favor de la Quinua en granos.

Al ver el comportamiento de las subpartidas de Quinua exportadas por el Ecuador en valores (Figura 11), se observa un comportamiento contrario desde el 2016 al 2019; es decir, mientras las exportaciones de la orgánica certificada descendieron, la Quinua en granos ganaba valores infiriendo precios más competitivos en el mercado internacional para esta subpartida. En ambos casos, las exportaciones desde el 2019 al 2020 en valores, también decrecieron cónsono con el comportamiento en volumen.



Figura 11. Exportaciones del Ecuador por subpartida (Miles US\$)

Fuente: BCE (s.f.).

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2022)

Según las cifras oficiales del Banco Central del Ecuador (BCE), desde el año 2016 y hasta el 2021, los principales clientes del Ecuador para la Quinoa en granos son: Israel, Canadá, EEUU, Francia y Alemania, en ese orden. Alemania y Países Bajos han bajado sus compras al país de manera importante, a pesar que, como ya se mencionó, han incrementado su participación a nivel global en este segmento. Estos cinco países concentran alrededor del 80% de la oferta ecuatoriana hacia el mercado internacional (Tabla 12).

Tabla 12.
Exportaciones del Ecuador por país destino (Miles US\$)

País	2016		2017		2018		2019		2020		2021	
	TM	FOB										
Mundo	1.771	4.794	1.938	4.707	1.719	4.270	2.389	6.117	1.798	4.572	1.353	3.224
Israel	0	0	400	794	416	892	506	1.295	690	1.731	552	1.240
Canadá	80	348	100	289	180	398	280	685	397	994	360	900
Estados Unidos	92	245	544	1.424	488	1.417	247	826	189	518	181	390
Francia	23	79	72	252	60	209	81	277	77	272	63	227
Alemania	40	94	130	304	70	171	141	325	80	191	60	78
Países Bajos	40	87	140	289	140	318	340	855	200	461	60	98
Reino Unido	40	106	40	104	0	0	20	56	0	0	40	107
Todo lo demás	1.457	3.835	513	1.251	365	864	774	1.798	164	405	38	184

Fuente: BCE (s.f.).

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2022)

A los objetivos del presente estudio, se observa que los comportamientos de las exportaciones hacia Canadá han evolucionado progresivamente desde 2016 a 2020; el descenso mundial que antes se describió en el 2020, no afectó las exportaciones ecuatorianas de Quinoa hacia ese país. Por el contrario, crecieron en un 42 % en volumen (Figura 12).

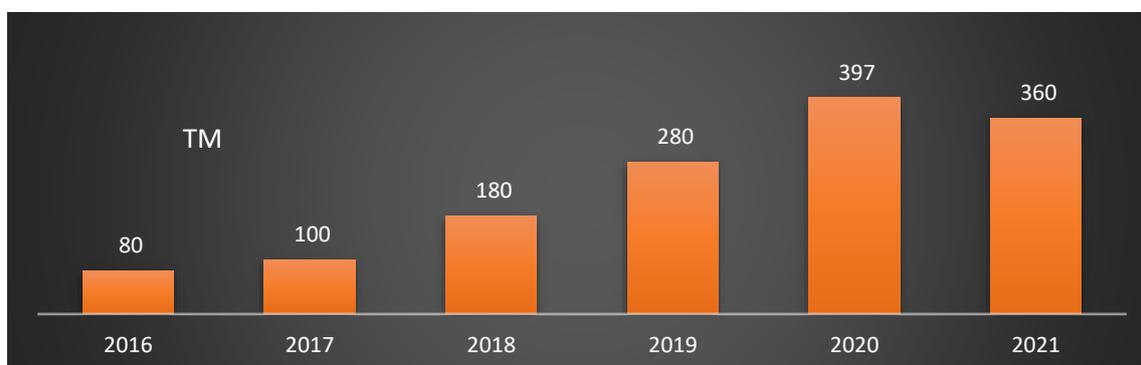


Figura 12. *Exportaciones de quinoa del Ecuador hacia Canadá (Volumen, TM)*

Fuente: BCE (s.f.).

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2022)

3.7.2. Demanda global de Quinua

El principal demandante de Quinua en granos a nivel mundial es EEUU, por más de dos tras partes con respecto a Canadá y Francia que ocupan el segundo y tercer lugar en el ranking del año 2020, respectivamente (Figura 13).

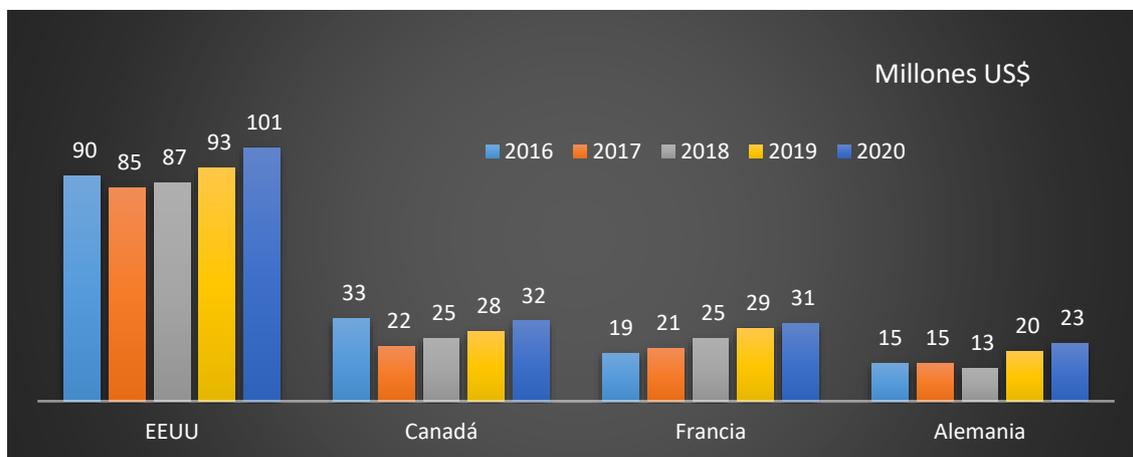


Figura 13. Principales importadores de quinua en granos (Millones US\$)

Fuente: Trademap (s.f.).

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2022)

Las cifras del Gobierno de Perú (2021), difieren un tanto de lo mostrado en el gráfico anterior. Según esa fuente, EEUU concentró el 33,33% de la demanda en valores en el año 2020, seguido por Alemania que registró mayor dinamismo con un crecimiento del 41,8% con respecto a su participación en 2019 y Canadá. Según Cancillería del Gobierno de Canadá de Argentina (), Quebec participa del 13% de las importaciones totales del país.

CAPÍTULO IV

INFORME FINAL

Con base en los conocimientos adquiridos en la primera fase, se pasó a una de análisis y síntesis. Así, en este capítulo, a los fines de dar cumplimiento al tercer objetivo de la investigación que insta a conseguir las desventajas y ventajas de la exportación y comercialización de las galletas de quinua para realizar el correcto análisis de su viabilidad, se presenta el perfil del mercado canadiense, las tendencias del consumidor canadiense, la infraestructura comercial disponible para la Quinua en la provincia de Quebec, el régimen de las relaciones comerciales entre Ecuador y Canadá.

Finalmente, se confluje en el análisis FODA, la cual permitió ordenar los factores internos y externos que definen la situación estratégica particular estudiada, determinando las ventajas y desventajas de la exportación y comercialización de las galletas de Quinua, a fin de recomendar la realización de un análisis formal de la viabilidad de la exportación hacia el mercado de Montreal.

4.1. Perfil del Mercado Canadiense

El crecimiento del PIB de Canadá al cierre del tercer trimestre de 2021, creció 4% respecto al 2020; el PIB per cápita es de 11.096 euros, ubicándose en el puesto 14 de 53 países publicados por el portal de Datosmacro (), lo cual indica que sus habitantes tienen un nivel de vida alto. La capital es Ottawa, ubicada en la provincia de Ontario en el sureste, muy cerca de Montreal (provincia Quebec) y la frontera con EEUU.

Montreal es la ciudad más grande de Quebec, con una superficie: 431,5 km²; posee una población de 1,78 millones de habitantes. El 25 % de los habitantes y el 35 % de la actividad económica de Canadá se encuentran en Quebec. El puerto de Montreal es conocido como el segundo puerto más grande que recibe contenedores en Canadá, por lo tanto son gestionados más de 30 millones de carga en toneladas. Montreal es una ciudad muy movida, por lo que son celebradas muchas actividades por lo tanto son encontrados diversos museos donde también son celebradas actividades deportivas y culturales (OEA, s.f.).

En la Figura 14 se presenta la ficha técnica de Canadá que suministra ProEcuador



DATOS GENERALES



Capital Ottawa

Moneda Dólar canadiense (CAD)

Población (Julio 2017)
35,623,680

Tasa de crecimiento poblacional anual (2017)

BALANZA COMERCIAL NO PETROLERA (MILLONES USD)



PRODUCTOS NP EXPORTADOS ECUADOR – CANADÁ (MILES USD)

DESCRIPCIÓN	2016 ENE-DIC	2017 ENE-DIC	ARANCEL 2017
Cacao en grano, no orgánico certificado	13,930	20,910	0%
Rosas frescas	14,457	15,850	10.5%
Los demás camarones, langostinos y demás decápodos congelados ncop	8,612	12,793	0%
Las demás flores y capullos frescos, cortados, ncop	3,432	3,798	6%
Grasas y aceites de pescado y sus fracciones, excepto aceites de hígado	3,554	3,497	0%

EXPORTACIONES DE ECUADOR A CANADÁ POR SECTOR (MILES USD)

COMERCIO REGIONAL ENTRE CANADÁ VS AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (MILES USD)

IMPORTACIONES	40,109,400	EXPORTACIONES	11,634,320
PAÍSES			
México	66%	México	52%
Brasil	9%	Brasil	11%
Chile	4%	Chile	6%
PRODUCTOS			
Oro	6%	Trigo y morcajo	9%
Automóviles de turismo	6%	Semillas de nabo	6%
Automóviles para transporte de mercancías	6%	Cloruro de potasio	4%

FLUJO DE IED DE CANADÁ EN ECUADOR POR SECTORES (MILES USD)

SECTORES	2015	2016	2017 III TRIM
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	1	30	50
Comercio	50	1,423	1,471
Construcción	406	301	0.4
Electricidad, gas y agua	3,543	-	-
Explotación de minas y canteras	63,008	37,519	62,992
Industria manufacturera	45	0.5	-
Servicios comunales, sociales y personales	11,450	13,256	0,258

COMERCIO POTENCIAL 2017 (MILLONES USD)

- ➔ Bananas frescas o secas
US\$ 358.26
- ➔ Cacao en grano
US\$ 158.05
- ➔ Rosas frescas
US\$ 38.12
- ➔ Camarones y langostinos congelados
US\$ 370.42
- ➔ Demás flores frescas
US\$ 30.20
- ➔ Grasas y aceites de pescado
US\$ 120.74

Figura 14. Ficha técnica de Canadá

Fuente: ProEcuador (s.f.)

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2022)

4.2. Tendencias del Consumidor

Según ProColombia (2018), es creciente el interés de los canadienses por consumir comida orgánica y saludable y, en ese sentido, la quinua cuenta con una demanda creciente. De acuerdo con la fuente, cada hogar destina un gasto promedio del 58 % de sus ingresos anuales en la compra de alimentos; el 73% de los canadienses visitan el supermercado al menos una vez por semana. Le dan mucha importancia a la alimentación saludable y, cónsono a ello, el 58 % de la población está dispuesta a pagar más por productos con propiedades naturales y con beneficios para la salud.

De acuerdo con un estudio de mercado realizado por la Cancillería del Gobierno de Canadá en Argentina (),

los niños y jóvenes (0 a 19 años de edad) influyen rápidamente en los hábitos de adquisición de los padres, persiguiendo tendencias de consumir ampliamente estos productos, los padres de Canadá adquieren en todo momento alimentos saludables para la salud siendo más propensos a adquirir artículos orgánicos (pág.11).

Agregan que los que fabrican los alimentos se encuentran realizando cada vez más interesantes para los niños por lo que ofrecen cantidades menores, siendo pre-envasados de alimentos para personas adultas, al igual que los bocadillos de verduras y frutas para los niños. Agregado con la salubridad de la familia como principal objetivo, los padres pueden ser más influenciados a adquirir marcas de nombre de confianza que han estado confiados en que estos productos son seguro consumo para los niños. Esto es porque los padres se encuentran sin tiempo por lo tanto necesitan una solución conveniente que los ayude con sus hijos a ser una vida más fácil, por lo que el 60% buscan artículos que ahorren tiempo. Este segmento del mercado ha sido focalizado tradicionalmente en las femeninas ya que están siendo responsables de las compras que se hacen diariamente en el hogar.

De igual forma, de cara al futuro, la Cancillería del Gobierno de Canadá en Argentina () hace ver la importancia del grupo poblacional de los Millenials (Generación Y) en su estructura poblacional: además de ser los consumidores del futuro, cada vez más toman el rol de sus padres como la cantidad de consumidores más gran de Canadá. En todo momento se están presentado mejores artículos para probar, y se encuentran libres para ser adoptados para artículos étnicos que son nuevos en el mercado, mostrando preferencia por adquisiciones de comida de una gama baja y

media; además el 85% de la generación millennial indican que a estos les gusta probar nuevos artículos con regularidad.

Además de esto es favorecida la conveniencia y los minoristas por lo que las cadenas de suministro con una parada pueden adquirir todo lo que necesitan en su lista de compras, los millenials tienen basada su decisión de compra que inicialmente en el precio, con la mitad buscando la marca que es de menor precio cuando van a comprar. Los milénicos quieren encontrar sobre los productos que adquieren y buscan compañías que estén alineadas con sus valores propios.

4.2. Infraestructura Comercial para la Quinua

Al respecto, los canales de distribución en Canadá cumplen un rol fundamental en la cadena de la Quinua; las cadenas de supermercados y tiendas naturistas son los principales canales de distribución. Las ventas se concentran en Ontario y Quebec.

4.2.1. Cadena de valor para el exportador

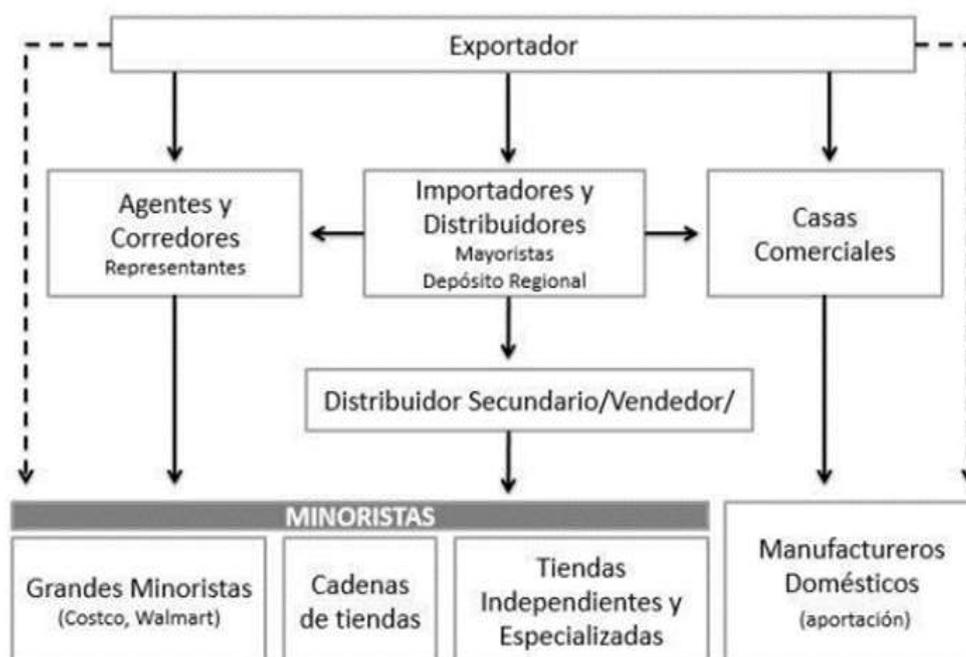


Figura 15. Cadena de valor del exportador en Canadá
 Fuente: Cancillería del Gobierno de Canadá de Argentina. (pág. 34).
 Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2022)

En ese sentido, es importante destacar que, según ProColombia (s.f.), es una práctica comercial muy común que los supermercados se abastezcan de los granos o semillas directamente de los intermediarios o distribuidores y no directamente al exportador.



Figura 16. Principales supermercados y tiendas de comestibles en Canadá

Fuente: (Cancillería del Gobierno de Canadá de Argentina, pág. 36)

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2022)

Por otra parte, Cancillería de Canadá en Argentina (2018) señala que

Quebec es la única provincia con un mayor porcentaje de tiendas independientes y no cadenas. Esto es particularmente cierto para Vendedores gourmet, boutiques de moda y exhibiciones de diseño que ofrecen productos únicos y de gama alta a un mayor precio (pág.28).

Márgenes a lo largo de la cadena de distribución. En promedio, fuentes oficiales de Canadá señala que los márgenes a lo largo de la cadena de distribución son:

los importadores promedian 10%, los mayoristas promedian 30%, y los minoristas promedian 30-40%. La mayor competencia de precios es un tema en todos los sectores del mercado canadiense. La consolidación del mercado reduce los márgenes de ganancia, por lo que los grandes minoristas tratan de evitar a los mayoristas completamente para tratar ahorrar (Cancillería del Gobierno de Canadá de Argentina, pág. 34).

Según Estadísticas Canadá (2021), las ventas minoristas aumentan progresivamente a una tasa promedio de 0,7% intermensual. El aumento fue liderado por mayores ventas en estaciones de gasolina (+ 4.9%) y tiendas de alimentos y bebidas (+ 1.0%). Este último segmento, ha estado liderado por los ingresos en supermercados y otras tiendas de abarrotes (+1,6%) y, en menor medida, en tiendas de cerveza, vino y licorerías (+0,4%). En Quebec, las ventas minoristas aumentaron en un 1,2% y, en el área metropolitana censal de Montreal, las ventas aumentaron un 0,9%.

El comercio electrónico minorista en Canadá es otra tendencia creciente. Según la fuente en referencia, estas ventas aumentaron un 1,1% año tras año a \$ 4,3 mil millones en noviembre, lo que representa el 6,9% del comercio minorista total.

Todo lo señalado sugiere que la Quinoa tiene en Canadá un mercado cuya demanda puede satisfacer, debido a sus atributos como alimentos funcionales, fácil de trabajar en la agroindustria para la elaboración de alimentos. De hecho, de acuerdo un estudio realizado por Euromonitor International, citado en Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego Perú (2021), se señaló que

ha habido una revolución en cuanto al interés que se le da a los granos antiguos, estos al no haber pasado por un proceso de hibridación o modificación genética, da como resultado un mayor valor nutricional que los granos modernos (trigo, maíz, arroz, entre otros) (pág.13).

La última fuente en referencia, puntualizó la existencia de factores determinantes de impulso a la demanda y el consumo de granos andinos: (1) salud, el más importante y explicativo, (2) moda que se influencia por el marketing on-line y los influencers, (3) la exposición mediática, (4) la disponibilidad, (5) el carácter tradicional (cultura/patrimonio) y, (6) asequibilidad en cuanto a precios.

4.3. Relaciones comerciales entre Ecuador y Canadá

La iniciación arancelaria en cuanto es importada la quinua en Canadá es 10.08.50 donde se encuentra el mijo, trigo sarraceno, alpiste y otros derivados del cereal.

De acuerdo con el Canadian Custom Tariffs (Gobierno de Canadá, 2022), para el Ecuador la exportación de Quinoa está bajo régimen de MFN Most-Favoured-Nation Tariff (Arancel a la Nación más favorecida). La vinculación comercial de Canadá con Ecuador se complementa mayoritariamente en el comercio de artículos agrícolas: flores, frutas tropicales, mariscos y cacao, incluso y el trigo, avena, lenteja, arvejas y cebada a Ecuador.

4.3.1. Calidad y requerimientos del mercado

Según la información suministrada por PorColombia (2018), indica que el sistema AIRS (Sistema Automatizado de Referencia de Importaciones) de Canadá “establece los requisitos fitosanitarios para la entrada de la Quinoa a Canadá, los cuales varían de

acuerdo con las siguientes variables: naturaleza del producto (grano o semilla), país de procedencia, provincia del destino y, destinación del producto” (pág.51).

De igual manera para entrar al mercado de Canadá los exportadores tienen que cumplir con todos los requisitos ambientales en cuanto a los adquirentes canadienses y de los fiscales de la nación, implementando el SGA que presenta un objetivo sistémico para aumentar el desempeño ambiental y mostrar el desempeño ambiental de los consumidores en Canadá.

Por último, Cancillería de Canadá en Argentina (), recomienda a los nuevos exportadores que para captar clientes la mejor opción es asistir a las ferias comerciales canadienses, para lo cual es muy fácil acceder a través del link [Calendario Ferias Canadá](#): y obtener una lista completa de las próximas ferias comerciales canadienses e internacionales (Figura 17).

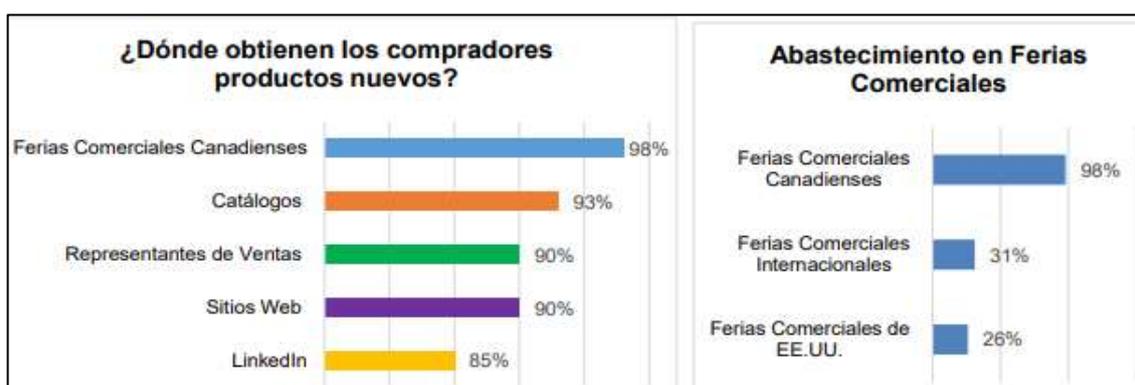


Figura 17. Canales de contacto para captar clientes
Fuente: (Cancillería del Gobierno de Canadá de Argentina, pág. 39).
Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2022)

4.3.2. Nomenclatura arancelaria

La clasificación arancelaria para la Quinoa, se muestra en la Tabla 13.

Tabla 13.
Nomenclatura arancelaria de Quinoa en granos

Sección II	Productos del reino animal
Capítulo 10	Cereales
10.08	Alforfón, mijo y alpiste; los demás cereales
1008.50	Quinoa (Quinoa) (<i>Chenopodium quinoa</i>)
1008.50.90.00	Los demás, Quinoa (Quinoa) (<i>Chenopodium quinoa</i>). Alforfón, mijo y alpiste; los demás cereales. Cereales.

Fuente: Arancel Armonizado.
Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2022)

Adicionalmente, la Quinua puede exportarse como granos para siembra, harina, cereales, harinas, snacks, entre otros productos agroalimentarios, y también, como ingredientes y componentes para diversos productos elaborados (Tabla 14).

Tabla 14.

Nomenclatura arancelaria otros productos elaborados a partir de la Quinua

Grano de quinua	1008.50.10.00 Para siembra
	1008.90.29.00 Las demás (excepto para siembra)
Harina	1102.90.00.00 Las demás harinas de cereales, excepto trigo y de morcajo o tranquilon 1104.19.00.00 Granos aplastados o en coposos, de los demás cereales, excepto el arroz
Hojuelas	1904.90.00.00 Cereales en granos precocidos o preparados de otra forma
Pop	1904.10.00.00 Productos a base de cereales, obtenidos por inflado o tostado
Quinua precocida	2106.90.90.00 Las demás preparaciones alimenticias diversas

Fuente: Arancel Armonizado.

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2022)

4.4. FODA

Los análisis presentados con fines de la evaluación de viabilidad de mercado para la exportación de galletas de Quinua al mercado de Canadá, fueron las bases para establecer la siguiente matriz donde observan los factores internos y externos estratégicos que presenta a la iniciativa.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Calidad de origen de la materia prima - Convenios comerciales con Canadá que establecen el régimen de Nación Menos favorecida - Innovación en Canadá con un producto elaborado de Quinua de origen andino, aunque estén presentes otras marcas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura comercial nacional débil para la exportación de Quinua y productos elaborados de Quinua - Bajo interés en el desarrollo de la Quinua para el mercado internacional - Bajo rendimiento en comparación con los principales productores de la Región - Altos costos de entrada debido a que las galletas deberán exportarse como productos elaborados de Quinua y no como Quinua en granos - Pocas posibilidades de obtención de economía de escala en el mediano plazo
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Tendencia al consumo de alimentos saludables - El mercado de la quinua en Canadá está creciendo por lo que es un mercado atractivo para incursionar - Creciente adopción de consumo de cereales ancestrales - La Quinua es “moda” en Canadá - Canal de retail concentrado en pocas cadenas de gran penetración 	<ul style="list-style-type: none"> - Precio del combustible que aumenta el costo final - Alta competencia de productos locales en Canadá a base de Quinua - La estructura de la cadena de valor en Canadá implica ofrecer precios de exportación que impacten lo menos posible el precio final al consumidor frente a los productos nacionales

Figura 18. Factores internos y externos estratégicos a la exportación de galletas de Quinua al mercado de Montreal (Canadá)

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2022)

4.5. Requisitos para ingresar al mercado de Canadá

Conocimiento de Embarque / Guía Aérea de Carga: Es emitido por la línea naviera o aérea y sirve como recibo.

Certificado de Origen (Formulario A): La CBSA, (Agencia de Servicios Fronterizos de Canadá) requiere un certificado de origen para establecer dónde se manufacturan los bienes y para determinar la tasa aplicable de aranceles aduaneros.

Factura Comercial: Se expresa la fecha emitida, el nombre y la dirección del adquirente y del que vende el número de contrato, el precio unitario, peso total, número de unidades por paquete, condiciones de entrega.

Factura Comercial: Son demostrados los permisos hacia el país exportador.

Certificados de Inspección: Se presentan los certificados de saneamiento y certificados necesarios para ciertos productos que son ingresados en Canadá.

Lista de Empaque: Se muestra como suplemento de las facturas comerciales.

4.6. Costos de exportación

Tabla 15.

Costos de exportación a Canadá

COSTOS DE EXPORTACIÓN	COSTOS
Cantidad	240000
Costo Unitario	\$0.70
Margen de utilidad	33%
Valor Ex work Unitario	\$0.93
VALOR EX WORK TOTAL	\$223,440.00
<u>COSTOS DOCUMENTALES</u>	
Procesamiento BL	\$40.00
Certificado fito sanitario	\$4.76
Certificado de origen	\$10.00
Sellos	\$15.00
Sellos por inspeccion antinarcoctico/preembarque A	\$15.00
<u>COSTOS TERMINAL</u>	
<u>Contenedor puerto</u>	
Consolidacion	\$217.05
Recepcion	\$36.85
Porteo/Manipuleo	\$42.99
Certificacion VGM	\$5.00
<u>COSTOS TRANSPORTE</u>	
Inspeccion de ctn	\$25.00
Colocacion de candados	\$20.00
Turnos en patio consolidacion	\$30.00

Inspecciones preembarque	
Provision y colocacion de sellos (Inspeccion)	\$10.79
Provision y colocacion de sellos (sticker void)	\$5.35
Inspeccion preembarque	\$115.94
Servicio de provision personal	\$13.49
TRANSPORTE INTERNACIONAL CONTENEDOR 20'	\$ 2,900.00
VALOR FOB TOTAL	\$226,947.22
VALOR FOB UNITARIO	\$0.95

Elaborado por: Pin Del Valle y Ortiz Páez (2022)

CONCLUSIONES

El objetivo general del estudio exploratorio realizado, fue analizar la viabilidad en la exportación de galletas de Quinoa para determinar ventajas y desventajas en la comercialización del producto en el mercado de Montreal, Canadá. Al respecto, se concluye que, para el Ecuador, este proyecto puede ser más rentable en el futuro debido a que representa una inversión y esfuerzo importante para diferenciarse, obtener prestigio y ganar espacios en el mercado Canadiense, donde ya la competencia, Perú y Bolivia, están presentes como innovadores de origen andino en ese segmento. Por otra parte, las exportaciones de este tipo de productos hacia Canadá por parte de Bolivia y Perú, han estado decreciendo año tras año en los últimos períodos.

Respecto al objetivo específico que llevó a la recopilación de información sobre la exportación de la Quinoa y sus derivados al mercado internacional desde el 2016 hasta el 2020, para conocer el comportamiento del consumidor y evolución comercial entre los principales países exportadores, se puede decir que las exportaciones totales de Quinoa en granos alrededor del mundo, han crecido poco a través de los años, representando en el año 2020 un mercado total de US\$ 401 millones, 14.000 millones más que en 2016, para una variación 2020 versus 2019 de 18% en volumen y 17% en valores. De la Quinoa en granos, los principales exportadores son Bolivia, Perú y Ecuador, siendo Perú el líder. En el segmento de los productos elaborados a base de Quinoa, los principales países exportadores son los industrializados China, EEUU, Canadá y Alemania, los cuales adquieren la materia prima de los productores: Perú, Bolivia y Ecuador.

Al puntualizar las exportaciones de esos países andinos de galletas a base de Quinoa hacia Canadá, incluidas en el código 190410: productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado, se observó un mercado decreciente que al 2020 se ubicó en US\$ 222 millones, liderado por Bolivia con la exportación de la marca de Irupana Andean Organic Food.

En respuesta al segundo objetivo de la investigación que conllevó a la interpretación de la información recabada de instituciones públicas oficiales del Ecuador, para establecer las tendencias de consumo del mercado de acuerdo a la demanda de las galletas de Quinoa y la competencia, se concluye que la demanda para el país a lo largo del período analizado, es en una proporción de 60:40 aproximadamente, a favor de la

Quinoa en granos en contraste con la Quinoa en granos certificada. En valores, la Quinoa en granos gana a la certificada, debido a precios más competitivos en el mercado internacional para esta subpartida. Los principales clientes del Ecuador son: Israel, Canadá, EEUU, Francia y Alemania, en ese orden, los cuales concentran alrededor del 80% de la oferta ecuatoriana hacia el mercado internacional. Mientras, a nivel mundial, la demanda es generada por EEUU, seguido de lejos por Canadá y Francia.

Es así que, en respuesta al tercer objetivo de la investigación de determinar las ventajas y desventajas de la exportación y comercialización de las galletas de quinoa para realizar el correcto análisis de su viabilidad, luego de analizada toda la información recabada y la matriz FODA realizada, se concluye que, por los momentos, Ecuador no posee fuertes ventajas para la exportación de galletas a base de Quinoa que infieran la conveniencia de desarrollar un estudio formal de viabilidad. Además, en la actualidad, adolece de una infraestructura nacional óptima que facilite esta exportación y hay poco interés en las políticas públicas por desarrollarlas, con base en el bajo rendimiento en comparación con los principales competidores de la Región. Significa y, aunado el limitado potencial del mercado objetivo, pocas posibilidades de obtención de economía de escala en el mediano plazo.

Sin embargo, es importante destacar que Canadá propone un atractivo de mercado importante para la Quinoa en granos y la certificada del Ecuador. Esto, porque utiliza este producto como materia prima para la elaboración industrial de preparados, entre ellos las galletas. Adicionalmente, el nivel de ingresos de los habitantes es alto, tienen tendencias a consumir productos de granos ancestrales y el país, posee una fuerte infraestructura comercial minorista que permite lograr amplia eficiencia en la distribución de alimentos y bebidas saludables, así como también, los beneficios y preferencias arancelarias que Ecuador obtiene por los acuerdos comerciales suscritos con Canadá. No obstante, pensando a futuro, para que Ecuador incursione en ese país con galletas a base de Quinoa y obtenga diferenciación y éxito en ese segmento de mercado, debe presentar un producto innovador y estar dispuesto a invertir para desarrollar un nicho que resulte altamente rentable versus la inversión y los esfuerzos que debe realizar para la iniciativa.

RECOMENDACIONES

Con base en las conclusiones del estudio, se realizan las siguientes recomendaciones:

- Israel, Canadá y EEUU son los principales clientes de Ecuador de las exportaciones de Quinoa en granos, en ese orden. No obstante, Estados Unidos es el importador que acapara más del 30% de las importaciones de ese producto y en segundo lugar, Alemania. La recomendación es a enfocar el impulso al desarrollo de estos dos mercados que ofrecen el mayor potencial y además, se cuenta con acuerdos comerciales que favorecen las tarifas arancelarias para el intercambio.

- Las exportaciones de Quinoa en granos certificada de Ecuador, contrario al comportamiento a nivel mundial, han venido creciendo a través de los años; de allí se infiera su buena aceptación. Se recomienda aplicar planes estratégicos para el desarrollo de este cultivo, de manera de ampliar la producción y mejorar su rendimiento en comparación con los países competidores. Asimismo, promocionar y facilitar estas exportaciones, sobre todo en los mercados de mayor potencial como EEUU, Alemania y Canadá.

- El consumidor está demostrando inclinación por consumidor granos ancestrales. Se recomienda impulsar la investigación y desarrollo de nuevos productos elaborados a base de Quinoa, incluyendo tipos de galletas, que sean innovadores, de calidad exportable y rentables. Deben ser desarrollados bajo la premisa de la diferenciación de Ecuador en el segmento.

- Dado el bajo nivel de apoyo a las exportaciones Quinoa y sus derivados, se recomienda que estratégicamente y de cara al futuro de mediano y largo plazo, se planifique el desarrollo de capacidades para la exportación de Quinoa en granos y de sus derivados. Esto, exige el compromiso por parte del Estado y de las asociaciones de productores de este grano, en cuanto a infraestructura de apoyo y políticas de asesoría técnica y financiera que impulsen y faciliten esta exportación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarado Romero, M. C., & Martínez Rodríguez, A. G. (2018). *Estudio de Factibilidad para la producción de Quinua en las comunidades del cantón Colta provincia del Chimborazo y propuesta de plan de exportación*. Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana .
- Apaza, L. (2021). En *Proceso Productivo de La Galleta de Quinua*.
- Arias Angulo, A. J. (2017). En *Fomento a la producción de quinua y sus derivados para la diversificación de exportaciones no tradicionales en el período 2009-2015*.
- Arias, F. (2016). *El proyecto de investigación: introducción a la metodología científica* (7a ed.). Caracas: El Pasillo 2011, C.A.
- Arias, F. (2016). *El proyecto de investigación: introducción a la metodología científica* (7a ed.). Caracas: Episteme.
- Asamblea Nacional. (2015). *Código Organico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Recuperado el 15 de Julio de 2021, de <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- Bordón, P. (2020). Aranceles Regulados en la Educación Superior. *Observatorio Económico*, 6.
- Canadá Internacional. (DICIEMBRE de 2020). *Relaciones bilaterales Canadá - Ecuador*. Obtenido de https://www.canadainternational.gc.ca/ecuador-equateur/bilateral_relations_bilaterales/index.aspx?lang=spa
- Cancillería del Gobierno de Canadá (Argentina). (s.f.). *Un manual para exportar a Canadá*. Obtenido de https://ctoro.cancilleria.gob.ar/userfiles/Bienvenido%20al%20Mercado%20Canadiense_Un%20Manual%20para%20Exportar%20a%20Canada.pdf
- Cancillería del Gobierno de Canadá de Argentina. (s.f.). *Un manual para exportar a Canadá*. Obtenido de https://ctoro.cancilleria.gob.ar/userfiles/Bienvenido%20al%20Mercado%20Canadiense_Un%20Manual%20para%20Exportar%20a%20Canada.pdf

- Cárdenas-Paño, M. E.-Z.-Á.-P. (2020). Conciliación de impuestos a las ganancias. Un estudio bajo la normativa fiscal y normativa contable. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5.
- Ciribeli, M. (2019). Obtenido de Repositorio Utmachala: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/10397/1/TTUACE-2016-CI-DE00052>
- CIRIBELI-MIQUELITO. (2019). <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/10397/1/TTUACE-2016-CI-DE00052>.
- Coll, P. (2020). *Manual de gestión aduanera. Normativa y procedimiento clave del comercio internacional*. Marge Books.
- Comercio, E. (19 de marzo de 2017). La Quinoa el grano de oro indígena. *El Comercio*, pág. 12.
- Cos Sánchez, P. E. (2021). La diversificación geográfica en los destinos de exportación de las empresas y cooperativas agroalimentarias. Influencia de los factores externos para su selección. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 2021, núm. 102, 161.
- Datosmacro. (s.f.). *Portal oficial*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/pib/canada>
- Estadísticas Canadá. (noviembre de 2021). *Portal oficial*. Obtenido de <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/220121/dq220121a-eng.htm>
- Francisco-Chávez. (2019). *Docplayer.es*. Obtenido de <https://docplayer.es/16712473-Quinoa-en-canada-parte-uno-informacion-de-mercado.html>
- FRANCISCO-CHAVEZ. (2019). <https://docplayer.es/16712473-Quinoa-en-canada-parte-uno-informacion-de-mercado.html>.
- Gestión Negocio. (diciembre de 2019). *Una mirada al mercado canadiense*. Obtenido de Diario El Exportador: <https://www.diariodelexportador.com/2016/09/una-mirada-al-mercado-canadiense.html>
- GESTION-NEGOCIO. (DICIEMBRE de 2019). <https://www.diariodelexportador.com/2016/09/una-mirada-al-mercado-canadiense.html>.

- Gobierno de Canadá. (2022). *Customs Tariff 2022*. Obtenido de <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/2022/menu-eng.html>
- Gobierno de Canadá. (s.f.). *Portal de estadísticas de Canadá*. Obtenido de [https://www.canada.ca/en/sr/srb.html?q=Grocery%20stores%20\[4451\]#wb-land](https://www.canada.ca/en/sr/srb.html?q=Grocery%20stores%20[4451]#wb-land)
- Gobierno de Perú. (2021). *Reporte de Quinoa 2020*. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/sse/informes-publicaciones/1090668-reporte-estadistico-de-quinoa>
- Government of Canada CFIA. . (2015). *Inspection.canada.ca. .* Obtenido de Automated Import Reference System (AIRS): <https://inspection.canada.ca/importing-food-plants-or-animals/plant-and-plant-product-imports/airs/eng/1300127512994/1300127627409>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuatitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw Hill Interamericana.
- International Trade Centre (ITC). (2019). *Trademap.org*. Obtenido de Trade Map - Trade Statistics for International Business Development. : <https://www.trademap.org/Index.aspx>
- Lefebvre, H. (2020). *La producción del espacio*. Capitán Swing Libros.
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego Perú. (2021). *Quinoa. Análisis de mercado 2015 - 2020*. Obtenido de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1479275/An%C3%A1lisis%20de%20Mercado%20-%20Quinoa%202015%20-%202020.pdf>
- Núñez, W., & Yajahuanca, L. (2016). En *Plan de negocios para la exportación de galletas de Quinoa al mercado de EEUU de la empresa T&C Procesadora de Alimentos, C.R.L.* (pág. 37). Chiclayo.
- Padin, J. M. (2019). Los aranceles aduaneros como herramienta de protección comercial. Límites y alternativas para repensar el caso argentino. *Ensayos de Economía*, 29.
- Palma, H. G. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio libre*, 16.

- Pilozo Gómez, A. G. (2019). Guía virtual para la importación de “tráfico postal internacional” y “mensajería acelerada o Courier” para empresa Courier. . *Observatorio de la economía latinoamericana*, (septiembre).
- Pinedo-Taco, R. G.-P.-O. (2018). Sostenibilidad de sistemas de producción de quinua (*Chenopodium quinoa* Willd.). *Ecosistemas y recursos agropecuarios*, 5.
- Polanyi, K. (2020). *Los límites del mercado: reflexiones sobre economía, antropología y democracia*. CAPITÁN SWING LIBROS.
- ProColombia. (2018). *Oportunidades comerciales para la Quinoa en Canada*. Obtenido de ProColombia: <https://procolombia.co/memorias/oportunidades-comerciales-la-quinua-en-canada>
- RELACIONES-BILATERALES. (DICIEMBRE de 2020). https://www.canadainternational.gc.ca/ecuador-equateur/bilateral_relations_bilaterales/index.aspx?lang=spa.
- Rodriguez, C. H. (2019). *Comercio internacional*.
- SENPLADES. (2020). ECONOMIA ECUATORIANA. En SENPLADES, *PLANIFICACIÓN PARA EL DESARROLLO*. 21 diciembre 2020.
- Sepúlveda. (2019). Conference, International. En Sepúlveda, *Economía* (pág. 10).
- VARGAS, A. Y. (2019). ANALISIS SOBRE EL POTENCIAL DE LA QUINUA. En VARGAS, *LOS CULTIVOS DE LA SIERRA*.