



**RESUMEN EJECUTIVO**  
**PROGRAMA EXPORTADOR GLOBAL**  
**“COACHING DE EXPORTACIONES”**  
**2019-2020**

CON EL APOYO DE :

MINISTERIO DE PRODUCCIÓN,  
COMERCIO EXTERIOR,  
INVERSIONES Y PESCA



## I. ANTECEDENTES

Desde hace varios meses, la Asociación Nacional de Fabricantes de Alimentos y Bebidas (ANFAB), conjuntamente con las Cámaras de Agricultura de la Primera y Segunda Zona (CAIZ y CAIIZ, respectivamente), el Centro de la Industria Láctea (CIL), la Asociación de Industrias de Bebidas no Alcohólicas (AIBE), la Cámara de Industrias y Producción (CIP), la Cámara de Comercio de Quito (CCQ), la Red Nacional de Investigación y Educación Ecuatoriana (REDCEDIA) y la Alianza para el Emprendimiento e Innovación del Ecuador (AEI); han promocionado el concepto del Ecuador Agroalimentario, cuyo objetivo general es alinear las cadenas agroalimentarias hacia las necesidades del consumidor local e internacional.

Este concepto innovador para el sector agroalimentario, reposa sobre dos componentes principales:

1. La garantía de la “Seguridad Alimentaria Nacional.”
2. El Fomento de las exportaciones agroalimentarias e ingreso de divisas al país a través del proyecto “Ecuador para el Mundo”.

En la Cumbre Mundial de Alimentación realizada en 1996, se consideró que la "seguridad alimentaria se consigue cuando las personas tienen, en todo momento, acceso físico y económico a alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias con el fin de llevar una vida activa y sana".

El Ecuador Agroalimentario está alineado de acuerdo con los conceptos que aporta la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) sobre el alcance del término de seguridad alimentaria y sus cuatro componentes: **1. Disponibilidad** física de los alimentos para la población, **2. Acceso** a los alimentos. **3. Uso de alimentos**, que es la manera en que el cuerpo aprovecha los distintos nutrientes de los alimentos. **4. Estabilidad** del acceso a alimentos, esto es, que la disponibilidad a los alimentos seguros sea permanente, no puntual.

En cuanto al componente de fomento a las exportaciones, Ecuador Agroalimentario ha propuesto el concepto, “Ecuador para el Mundo”, en el cual ANFAB se reunió con varios actores locales e internacionales interesados en desarrollar este concepto, entre ellos se encuentran la Alianza para el Emprendimiento y la Innovación del Ecuador (AEI), Instituto Interamericano para la Cooperación de la Agricultura (IICA), La Cámara de Comercio de Quito (CCQ), la Agencia de Promoción Económica de Quito (MUNICIPIO DE QUITO), RIKOLTO y el Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversión y Pesca (MPCEIP) con el ánimo y visión de unir esfuerzos para desarrollar un proyecto de fomento y motivación para las exportaciones de empresas agroalimentarias ecuatorianas, fomentando la generación de una canasta de productos agroindustriales de alto valor agregado diferenciados.

CON EL APOYO DE :

## II. JUSTIFICATIVO

La firma del acuerdo comercial de Ecuador con la Unión Europea (EU) y la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA), así como la compra por parte de Corporación Favorita del Grupo El Rey en Panamá, presentan una oportunidad para los empresarios para ser factores de dinamización económica, generación de nuevas fuentes de trabajo y sostenimiento de la dolarización a través de la internacionalización de sus productos.

Se conoce que estos mercados, principalmente los del EFTA y UE cuentan con un perfil de consumidores altamente exigente, con alto poder adquisitivo en búsqueda de sensaciones y productos nuevos diferenciados que Ecuador, con su alta biodiversidad y condiciones agroecológicas específicas, podría satisfacer.

La normativa europea demanda de las empresas ecuatorianas ajustes que les permita ingresar como: requisitos sanitarios, etiquetado y legalidad de los productos alimenticios y adaptación de productos al mercado europeo.

El gobierno ecuatoriano, la Unión Europea, el EFTA y ahora Panamá han generado puentes para facilitar la incursión de los productos ecuatorianos al mercado internacional, siendo este el punto de partida para justificar el desarrollo del proyecto “Ecuador para el Mundo,” y mediante el “Programa Exportador Global” que busca lograr que empresas locales se puedan insertar a los nuevos mercados internacionales y satisfacer la exigente demanda de sus consumidores. Este Programa estará sustentado en un proceso de coaching para exportadores que acompañará el proceso de alistamiento de los productos nacionales para los mercados mencionados.

## III. OBJETIVO GENERAL

Promover un desarrollo sostenible del sector agroalimentario en Ecuador y el fortalecimiento de la balanza comercial a través de un incremento en la participación de exportaciones de productos diferenciados en el mercado internacional.

## IV. METODOLOGÍA

El desarrollo de este programa propone la implementación de los siguientes aspectos:

- 1. Desarrollo de concepto/estrategia para diferenciación de productos ecuatorianos.**
- 2. Preparación del Proyecto: Perfiles de Mercado**
  - Definición de mercados meta.
    - UE/EFTA
  - Descripción de los mercados meta identificados.
  - Selección final de mercado(s) de destino.

CON EL APOYO DE :

### 3. Convocatoria

- Preparación de la Convocatoria
- Presentación del Proyecto.
- Manifestación de interés por parte de las Empresas.
- Pre-selección de empresas participantes.

### 4. Diagnóstico de los Participantes

- **Individualmente, mantener una reunión con el equipo de trabajo de cada empresa.**
  - Presentación del Proyecto Exportador Global
  - Descripción y Tendencias del Mercado Meta.
    - ✓ Situación Actual.
    - ✓ Perfil de los mercados.
    - ✓ E-commerce.
- **Aplicar instrumento de diagnóstico.**
- **Selección de productos con potencial de exportación con la Gerencia.**
  - Elaboración del Perfil del Concepto del/los Producto(s).
  - Elaboración de la Agenda de desarrollo de/los Producto (s).

### 5. Coaching para Exportaciones Agroalimentarias

- Selección de proyectos (empresas/productos).
- Elaboración perfil del concepto por cada producto.
  - Descripción del producto.
  - Marca
  - Consumidor objetivo
  - Presentación
  - Etiquetado
  - Precio Unitario
  - Certificaciones
  - Estimación de ventas para los primeros 5 años.
- Perfil de desarrollo.
  - Definición del líder del proyecto.
  - Definición de actividades y cronograma.
- Asistencia técnica en el diseño y desarrollo del producto.  
(Máximo 12 meses, con visitas mensuales a las empresas).

### 6. Fortalecimiento de Capacidades Grupales.

- **Definición de temas y expositores.**
- **Conceptos Teóricos.**
- **Presentación de Estudios de Caso.**
  - Empresarios invitados.
  - Contactos para mentorías.

CON EL APOYO DE :

- **Cronograma.**
  - Reunión individual cada tres meses.
  - 4 reuniones grupales al año.

## 7. Identificación de canales de comercialización promisorios y misiones comerciales

- Contactos con potenciales compradores
- Ruedas inversas para evaluación de productos.
- Ruedas inversas para negociación de productos

## V. TEMÁTICA DE LA CAPACITACIÓN GRUPAL (COACHING GRUPAL)

### Módulo 1 Preparándose Para Exportar y Evaluando Las Oportunidades de Mercado Beneficios y riesgos de exportar.

- Evaluación de la preparación para exportar.
- La importancia de la planificación para exportar.
- Formulación del plan de negocios para exportar.
- Evaluando las oportunidades para exportar.
- Investigación de mercados.
- Selección del mercado más apropiado para su producto.
- Estrategias para el ingreso al mercado.
- Mezcla de mercadeo.

### Módulo 2 Comercio Electrónico y Logística para la exportación. Funcionamiento de la plataforma de comercio electrónico.

- Mercadeo Digital/Data Mining.
- Servicios de apoyo logístico.
- Documentos para la exportación.
- Incoterms (Determinación de costos para la exportación- Determinación de precios para la exportación).
- Logística para la exportación.
- Métodos de pago/ flujo financiero.

CON EL APOYO DE :

- Módulo 3** **Cumplimiento de requisitos para los mercados identificados Normas de calidad y requisitos de inocuidad (Medidas para-arancelarias)**
- Programas de inocuidad y calidad: BPM, BPA, alérgenos, diseño sanitario.
  - Programas de gestión de la inocuidad: Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP)
  - Certificaciones
- Módulo 4** **¿Cómo adaptar su producto al mercado destino? Cómo preparar un plan de producción.**
- Adaptación a los mercados de exportación.
  - Cumplimiento de requisitos.
  - Empaques.
  - Etiquetas.
  - Elementos de mercadeo en el empaque (historia).
  - Desarrollo de marcas.
- Módulo 5** **Taller de Invocación. Reto de Innovación para solución de problemas comunes**

CON EL APOYO DE :