



***JULIO ALEXANDER PAILLACHO PÉREZ***

Egresado de la Carrera de Ingeniería en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Tulcán. Participación en el IV y / Encuentro Binacional de Integración Fronteriza Colombo-Ecuatoriana. Participación en el I Encuentro Internacional de Emprendimiento Creatividad e Innovación, organizado por la Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

**Demanda de panela en Canadá y las estrategias de comercialización desde**

**la parroquia de Maldonado**

**(Entregado 22/11/2012 - Revisado 13/12/2012)**

**Universidad Politécnica Estatal del Carchi**

**Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.**

**paillocho10@hotmail.com**

**Resumen**

La investigación presenta el estudio de la demanda de panela en Canadá y las estrategias de comercialización requeridas para ingresar a dicho mercado; se planteó como una alternativa para reducir los problemas de competitividad que tienen los productores de panela de la parroquia de Maldonado, provincia del Carchi, ayudar a mejorar sus niveles de ingreso y calidad de vida de la población. La panela posee un alto contenido nutricional utilizado como edulcorante de bebidas y aditivo en la elaboración de alimentos y medicamentos sobre todo en países desarrollados para fomentar el cuidado de la salud. El objetivo es determinar las posibilidades comerciales de exportación hacia el mercado de Canadá con una población de alto poder adquisitivo que procura una alimentación saludable; para ello es necesario conocer la demanda potencial, características del consumidor, requisitos de acceso, factibilidad económica y financiera.

Se realizó un estudio de mercado investigando a los productores de panela en Maldonado a través de fuentes primarias y por medio de

Fuentes secundarias como páginas oficiales del gobierno de Canadá, libros, documentos, entre otros que permitieron establecer los requerimientos de acceso y la definición de estrategias a utilizarse para dar a conocer los beneficios nutricionales de la panela, realizar la distribución internacional y promover alternativas de inversión en infraestructura tecnología capacitación e implementación de buenas prácticas de manufactura en el proceso productivo de la zona investigada, de modo que se aseguré una oferta exportable en condiciones sanitarias y fitosanitarias adecuadas para el mercado elegido.

**Palabras claves:** demanda, competitividad, panela, exportación, estrategias de comercialización, agente.

### **Abstract**

The research presents the study of the demand for panela in Canada and the marketing strategies required to enter that market; It was proposed as an alternative to reduce the competitiveness problems faced by panela producers in the parish of Maldonado, Carchi province, to help improve their income levels and quality of life for the population. Panela has a high nutritional content used as a sweetener for beverages and an additive in the preparation of food and medicines, especially in developed countries to promote health care. The objective is to determine the commercial possibilities of export to the Canadian market with a population of high purchasing power and that seeks a healthy diet; for this it is necessary to know the potential demand, characteristics of the consumer, access requirements, economic and financial feasibility.

A market study was conducted investigating the producers of panela in Maldonado through primary sources and through Secondary sources such as official pages of the government of Canada, books, documents, among others that allowed to establish the access requirements and the definition of strategies to be used to publicize the nutritional benefits of panela, make international distribution and promote investment alternatives in infrastructure technology training and implementation of good manufacturing practices in the production process of the investigated area, so that an exportable supply was ensured in sanitary and phytosanitary conditions suitable for the chosen market.

**Keywords:** demand, competitiveness, panela, export, marketing strategies, agent

## **1. introducción**

El cultivo de caña de azúcar es una actividad de gran importancia en la parroquia de Maldonado ya que a través de la elaboración de panela en forma artesanal los habitantes obtienen el sustento económico de sus familias. “La panela es un alimento compuesto básicamente por sacarosa, pero su valor nutricional se complementa con otros carbohidratos, vitaminas A, B, C, D y E, proteínas y minerales como calcio, fósforo, hierro, sodio, potasio y magnesio, cobre y zinc.” García (2010) El proceso de elaboración de panela en el Ecuador se ha desarrollado desde muchos años atrás, como una actividad ancestral transmitida de generación en generación afrontando dificultades de innovación en el proceso productivo, baja rentabilidad en su producción y comercialización.

A nivel mundial, principalmente en países desarrollados está creciendo la demanda de productos sanos que brinden alto valor nutritivo y cuiden la salud, “algunos de los mercados considerados como no tradicionales y que han incrementado el consumo de panela en los últimos años son Alemania, Rusia, Reino Unido y Canadá”. (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural-Colombia, 2010).

Esta investigación recopila información para determinar la demanda existente en Canadá, las características del mercado y los requerimientos para el ingreso del producto, identificando además las oportunidades comerciales que los productores de la parroquia de Maldonado obtendrían al aplicar estrategias idóneas para comercializar.

internacionalmente de modo que puedan obtener mayores ingresos económicos y mejorar su calidad de vida.

## **2. Materiales y Métodos**

La investigación se fundamenta en un análisis cualitativo y cuantitativo de la situación interna y externa del objeto de estudio para determinar su problemática actual; además se trata de una investigación aplicada ya que sus resultados servirán para la puesta en marcha de proyectos de mejora encaminados a la internacionalización del producto y el aporte a la solución de problemas de la zona.

Se realizó un análisis documental orientado al conocimiento de la normativa vigente tanto en Ecuador como en Canadá; se utilizó un análisis numérico en base de los consumidores para establecer la demanda existente del producto investigado en base de lo cual se diseñaron las estrategias adecuadas para su comercialización.

### 3. Resultados y discusión

Canadá presenta un crecimiento del PIB del 2,2%. PIB per cápita S 51,147.47 tasa de desempleo de 7,40 % y una inflación del 2,8 % lo que le hace visualizar como un país estable económicamente.

A través del estudio de Mercado se determinó que “El 15,9% de la población tiene más de 64 años y se espera que la cifra llegue al 21% en los próximos 20 años. Se está produciendo pues, un envejecimiento progresivo de la población” (Del VAL, M. 2012), por otro lado, el gobierno promueve programas de salud que hacen que el consumidor prefiera alimentos sanos y nutritivos, que no engorden y de fácil asimilación en su dieta, datos que hacen promisoria la demanda del producto investigado con un mercado meta creciente y una política gubernamental orientada al cuidado de la salud. Además, otro elemento que favorece al proyecto es el hecho de que, “existe una creciente demanda e productos importados con alto contenido nutricional orgánicos), excelente presentación envase etiqueta y de fácil, preparación debido a la falta de tiempo, el consumo per cápita en el año X)09 se estimó en 23.02 kilogramos por persona”. (Del Val, M. 2012)

Dentro de las barreras arancelarias encontramos: advalorem del 5% sobre el valor de la mercancía y las barreras no arancelarias corresponde a requisitos sanitarios y fitosanitarios, que no genera el encarecimiento del producto y a la vez los requisitos son alcanzables por parte de los productores.

Para poder ingresar la Panela Granulada desde Maldonado al mercado de Canadá se necesita establecer las estrategias de comercialización con base en el análisis de la mejor mezcla de marketing, establecido de la siguiente manera:

- a. El producto ofertado por la Asociación de productores PÍNDICAL deberá ajustarse a las normas y exigencias requeridas por el mercado consumidor de Canadá, certificación orgánica y certificaciones de calidad, un producto orgánico con propiedades nutritivas, vitaminas y minerales, empaque biodegradable, con una marca en inglés que capte la atención de los consumidores y poder posicionar el producto.
- b. El precio FOB de panela granulada estimado en base de la evaluación financiera es de \$622,61 por tonelada o \$0,35 por funda de 550 gr, siendo un precio competitivo comparado con el precio de comercialización en Canadá que oscila alrededor de \$0,80 a \$1,20.
- c. La estrategia de distribución más adecuada es directamente con el importador o agente, que conoce el mercado canadiense y su ubicación física en el mercado objetivo es ideal dentro de un sistema completo de distribución en el país de destino.

d 1.a estrategia de la promoción estará a cargo de los mayoristas que disponen de estrategias promocionales con varios canales como: grande\* supermercados, tiendas de alimentación especializadas o establecimiento\* de hotelería, por lo que a través de la negociación se generan relaciones comerciales posteriores con otros usuarios o consumidores de otros nichos

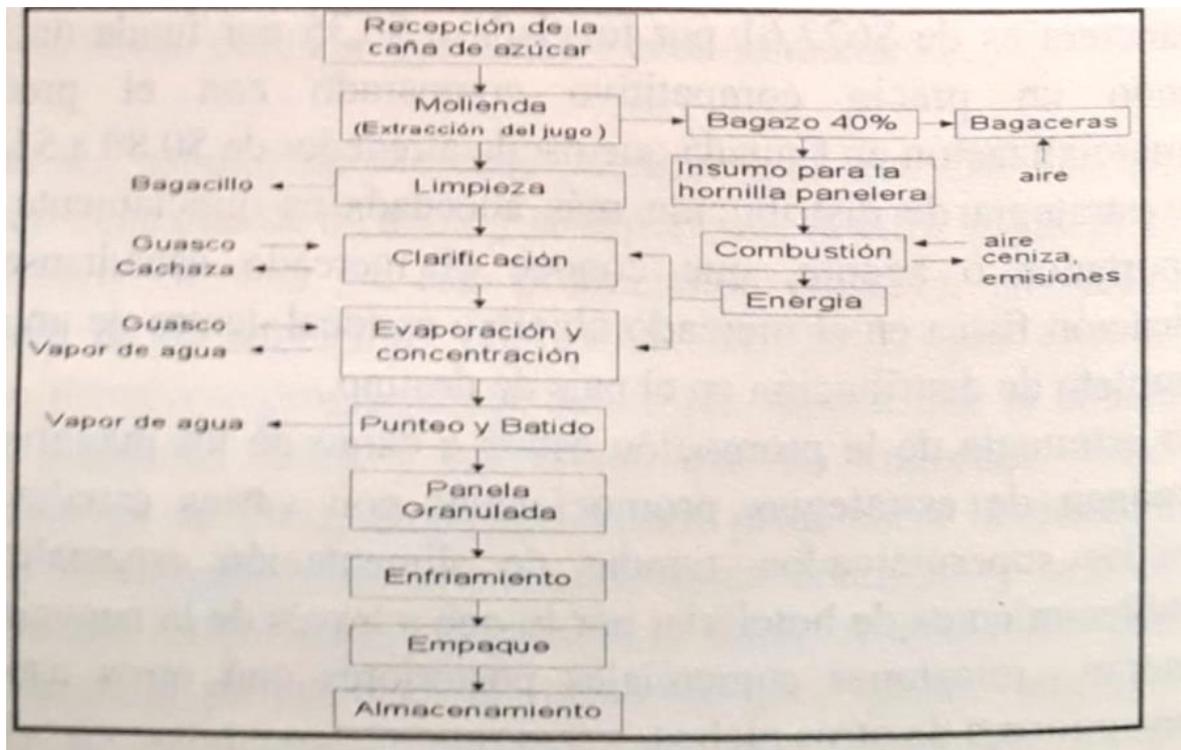
El sistema de distribución en Canadá es uno de los más eficientes del mundo y altamente centralizado debido a la baja densidad demográfica, grandes distancias y condiciones climáticas; es así que los embarques importadora los llegan a los mercados principales de Toronto, Vancouver, Montreal, tanto por vía aérea como marítima; entregados a compradores, agentes locales mayoristas, empresas industriales por ende estratégicamente es conveniente apoyarse de ello para ser más eficientes y económicos.

La oferta de panela granulada de la asociación es reducida, por lo que se requiere inversión para implementar maquinarias, tecnología, obtención de permisos, certificaciones y aplicación Buenas Prácticas de Manufactura en el proceso para ser competitivos y brindar un producto de calidad. La asociación de Pindical debe promover el diseño de manuales de funciones, procesos y procedimientos a fin de que todas las tarcas se encuentren unificadas para que cada trabajador cumpla con las funciones designadas, en los tiempos previstos, con las condiciones óptimas de control y calidad.

#### 4. Figuras

Gráfico No. 1

#### Flujo Grama del Proceso de Producción



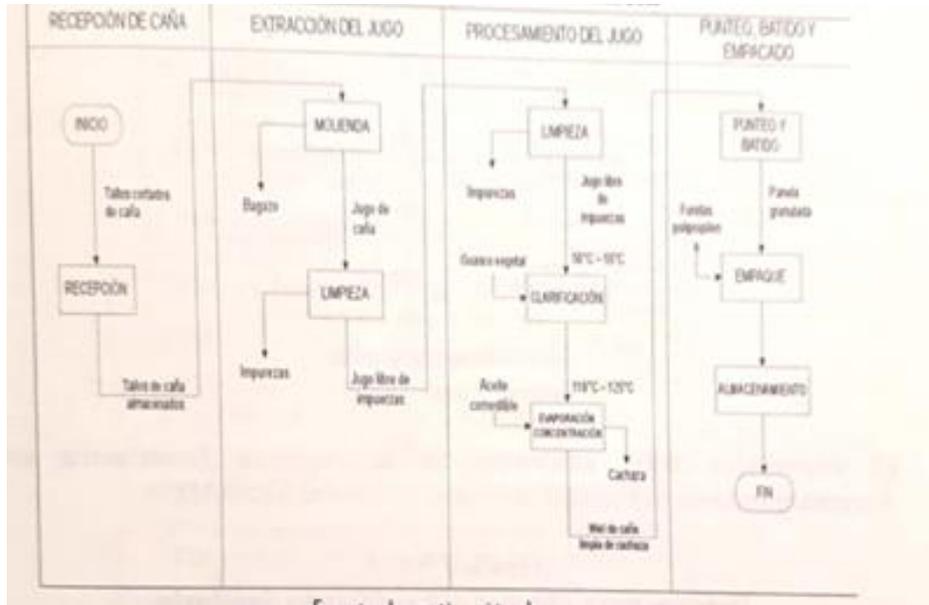
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Proceso que se realiza para obtener la panela granulada, cumpliendo con todos los estándares de calidad requeridos en el mercado.

Gráfico No. 2

### Proceso de Producción de Panela



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Comprende las siguientes etapas dentro del proceso productivo.

- Recepción de caña de azúcar
- Molienda y extracción de jugo
- Limpieza
- Clarificación
- Evaporación y concentración
- Punteo y batido
- Empaque
- Almacenamiento

**Gráfico N° 3**

**Para Obtener el Certificado Fitosanitario**



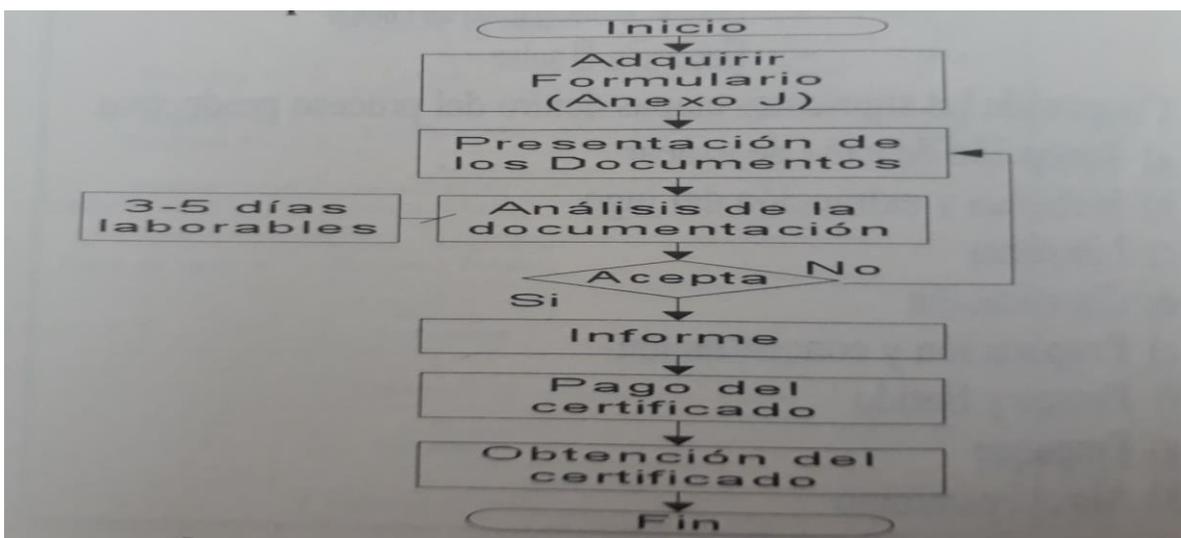
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

El exportador debe obtenerlo en la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento De La Calidad Agro-AGROCALIDAD.

**Gráfico N° 4**

**Proceso para Obtener el Certificado Sanitario**



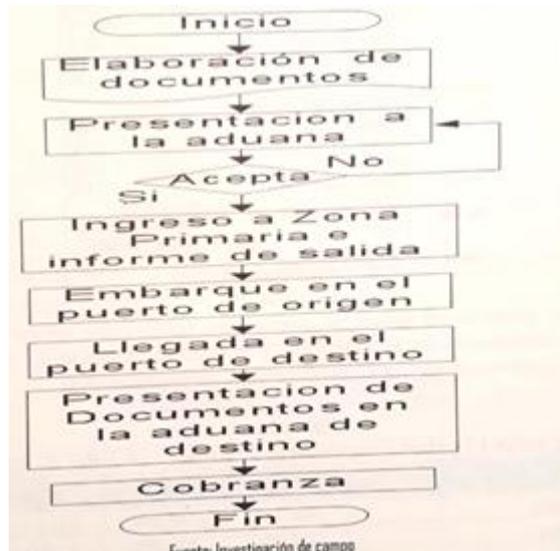
Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

El exportador de determinar en el Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical "Leopoldo Izquieta Pérez".

**Gráfico N° 5**

**Flujograma-Proceso de Exportación**



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Proceso de exportación de panela desde la parroquia de Maldonado hacia la hacia el mercado de Canadá.

**Tabla N° 1**

**Indicadores Básicos de Canadá**

	CAPITAL	OTTAWA
Demografía	Población (est.2010)	34, 300,083 (julio 2012 est.)
	Tasa de Crecimiento poblacional	0.78%
Producción	PIB (2011est.) trillones=10 <sup>12</sup>	USD 1.75
	PIB per cápita (dólares,2011 est)	USD 51,147.47
	Crecimiento del PIB (tasa de crecimiento) real, est.2011)	2.2%
	Composición del Pib por Sector	
	Agricultura	1.9%
	Industria	27.1%
Servicios	71.0%	
Precios	Inflación anual (2011est.)	2.8 %
Moneda	Moneda	Dólar Canadiense
	Tipo de Cambio	0.98 Dólares Canadienses por un dólar Americano.
Empleo	Tasa de desempleo (% del total de la fuerza de trabajo)	7.40%

Fuente: WorldFactbank.- BCE.

Canadá presenta un índice de crecimiento poblacional menor al 1% anual; crecimiento del PIB del 2,2% y un nivel de inflación del 2,8% lo que le hace visualizar como un país estable económicamente.

**Tabla N° 2**

**Principales 10 Países Compradores de Panela-en miles de dólares**

	CAPITAL	OTTAWA
<b>Demografía</b>	Población (est.2010)	34,300,063 (julio 2012 est.)
	Tasa de Crecimiento poblacional	0.78%
<b>Producción</b>	PIB (2011est.) trillones=10 <sup>12</sup>	USD 1.75
	PIB per cápita (dólares,2011 est)	USD 51,147.47
	Crecimiento del PIB (tasa de crecimiento) real, est.2011)	2.2%
	Composición del Pib por Sector	
	Agricultura	1.9%
	Industria	27.1%
	Servicios	71.0%
<b>Precios</b>	Inflación anual (2011est.)	2.8 %
<b>Moneda</b>	Moneda	Dólar Canadiense
	Tipo de Cambio	0.98 Dólares Canadienses por un dólar Americano.
<b>Empleo</b>	Tasa de desempleo (% del total de la fuerza de trabajo)	7.40%

Fuente: WorldFactbank.- BCE.

Dinámica económica de frontera **Canadá** ocupa el octavo puesto a nivel mundial de consumo de panela evidenciando que su demanda es permanente.

**Tabla No. 3**

### **Población de Canadá**

<b>Años</b>	<b>Población</b>
2006	32.576.074
2007	32.929.733
2008	33.319.098
2009	33.729.690
2010	34.126.181
2011	34.482.779

Fuente: CIA World Factbook

El porcentaje de crecimiento de la población se encuentra por debajo del 1% con un promedio de 0.83 % anual.

### **Tabla No. 4**

#### **Consumo per cápita en Canadá**

<b>Años</b>	<b>Kg por Persona</b>
2005	23,15
2006	22,32
2007	22,06
2008	22,62
2009	23,02

Fuente: FDDD STATISTICS CANADÁ 2D09 Catalogue no. 21-020-X

Canadá es caracterizado por ser un país de consumo permanente de azúcares, en el año 2009 se estimó en 23.02 kilogramos por persona.

### **Tabla No. 5**

#### **Cálculo de la Demanda Insatisfecha en Canadá**

<b>Año</b>	<b>Demanda Tn.</b>	<b>Oferta Tn.</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
2013	794.361	521.972	272.388
2014	801.108	519.408	281.701
2015	807.914	516.844	291.070
2016	814.777	514.279	300.497
2017	821.698	511.715	309.983

Elaborada: El autor

Canadá produce azúcar refinada obtenida de la remolacha que abastece el consumo nacional ocupando el 10% del mercado y el 90% restante requiere de las importaciones para satisfacer el mercado industrial y consumidor final.

## 5. Referencias bibliográficas

Bibliografía

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2007). *Estudios del Comercio Internacional*. [Citado el: 8 de mayo de 2012]

<http://www.bce.fm.ec/documentos/PublicacionesNotas/Competitividad/Estudios/EstComerInter002022007.pdf>

Del Val, M. (2012). El mercado de la Alimentación en Canadá 2012.

Instituto Español de Comercio Exterior. [Citado el' 15 de febrero de 2012]

<http://www.icex.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/?doc=4591187>

Jara, M. (2010). Guía Comercial de Canadá. *PRO-ECUADOR*. [Citado el: 30 de Mayo de 2012] [http://www.mmrree.gob.ec/2011guia\\_canada.pdf](http://www.mmrree.gob.ec/2011guia_canada.pdf).

Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural - Colombia, (2010). Agencia de investigación de cadenas productivas. [Citado el: 27 de mayo de 2011 ] [http://www.minagricultura.gov.co/archivos/boletin\\_agenda\\_005.pdf](http://www.minagricultura.gov.co/archivos/boletin_agenda_005.pdf)

Oficina Económica y Comercial de España en Ottawa. (2012). *Guía País. Canadá 2012*. [Citado el: 11 de junio de 2012]

[http://www.oficinascomerciales.es/icex/cma/contentTypes common/records](http://www.oficinascomerciales.es/icex/cma/contentTypes/common/records)

/mostrarDocumento/?doc=4592206

### **Linkografía**

Canadá en Español. (2010). *Economía. Resumen Canadá 2010*. [Citado el: 11 de junio de 2012] [http://www.canadaenespanol.ca/resume\\_canada\\_2010.Km](http://www.canadaenespanol.ca/resume_canada_2010.Km)

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura, FAO. (2006). *Fichas Técnicas. UCA*. [Citado el: 1 julio de 2012] [http://www.fao.org/inpho\\_archive/content/documents/vlibrary/AE620s/Pprocesados/PDV.HTM](http://www.fao.org/inpho_archive/content/documents/vlibrary/AE620s/Pprocesados/PDV.HTM)

TFO CANADÁ, Expertos en comercio al servicio de los países en desarrollo. (2010). *Guía para la Exportación a Canadá*. [Citado el: 30 [http://www.ttocanada.ca/register.php?page=2\\_3&pdf=GuiaparalaExportacionaCanada2010.pdf&pdfcontlang=spa&pdfthiscont-GuiaparalaExportacionaCanada2010](http://www.ttocanada.ca/register.php?page=2_3&pdf=GuiaparalaExportacionaCanada2010.pdf&pdfcontlang=spa&pdfthiscont-GuiaparalaExportacionaCanada2010)]