



**Ciencia Latina**  
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.  
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), julio-agosto 2024,  
Volumen 8, Número 4.

[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i4](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4)

**EXPORTACIÓN DE MALANGA FRITA PRODUCIDA  
EN ACTOPAN, VERACRUZ A VANCOUVER.  
UN IMPULSO A LAS FINANZAS SOSTENIBLES**

**EXPORT OF FRIED MALANGA PRODUCED IN ACTOPAN,  
VERACRUZ TO VANCOUVER.  
A BOOST TO SUSTAINABLE FINANCES**

**Carlos Saúl Pérez Fernández**

Colegio de Ingenieros en Gestión Empresarial Veracruz, México

**María de los Angeles Camacho Morales**

Tecnológico Nacional de México IT de Veracruz, México

**Norma Edith Peralta Vázquez**

Tecnológico Nacional de México IT de Veracruz, México

**Julia Rivera Moreno**

Tecnológico Nacional de México IT de Veracruz, México

DOI: [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v8i4.12681](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4.12681)

## Exportación de Malanga Frita Producida en Actopan, Veracruz a Vancouver. Un Impulso a las Finanzas Sostenibles

**Carlos Saúl Pérez Fernández<sup>1</sup>**[M21020044@veracruz.tecnm.mx](mailto:M21020044@veracruz.tecnm.mx)<https://orcid.org/0009-0003-2715-4042>Colegio de Ingenieros en Gestión  
Empresarial Veracruz A.C.  
México**María de los Angeles Camacho Morales**[maria.cm@veracruz.tecnm.mx](mailto:maria.cm@veracruz.tecnm.mx)<https://orcid.org/0000-0001-8775-8196>Tecnológico Nacional de México  
IT de Veracruz  
México**Norma Edith Peralta Vázquez**[norma.pv@veracruz.tecnm.mx](mailto:norma.pv@veracruz.tecnm.mx)<https://orcid.org/0009-0009-0761-2206>Tecnológico Nacional de México  
IT de Veracruz  
México**Julia Rivera Moreno**[julia.rm@veracruz.tecnm.mx](mailto:julia.rm@veracruz.tecnm.mx)<https://orcid.org/0000-0001-5161-0421>Tecnológico Nacional de México  
IT de Veracruz  
México

### RESUMEN

Ante la necesidad de impulsar la inversión en Actopan, Veracruz, la presente investigación tiene como objetivo principal obtener una rentabilidad que impacte positivamente en su economía y apoyar con el plan de acción universal de la agenda 2030, en la ODS no.8; la metodología de análisis que define la investigación combina características de tipo exploratorio y descriptivo, para la recolección de información y para la descripción del mercado meta. Así el presente trabajo consiste en el diseño de una estrategia para la comercialización de malanga frita a Vancouver, Canadá, obtenida mediante el análisis de mercado internacional a través de la revisión y establecimiento de regulaciones arancelarias, restricciones, documentos y trámites de exportación, términos de negociación internacional, contratos y formas de pago aplicables para, finalmente, definir una estrategia de penetración en el mercado de Canadá. El resultado principal de la investigación apuntará a la necesidad de elaborar un plan estratégico y de negocio así debiendo tener claridad del cumplimiento de requisitos normativos de exportación para alcanzar el mercado canadiense. La conclusión general indica que, en la exportación mexicana de mercancías, existen oportunidades para impulsar el comercio exterior aprovechando la certidumbre que ofrece el Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC).

**Palabras clave:** estrategia, plan, exportación, malanga

---

<sup>1</sup> Autor principal

Correspondencia: [M21020044@veracruz.tecnm.mx](mailto:M21020044@veracruz.tecnm.mx)

## **Export of Fried Malanga Produced in Actopan, Veracruz to Vancouver. A Boost to Sustainable Finances**

### **ABSTRACT**

Given the need to promote investment in Actopan, Veracruz, the main objective of this research is to obtain a profitability that positively impacts its economy and support the universal action plan of the 2030 agenda, in SDG no.8; The analysis methodology that defines the research combines exploratory and descriptive characteristics, for the collection of information and for the description of the target market. Thus, the present work consists of the design of a strategy for the marketing of fried taro to Vancouver, Canada, obtained through the analysis of the international market through the review and establishment of tariff regulations, restrictions, documents and export procedures, terms of international negotiation, contracts and applicable payment methods to, finally, define a penetration strategy in the Canadian market. The main result of the research will point to the need to develop a strategic and business plan, thus having clarity of compliance with export regulatory requirements to reach the Canadian market. The general conclusion indicates that, in the Mexican export of merchandise, there are opportunities to boost foreign trade by taking advantage of the certainty offered by the Agreement between Mexico, the United States and Canada (T-MEC).

**Keywords:** strategy, plan, export, malanga

*Artículo recibido 09 julio 2024  
Aceptado para publicación: 10 agosto 2024*



## INTRODUCCIÓN

El objetivo de esta investigación es ofrecer a los productores de Actopan, Veracruz, información acerca de la exportación de malanga frita hacia el mercado canadiense en virtud de que existe oportunidad a través del T-MEC, ya que es desconocido por ellos.

En los sectores de productos de consumo, la amplia diversidad étnica de Canadá y el alto nivel de ingresos disponibles de los consumidores brindan amplias oportunidades de venta de alimentos y bienes de consumo.

México es el quinto socio comercial de mercancías más grande de Canadá en todo el mundo y el segundo socio más grande de Canadá en América del Norte y América Latina, después de Estados Unidos (EE. UU.).

Oaxaca, Veracruz y Puebla son los principales estados de este cultivo, lo cual genera una derrama económica positiva y es ahí el interés de analizar su producción y comercialización, con enfoque de cadena de valor, ya que la mayoría de los productores son de pequeña escala (de 0.5 a 3.0 hectáreas) con bajo rendimiento promedio anual.

La producción y comercialización de malanga en Actopan, Veracruz es de importancia para el crecimiento económico debido a que genera ingresos y empleos, ya que sus costos de producción son bajos y su rendimiento alto, pudiendo aprovechar el mercado de Vancouver que es consumidor de la misma, de tal forma que se cumpla con el ODS 8, que indica: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos: empleo digno y crecimiento económico.

El desarrollo de esta estrategia de exportación busca lograr una mejor coordinación y colaboración entre los productores, generando una mayor competitividad, buscando en todo momento un mejor posicionamiento en el mercado internacional con sus respectivas regulaciones arancelarias, documentos y trámites de exportación, términos de negociación internacional, contratos y formas de pago aplicables a la malanga, así como las estrategias de penetración del mercado objetivo para la comercialización del producto.

Es por ello que este estudio busca diseñar una estrategia para la exportación de malanga frita que se produce en el municipio de Actopan a la ciudad de Vancouver, Canadá, funcionando con marco de referencia para otras organizaciones o empresas de malanga dentro del estado de Veracruz y en México que tengan iniciativa de exportación al ofrecerles acceso a nuevos mercados a través de dicho plan, de tal forma que tomen la decisión de no depender únicamente del mercado local y perciban la exportación como una oportunidad de crecimiento.

### **Revisión de literatura**

Para Morales & Santacruz, (2017) citado por Zúñiga, (2019) “este tubérculo se encuentra ubicada en el puesto seis en las áreas de producción y plantación mundial, después de la yuca, papa, camote y taro”. (p. 5)

Para Lazo & García (2014) citado por Zúñiga, (2019):

La malanga es uno de los primeros cultivos domesticados por el ser humano, según varios autores su origen puede seguirse hasta las culturas neolíticas más primitivas, ya eran consumida como alimento originario de América tropical y subtropical, se cultivó por los indios de las Antillas y el resto del continente antes del descubrimiento. (p.4)

Canadá es un país con apertura al comercio exterior siendo uno de los mayores importadores de bienes. Depende en gran medida de las importaciones para su crecimiento económico y para satisfacer la demanda de los consumidores de productos extranjeros, especialmente verduras y frutas durante los largos meses de invierno que no están disponibles en Canadá por razones climáticas.

Conforme a Villanueva de la Cruz (2019) “entre 2010 – 2016, el estado de Veracruz fue el principal productor de malanga. Su cultivo principalmente en los municipios de Actopan, La Antigua, Paso de Ovejas, Puente Nacional, Úrsulo Galván y Cotaxtla”. (p.1)

Según datos del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera SIAP (2019), la producción de malanga fue de 3450 hectáreas sembradas para el municipio de Actopan y de 163 hectáreas para el municipio de Úrsulo Galván.

Actualmente los productores de malanga en Actopan, Veracruz no se han interesado en la exportación de este producto debido al desconocimiento del proceso aduanero, ya que ignoran las regulaciones y restricciones arancelarias del país destino donde se demanda su producción.

No tienen información por el tipo de documentación que se les requiere para la gestión aduanera, la agencia aduanal solicita: acta constitutiva, poder notarial, identificación del representante legal, RFC del representante legal y de la empresa, comprobante de domicilio de la empresa y del representante, inscripción en el padrón de importadores y exportadores, algún diagnóstico que se requiera para evaluar su capacidad de exportación, etc.

De igual manera enfrentan altos precios en los fertilizantes para la producción de malanga, la comercialización del producto se realiza a través de acopiadores minoristas y mayoristas de la región, no existe una asociación que regule los precios de compra y venta, los acuerdos son de palabra. Las empresas empacadoras se encargan de realizar el proceso de maquila, limpia, selección, desinfección, etiquetado, empaque y distribución para que cierta problemática de enfermedades no afecte tanto a la producción como a los que consumen este tubérculo.

Motivo por el cual el propósito de este estudio es dar a conocer a los productores de malanga de Actopan la normatividad, procedimientos y ventajas promoviendo el ODS no. 8 para impulsarlos a las finanzas sostenibles, creando empleo digno y trabajo decente para quienes se involucren en dicha actividad.

## **METODOLOGÍA**

La metodología que define la investigación combina características del tipo exploratorio y descriptivo, para la recolección de información y para la descripción del mercado meta. El desarrollo de la investigación implica un análisis del mercado canadiense para exportar, así como las características de sus consumidores.

### **Diseño de la investigación**

Como primera etapa se identificaron los factores internos y externos para la exportación de malanga frita en Canadá mediante una matriz FODA.



**Figura 1.** Análisis de factores de exportación.

<b>Análisis Interno</b>	
<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
Producto Sano y Novedoso.	Producto poco conocido por la población.
La malanga tiene un alto valor de aportación nutricional.	Vida en anaquel del producto.
Buena relación comercial con productores de la región.	La empresa no cuenta con padrón de exportadores.
Calidad de producto ya que cumple con las normas y estándares de calidad.	La empresa no cuenta registro de marca y código de barras para incursionar en los mercados extranjeros.
La malanga es un producto que está teniendo un gran auge en mercados de primer mundo.	
<b>Análisis Externo</b>	
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
Existe un nicho de mercado especial que consume este producto.	Nuevas legislaciones por parte del gobierno para regular el producto.
La producción del tubérculo en el estado de Veracruz es grande.	Impuestos adicionales al ser considerado como botana.
México tiene un TLC con Canadá.	Incremento de precio de la materia prima por desastres naturales.
El mercado canadiense cuenta con un alto poder adquisitivo.	

Una vez analizado los factores de exportación se procedió a investigar en la Revista de la Secretaría de Economía (2020), los principales hábitos de consumo y compra del consumidor canadiense, siendo los siguientes:

- a. Si la calidad es garantizable, el precio no es un elemento determinante al momento de realizar la compra.
- b. Consciencia sobre consumo sostenible y compra de productos orgánicos en envase ecológico.
- c. Exigente en servicio al cliente y post-venta.
- d. Elementos de responsabilidad social, producción ética y sostenible es importante en la compra.
- e. Debido al multiculturalismo, el mercado está abierto a productos étnicos y exóticos.

Posteriormente se clasificaron los principales hábitos compra del consumidor para la segmentación del mercado canadiense. Dentro de casa los principales consumidores de botanas son los hombres de hasta

16 años, mientras que fuera del hogar son las mujeres de entre 26 y 35 años quienes más veces las compran, así como los adolescentes que hoy en día consumen diariamente botanas ya que es ajustable a su bolsillo y sin embargo este tipo de producto va dirigido para cualquier edad que pueda adquirirlo que les guste este tipo de alimento.

### **Tiendas y comercios en Vancouver como clientes potenciales**

- Los Guerreros Mexican Food Products, quien está trabajando en actividades de Toda la comida y bebida, Supermercados, Tiendas de abarrotes.
- H-mart Downtown, quien está trabajando en actividades de Toda la comida y bebida, Supermercados, Tiendas de abarrotes, Delis, Comida étnica.
- Trendybucks quien está trabajando en actividades de Compras Otros, Compras, Tiendas de abarrotes.
- Shoprite Smoke Shop Ltd, quien está trabajando en actividades de Tiendas de abarrotes (COMPANY, 2005-2022).

### **Mercado objetivo**

Los puntos de distribución principalmente son: las tiendas, supermercados, etc. Así, existen oportunidades para impulsar el comercio exterior, aprovechando la certidumbre que ofrece el Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC) firmado en el 2018 y que entró en vigor el 1 de julio de 2020, fortaleciendo el compromiso para eliminar subsidios a la exportación y aranceles, estableciendo mecanismos y procedimientos que agilizan el despacho de mercancías y control de la cadena logística así como una mejora en la equivalencia de medidas fitosanitarias, auditorías y certificaciones que facilitarán el acceso de productos mexicanos a Canadá y EE. UU (Secretaría de Economía, 2020).

Debido a lo anterior, se examinaron las regulaciones arancelarias, las restricciones, los documentos y los trámites de exportación, los términos de negociación internacional y los contratos y formas de pagos aplicables a la exportación de malanga frita.

Según la Secretaría de Economía (2022), la documentación que se requiere para realizar la exportación de las botanas de Malanga es necesario cumplir con la siguiente documentación:



1. Registro Federal de Contribuyentes (RFC), tramitado por la SHCP.
2. Firma Electrónica.
3. Opinión de Cumplimiento de Obligaciones Fiscales.
4. Registro de marca, productos, nombres y patentes ante el IMPI.
5. Pedimento de Exportación (expedido por un Agente Aduanal)
6. Factura comercial.
7. Documentos que avalen el cumplimiento de Regulaciones y Restricciones No Arancelarias.
8. Carta de instrucciones de embarque.
9. Lista de Empaque, es un documento que permite al exportador, transportista, compañía de seguros, aduana y al comprador, identificar el contenido y tipo de cada bulto (caja, atado, tambor, etc.), en donde se encuentran contenidas las mercancías para su transporte; por ello debe realizarse una lista de empaque metódica que coincida con la factura, ya que, en caso de percance, se podrán hacer las reclamaciones correspondientes a la compañía de seguros.
10. Documento de transporte (terrestre: Carta de porte).

Cabe mencionar que la malanga no cuenta con barrera arancelaria para el intercambio comercial entre Canadá y México, esto por la sujeción a la reglamentación del Tratado de Libre Comercio (T-MEC) que mantiene exento de arancel este producto y sin limitación en cuotas. (Lara, Acevedo, Peña y Torres, 2018).

Entre las principales barreras no arancelarias, se consideran las siguientes:

**1.-Etiquetado**, el cual debe cumplir con la normatividad vigente del país, que requiere sea en inglés o francés, dirección de distribuidor y especificaciones del producto, entre otros.

**2.-Medidas Fitosanitarias**, que para la entrada del producto deben ser cumplidas las regulaciones fitosanitarias por instituciones certificadoras canadienses para garantizar inocuidad y calidad del producto, contando con las licencias correspondientes. Varias de estas regulaciones se encuentran en instrumentos legales aplicables al sector agrícola, como la Canada Agricultural Products Act en la regulación Fresh Fruit and Vegetable Regulations de esta misma, entre otras aplicables por la Canadian Food Inspection Agency.

A continuación, según la Secretaría de Economía (2020), en la Tabla 1 se detallan las etapas para exportar fuera de México.

**Tabla 1.** Etapas para exportar

<b>1.-Preparar el embarque.</b>	<b>2.-Realizar el proceso de transporte y contratar un seguro que ampare las mercancías.</b>	<b>3.-Proceso de despacho aduanal.</b>
<p>Dependiendo del término de venta, el exportador debe:</p> <p>Tramitar una factura al cliente.</p> <p>Preparar la mercancía considerando el embalaje.</p> <p>Identificar los productos que se van a enviar en el embarque mediante una lista de empaque.</p> <p>Contactar al transportista.</p> <p>Contratar el seguro que ampare las mercancías</p>	<p>Transporte</p> <p>Analizar los costos y la oportunidad en la entrega.</p> <p>Considerar todo el recorrido de la mercancía, de acuerdo con la negociación pactada. *Algunos medios de transporte que se utilizan son ferrocarril, camión, avión, barco o una combinación de estos.</p> <p>Para elegir el transporte es importante tomar en cuenta la manera en la que el cliente desea recibir su producto. Otro elemento por considerar es la confiabilidad de los almacenes o de los puertos por los que se transitará la mercancía. Para transportar la mercancía se requieren documentos de transporte los cuales son expedidos por la empresa transportista que da constancia de que la mercancía se ha embarcado o se embarcará a un destino determinado; además, de la condición en que se encuentra la mercancía.</p> <p>Seguros por el envío de carga.La empresa deberá contratar un seguro para proteger la mercancía. El seguro incluye una serie de coberturas para indemnizar al asegurado por las pérdidas o daños materiales que sufran las mercancías durante su transporte.</p>	<p>Agente Aduanal</p> <p>Recibe Encargo Conferido y Carta de Instrucciones y documentación del embarque.</p> <p>Realiza Booking en la naviera.</p> <p>Asigna N° de pedimento y asigna la Fracción Arancelaria correspondiente.</p> <p>Realiza Reconocimiento previo de la mercancía, elabora COVE, y pedimento.</p> <p>Elabora Pre-BL, Art 23 y entrega cita al transportista ingresar mercancía.</p> <p>Valida, paga pedimento y realiza el despacho aduanal.</p> <p>Libera la mercancía para la carga en el transporte marítimo.</p>

Fuente: (Secretaría de Economía, 2020)



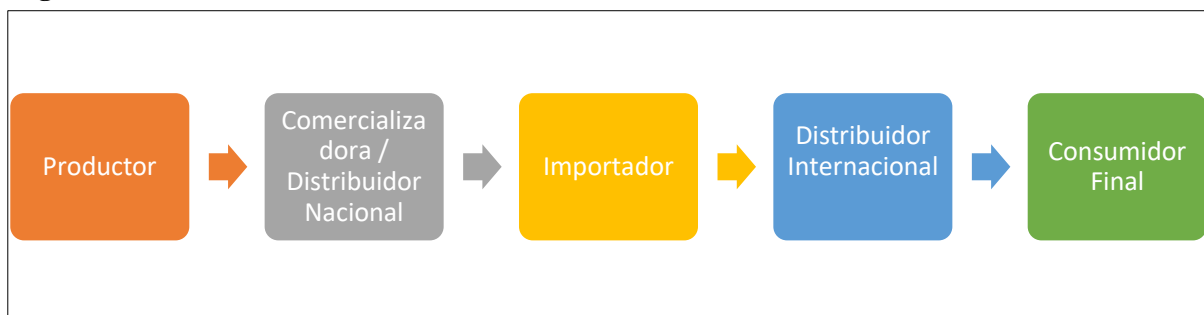
## Logística y distribución

Primeramente, se pretende vender la malanga a la empresa Los Guerreros Mexican Food Products que se encuentra ubicada en Vancouver. A continuación, se describe la logística y distribución que se propone para que el producto de malanga frita sea trasladado desde Veracruz a Vancouver.

## Canales de distribución

Siendo el canal de distribución la ruta que sigue el fabricante de un producto para ponerlo a disposición del cliente final, en este caso la malanga frita, el canal de distribución propuesto se visualiza en la figura 1.

**Figura 1.** Canal de Distribución



Fuente: Elaboración propia.

## Cadena de suministro

La logística y cadena de suministros es un conjunto de actividades funcionales (transporte, control de inventario, etc.) que se repiten muchas veces a lo largo del canal de flujo, mediante las cuales la materia prima se convierte en productos terminados y se añade valor para el consumidor (Ballou, 2004).

La cadena de suministro está conformada por todos aquellos procesos y procedimientos relacionados con la entrega de un producto y en algunos servicios, dentro de los cuales participan diversas empresas especializadas en materias como: embalaje, logística, distribución, aduanas.

La cadena de suministro de la malanga frita sigue el siguiente proceso:

1. Se recolecta la materia prima con los proveedores ubicados en Actopan.
2. Posteriormente la malanga es procesada y almacenada a la espera de salir en el transporte.
3. La mercancía es trasladada una vez que se ha concretado la venta con el cliente. El transporte sale del municipio de Actopan con dirección al puerto de Manzanillo ubicado en el estado de Colima

4. Una vez que el producto llega a Manzanillo se lleva a cabo el despacho aduanero de exportación de la mercancía.
5. El recinto libera la mercancía y es colocada en el transporte marítimo que será contratado con destino del Puerto de Manzanillo al puerto de Vancouver. De ahí, la empresa compradora se encargará de la transportación a las tiendas donde se colocará el producto para su venta.

### Ruta logística

Una ruta de distribución logística es el recorrido que se hace durante el proceso de distribución de mercancía. La ruta logística debe ser eficiente y estar constituida de tal forma que la empresa sea capaz de minimizar los costos asociados tanto como sea posible. A continuación, en la figura 2 se muestra la ruta logística para exportar la malanga.

**Figura 2.** Ruta logística Exportación Malanga Frita



Fuente: Creación propia

### Incoterm

Los Incoterms son reglas creadas por la Cámara de Comercio Internacional cuya finalidad es delimitar con precisión las obligaciones de vendedores (exportadores) y compradores (importadores) en una compraventa internacional.

Para este proyecto de exportación se considera el INCOTERM CIF (Cost, insurance, and freight). Este INCOTERM CIF significa que el vendedor entrega la mercancía a bordo del buque y debe contratar y pagar los costos, el seguro y el flete hasta el puerto de destino designado. El vendedor asume el costo

del transporte hasta el destino convenido, pero transmite el riesgo al comprador cuando la mercancía se entrega al primer porteador, por último, el despacho de aduanas de exportación será por cuenta del vendedor (Llamazares, 2020).

### **Precio de exportación**

Existen varias formas para calcular el precio del producto, en este proyecto se consideran las más comunes, el método de precio basado en la competencia, conocido como *Pricing (Precio)*, y el método basado en los costos más cierta utilidad denominado *Costing (Costeo)*. Una vez definido el precio del producto se determina el precio de exportación, el cual debe considerar los costos asociados a la elaboración y embalaje de la mercancía, precio de venta y costos de transporte dependiendo del INCOTERM pactado.

### **Clasificación de Gastos.**

A continuación, se desglosa la clasificación los gastos incurridos en la exportación del producto.

**Tabla 2** Gastos

<b>Clasificación de Gastos</b>
Gastos Indirectos de Producción Variables de reparaciones correctivas de maquinaria
Gastos Indirectos de Producción Fijos de mantenimiento preventivo de maquinaria
Gastos Indirectos de Producción Fijos de empaque
Gastos Indirectos de Producción Fijos de depreciación de maquinaria
Gastos Indirectos de Producción Fijos de sueldos
Gastos Indirectos de Producción Variables de Energía Eléctrica
Gastos Indirectos de Producción Fijos de renta
Gastos Indirectos de Producción Fijos de publicidad
Gastos de Distribución, embalaje, mercado y unitarización
Gastos de Distribución – carga y servicios de trincaje
Gastos de Distribución – transporte interior
Gastos de Distribución – prima del seguro de transporte
Gastos de Distribución – Despacho de exportación
Gastos de Administración Fijo – papelería.
Gastos de Administración Fijos – depreciación de equipo de oficina.
Gastos de Administración Fijos – internet

Fuente: Creación propia



## **Análisis de riesgos**

Es importante considerar que todo proyecto presenta diversos riesgos que deben ser valorados y cuantificados. Con la ayuda del instrumento denominado *INTERNATIONAL COUNTRY RISK GUIDE* (ICRG), se encontraron 12 variables políticas del mercado canadiense.

### **Variables de Riesgo de Político**

De acuerdo a lo anterior, se analizan cada una de las variables respecto al mercado de Canadá.

#### **Estabilidad de Gobierno**

El gobierno de Canadá es una democracia parlamentaria, una federación y una monarquía constitucional con autonomía desde el año de 1867. El país está compuesto por 10 provincias y 3 territorios por lo cual se puede considerar que el gobierno canadiense es un gobierno que presenta estabilidad.

#### **Condiciones Socioeconómicas**

Canadá comparte similitudes con Estados Unidos en términos de su sistema económico basado en el mercado, patrones de producción y niveles de vida prósperos. Desde la Segunda Guerra Mundial, la nación ha experimentado un impresionante crecimiento en los sectores de manufactura, minería y servicios, lo que

ha transformado su economía de ser principalmente rural a ser principalmente industrial y urbana. La relación con su poderoso vecino es crucial para Canadá, ya que tiene la relación comercial más grande del mundo con Estados Unidos. Además, Canadá disfruta de un superávit comercial significativo con Estados Unidos y es su mayor proveedor extranjero de energía. A pesar de los desafíos económicos causados por la pandemia de Covid-19, el gobierno canadiense ha implementado respuestas rápidas y significativas tanto en términos fiscales como monetarios. Estas medidas han llevado a una fuerte recuperación en la economía, como se evidencia en la recuperación de una gran cantidad de puestos de trabajo perdidos en un corto período de tiempo.

#### **Perfil de Inversión**

Conforme al informe Doing Business (2020) publicado por el Banco Mundial, se constata que Canadá ocupa la vigésimo tercera posición entre 190 naciones evaluadas, obteniendo una puntuación de 79.6 en lo que respecta a la calidad de su entorno empresarial. Canadá se erige como uno de los destinos más

favorables para el establecimiento de nuevos negocios. Adicionalmente, se destaca por su sólida protección a los inversionistas minoritarios.

### **Conflicto Interno**

Los ciudadanos canadienses son considerados como moderados y respetuosos de las normas. Sin embargo, a partir del gobierno de Trump los canadienses han absorbido gran parte de la guerra cultural estadounidense y las ideas del presidente mencionado, las cuales enraizaron en Canadá. De acuerdo con lo anterior, se puede entender que actualmente el principal conflicto interno en Canadá es el incremento de ideas polarizadas y de ultraderecha entre varios canadienses.

### **Conflicto Externo**

En los últimos años se ha dado un conflicto entre cinco países con el fin de adueñarse de los recursos naturales y las rutas navegables que se abren a raíz del deshielo del Ártico. Canadá ha estado involucrado en estas disputas defendiendo su territorio (Añorve, 2008).

### **Corrupción**

El Índice de Percepción de la Corrupción que publica la Organización para la Transparencia Internacional (IPC) califica a 180 países y territorios en función de sus niveles percibidos de corrupción en el sector público, a partir de 13 evaluaciones de expertos y encuestas a empresarios. Utiliza una escala de 0 (corrupción elevada) a 100 (sin corrupción). Canadá ha obtenido 74 puntos en él. Su puntuación ha descendido en el último informe, lo que significa que los canadienses perciben un incremento de la corrupción en el sector público del país. La disminución de su puntuación ha provocado que Canadá empeore su posición respecto al resto de los países hasta la 13ª posición; aun así, sus habitantes tienen un bajo nivel de percepción de corrupción gubernamental comparado con el resto de los 180 países de la clasificación.

### **Militares en la Política**

El Ejército protege a los canadienses y Canadá, y a sus intereses para:

- a) Defender su territorio y a mantener la soberanía, proporcionando la vigilancia de la tierra y las fuerzas listas para el combate.
- b) Contribuir a la defensa colectiva de América del Norte. A la prestación de asistencia a las autoridades civiles cuando sea necesario para mantener el orden público y la seguridad.

- c) Ayudar a las autoridades provinciales y en otros desastres naturales como terremotos, inundaciones, tormentas, incendios forestales y otras emergencias.
- d) El apoyo a los intereses canadienses en el extranjero, incluidas las fuerzas de las Naciones Unidas (ONU), Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN), y otras operaciones multilaterales de mantenimiento de la paz y asistencia humanitaria.

### **Ley y Orden**

Canadá trabaja con México de manera coordinada en áreas como la educación, cultura, comercio, cuidado del medio ambiente, ciencia y tecnología. Canadá hoy en día representa una oportunidad importante para nuestro país en la diversificación de sus exportaciones. A través de los años, las relaciones bilaterales entre México y Canadá se han fortalecido y transformado, para facilitar las opciones de negocio e incrementar la exportación. La modernización del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) responde a una nueva etapa de la integración regional. El T-MEC entra en vigor el 1 de julio del 2020, en él se robustece el compromiso para eliminar subsidios a la exportación y aranceles; estableciendo mecanismos y procedimientos que agilicen el despacho de mercancías y control de la cadena logística; así como una mejora en la equivalencia de medidas fitosanitarias, auditorías y certificaciones que facilitarán el acceso de productos mexicanos a Canadá y EE. UU. (Secretaría de Economía, 2020)

### **Tensión Étnica**

Las estadísticas de 2019 mostraron que Canadá era la octava población inmigrante más grande del mundo y la tasa de crecimiento demográfico más alta entre los países del Grupo de los Siete (G7, economías de Canadá, Francia, Alemania, Italia, Japón, Reino Unido y Estados Unidos muy industrializadas, cuyo objetivo es coordinar las finanzas, la economía, el empleo, la seguridad, la política comercial y muchas otras áreas), en gran parte debido a la inmigración (TFO CANADA, 2020). Canadá es un país que adoptó el multiculturalismo como política nacional buscando la integración de las culturas traídas por los inmigrantes llegados al país.

Los cimientos de la sociedad canadiense tienen una predominante clase media que convive con grupos étnicos –latinoamericanos, vietnamitas, chinos, europeos– que se suman a una de las sociedades más prósperas del mundo.





## **Responsabilidad Democrática**

Canadá en su Declaración de Compromiso de Puerto España, Párrafo 14, reconoce la importancia de la contribución positiva del comercio entre las naciones para la promoción del crecimiento, el empleo y el desarrollo. Por lo tanto, implementa un sistema de comercio multilateral abierto, transparente y basado en normas. De igual manera, también reconoce la necesidad de que todos los países se beneficien del aumento de las oportunidades y los avances del bienestar que genera el sistema multilateral de comercio.

Export Development Canada (EDC) ha asumido el liderazgo en la apertura de canales de negocios para las compañías canadienses en las Américas. En 2009, EDC facilitó el comercio en América Latina por un monto de \$7 mil millones. EDC continúa expandiendo su presencia en esta importante región. (Quinta Cumbre de las Américas, 2009).

## **Calidad de la Burocracia**

Importar malanga frita a Canadá conlleva ciertos riesgos burocráticos que es importante considerar. A continuación, se detallan algunos de los principales riesgos burocráticos al importar a Canadá:

**Cumplimiento de Normativas:** Canadá tiene estrictas regulaciones y normas de importación que deben cumplirse. Esto incluye cumplir con las normas sanitarias, fitosanitarias y de seguridad del producto. No cumplir con estas normativas puede resultar en la retención de mercancías, multas o incluso la prohibición de entrada de los productos.

**Aranceles y Tarifas:** Las importaciones a Canadá pueden estar sujetas a aranceles y otras tarifas aduaneras. Los costos adicionales pueden variar según el tipo de producto y su país de origen. Es importante calcular estos costos con antelación para evitar sorpresas financieras.

**Documentación:** La importación requiere una amplia variedad de documentos, como la factura comercial, el conocimiento de embarque, certificados de origen y otros documentos específicos según el tipo de producto. La falta de cualquier documento requerido puede causar retrasos significativos en el proceso de importación.

**Clasificación Arancelaria:** La incorrecta clasificación arancelaria de los productos puede resultar en el pago de aranceles incorrectos y posibles sanciones. Es crucial asegurarse de que los productos estén correctamente clasificados según el Sistema Armonizado de Clasificación de Mercancías.



Permisos y Licencias: Algunos productos pueden requerir permisos o licencias específicas para su importación a Canadá. Sin estos permisos, los productos pueden ser retenidos o rechazados en la frontera.

Inspecciones y Retenciones: Las mercancías importadas pueden estar sujetas a inspecciones aduaneras aleatorias. Estas inspecciones pueden causar retrasos y, si se encuentra algún incumplimiento, pueden resultar en multas o la confiscación de los bienes.

Barreras No Arancelarias: Canadá puede imponer barreras no arancelarias como cuotas de importación, restricciones y otros requisitos que pueden complicar el proceso de importación.

Riesgo de Retrasos: La burocracia y los trámites aduaneros pueden provocar retrasos en la liberación de las mercancías. Esto puede afectar los tiempos de entrega y, en consecuencia, las relaciones comerciales.

### **Riesgos internos y externos para exportar.**

Existen riesgos que pueden ser internos como externos, y dependiendo de ellos, la empresa debe llevar a cabo las posibles medidas para controlarlos y evitarlos de manera efectiva y buscando siempre el mejor costo.

#### ***Riesgos internos para exportar.***

- Producto poco conocido por la población.
- Vida en anaquel del producto.
- No se encuentran inscritos en el padrón de exportadores.
- No se cuenta registro de marca y código de barras para incursionar en los mercados extranjeros.
- Falta de infraestructura para la producción en cantidades industriales.
- Falta de asesoría por personal especializado en exportación

#### ***Riesgos externos para exportar.***

- Nuevas legislaciones por parte del gobierno para regular el producto.
- Impuestos adicionales.
- Incremento de precio de la materia prima por desastres naturales que limite la compra en el extranjero.
- Deterioro o pérdida de la mercancía durante el recorrido de la entrega al lugar de destino



Por último, se diseña un plan de contingencia como estrategia para la exportación de malanga frita producida en el municipio de Actopan, Veracruz a la ciudad Vancouver, Canadá.

**Tabla 3** Estrategia de acuerdo al plan de contingencia para la exportación

<b>Concepto</b>	<b>Plan de Contingencia</b>
<b>Riesgos Internos</b>	
Producto poco conocido por la población.	Contratación de agencia publicitaria para dar a conocer el producto y posicionarlo en el mercado.
Vida en anaquel del producto.	Asesoría especializada con envasado al vacío para extender la vida del producto.
No se encuentran inscritos con padrón de exportadores.	Asesoramiento para el trámite de inscripción en el Padrón de Exportadores Sectorial
No se cuenta registro de marca y código de barras para incursionar en los mercados extranjeros.	Contratación de agencia especializada en trámite para registro de marca y creación de código de barras.
Falta de infraestructura para la producción en cantidades industriales.	Solicitud de crédito a entidades financieras con apoyo a emprendedores
Falta de asesoría por personal especializado en exportación.	Buscar asesoría legal, contable-fiscal, comercial, aduanal.
<b>Riesgos Externos</b>	
Nuevas legislaciones por parte del gobierno para regular el producto.	Consultoría legal con abogados expertos en la materia
Impuestos adicionales	Contratación de asesoría contable.
Incremento de precio de la materia prima e insumo por desastres naturales que limite la compra en el extranjero.	Llegar a acuerdos con los países importadores para la compra del producto.
Deterioro o pérdida de la mercancía durante el recorrido de la entrega al lugar de destino.	Exportar bajo contrato Libre A Bordo.

Fuente: Propia

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

De acuerdo lo anterior, se puede comprender que, en la exportación mexicana de mercancías, existen oportunidades para impulsar el comercio exterior; aprovechando la certidumbre que ofrece el Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC) firmado en el 2018 y que entró en vigor el 1 de julio de 2020.



A través de la exportación de malanga frita se combina la agricultura sostenible con el comercio internacional, lo cual da apoyo a las finanzas sostenibles, crecimiento económico y creación de fuentes de trabajo ya al seguir este enfoque, se contribuye positivamente a la comunidad de Actopan desarrollando un negocio rentable.

Esta exportación ofrece varios beneficios tanto para los productores de malanga como para los consumidores en Canadá, permitiendo diversificar los mercados, ya que Canadá tiene una población multicultural y diversa, ofreciendo esto una demanda potencial para la malanga frita. Participando en el mercado canadiense, este ofrece la posibilidad de abrir negocios y aumentar los ingresos.

Canadá es un mercado estable y próspero, lo que significa un mayor valor agregado en comparación con la malanga fresca, por lo que se lograrán márgenes de beneficios más altos. De tal forma que existe factibilidad para producir y comercializar malanga frita en Veracruz, exportando el producto a Vancouver Canadá, en virtud de que, de acuerdo al resultado del presente estudio, será aceptado para su consumo.

## **CONCLUSIONES**

De acuerdo con el análisis del estudio, los beneficios económicos que ofrece son:

**Diversificación del Mercado:** Estrategia que encamina a los productores de malanga a ingresar a un nuevo mercado con la generación de un nuevo producto.

**Aumento de Ingresos:** Canadá es un país con un alto poder adquisitivo, lo que significa mayores márgenes de ganancia.

**Aprovechamiento de Acuerdos Comerciales:** Canadá tiene acuerdos comerciales con México a través del T-MEC, que facilitan la exportación reduciendo aranceles, haciendo más el producto.

**Logística Eficiente:** Canadá tiene una infraestructura logística bien desarrollada, lo que facilita el proceso de exportación.

Así mismo, el producto de la malanga se puede dirigir para todo ese tipo de personas que les gusten las botanas y sobre todo que les guste disfrutar de productos menos procesados. Dentro de esta clase los principales consumidores de botanas son los hombres de hasta 17 años, mientras que fuera del hogar son las mujeres de entre 26 y 35 años quienes más veces las compran, sin embargo, no necesariamente las consumen, ya que puede ser para alguien más o para compartir con otros, así como los adolescentes

que hoy en día consumen diariamente y es por ello que esto se basa en aquellas personas para pasar el rato ya sea en familia, con los amigos o a su vez trabajando; estos consumidores tienen facilidad para comprar este tipo de botana que es ajustable a su bolsillo, ya que este tipo de producto es dirigido para cualquier edad, que puedan adquirirlo de manera accesible y que les guste este tipo de botana.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

ACOEXT. (2022, Octubre 8). Problemas en las operativas de comercio exterior. Recuperado de

<https://www.acoext.com/blog/problemas-en-las-operativas-de-comercio-exterior>

Allianz. (2022). Allianz Trade Canada. Recuperado de

[https://www.allianz-trade.com/en\\_US/resources/country-reports/canada.html](https://www.allianz-trade.com/en_US/resources/country-reports/canada.html)

Alvarado, H., Ramírez, R., & Tapia, C. (2020). *Proyecto de exportación de malanga a Ontario, Canadá*. Veracruz, México: Universidad Veracruzana.

Álvarez Á.M. (2013). *Malanga y espinaca de agua podrían mejorar la dieta nutricional*. Agroentorno.

Ana, A. L. (2017). *Canales de Distribucion*. Colombia: Areandino.

Añorve A. D. (2008). *La postura canadiense ante el conflicto por la disputa del Ártico: ¿Hacia la cooperación o el conflicto?*. *Revista Mexicana de Estudios Canadienses*.(33-48).

Ballou, R. H. (2004). *Logística, Administración de la Cadena de Suministro*. México: Pearson.

Banco Mundial. (2022). Datos Banco Mundial. Recuperado de

<https://datos.bancomundial.org/pais/canada>

Bank of Canada. (2022). Bank of Canada Exchange Rates. Recuperado de

[https://www.bankofcanada.ca/rates/exchange/currency-converter/?lookupPage=lookup\\_currency\\_converter\\_2017.php&startRange=2017-01-01&rangeType=range&selectToFrom=to&convert=1.00&seriesFrom=Canadian+dollar&seriesTo%5B%5D=FXMXNCAD&rangeValue=1.w&dFrom=&dTo=&s](https://www.bankofcanada.ca/rates/exchange/currency-converter/?lookupPage=lookup_currency_converter_2017.php&startRange=2017-01-01&rangeType=range&selectToFrom=to&convert=1.00&seriesFrom=Canadian+dollar&seriesTo%5B%5D=FXMXNCAD&rangeValue=1.w&dFrom=&dTo=&s)

Bank of Canada. (2022, 09 07). Recuperado el 10 10, 2022, de <https://www.bankofcanada.ca/>

BBC NEWS MUNDO. (2022). Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-58111747>

Bermúdez, C. (2008). *Innovación y diseño. Relevancia del Diseño Industrial en los Negocios Internacionales*. Colombia. Edit. Pereira.



- Boza, S. & Fernández F. (2014). *Chile Frente a la Regulación sobre Medidas no Arancelarias de la Organización*. Estudios Internacionales, 178(1), 65-82.
- Canada, G. o. (2020, 05 06). Agriculture and Agri Food Canada. Recuperado el 09 23, 2022, de <https://agriculture.canada.ca/en/international-trade/market-intelligence/reports/outline-opportunities-mexico>
- Canada Map. (2022). Recuperado de <https://www.map-of-canada.org/>
- Canadian Food to USA. (2022, 09 14). Recuperado de <https://www.canadianfoodtousa.com/snacks>.  
<https://www.reuters.com/markets/us/canadian-economy-surprises-with-01-growth-july-august-seen-flat-2022-09-29/> <https://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2006/08/04/arancel/>  
<https://www.gob.mx/agricultura/articulos/mexico-estrella-productora-y-exportadora>
- Cateora, P., Graham, J., & Gilly, M. (2012). *International Marketing*. Estados Unidos: Hardcover.
- Chase, R. B., Aquilano, N., & Jacobs, F. (2004). *Administración de la producción y operaciones para una ventaja competitiva*. Mexico: McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (1993). *Administración de Recursos Humanos*. Colombia: McGraw-Hill.
- Christopher, L., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de Servicios Personal, Tecnología, Estrategia*. Mexico: PEARSON .
- Doing Business (2020). *Comparing Business Regulation in 190 Economies*. Recuperado de <https://documents1.worldbank.org/curated/en/688761571934946384/pdf/Doing-Business-2020-Comparing-Business-Regulation-in-190-Economies.pdf>
- Esteban, F. S., Avella Camarero, L., & Fernandez Barcala, M. (2006). *Estrategia de Producción*. Madrid España: McGraw-Hill Interamericana.
- García, A., Mertens, L., & Wilde, R. (1999). *Procesos de subcontratación, Estudios de caso en México*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Hill, C. (2007). *Negocios Internacionales*. México: McGraw Hill.
- Koontz, H., & Weihrich, H. (1998). *Administración: una perspectiva global*. México: McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: PEARSON EDUCACION.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*, ( 6ª ed), de y Armstrong Gary, Prentice Hall, 2003, Pág. 398. Prentice Hall.



- Lara Aguirre, G., Acevedo Góngora, J., Peña Juárez, J., & Torres Tadeo, R. (2018). PLAN DE EXPORTACIÓN DE MALANGA A MONTREAL, CANADÁ. Veracruz: Universidad Veracruzana.
- Lara Aguirre, S., Acevedo Góngora, J., Peña Juárez, J., & Torres Tadeo, R. (2018). PLAN DE EXPORTACIÓN DE MALANGA A MONTREAL, CANADÁ. Veracruz: Universidad Veracruzana.
- Llamazares, O. (2020). Guía práctica de los INCOTERMS. Madrid: Global Marketing Strategies.
- Michael, C. R., & Ronkainen, I. (2019). Marketing Internacional. Monterrey: CENGAGE Learning 8a.edicion.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Lima, Perú. (2010). Plan Operativo de Mercado: Canadá. Lima.
- Montes Martínez, A. (2015). Aproximación a las Relaciones Interreligiosas en un país multicultural. El caso de Canadá. *Revista Nuevas Tendencias en Antropología*(6), 50-67.
- Münch, L., & García, J. (2012). *Fundamentos de administración*. México,D.F.: Editorial Trillas.
- Nazario Lezama, N., Arvizu Barrón, E., Mayett Moreno, Y., Álvarez Ávila, M., & García Pérez, E. (2019). Producción y comercialización de malanga (*Colocasia esculenta* (L.) Shott) en Actopan, Veracruz, México: Perspectiva de cadena de valor. *AgroProductividad*, 13(5), 59-64.
- Quinta Cumbre de las Américas (2009) *Informe nacional del Canadá sobre la implementación de los compromisos de la V Cumbre de las Américas*. Gobierno de Canadá. Recuperado de [https://www.international.gc.ca/americas-ameriques/assets/pdfs/FINAL\\_WEB\\_Clickable\\_SPA.Nat.report.pdf](https://www.international.gc.ca/americas-ameriques/assets/pdfs/FINAL_WEB_Clickable_SPA.Nat.report.pdf)
- Robbins. (2005). *Estructura organizacional* (p. 234). Estados Unidos: catarina.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración*. México: Prentice Hall.
- SEGOB. (2011). NORMA Oficial Mexicana NOM-003-SEGOB-2011, Señales y avisos para protección civil.- Colores, formas y. México: Estados Unidos Mexicanos.
- Tersine, R. J. (1980). *Production/operations Management: Concepts, Structure and Analysis*. Universidad de Minnesota: Prentice-Hall.

- Villanueva de la Cruz, N. (2019). Sistema de Trazabilidad en la Cadena de Suministro de Malanga (*Colocasia esculenta* L. Schott) en Veracruz, México. Manlio Fabio Altamirano, Veracruz.
- Viloria, H., & Córdova, C. (2008). Sistema de Producción de Ocumo Chino (*Colocasia esculenta* (L.) Schott) en la Parroquia Manuel Renaud del Municipio Antonio Díaz del Estado Delta Amacuro. *Revista U DO Agrícola*, 98-106.
- Zúñiga, V. (2019). *Extracción y análisis comparativo de las características del almidón de malanga (*xanthosoma saggitifolium*), yuca (*manihot esculenta*) y papa china (*colocasia esculenta*)*. Universidad Nacional de Chimborazo, Facultad de Ingeniería.

