

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

Tema: “Alternativas de mercados internacionales para comercializar harina de amaranto de la microempresa MAMA MURUCUNA del cantón Cotacachi para el fomento de las exportaciones de la zona 1”.

Trabajo de titulación previa la obtención del
título de Licenciada en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional

AUTORA: Sofía Elizabeth Dávalos Mora

TUTOR: Msc. Gerardo Mera

Tulcán, 2021

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Sofía Elizabeth Dávalos Mora con el número de cédula 040148963-8 ha elaborado el trabajo de titulación: “Alternativas de mercados internacionales para comercializar harina de amaranto de la microempresa MAMA MURUCUNA del cantón Cotacachi para el fomento de las exportaciones de la zona 1.”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

WILLINGTON
GERARDO
MERA
RODRIGUEZ

Firmado digitalmente
por WILLINGTON
GERARDO MERA
RODRIGUEZ
Fecha: 2021_05_01
11:32:03 -05'00'

f.....

Ing. Gerardo Mera MSc

TUTOR

f.....

Ing. Luis García MSc

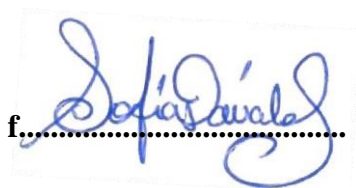
LECTOR

Tulcán, mayo de 2021

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Licenciatura en la Carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Sofía Elizabeth Dávalos Mora con cédula de identidad número 040148963-8 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Sofía Elizabeth Dávalos Mora

AUTORA

Tulcán, mayo de 2021

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Sofía Elizabeth Dávalos Mora declaro ser autora de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Alternativas de mercados internacionales para comercializar harina de amaranto de la microempresa MAMA MURUCUNA del cantón Cotacachi para el fomento de las exportaciones de la zona 1.” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



Sofía Elizabeth Dávalos Mora

AUTORA

Tulcán, mayo de 2021

AGRADECIMIENTO

A mi Dios por la fuerza que me brinda día a día.

Al dueño de mi corazón: mi papá abuelito Julio César Dávalos, por ayudarme a ser lo que soy hoy en día, no existe una cantidad de hojas que puedan describir todo lo que tendría que agradecerte.

A mi hermana Fernanda Salomé, porque día a día me das razones para superarme, te amo y quiero que siempre seas la más feliz.

A mi abuelita Carlita y mi mamá María Eugenia, por su gran amor y apoyo constante.

A mi familia, gracias a todos por su cariño.

Por su compañía y lealtad, gracias a mis amigas y amigos.

Por su valiosa guía en la presente investigación, agradezco a mi tutor, MSc. Gerardo Mera y mi lector, MSc. Jimmy Valdivieso.

A mis docentes por su constante entrega en la enseñanza.

DEDICATORIA

Esta investigación está dedicada a mi papá abuelito, quién ha estado conmigo desde siempre dándome todo lo que he necesitado para poder ser tan feliz como lo soy ahora; quien me ha moldeado con sus consejos, su infinito amor y paciencia.

A mi mamá, que me ha guiado con su ejemplo, siempre velando por mi futuro y éxito.

A mi hermana, quien apenas está comenzando en el camino de la vida.

ÍNDICE

I. PROBLEMA	20
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	20
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	21
1.3. Delimitación	21
1.4. JUSTIFICACIÓN	22
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	23
1.4.1. Objetivo General.....	23
1.4.2. Objetivos Específicos	23
1.4.3. Preguntas de Investigación	23
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	24
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	24
2.2. MARCO TEÓRICO	36
2.2.1. Fundamentación teórica	36
2.2.3. Fundamentación conceptual	37
III. METODOLOGÍA.....	42
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	42
3.1.1. Enfoque.....	42
3.1.2. Tipo de investigación.	43
3.2. IDEA A DEFENDER	44
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	45
3.3.1. Definición de variables	45
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	50
3.4.1. Análisis Estadístico.....	50
3.4.2. Población y muestra.....	51
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	52

4.1.	RESULTADOS.....	52
4.1.1.	Exportaciones de harina desde Ecuador hacia mercados internacionales 2015 – 2019. 52	
4.1.2.	Principales productos importados de harina a nivel mundial 2015 – 2019.	53
4.1.3.	Principales importadores de harina a nivel mundial 2015 – 2019.....	54
4.1.4.	Análisis e interpretación de datos de los países seleccionados.....	55
4.1.5.	Diagnóstico de las Oportunidades de Mercado.	57
4.1.5.1.	Indicadores sociales.....	57
4.1.5.2.	Indicadores políticos.....	62
4.1.5.2.1.	Acuerdos Comerciales.....	62
4.1.5.2.2.	Balanza Comercial.....	63
4.1.5.2.3.	Estabilidad Política.....	66
4.1.5.2.4.	Estabilidad del Sistema Bancario.....	69
4.1.5.2.5.	Barreras Arancelarias y No Arancelarias.....	69
4.1.5.3.	Indicadores económicos.....	70
4.1.5.4.	Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio POAM.....	73
4.1.5.5.	Proyección del Estudio.....	75
4.1.5.5.1.	Ficha técnica del producto.....	76
4.1.5.5.2.	Exportaciones de harina ecuatoriana.....	76
454	Exportaciones de Ecuador hacia EEUU de la subpartida arancelaria 1102.90.90.....	86
455	Perfil del consumidor, hábitos de consumo y motivos de compra.....	90
456	Proyección de la Población.....	93
457	Consumo Nacional Aparente.....	94
458	Demanda insatisfecha.....	96
459	Análisis de resultados de la entrevista.....	96
450	Estudio Financiero.....	99
451	FODA de la microempresa MAMA MURUCUNA.....	105

4.1.5.5.11. Matriz resultante	108
4.2. DISCUSIÓN	109
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	113
5.1. CONCLUSIONES	113
5.2. RECOMENDACIONES	115
IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	116
V. ANEXOS	122

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Variable independiente: Alternativas de mercados internacionales	37
Figura 2: Variable dependiente: Alternativas de mercados internacionales.....	39

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1: Antecedentes Investigativos	24
Gráfica 2: Valores Promedio de la PIB PPA y SMI	60
Gráfica 3: Balanza comercial Ecuador y EEUU	64
Gráfica 4: Balanza Comercial Ecuador y Alemania.....	65
Gráfica 5: Balanza Comercial Ecuador y China.....	66
Gráfica 6: Exportaciones desde Ecuador hacia el mundo de la subpartida arancelaria 1102.90.90, valor expresado en dólares americanos	81
Gráfica 7: Exportaciones desde Ecuador hacia EEUU de la subpartida arancelaria 1102.90.90, valor expresado en dólares americanos	82
Gráfica 8: Comparación del precio por KG del mercado internacional vs precio EEUU	83
Gráfica 9: Exportaciones desde Ecuador hacia el mundo de la subpartida arancelaria 1102.90.90, valor expresado en dólares americanos por meses	85
Gráfica 10: Superficie con labor agropecuaria	88
Gráfica 11: Matriz resultante de la microempresa MAMA MURUCUNA.....	108

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Delimitación	21
Tabla 2: Marco Teórico	36
Tabla 3: Definición de Variable independiente	45
Tabla 4: Definición de Variable dependiente	48
Tabla 5: Análisis Estadístico	50
Tabla 6: Exportaciones de harina desde Ecuador hacia mercados internacionales 2015 – 2019, valor expresado en dólares	53
Tabla 7: Principales productos importados de harina a nivel mundial 2015 – 2019, valor expresado en dólares.....	54
Tabla 8: Principales importadores de harina a nivel mundial 2015 – 2019, valor expresado en dólares.....	55
Tabla 9: Análisis e interpretación de datos de los países seleccionados.....	56
Tabla 10: Distribución por edad.	57
Tabla 11: Población total.....	58
Tabla 12: Perfil de consumidor EEUU.....	58
Tabla 13: Perfil de consumidor Alemania.....	59
Tabla 14: Perfil de consumidor China.....	59
Tabla 15: Valores Promedio de la PIB PPA y SMI 2016 – 2020.....	60
Tabla 16: Empleo por sector país	61
Tabla 17: Acuerdos Comerciales.....	62
Tabla 18: Balanza comercial Ecuador y EEUU.....	63
Tabla 19: Balanza Comercial Ecuador y Alemania.....	64
Tabla 20: Balanza Comercial Ecuador y China.....	65
Tabla 21: Estabilidad Política EEUU	67
Tabla 22: Estabilidad Política Alemania	67
Tabla 23: Estabilidad Política China	68
Tabla 24: Estabilidad del Sistema Bancario	69
Tabla 25: Barreras Arancelarias por país	69
Tabla 26: Barreras No Arancelarias por país.....	70
Tabla 27: Indicadores económicos EEUU.....	71
Tabla 28: Indicadores económicos Alemania.....	71
Tabla 29: Indicadores económicos China.....	72
Tabla 30: Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio POAM.....	73

Tabla 31: Ponderación de datos POAM, países de estudio	75
Tabla 32: Clasificación Arancelaria de la Harina de Amaranto	76
Tabla 33: Exportaciones de la subpartida arancelaria 1102.90.90, valor expresado en dólares.	77
Tabla 34: Exportaciones de las subpartidas arancelarias de la partida 1102, valor expresado en dólares.....	78
Tabla 35: Régimen aduanero de exportación de la subpartida arancelaria 1102.90.90, valor expresado en dólares.....	79
Tabla 36: Exportaciones por Distritos de Aduana del Ecuador de la subpartida arancelaria 1102.90.90, valor expresado en dólares	79
Tabla 37: Exportaciones desde Ecuador hacia el mundo de la subpartida arancelaria 1102.90.90, valor expresado en dólares americanos	80
Tabla 38: Exportaciones desde Ecuador hacia el mundo de la subpartida arancelaria 1102.90.90, valor expresado por número de referendo	81
Tabla 39: Exportaciones desde Ecuador hacia EEUU de la subpartida arancelaria 1102.90.90, valor expresado en dólares americanos	81
Tabla 40: Exportaciones desde Ecuador hacia el mundo de la subpartida arancelaria 1102.90.90, valor expresado en dólares americanos por meses	84
Tabla 41: Exportaciones de Ecuador hacia EEUU de la subpartida arancelaria 1102.90.90, valor expresado en dólares	86
Tabla 42: Exportación de la subpartida arancelaria 1102.90.90 por provincia, valor expresado en dólares.....	87
Tabla 43: Exportación por participación de empresas por provincia, valor expresado en número de empresas	88
Tabla 44: Lista de empresas exportadoras de la subpartida arancelaria 1102.90.90 por provincia	89
Tabla 45: Hábitos de consumo de harina de amaranto.....	91
Tabla 46: Proyección población Nueva York.....	93
Tabla 47: Proyección de la Población de Nueva York	94
Tabla 48: Consumo Nacional Aparente.....	95
Tabla 49: Proyección de producción de la microempresa MAMA MURUCUNA	95
Tabla 50. Cálculo de la Demanda Insatisfecha Internacional	96
Tabla 51: Costos por INCOTERMS.....	99
Tabla 52: Capital de Operación MAMA MURUCUNA	100

Tabla 53: Inversión Inicial	101
Tabla 54: Estructura de Financiamiento - con financiamiento	101
Tabla 55: Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento.....	102
Tabla 56: Balance General - Con Financiamiento	102
Tabla 57: Estado de Resultados - Con Financiamiento.....	103
Tabla 58: Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento	104
Tabla 59: Cálculo de TIR y VAN.....	104
Tabla 60: Tabla Resumen Resultados de Flujo de Efectivo.....	105
Tabla 61: Análisis FODA.....	106
Tabla 62: Factores internos (EFI) de la microempresa MAMA MURUCUNA	106
Tabla 63: Factores externos (EFE) de la microempresa MAMA MURUCUNA.....	107

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Formato de Entrevista.....	122
Anexo 2: Solicitud de autorización	124
Anexo 3: Carta de autorización.....	125
Anexo 4: Registro Fotográfico	126

RESUMEN

La presente investigación pretende buscar alternativa de mercados internacionales para la exportación de la harina de amaranto producida por la microempresa MAMA MURUCUNA del cantón Cotacachi, el objetivo es fomentar las exportaciones de la zona 1 del Ecuador. Para la resolución del tema se realiza un estudio de mercado a fin de identificar al país con mayor oportunidades para la exportación del producto en estudio, tomando en cuenta la operacionalización de la matriz POAM, que busca dar una ponderación y calificación y con ello elegir al país más idóneo, por lo tanto se evalúa los indicadores de sus perfiles social, político y económico de los países de estudio que son Estados Unidos de América, Alemania y China, países que fueron seleccionados por tener una tasa de variación acumulada superior al 10% y por estar entre los principales mercados de destino de las exportaciones de harina del Ecuador, dando por resultados de la evaluación se elige a Estados Unidos de América como el país con mayor oportunidad para la exportación de harina de amaranto.

Para el desarrollo metodológico se emplea un enfoque mixto, para el análisis de datos numéricos como valor FOB de las exportaciones del producto de estudio hacia mercados internacionales, cantidad en kilogramos, sub partidas arancelarias, distritos de aduana y provincias del Ecuador que producen harina, en cuanto a los aspectos cualitativos se aplica una entrevista para identificar características de producción de harina de amaranto, estos factores fueron analizados en una matriz FODA para identificar que sus oportunidades de mercado son superiores a las amenazas del mismo, sin embargo, se detectó debilidades de la microempresa en estudio la cual no cuenta con maquinaria suficiente para la producción, empaquetado y etiquetado del producto.

Los principales resultados de la investigación identifican que el precio del mercado de los Estados Unidos de América tiene un valor referencial de 3.98 USD valor CIF por cada kilogramo, mientras que el precio del producto determinado en el estudio está en 3.49 USD valor CIF indicando que es competitivo en el mercado objeto de estudio. Finalmente, el estudio financiero reflejó que con una inversión inicial de 87489 USD el cual servirá para mejorar la producción de la microempresa MAMA MURUCUNA dio como resultado una TIR de 17.01%, un VAN del 13988 USD y un índice de rentabilidad de 1,18 USD por lo tanto el proyecto es rentable estableciendo en el análisis que por cada dólar invertido este tendrá una recuperación de 1.18 USD, por lo cual podría ayudar a fomentar las exportaciones de la zona 1 del Ecuador.

Palabras clave: Alternativas de mercados internacionales, comercialización, fomento a las exportaciones.

ABSTRACT

This current investigation aims to seek alternatives from international markets for the export of amaranth flour produced by MAMA MURUCUNA microenterprise in Cotacachi canton. The objective is to promote exports from Ecuador's zone 1. A market study was conducted to identify the country with the greatest export opportunities for the product under study, taking into account the operationalization of the POAM matrix, which seeks to give a weighting and qualification to choose the most suitable country; therefore, the indicators of social, political and economic profiles were evaluated, the countries of study are the United States of America, Germany and China which were selected for having a cumulative variation rate of more than 10% and because they are among the main destination markets for Ecuador's flour exports; the United States was elected as the country with the greatest opportunity for the export of amaranth flour.

For methodological development, part of a mixed approach was used for the analysis of numerical data such as FOB value of exports of the study product to international markets, quantity in kilograms, tariff subheadings, customs districts and provinces of Ecuador that produce flour; therefore, in qualitative aspects an interview was applied to identify characteristics of amaranth flour production, These factors were analyzed in a FODA matrix to identify that their market opportunities are superior to the threats of the same; however, weaknesses were detected in the microenterprise under study which does not have sufficient machinery for the production, packaging and labeling of the product.

The main results of the investigation identify that the market price of the United States of America has a reference value of USD 3.98 CIF value per kilogram, while the price of the study product is USD 3.49 CIF value. Finally, the financial study showed that with an initial investment of USD 87489 the production of the microenterprise MAMA MURUCUNA can be improved with a TIR of 17.01% a VAN of USD 13988 and a profitability index of USD 1.18, therefore, the project is profitable, establishing in the analysis that for every dollar invested it will have a recovery of 1.18 USD, so it could help to encourage exports from Ecuador's zone 1.

Keywords: International market alternatives, marketing, export promotion.

INTRODUCCIÓN

La harina de amaranto es una de las principales especies de cereales dado por sus características de plantas gramíneas que dan frutos farináceos, los cuales son bastante aceptados en los mercados internacionales, su demanda se debe porque contiene antioxidantes, además de ser una fuente energética y de proteína vegetal bastante destacable. El amaranto es ideal para aquellas personas que tienen un estómago sensible ya que contiene grasas dietéticas y grasas poliinsaturadas, también es bajo en gluten y contiene vitamina B, siendo así un producto muy nutritivo, es por ello que su preparación tiene gran variedad como pan, pasta, empanadas, bizcochos, tortillas, magdalenas, masa de pizza, bechamel y otras salsas, galletas, crepes y tortitas, rebozados, bollos, papillas, tartas, tortilla española, pasteles, buñuelos.

La investigación pretende analizar las posibilidades de exportar harina de amaranto de la microempresa MAMA MURUCUNA la cual está ubicada en del cantón Cotacachi, además de medir el fomento a las exportaciones de la zona 1 del Ecuador, por lo cual la investigación se divide en 4 capítulos en los cuales se analizará lo siguiente:

En el primer capítulo se desarrolla y determina el problema a resolver para ello se formula los objetivos tanto general como específicos para desarrollo de mismo, el cual busca evaluar y analizar alternativas de mercados internacionales para comercializar harina de amaranto y su fomento a las exportaciones de la zona 1 del Ecuador.

En el segundo capítulo se encuentra los antecedentes investigativos y fuentes teóricas que ayudan a la sustentación de la idea a defender.

En el Tercer capítulo se determina los métodos de investigación a utilizar para la recolección de información tanto primaria como secundaria.

El cuarto capítulo se presenta los resultados de la investigación y se realiza la discusión con los datos obtenidos a comparación de anteriores investigaciones relacionados con el tema de investigación.

Al final se coloca las conclusiones y recomendaciones obtenidas del análisis de la información obtenida anteriormente.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El territorio ecuatoriano tiene gran aptitud para el cultivo de cereales, sin embargo, esta no es debidamente aprovechada, según datos del portal web Index Mundi (2020), la producción de cereales en el año 2013 fue de 939.958 hectáreas y en el año 2017 fue de 743.435 hectáreas, por lo cual es notable la reducción en producción de cereales en un 21% aproximadamente.

Según un estudio realizado por la FAO (1997), con la temática de adaptación del amaranto en los países de América Latina nos menciona que “Los resultados de la Prueba Regional de Cultivares de Amaranto, muestran que este cultivo tiene un enorme potencial de producción en las áreas agrícolas de América, obteniéndose en forma experimental hasta 7900 kg/ha”, es notable que la semilla andina cumple con todas las necesidades técnicas para la producción, sin embargo esta no está siendo empleada en su totalidad, por lo cual requiere de apoyo para su producción y comercialización en los mercados internacionales.

El problema de estudio radica en que no se conoce los potenciales mercados extranjeros que demanda productos derivados de los cereales, en efecto la investigación se enfoca en la harina de amaranto, la cual crece en cualquier clima cálido, pero no tolera las heladas y se adapta a alturas de 3000msnm, estas características cumplen con la zona 1 del Ecuador la cual con tantas ventajas que ofrece permite un eficiente cultivo y comercialización.

La microempresa MAMA MURUCUNA, productor de Alimentos Andinos, cultiva y procesa el amaranto dándole como valor agregado la transformación a harina de amaranto que se utiliza para preparar diversos alimentos. El desconocimiento de aperturas a nuevos mercados internacionales genera que los socios de la empresa pierdan oportunidad de tener diferentes opciones de alternativas de negociación comercial de su producto.

La falta de empresas industriales en la zona 1 no ha permitido un desarrollo significativo en el sector de la harina de amaranto a pesar de ubicarse en un territorio con bondades de producción, por sus condiciones geográficas y climáticas para la producción de amaranto, la cual podría obtener una ventaja competitiva en la región, de esta manera se pretende aprovechar de mejor manera el amaranto procesándolo para obtener harina logrando así identificar nuevas

oportunidades de mercados a través del desarrollo de estrategias de comercialización, generando un impacto socio-económico con la generación de nuevos empleos, mayores ingresos y mejor estilo de vida para los productores del Cantón Cotacachi.

De acuerdo a lo anterior se plantea las siguientes preguntas:

¿Cuál es la oferta de este producto? ¿Este mercado podría consumir este producto? ¿Es fácil conseguir la maquinaria apropiada para procesar la harina de amaranto? ¿Qué inversión se requiere para producir y comercializar harina de amaranto? ¿Qué volúmenes de producción son adecuados para el mercado objetivo? ¿Cuáles son los acuerdos que se mantiene con los diferentes mercados internacionales? ¿Cuáles son los permisos que se debe obtener para exportar este producto? ¿Cómo llegar al mercado? ¿Cuál es mi competencia? ¿Cuál es la logística a seguir?"

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿El desconocimiento de alternativas de mercados internacionales limita a MAMA MURUCUNA a comercializar harina de amaranto a mercados extranjeros?

1.3. Delimitación

Tabla 1: Delimitación

Objeto de estudio	Alternativas de mercados internacionales
Sujeto de estudio	Comercialización de harina de amaranto
Área geográfica	Cantón Cotacachi
Tiempo	6 meses
Grupo social	Demandantes / Ofertantes

Fuente: Autora

1.4. JUSTIFICACIÓN

Esta investigación es importante debido a que la microempresa MAMA MURUCUNA, desconoce las alternativas de mercados internacionales para la comercialización de harina de amaranto, la cual tiene la posibilidad de llegar afectar su rentabilidad y producción. El estudio está orientado a los mercados que más demandan este producto al igual que conocer las oportunidades del negocio existente, el proyecto tiene un gran impacto socio económico el cual busca incentivar la producción y el desarrollo productivo de la zona 1 del Ecuador.

El proyecto tiene una factibilidad técnica ya que se tiene acceso a la información de la microempresa MAMA MURUCUNA la cual está ubicada en el cantón Cotacachi, además existe la factibilidad bibliográfica ya que la información referente a este producto en sitios web, documentos digitales, tesis y artículos científicos, la cual servirá de guía de consulta para el desarrollo de la investigación.

Los beneficiarios directos serán los accionistas de MAMA MURUCUNA, ya que con la investigación se incentivará la venta de su producto en el mercado internacional además de brindar un conocimiento amplio de las posibles opciones para la exportación del producto. Y de este modo la empresa podrá especializarse en dicho sector productivo logrando ventaja competitiva.

El desarrollo de la investigación servirá para el progreso de la provincia de Imbabura como parte de la zona 1, en especial del cantón Cotacachi ya que se orienta a cambiar los diseños productivos enmarcados de las empresas que se han encaminado en la explotación y venta de materias primas, por ende, se impulsa a la elaboración de productos con valor agregado que permitan obtener ingresos favorables a través de la comercialización.

La investigación genera un impacto económico – social hacia la zona 1, debido a que no solo se encamina aportar al desarrollo del sector agrícola, sino también a contribuir con una alternativa de ingreso económico y con ideas que conlleven al mejoramiento y progreso empresarial.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Evaluar las alternativas de mercados internacionales para comercializar harina de amaranto de la microempresa MAMA MURUCUNA de la ciudad Cotacachi para fomentar las exportaciones de la zona 1.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente las alternativas de mercados internacionales y el fomento a las exportaciones.
- Diagnosticar la oferta exportable y la demanda en el mercado internacional de harina de amaranto y su incidencia sobre el fomento a las exportaciones.
- Analizar las alternativas de mercados internacionales para la comercialización de harina de amaranto y determinar cuál brinda las mejores oportunidades para MAMA MURUCUNA.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cuáles son las barreras arancelarias y no arancelarias que restringen la exportación de harina de amaranto de la microempresa MAMA MURUCUNA?
- ¿Cuáles son los principales importadores de harina de amaranto?
- ¿Qué restricciones tiene el producto para la exportación?
- ¿Qué competidores venden harina de amaranto a nivel internacional?
- ¿Cuáles son los estándares de calidad que debe cumplir el producto para el ingreso a un mercado internacional?
- ¿Qué acuerdos comerciales tiene Ecuador para la comercialización de harina de amaranto?
- ¿Cuál es la oferta de harina de amaranto de la microempresa MAMA MURUCUNA?
- ¿Cuál es la demanda internacional de harina de amaranto?
- ¿Cuál va a ser el mercado óptimo para realizar la exportación?
- ¿Qué estrategias puede aplicar MAMA MURUCUNA para la comercialización de harina de amaranto?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Luego de realizar una investigación documental en fuentes secundarias, se identifica algunas publicaciones que argumentan las dos variables del problema de investigación, se ha optado por iniciar con artículos científicos en relación al tema de estudio, con el objeto de localizar los posibles avances que se han logrado con el tiempo en relación a la comercialización de harina de amaranto.



Gráfica 1: Antecedentes Investigativos

Fuente: Elaboración propia

Las publicaciones correspondientes a las alternativas de mercados internacionales para comercializar harina de amaranto, existen temáticas en el país y en países cercanos sobre las variables de estudio. Se ha tomado en cuenta cuatro artículos de la comercialización de harina de amaranto y dos tesis de la misma variable.

Las publicaciones se encuentran dentro de los cinco años consideradas actualizadas, se puede destacar la importancia de la temática a investigarse, pues, así como otros países se han preocupado por la comercialización de harina de amaranto a nivel nacional es importantes el estudio de un posible ingreso a un mercado internacional, el Ecuador puede asemejarse a efectos que pueden tener las investigaciones.

En el año 2012 revista PRONAL con el autor Eduardo Peralta realizo la investigación sobre la temática “*El Amaranto en el Ecuador Estado del Arte*”, la publicación abarca información referente al amaranto y de su panorama comercial, además incluye la balanza comercial con Alemania y Estados Unidos como países de estudio y los aranceles con sus respectivos requisitos que se le aplican para los importadores.

La investigación es de gran utilidad, ya que presenta un buen panorama comercial para las exportaciones de amaranto de Ecuador, siendo los principales mercados de destino Estados Unidos y Alemania. También se trata del incipiente del mercado de amaranto en el Ecuador, considerando variable de búsqueda las oportunidades de mercados internacionales para la exportación de amaranto.

La investigación utiliza aspectos positivos ya que da a conocer cuáles son los beneficios y los nutrientes que tiene este producto (amaranto), tomando en cuenta el clima y los aspectos del cultivo, así como también las mejores redes tecnológicas que utilizan varias empresas para la mejora del producto amaranto.

En el año 2016 la revista Académica de Investigación la autora Josefina Martínez realizó un estudio con el tema “*El Amaranto Y Sus Efectos Terapéuticos*”, el amaranto es una planta que ha sido cultivada en nuestro país desde tiempos ancestrales y que dejó de ser utilizada por situaciones culturales de la época. Sin embargo, gracias a que posee múltiples beneficios a la salud y nutrición, volvió a captar el interés de la sociedad en los años 70 y es actualmente muy estudiada como base para la elaboración de alimentos funcionales. El objetivo del presente trabajo fue realizar una revisión bibliográfica actualizada sobre los componentes bioactivos del amaranto y su impacto en la salud. Para ello, se realizó un análisis sistemático de la literatura científica reciente referente a las propiedades terapéuticas de varios componentes del amaranto, seguido de una síntesis de los hallazgos que se consideraron más relevantes y contundentes. Como resultado se obtuvo una revisión bibliográfica que muestra las muchas cualidades nutricionales y terapéuticas del amaranto, que lo hacen una excelente opción para la generación de nuevos productos alimenticios. El análisis mostró que los principales efectos biológicos del amaranto que se han observado y estudiado son: disminución del colesterol plasmático, protección contra estrés oxidativo e inflamación, retardo de crecimiento tumoral y disminución de la presión arterial media; efectos mediados principalmente por compuestos como: escualeno, flavonoides, isoprenoides y lunasina. Se puede concluir que el conocimiento de las moléculas

y mecanismos celulares por los cuales el amaranto surte efectos terapéuticos permitirá el desarrollo de nuevos productos dirigidos específicamente a poblaciones con afecciones crónicas y degenerativas, así como para equilibrar un estado nutricional deficiente.

Hay una larga historia entre la humanidad y el amaranto, que no es de sorprender dado que se trata de una fuente de alimento muy accesible y de una óptima calidad nutricional. El cultivo fue domesticado en América, probablemente al mismo tiempo que se domesticaba el maíz, lo cual indica que ambos productos se comenzaron a cultivar y a usar de manera conjunta en la dieta de la época, haciendo una excelente combinación nutricional. La planta de amaranto posee características ideales para su cultivo dada su rapidez de crecimiento, su alta resistencia a la sequía y su fácil adaptación a suelos salinos y al frío.

En el año 2017 la revista *Regiones y Desarrollo Sostenible*, con los autores Josset Sánchez, Beatriz Pérez, Mariano Sánchez, Victoria Conde, Andrés Cabrera y Luis Ortega realizaron la investigación “*Diseño de una estrategia para el desarrollo agrícola en el cultivo de amaranto en el valle de Atlixco, Puebla*”, el objetivo del presente es aumentar la información disponible para el manejo del cultivo de amaranto en la región del valle de Atlixco, para lo cual se obtuvo información bibliográfica para identificar características de la zona y algunos de sus problemas. Se realizó un taller aplicando un análisis FODA en los municipios que conforman el área de estudio, para identificar los ejes principales sobre los que se diseñó la estrategia, dirigidos a mejorar la dinámica de producción del cultivo de amaranto mediante una serie de acciones orientadas a la innovación tecnológica. Los resultados obtenidos indican, que el problema principal al cual se enfrentan los agricultores es la incidencia y severidad de plagas y enfermedades, que se manifiestan en la disminución de rendimiento.

De acuerdo con los datos obtenidos a partir de la aplicación de las herramientas empleadas en la presente propuesta, tales como las encuestas y el análisis FODA, los resultados obtenidos indican que el problema principal al cual se enfrentan los agricultores durante el desarrollo del cultivo de amaranto es la incidencia y severidad de plagas y enfermedades, de tal forma que se manifiesta en la disminución de rendimiento. Por ello, la estrategia plantea la implementación de un paquete tecnológico para un manejo integral del cultivo. Se destaca la importancia del factor tecnológico como detonante de vertientes sociales, políticas y económicas de la región, para generar economía.

La aportación de la investigación para el objeto de estudio se basa esencialmente en que el estudio de la empresa y de la producción local promueve el desarrollo de las exportaciones, ya que se puede observar si la competencia realiza mayores ventas a nivel local y que mercados está acabando, es por ello que los autores recomiendan un estudio acerca de la producción que puede tener una empresa, y cuál es la capacidad de abarcar mercados nacionales así como el excedente que se puede aprovechar, al ser vendido en mercados internacionales.

La implementación de la tecnología es una herramienta que debemos utilizar para la mejora de la empresa ya que en la actualidad debido a la situación que se mantiene a nivel mundial se han ocasionado valiosas pérdidas, por las cuales debemos de innovar las empresas para el sostenimiento y aumento de los consumidores por medio de su bienestar.

El artículo científico realizado en el año 2014 la revista Scielo, con la participación del autor Santiago Sarmiento, con la *“Tentativa de investigación estrategias de internacionalización y globales para países en desarrollo y emergentes”* se basa en como buscar y promover el acercamiento de una empresa a través de las estrategias internacionales y globales, favoreciendo así mismo a las empresas de los países en desarrollo, tomando en cuenta su participación en el mercado nacional para que conduzca a un rol protagónico en los mercados extranjeros, a pesar de que la mayoría de las grandes economías del mundo se encuentran en la fase de recuperación es el momento más importante para las microempresas para sobresalir en mercados.

El proceso de internacionalización ha cambiado el entorno en que se desenvuelve el mundo de los negocios, en especial de los países en desarrollo, quienes, como parte de solución a las crisis de las grandes economías, recibieron inversiones. Era evidente que se necesitaba encontrar una forma propicia para salir de la grave situación razón por la cual la globalización se constituyó en la mejor opción para que los países desarrollados encontraran en otros países ampliación de sus mercados y obtención de materias primas. Mientras que los países en vías de desarrollo y emergentes también aprovecharon la situación para promocionar sus productos y ser partícipes de actividades comerciales que antes estaban vedadas para ellos.

La investigación busca la convicción de la situación de difícil comportamiento del cultivo de amaranto en el Valle Inferior del Río Negro, Argentina. con antecedentes de fracasos y poca agresividad, pero, se presentan oportunidades que obligan a sacar provecho a las fortalezas que tienen las empresas nacionales, soportadas en ventajas comparativas y el

continuo desarrollo de ventajas competitivas, que permitan ubicarse, inclusive, en lugares anteriormente fuente de importaciones para el país.

Una microempresa como MAMA MURUCUNA necesariamente requiere de un estudio acerca de una estrategia internacional si quiere expandir su mercado, ya que al momento la acogida que ha recibido en los mercados nacionales es buena, pero necesita expandir su mercado al exterior y crecer como empresa generando un bienestar económico para su organización como para el país.

El artículo científico en el año 2016 realizado por la revista Análisis de Economía, Comercio y Negocios Internacionales, con la participación de los siguientes autores Flavio Gonzales, Alejandra Gonzales y Delia Lerma con la temática de estudio “*Estrategia de comercialización competitiva del amaranto en San Luis Potosí*”; encuentra diferentes perspectivas como técnicas de cultivo, efectos en la nutrición y salud, la rentabilidad de la planta, su historia, el desarrollo de productos enriquecidos de amaranto, mercados potenciales para la exportación y su posicionamiento en el consumo diario. Cada uno de ellos aportando para a la factibilidad del estudio de amaranto.

La investigación realizada utilizó la metodología cualitativa ya que utilizaron encuestas para solventar las dudas que se tenía acerca de la investigación, la cual se enfocó en encontrar a los posibles consumidores del producto como también a las personas y/o empresas que pueden significar su competencia al ingresar a nuevos mercados.

Al finalizar la investigación se llegó a la conclusión de que la exportación de amaranto tiene como prioridad fortalecer la industrialización del producto en beneficio del estado de Potosí, ya que la falta de organización entre las instituciones ha ocasionado un retroceso a la comercialización del amaranto, más sin embargo la información obtenida a través de la encuesta arrojó que los beneficios y las propiedades que tiene el amaranto puede tener una aceptación en los mercados y con ello tener ganancias con los participantes de la empresa.

Es importante tomar en cuenta que el canal de distribución que recomiendan los autores es un canal de intermediarios ya que las encuestas realizadas mencionan que los clientes adquieren productos de amaranto en los supermercados o de los centros naturistas, por ello los autores recomiendan que se realice un estudio de factibilidad de un canal directo o de otro medio de canal.

Es importante para la presente investigación ya que al estudiar una empresa nacional tomando en cuenta la infraestructura de la empresa es relevante conocer si la organización ha realizado acercamientos con organizaciones que le ayuden a fomentar la comercialización de amaranto a nuevos mercados internacionales, debido a que actualmente la microempresa MAMA MURUCUNA se encuentra vendiendo en mercado nacional.

En el año 2016 la revista Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, por el autor Ayala Garay, Espitia Rangel, Rivas Valencia, Guillermina Martínez, Gustavo Almaguer con la temática “*ANÁLISIS DE LA CADENA DEL VALOR DE AMARANTO EN MÉXICO*”, el objetivo de este estudio fue realizar un análisis de la cadena de valor del amaranto, considerando a los actores, sus relaciones y funciones, así como los factores que afectan su competitividad. Se utilizó la técnica de paneles y encuestas en campo. Se encontró que existe poca vinculación entre la investigación y los productores; faltan políticas que impulsen la integración de la cadena y la organización de la misma; existe una limitada promoción comercial en mercados internacionales; la comercialización del amaranto es el eslabón más vulnerable.

Los productores venden su producción a la industria transformadora, en tiendas y en los supermercados locales, y un alto porcentaje de las ventas de la industria procesadora está destinada a atender programas de Gobierno. La estructuración entre la provisión de insumos y el mercado final no es la más adecuada. Las relaciones de poder son jerárquicas, pocos actores compradores tienen el poder, la información y su relación con sus proveedores es comercial. No existen vínculos horizontales a nivel de productores, lo cual no permite mejorar la capacidad de negociación y la organización.

La conclusión a la que llegan los investigadores una vez realizado el estudio fue que las empresas de México no tienen políticas que le ayuden a la comercialización, más, sin embargo, la mayor venta que tienen las empresas está destinada para el gobierno como base para la preparación del alimento escolar.

Existe de baja a muy baja participación de los miembros en la cadena de valor para la toma de decisiones. Existe dificultad de financiamiento como una limitación para mejorar tecnología o capital de trabajo. La dificultad de acceso a la asistencia técnica es también una limitante que en general se mencionaron tanto en las sesiones de trabajo como en las encuestas.

Lo más importante que se tomará en cuenta para la presente investigación es como la empresa de México ha mejorado sus ventas a nivel nacional, y tomar como referencia las políticas que tiene el gobierno en el pare de las empresas que no pueden sacar sus productos a mercados extranjeros. Tomando en cuenta que la tecnología en la actualidad es una herramienta muy importante que podríamos utilizar para ingresar a mercados nuevos.

Se finaliza con el último artículo científico realizado en el año 2020 la revista POCAIP, por los autores Santiago Guillermo, Julio Zurita, Andrés Guerrero, con la temática “*Estrategias comerciales para la exportación de amaranto ecuatoriano a Paris*”, dedicada al estudio para la exportación del amaranto ecuatoriano a Paris. Menciona que existe una gran cantidad de pequeños agricultores de amaranto que debido a la falta de conocimiento sobre los grandes beneficios de este cereal y bajo poder de negociación no han logrado convertirse en proveedores nacionales e internacionales, el amaranto es un cereal que tiene su origen en el continente americano, y en los últimos años ha tenido un incremento importante de parte del interés mundial por esta planta, respaldado principalmente por su gran valor nutritivo, por lo cual es preciso un análisis de los mercados aptos para la exportación dentro de la Unión Europea, un seguimiento de las tendencias internacionales de consumo de amaranto, los productos sustitutos, procesos de exportación y certificaciones internacionales.

Mediante un análisis del entorno, se logró determinar que la industria en la que se encuentra el amaranto ha tenido un crecimiento sostenible en los últimos años, el mercado idóneo para la exportación de amaranto ecuatoriano a Francia, ya que cuenta con un mercado desarrollado en lo que concierne a productos orgánicos. La calidad, sabor, certificaciones y origen único conceden un concepto diferenciador del producto, así como las estrategias de publicidad y promoción.

La comercialización de amaranto muestra una gran oportunidad para los agricultores y comerciante ecuatorianos, esto gracias a la eliminación de las barreras por parte de Francia. El amaranto es un producto nuevo, que los parisinos están dispuestos a probar, una de las ventajas que tiene el producto es que es un natural y que tendrá mayor aceptación por los consumidores que quieran cuidar su salud.

Esta investigación se acerca bastante al tema del presente documento, ya que se la realiza desde Ecuador hacia un país donde tenemos un arancel preferencial hacia este tipo de producto.

Es por ello que este artículo ayudará a perfeccionar el destino del producto ya que son estudios similares que buscan ingresar a mercados internacionales, y aumentar su venta no solamente a nivel nacional, sino que internacionalmente, en supermercados, tiendas y centros naturistas. En los últimos años el mercado francés ha incrementado sus importaciones de cereales, lo que permitiría al amaranto tener mayores posibilidades de aceptación en los consumidores, sin duda la industria del amaranto está destinada a convertirse en una industria cuya importancia sobrepasa en la actualidad y se encuentra en auge para ingresar a varios clientes potenciales.

Una vez terminado con la redacción de los artículos científicos se revisa tesis de investigación relacionadas con la variable de investigación.

En el año 2015 el autor Humberto Morales de La Universidad Tecnológica Equinoccial realizó el estudio del tema “*Obtención De Harinas De Amaranto (Amaranthus Caudatus) Crudo Y Lavado Y Su Utilización En La Elaboración De Pan*”, el cual se enfoca en que en la actualidad los gobiernos andinos están impulsando la siembra y producción de granos tradicionales como el amaranto, que fue utilizado por las tribus incas como fuente alimenticia. El propósito del presente trabajo fue estudiar los efectos producidos en el pan por la sustitución de harina de trigo con harina de amaranto crudo y con harina de amaranto.

El objetivo de la investigación es el estudio de la sustitución parcial de la harina de trigo por la harina de amaranto para la preparación pan, el presente estudio utilizó una metodología experimental, utilizando la herramienta de la encuesta para la recolección de la información a los potenciales consumidores.

En el Ecuador, según datos del MAGAP (2012), la producción de trigo está entre el 2 y 3% de la demanda actual, el resto es importado; debido a esto, se requiere hacer mezclas de harina de trigo con otro tipo de harinas para mejorar su rendimiento y por qué no, mejorar su calidad nutricional y la de sus derivados, como pan y pastas.

El amaranto es cultivado en el continente americano en países como México, Guatemala, Perú, Bolivia, Argentina, Ecuador, e incluso Cuba y Estados Unidos, pero también se cultiva en zonas tropicales y varias áreas templadas de otros países como la India, Paquistán, China, Malasia e Indonesia.

La presente investigación ayudará a identificar los diferentes usos para lo que es la harina de amaranto ya que es un producto que tiene varios beneficios es por ello que la investigación es relevante ya se tomará en consideración los aspectos estudiados en esta. Ecuador es uno de los países que tiene producción de amaranto, aunque su venta aun es a nivel nacional. La estrategia es que el mercado de las empresas que tiene el producto del amaranto se extienda al extranjero.

Más, sin embargo, la producción de amaranto está distribuido en las regiones de la sierra con 80 mil hectáreas y la costa con 15 mil hectáreas, es importante investigar por qué las empresas dedicadas a la producción de amaranto no tienen una inversión por parte de los gobiernos.

En el año 2016 el autor Liliana Gonzales de la Universidad De Guayaquil realizo un estudio acerca “*ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN DEL AMARANTO EN EL CANTÓN COTACACHI PERIÓDO 2012- 2015 Y POSIBLE EXPORTACIÓN AL MERCADO DE ALEMANIA*”, el amaranto en el análisis efectuado es un producto altamente nutritivo y con múltiples beneficios si se utiliza como alimento, se cultiva de manera artesanal en varias comunidades del Cantón Cotacachi, pero lamentablemente no se ha planteado aprovechar la producción para comercializarla en mercados internacionales. Un proyecto de exportación del amaranto mejorará la situación económica de los pequeños productores de Cotacachi. En la investigación del trabajo se recopilaron estudios, datos estadísticos útiles del cultivo del amaranto, así mismo se confirmó la información mediante el estudio de campo demostrando la producción del producto de manera artesanal y poco tecnificada.

El objetivo de la investigación está en indagar el nivel de producción del amaranto en el Ecuador determinando el aporte e importancia relativa del cultivo del producto, así como su comercialización al mercado internacional.

La metodología utilizada en la investigación fue a través de la metodología cualitativa ya que se realizó entrevistas a los agentes involucrados en la producción de amaranto, el cantón Cotacachi está ubicado en la provincia de Imbabura, con una superficie de 1689,9 km², es uno de los cantones más grandes de la provincia, representa aproximadamente el 36,8% de la superficie total de la provincia.

El estudio realizado por la autora Liliana Gonzales aporta para la presente investigación en grandes cantidades de información relevante para nuestro estudio ya que podemos encontrar datos estadísticos del cantón que mayor producción tiene en el producto de amaranto.

Estas investigaciones son importantes ya que son estudios realizados en el Ecuador y buscan alternativas para el ingreso a nuevos mercados internacionales. Con ello se puede identificar que falencias tienen esas empresas al momento de salir a mercados extranjeros, ya que el producto es el mismo pero la presentación varía según el mercado al cual se va a dirigir, aún, así como podemos observar en las dos investigaciones la mayor venta está dirigida en el mercado nacional.

Esto se debe a que al momento la empresa no tiene ayuda del gobierno para que su producto salga a mercados extranjeros.

Es por ello que la presente investigación, con la recopilación de las fuentes secundarias, buscar nuevas estrategias que ayuden a la mejora de la expansión del producto, ya que ciertos mercados extranjeros nos dan preferencias arancelarias, a los cuales los consumidores tienen una aceptación ya que producto con muchos beneficios y por ende los potenciales clientes serán aquellos que buscan cuidar de su salud.

En el año 2017 la Universidad Nacional Del Sur, la autora Maria Zubillaga realizo el estudio de investigación con el tema “*Comportamiento del cultivo de amaranto en el Valle Inferior del Río Negro, Argentina. Optimización de las condiciones del cultivo*”, la investigación trata de la agricultura como principal actividad para aportar soluciones a esta problemática económica, dado sus características del producto como son la fibra y demás materias primas permiten tener una mejor condición de vida cotidiana. La agricultura requiere de una eficiencia productiva, dado que uno de sus sitios de sustentabilidad puede incrementar la superficie productiva con la incorporación del uso eficiente del agua para la humanidad, tanto en su uso cotidiano como en la agricultura. Este recurso ha comenzado a escasear en los últimos años y es fundamental para la productividad de algunos sitios. La metodología utilizada por la investigadora para obtener la información fue a través de la metodología descriptiva y analítica, con la ayuda de la observación en campo logrando así los siguientes resultados.

La fecha de siembra óptima para la zona de estudio sería principios del mes de diciembre dado que permite cumplir adecuadamente el ciclo fenológico del cultivo con los mayores valores de rendimiento económico y biológico. Es importante destacar la sensibilidad que presentaría el amaranto a la depresión por endogamia cuando se fuerza a la autopolinización. Si bien mexicano mostraría menor susceptibilidad, esta práctica no sería recomendable.

La aportación de esta investigación en el aspecto más relevante es que indica cuales son los meses más idóneos para realizar la siembra del amaranto, y cuál de las ciudades que mayor consumo tiene en los países. Como también cuales son las presentaciones que tiene el amaranto una vez que la empresa decide realizar una exportación, la presentación del amaranto depende de lo que necesita el consumidor así puede ser de forma de grano (harina, barras de cereal, polvos pre-gel) o bien mediante la utilización de sus hojas, las cuales contienen altos niveles de calcio, hierro, fósforo y magnesio, así como ácido ascórbico, vitamina A y fibra.

En el año 2019 la autora Aracelly Cuasquer de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi realizo la investigación “*Oportunidades de mercados internacionales y la comercialización de amaranto pop de la empresa Nueva Vida*”, la investigación estuvo enfocada en su objetivo general el cual es Determinar oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de amaranto pop de la empresa Nueva Vida utilizando la metodología cualitativa y cuantitativa ya que se utilizó la entrevista y la encuesta para obtener la información acerca del producto de estudio.

Los resultados obtenidos en la investigación de estudio del mercado afirman la oportunidad de comercializar el producto, ya que los estadounidenses dan acceso a productos extranjeros, les gusta los productos naturales y orgánicos. Así mismo con la participación poblacional que tiene América latina en ese territorio es una buena oportunidad, ya que son los principales consumidores de los productos latinoamericanos, facilitando así la apertura de este mercado.

Como podemos evidenciar en las investigaciones obtenidas durante los diferentes años, cada estudio nos a indagar sobre puntos relevantes para nuestro estudio, ya que cada una de las investigaciones aporta con aspectos de política, estrategias, comercialización de diferentes presentaciones del producto amaranto y cuáles son los beneficios que tiene en la salud de los

consumidores, así también cual es el mejor canal de distribución para las empresas ya que actualmente la distribución se encuentra abarcado solo en el mercado nacional.

Por las políticas que tiene los gobiernos se puede evidenciar la falta de apoyo que tienen las pequeñas empresas para salir a mercados extranjeros a pesar de que los mercados internacionales tienen una preferencia arancelaria aun para las empresas ecuatorianas se les dificulta salir de la zona de confort por miedo de pérdidas o de no ser aceptados en el mercado extranjero.

32.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Fundamentación teórica

La fundamentación teórica en la que se basa la presente investigación está en relación a la comercialización mediante las alternativas de mercados internacionales, para lo cual se toman las siguientes teorías.

Tabla 2: Marco Teórico

Teoría	Características	Relación con la Investigación
Teoría centro periferia (Raul Prebisch)	<p>Es la dinámica económica el cual mide la relación del crecimiento del centro y periferia de un país, todo en aspectos de los sectores económicos de producción.</p> <p>Sin embargo, los sectores de los países a nivel mundial tienen una desigualdad económica, donde se encuentra un centro desarrollado y una periferia en subdesarrollo.</p>	<p>El Ecuador cuenta con las características aptas para cultivar amaranto y producirlo harina, sin embargo no todas sus provincias aprovechan estas oportunidades por lo cual solo las ciudades centrales se benefician de su producción y comercialización, sin embargo para las provincias ubicadas en la periferia son menos favorecidas en su desarrollo económico, es por ello que la microempresas MAMA MURUCUNA se encuentra entre los sectores de la periferia y requiere de una investigación que le aporte en evaluar y analizar un mercado internacional.</p>
Teoría de la ventaja competitiva (Michael Porter)	Tiene como finalidad hacer frente a la competencia con el valor diferencial sea en precios o en diferenciación de productos; haciendo	MAMA MURUCUNA desarrollo una estrategia de diferenciación con respecto a las demás empresas productoras de amaranto, esto es, su transformación a

	enfoque en determinados segmentos de mercado.	harina u hojuelas, por lo que cuenta con ventaja competitiva frente a otras empresas.
--	---	---

Fuente: Elaboración propia

2.2.3. Fundamentación conceptual

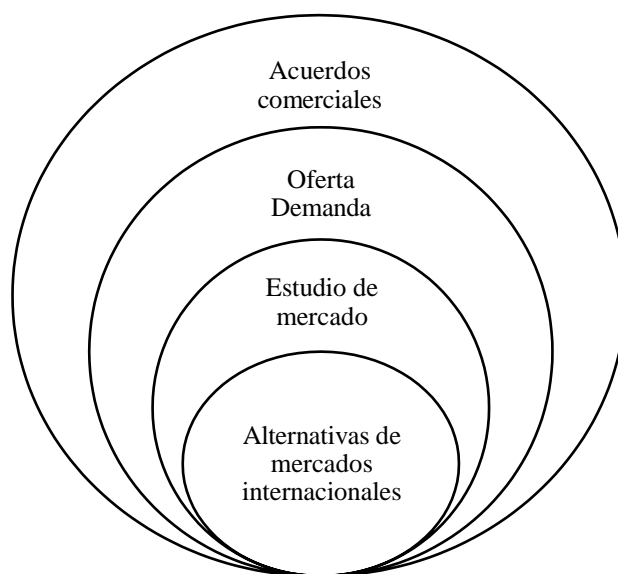


Figura 1 Variable independiente: Alternativas de mercados internacionales
Elaborado por: Dávalos, S.

Alternativas de mercados internacionales

Se refiere una opción para que así empresarios conozcan el ambiente internacional que los rodea para, de esta forma, buscar internacionalizar los productos de su empresa, la competitividad y la oportunidad de explorar nuevos mercados. Las empresas deben tener pleno conocimiento de la situación política, diversidad de mercados y riesgos de los países con los que se piensa establecer negocios, para así estudiar si esta situación le afecta o no y si es preciso entablar la negociación. (Domínguez, 2014)

La búsqueda e identificación de alternativas de mercados internacionales permitirá a MARCIPROAA poder internacionalizar harina de amaranto a un mercado apto.

Estudio de mercado

Al estudio de mercado se lo define como un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado con la finalidad de crear un plan de negocios (Shugel, 2017, p.21).

Con el estudio de mercado se obtiene la oferta y demanda con la finalidad de obtener la factibilidad de un proyecto.

Oferta

Según Gregori (2012): “Cuando el precio de un bien aumenta, la cantidad ofrecida de dicho bien también aumenta y cuando el precio de un bien disminuye, la cantidad que se ofrece de dicho bien también disminuye.” (p. 73)

También se define a la oferta como la cantidad de bienes y servicios que distintas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado y a un precio dado. (Enciclopedia de Economía, 2015)

La oferta es un determinante de las alternativas de mercados internacionales porque según esta se puede limitar las opciones en base a la demanda.

Demanda

Urbina, (2010) *“La demanda se define como la cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en el mercado por un consumidor. La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tienen del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo tanto, en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos, entre otros”*. (p. 15)

La demanda va de la mano con las alternativas de mercados internacionales porque determinará las mejores posibles opciones que tiene el exportador para vender su producto, además, en base al conocimiento de la demanda la empresa puede tomar decisiones en cuanto a su cantidad de producción o diversificación de productos.

Acuerdos comerciales

Cada país cuenta con diferentes acuerdos comerciales a estos los define Rivas (2016) como: “Un entendimiento bilateral o multilateral entre estados, cuyo objeto es armonizar los intereses respectivos de los nacionales de las partes contratantes y aumentar los intercambios comerciales” (p.20).

Los acuerdos comerciales generan dinamismo en el comercio de dos o más países, debido a la reducción de barreras arancelarias y no arancelarias.

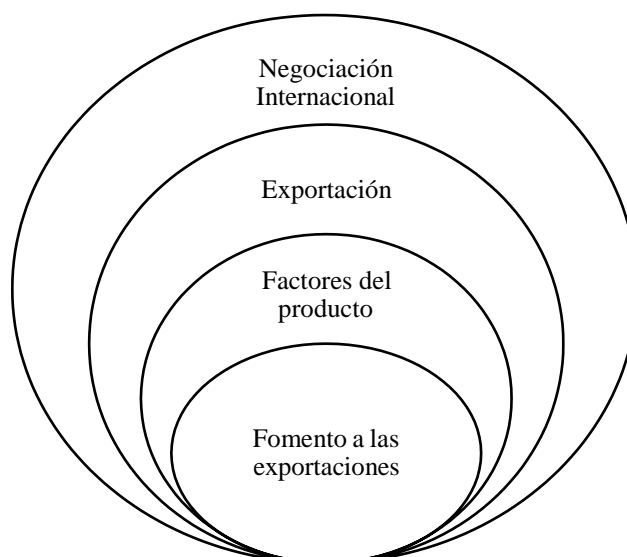


Figura 2: Variable dependiente: Alternativas de mercados internacionales
Elaborado por: Dávalos, S.

Fomento a las exportaciones

Para comprender el término de una forma más fácil, se lo divide en dos partes.

Fomento: Proveniente del latín “fomentum”, el fomento es una protección, auxilio, amparo o impulso que se le brinda a algo o alguien. Para el derecho, el fomento es una acción promovida por el Estado que consiste en incentivar a los particulares para que realicen por sí mismos distintas actividades de utilidad general. (Pérez & Merino, 2010)

Exportación: Exportación tiene su origen en el vocablo latino *exportatio* y menciona a la acción y efecto de vender mercancías de un país a otro. Es un bien o servicio que es enviado de una nación a otra con fines comerciales. El envío puede concretarse por distintas vías de transporte, ya sea terrestre, marítimo o aéreo. (Pérez & Gardey, 2013)

Por lo tanto, se puede definir al fomento de las exportaciones como el impulso o ayuda por parte de organizaciones responsables del comercio exterior para brindar información, capacitación o ayuda financiera. También se toman en cuenta los tratados y acuerdos internacionales como una forma de facilitación al comercio.

Comercialización

Monferrer, (2013) menciona “La comercialización de un producto o servicio, se centra en la acción de comercializar, que consiste en poner a la venta un producto, darle las condiciones comerciales necesarias para su venta y dotarla de las vías de distribución que permitan que llegue al público final. (p. 62)

“El libre intercambio de mercancías (compra-venta) y la recepción, prestación de servicios, realizados entre personas físicas o jurídicas radicadas en países distintos” (Chabert, 2005, p.27).

Importancia del comercio internacional

Según (Montserrat, 2001) “El comercio internacional es importante en la medida que contribuye a aumentar la riqueza de los países y de sus pueblos, riqueza que se mide a través del indicador de la producción de bienes y servicios que un país genera anualmente.” (Pág.4)

Producto

Según Armstrong y Kotler (s.f) definen: “Idea de que los consumidores favorecerán a los productos que ofrezcan la mayor calidad, el mejor desempeño y las características más innovadoras; por lo tanto, la organización debería dirigir su energía a hacer mejoras continuas a los productos” (p. 10).

Logística

Castellanos (2015) *“La logística es la parte de la cadena de suministros que planifica, implementa y controla el flujo efectivo y eficiente; el almacenamiento de artículos y servicios y la información relacionada desde un punto de origen hasta un punto de destino con el objetivo de satisfacer a los clientes. Por esta razón, la logística se convierte en uno de los factores más importantes de la competitividad, ya que puede decidir el éxito o el fracaso de la comercialización de un producto.”* (p. 3)

Es de importancia ya que es el conjunto de actividades que permiten el traslado de producto y servicios desde su estado final de producción al de adquisición y consumo determinando el precio final.

Exportación

Ríos (2016) afirma: “Las exportaciones son la venta, trueque o donación de bienes y servicios de los residentes de un país a no residentes; es una transferencia de propiedad entre habitantes de diferentes países” (p.12).

Las exportaciones permiten: “La internacionalización de bienes y servicios lo cual genera un efecto en cascada desde la producción, la comercialización, el traslado, el aseguramiento de mercancías, la nacionalización de las mismas, y un sinnúmero de actores económicos involucrados” (Huesca, 2016)

Negociación internacional

La negociación internacional se enfoca en empresas que proviene de países diferentes y buscan acuerdos de comercialización de bienes y servicios en países distintos al del proveedor del bien o servicio. Entre estos acuerdos se pueden nombrar: compraventa internacional, acuerdo con un intermediario o alianza estratégica. (Icesi, 2009)

Según Cue, (2015) “*Conocer las costumbres las tradiciones e incluso los aspectos religiosos de las naciones con las cuales se hacen negocios, es otra de las tareas que debe llevar a cabo la empresa internacional*” (P. 10), por lo tanto determinar las oportunidades de los mercados internacionales es necesario realizar un estudio de los factores de países a los que se pretende exportar, de esta manera tener una visión general de la situación política, legal y geográfica entre otros, que ayudarán a determinar si el producto es apto para ese país.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

3.1.1.1. Enfoque Cualitativo

“Se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes, y después, para refinarlas y responderlas. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” y no siempre la secuencia es la misma, varía de acuerdo con cada estudio en particular”. (Hernández, S, et al, 2010. p.7)

Se aplica este enfoque de investigación cualitativo para identificar características de producción de harina de amaranto de la microempresa MAMA MURUCUNA, además permitirá analizar los datos estadísticos y visualizar su alcance con las diferentes estrategias de comercialización.

Este enfoque ayudará a realizar un estudio técnico en cuanto a las hectáreas de producción y su alcance con las hectáreas sin producir, información que servirá para describir la cuota de mercado extranjero.

3.1.1.2. Enfoque Cuantitativo.

“El enfoque cuantitativo representa un conjunto de procesos, es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no se puede “brincar o eludir” pasos, el orden es riguroso, aunque podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea, que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se desarrolla un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas (con frecuencia utilizando métodos estadísticos), y se establece una serie de conclusiones respecto de la(s) hipótesis”. (Hernández, S, et al, 2010. p.4)

Se aplica el enfoque cualitativo para la descripción del producto en este caso la harina de amaranto de la microempresa MAMA MURUCUNA, de lo cual se permite diferenciar las fortalezas y amenazas del producto con la competitividad ya sean estos idénticos o similares.

3.1.2. Tipo de investigación.

3.1.2.1. Investigación Documental.

“Tiene el propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos (fuentes primarias), o en libros, revistas, periódicos y otras publicaciones (fuentes secundarias)” (Herrera, S, et al, 2014. p. 95).

La modalidad a emplear tendrá dos particularidades a través de la modalidad bibliográfica – documental para ampliar y profundizar el esbozo teórico basado en información de fuente primaria y secundaria de la producción de harina de amaranto, además los de factores endógenos y exógenos. Se utiliza esta modalidad debido a su aplicación dentro del desarrollo de los objetivos planteados del presente proyecto, permitiendo obtener aportes que ayuden a ampliar y profundizar la producción de amaranto en la zona 1 del Ecuador, también servirá para la recolección de información se la realizará mediante la utilización de fuentes primarias y secundarias, que pueden ser documentos, libros, páginas web, etc.

3.1.2.2. Exploratoria.

Los estudios exploratorios sirven para preparar el terreno, generan un sentido de entendimiento y son altamente estructurados. Se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas. (Hernández, S, et al, 2010. p.78.79)

El tipo de investigación exploratorio se aplica para reconocer y sondear las debilidades y fortalezas en cuanto a la producción de harina de amaranto y su competitividad del precio en los mercados internacionales, además permite identificar la producción de harina de amaranto en el Ecuador a través de herramientas de fuente secundaria, la información es aproximada por lo cual servirá para analizar los aspectos más importantes para desarrollar el estudio de mercado a través de la aplicación de la matriz POAM.

3.1.2.3. Explicativa

Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en

explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables. (Hernández, R, et al, 2010. p. 83,84)

Para finalizar se aplica una investigación Explicativa para expresar una comprensión causal orientada a un estudio de mercado identificando la relación del producto y el consumidor, por lo tanto, se describe el comportamiento de las variables en base al análisis correlacional con el objetivo de interpretar la realidad que otorgue una adecuada solución a la investigación de la comercialización de harina de amaranto.

3.2. IDEA A DEFENDER

Al identificar alternativas de mercados internacionales de la harina de amaranto de la microempresa MAMA MURUCUNA del cantón Cotacachi, fomentará las exportaciones de la zona 1.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

3.3.1. Definición de variables

Tabla 3: Definición de Variable independiente

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Técnica	Instrumento	Informante
Variable independiente: Alternativas de mercados internacionales	Entorno de oportunidades	Factores socioeconómicos	¿Cuál es la situación socioeconómica de cada país de estudio?	Análisis documental	Ficha Linkografica	The Global Economy, Santander Trade, INDEXMUNDI, Datosmacro, Banco Mundial SICE y World Economic forum
		Factores políticos	¿Cuál es la situación política de cada país de estudio?			
		Factores legales	¿Cuál es las condiciones legales para vender harina de amaranto?			
		Factores geográficos	¿Cuáles son las condiciones geográficas de los países en estudio?			

		Oferta Internacional	¿Cuáles son los países que exportan harina de amaranto?			
	Mercado	Demanda Internacional	¿Cuáles son los países que importan harina de amaranto?	Análisis documental	Ficha Linkografica	Cobus Group Info aduana Santander Trade, INDEXMUNDI, Datosmacro y Banco Mundial
		Producción nacional	¿Cuáles es la demanda insatisfecha?			
		Productos sustitutos	¿Cuáles son los productos sustitutos en el mercado?	Análisis documental	Ficha Linkografica	Trade map
Definición						
Opciones disponibles para que, mediante un respectivo análisis de las mismas se pueda internacionalizar un producto o servicio.	Producto	Propiedades calidad y	¿Cuáles son los requerimientos de inocuidad y bioseguridad del producto?	Análisis documental	Ficha Linkografica	Organización Mundial del Comercio
		Restricciones internacionales	¿Cuáles son las medidas arancelarias y no arancelarias de la harina de amaranto?	Análisis documental	Ficha Linkografica	Organización Mundial del Comercio
		Estrategias de comercialización	¿Cuáles son las estrategias de comercialización de harina de amaranto?	Análisis de contenido	Cuadro de registro y clasificación de las categorías	Top 10 de empresas exportadoras de harina de amaranto

Precio		¿Cuáles es el precio referencial del producto?	Análisis estadísticos de dispersión	Ficha Bibliográficas	Top 10 de empresas exportadoras de harina de amaranto
	Precio de venta				
		¿Cuánto es el costo de producción de la harina de amaranto?	Entrevista	Guía de entrevista	Microempresa MAMA MURUCUNA

Elaborado por: Sofía Dávalos

Tabla 4: Definición de Variable dependiente

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Técnica	Instrumento	Informante
Variable dependiente: Comercialización	Entorno comercial	Empresa	¿En qué año empezó la producción de amaranto en la microempresa MAMA MURUCUNA?	Entrevista	Guía de entrevista	Microempres a MAMA MURUCUN A
			¿Cuántas hectáreas están cultivadas en el año 2020?			
			¿Cuántas hectáreas están sin cultivar en el año 2020?			
			¿Cuánto ha sido su capacidad de producción en toneladas de harina de amaranto durante los últimos 5 años?			
			¿Cuál es el precio de 1 kilogramo de harina de amaranto?			
			¿En qué temporadas del año se comercializa más la harina de amaranto?			
			¿Qué problemas ha tenido con la producción de la harina de amaranto?			
			¿Posee infraestructura para la producción y empaque de la harina de amaranto?			
			¿Posee flota propia de transporte para la distribución de la harina de amaranto?			
¿La harina de amaranto es exportada algún país?						

<p>Definición</p> <p>Poner a la venta un producto, darle las condiciones comerciales necesarias para su venta y dotarla de las vías de distribución que permitan que llegue al público final.</p>		Canal de distribución	¿Cuál es el canal de distribución que utiliza la microempresa para la comercialización internacional de harina de amaranto?	Entrevista	Guía de entrevista	Microempresa MAMA MURUCUN A
	Logística	Proceso logístico	¿Cuál es el embalaje y empaque para la exportación de la harina de amaranto?	Análisis documental	Ficha Linkográfica	Organización Mundial del Comercio
		Costos de INCOTERM	¿Cuál es el costo de la distribución física internacional?	Entrevista	Guía de entrevista	Microempresa MAMA MURUCUN A

Elaborado por: Sofía Dávalos

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Análisis Estadístico

Para establecer el análisis estadístico fue necesario realizar un estudio de mercado, para ello se determina tres países de estudio para aplicar la Matriz POAM, los países seleccionados son aquellos que tienen un alto valor económico en cuanto a la importación de harina de amaranto, se utiliza la fuente secundaria a través de sitios web como Trade map, Cobus group y Organización Mundial del Comercio (OMC), además la matriz POAM nos permite dar ponderación en valores numéricos y elegir al país con mejor calificación, con ello se podrá aportar a una de las variables de estudio el cual es las alternativas de mercados internacionales para la exportación de amaranto.

Las herramientas que se utiliza en la investigación cualitativa es la entrevista no estructurada, aplicada a la microempresa MAMA MURUCUNA del cantón Cotacachi, la información obtenida es verbal y abarca datos de producción de harina y costos para definir el precio de venta en valor Ex Works, para ello se requiere un tipo de investigación exploratoria y explicativa.

Se utilizará la investigación documental, con la cual se pretende revisar datos históricos de producción de harina de amaranto en la zona 1 del Ecuador a fin de determinar su trazabilidad y estudiar la situación de una microempresa a través del análisis FODA, para finalizar se detalla en una tabla las técnicas que se utilizará para la recolección de información.

Tabla 5: Análisis Estadístico

Técnicas o instrumentos	Características
Entrevista	La entrevista se aplica a la microempresa MAMA MURUCUNA, con el propósito de recolectar información sobre cantidad de producción, precio del producto, procesos de producción y comercialización.
Fichas bibliográficas	Las fichas servirán para recolectar información de artículos científicos y tesis de investigaciones similares al tema de estudio, esto permitirá identificar problemas de producción y comercialización de harina de amaranto.

Datos secundarios	<p>Se utiliza fuentes de información secundaria para recolectar datos estadística que servirán para realizar la matriz POAM y con ello obtener información de los mercados internacionales que tenga una demanda insatisfecha de harina de amaranto.</p> <p>Para su desarrollo se utiliza los siguientes sitios web: Cobus Group, Santander Trade, Global Economy, Trade Map, WTO y Indexmudi.</p>
Observación	<p>La ficha de observación se aplica para entender el proceso productivo de la harina de amaranto de la microempresa MAMA MURUCUNA, esta información será de utilidad para la realización de la Matriz FODA, a fin de destacar los problemas que esta tenga.</p>

Fuente: Hernández, et al., 2014

3.4.2. Población y muestra

La población la conforma la microempresa MAMA MURUCUNA la cual está ubicada en el cantón Cotacachi y se dedica a la producción de harina de amaranto, siendo este el ofertante del producto harina de amaranto, por lo tanto, al ser el tamaño de la población por conveniencia y menor que 100 se realizará un censo, es decir: “Subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación” (Hernández, et al., 2014, p.4). Por tal razón no es necesario realizar un cálculo de la muestra ya que la población objeto de estudio es la microempresa que produce la harina de amaranto.

En cuestión de la demanda se pretende realizar un estudio de mercado a través de la matriz POAM para identificar el mejor mercado para la exportación de harina de amaranto, por lo tanto, la demanda del producto se calculará a través de la demanda insatisfecha del mercado de destino y su déficit de consumo. Además, al tratarse de una investigación no experimental no es necesario medir la correlación de sus variables de estudio para llegar a una conclusión, por lo cual solo se estudia su fenómeno económico y la competitividad internacional.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

La presente investigación se desarrolla en dos partes, primero se enfoca en el estudio de la variable independiente la cual es las alternativas de mercados internacionales, para su desarrollo se emplea una matriz POAM (perfil de oportunidades y amenazas del medio) la cual permite realizar una elección del mejor mercado internacional para la exportación de harina de amaranto.

En segundo lugar, se desarrolla la otra variable de estudio la cual es la comercialización de harina de amaranto, para aquello se emplea una entrevista a la de la microempresa MAMA MURUCUNA la cual está ubicada en el cantón Cotacachi, esta entrevista se recolectara información de capacidad de producción y precio de venta del producto, toda información será analizada a través de una matriz FODA, es una herramienta que nos permite diagnosticar la situación de la microempresa frente a las posibilidades de exportar su producto en el mercado internacional.

4.1.1. Exportaciones de harina desde Ecuador hacia mercados internacionales 2015 – 2019.

Se realiza un diagnóstico de las exportaciones de harina desde Ecuador hacia mercados internacionales a fin de detectar los mejores mercados internacionales que otorguen oportunidades de exportar la harina de amaranto de la microempresa MAMA MURUCUNA, para ello se analiza la partida arancelaria de la OMC con código 1102 la cual corresponde a Harina de otros cereales (trigo y morcajo "tranquillón"), esta partida abarca todos los productos similares, idénticos y sustitutos de la harina de amaranto la cual permitirá recolectar información desde el sitio web de Trade Map, a continuación, los siguientes resultados:

Tabla 6: Exportaciones de harina desde Ecuador hacia mercados internacionales 2015 – 2019, valor expresado en dólares.

No.	País	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Tasa de crecimiento	Tasa de participación
1	Tailandia	123816	131747	130157	149756	163181	6%	16%
2	México	51239	74149	109283	161476	109479	16%	12%
3	Estados Unidos de América	88916	89469	91381	101576	90991	0%	11%
4	Italia	37952	43920	57521	56169	58380	9%	6%
5	Alemania	45564	41396	41780	52837	55653	4%	5%
6	Bélgica	36443	41433	42346	36216	33898	-1%	4%
7	El Salvador	26129	30960	25789	28355	32399	4%	3%
8	Uganda	25432	13964	24712	42854	30654	4%	3%
9	Sudáfrica	19578	26695	27115	38517	29308	8%	3%
10	Brasil	37005	37007	57025	30825	28249	-5%	4%
Los demás países		236580	271744	278388	296306	325952	7%	
Total		728654	802484	885497	994887	958144	6%	

Fuente: Trade Map (2020)

En la tabla anterior se analiza el top 10 de países que Ecuador exporta harina tomando en cuenta la partida arancelaria 1102 del sistema amenizado de la OMC, los resultados obtenidos reflejan que Tailandia es el país que más consume harina de Ecuador, tomando en cuenta que la partida arancelaria corresponde a productos similares o idénticos, sin embargo, su tasa de crecimiento es muy baja para su análisis de 5 años históricos pero su participación en el mercado es del 17 por ciento lo que lo vuelve un mercado atractivo y con oportunidades de seguir creciendo.

4.1.2. Principales productos importados de harina a nivel mundial 2015 – 2019.

En la siguiente tabla se analiza por partida arancelaria 1102 del sistema armonizado de la OMC, el cual corresponde a productos derivados de la Harina:

Tabla 7: Principales productos importados de harina a nivel mundial 2015 – 2019, valor expresado en dólares.

Código del producto	Descripción del producto	Valor importado en 2015, miles de Dólar Americano	Valor importado en 2016, miles de Dólar Americano	Valor importado en 2017, miles de Dólar Americano	Valor importado en 2018, miles de Dólar Americano	Valor importado en 2019, miles de Dólar Americano	Tasa de crecimiento	Porcentaje de participación
110220	Harina de maíz	391,657	503,017	552,694	592,082	573,099	8%	52%
110290	Harinas de cereales (excepto el trigo, el morcajo y el maíz)	442,652	447,938	481,795	489,135	523,164	3%	48%
110210	Harina de cereales [excepto de trigo o de morcajo (tranquillón)] Harina de centeno	161	78	128	19	16	-37%	0%
110230	Harina de arroz	4,945	9,699	6,148	5	5	-75%	0%
TOTAL		839,415	960,732	1,040,765	1,081,241	1,096,284	5%	

Fuente: Trade Map (2020)

Los resultados de la tabla anterior expresan un alto consumo en solo dos subpartidas arancelarias las cuales son 110220 y 110290, las cuales corresponde a harina de maíz y harina de cereales, siendo estos productos muy similares a la harina de amaranto, ya que este producto se clasifica como un cereal integral, lo cual se considera que existe una tasa de crecimiento muy atractiva a nivel mundial de los dos primeros productos de la tabla, los cuales corresponden a valores del 8% y 3% respectivamente en cuanto a su crecimiento en su consumo.

4.1.3. Principales importadores de harina a nivel mundial 2015 – 2019.

En la siguiente tabla se analiza a nivel mundial los países que consumen más harina y demás productos similares de la partida arancelaria 1102, los resultados son los siguientes:

Tabla 8: Principales importadores de harina a nivel mundial 2015 – 2019, valor expresado en dólares.

No	Importadores	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017	Valor importado en 2018	Valor importado en 2019	Tasa de crecimiento	Porcentaje de participación
1	Estados Unidos de América	86315	112465	129043	135819	157481	13%	12%
2	Angola	65324	98530	154831	98131	55364	-3%	9%
3	China	28354	29230	32722	40539	45487	10%	4%
4	Canadá	36483	37453	40495	46028	42172	3%	4%
5	Alemania	36049	38025	35949	38942	41953	3%	4%
6	Bélgica	18080	19885	30477	29184	39639	17%	3%
7	Francia	29416	31712	35244	37716	38985	6%	3%
8	Países Bajos	24358	25936	40091	36991	38957	10%	3%
9	España	64797	61381	48021	39042	37857	-10%	5%
10	Reino Unido	16381	19352	24476	35496	36931	18%	3%
	Los demás países	433880	486932	469788	543892	570576	6%	50%
	Total	839437	960901	1041137	1081780	1105402	6%	

Fuente: Trade Map (2020)

Los resultados de la tabla anterior detallan el top 10 de los países que importan harina referente a la partida arancelaria 1102 del sistema amenizado de la OMC, Estados Unidos es el principal país en cuanto a la importación de este producto, además tiene una tasa de crecimiento del 13% y 12% en cuanto a participación, por otra parte, a nivel mundial este mercado crece a un 6% lo cual es muy favorable para una posible exportación de productos de la microempresa MAMA MURUCUNA.

4.1.4. Análisis e interpretación de datos de los países seleccionados.

Para determinar los países de estudio, se selecciona de top 10 de los países que exportan e importan harina de amaranto considerando su partida arancelaria 1102 la cual corresponde Harina de otros cereales, adicional se toma en consideración los países de destino de las exportaciones de harina del Ecuador tomando en cuenta la subpartida arancelarias 1102.00.00.00, 1102.20.00.00, 1102.90.10.00 y 1102.90.90.00 las cuales corresponden a harina y demás cereales, esta información permitirá realizar la matriz POAM a fin de calificar los factores sociales, políticos y económicos de los tres países de estudio, a continuación detallamos la información relevante para justificar su selección

Tabla 9: Análisis e interpretación de datos de los países seleccionados.

No.	Países importadores de Harina	Tasa de crecimiento	Porcentaje de participación a nivel mundial	Países que exporta Ecuador	Tasa de crecimiento	Porcentaje de participación a nivel de Ecuador
1	Estados Unidos de América	13%	12%	Tailandia	6%	16%
2	Angola	-3%	9%	México	16%	12%
3	China	10%	4%	Estados Unidos de América	0%	11%
4	Canadá	3%	4%	Italia	9%	6%
5	Alemania	3%	4%	Alemania	4%	5%
6	Bélgica	17%	3%	Bélgica	-1%	4%
7	Francia	6%	3%	El Salvador	4%	3%
8	Países Bajos	10%	3%	Uganda	4%	3%
9	España	-10%	5%	Sudáfrica	8%	3%
10	Reino Unido	18%	3%	Brasil	-5%	4%
*Países que se repiten en la lista de importadores de harina a nivel mundial y países que exporta Ecuador						
*Se pinta de color verde aquellos indicadores de la tasa de crecimiento y porcentaje de participación sean igual o superior al 10%						

Fuente: Autora

En los resultados de la tabla anterior se evaluó los indicadores de tasa de crecimiento y porcentaje de participación, se consideró los valores que sean igual o superior al 10% respectivamente, adicional se consideró los países que se repiten tanto en la lista de países importadores de harina a nivel mundial y países a los cuales se exporta la harina de Ecuador, de tal razón se selecciona a los tres países de estudio para la matriz POAM los cuales son: Estados Unidos de América, Alemania y China.

Se ha seleccionado a Estados Unidos de América porque es el país que más importa harina a nivel mundial, adicional cuenta con una tasa de crecimiento del 13% y una participación a nivel mundial del 12%, además en los destinos de exportación de la harina de Ecuador este país ocupa el tercer lugar, pero su tasa de crecimiento es un poco más del 0% y tiene una participación del mercado del 11%, por estas razones fue seleccionado como país de estudio.

Se ha seleccionado a Alemania porque es el país que quinto país más importador de harina a nivel mundial, adicional cuenta con una tasa de crecimiento del 3% y una participación a nivel mundial del 4%, además en los destinos de exportación de la harina de Ecuador este país ocupa el quinto lugar con una tasa de crecimiento del 4% y tiene una participación del mercado del 5%, por estas razones fue seleccionado como país de estudio.

4.1.5. Diagnóstico de las Oportunidades de Mercado.

Conforme a los indicadores que se evaluó para la selección de los tres países de estudio, los cuales son Estados Unidos de América, Alemania y China, se usa el perfil de oportunidades y amenazas del medio POAM para diagnosticar al mercado idóneo para la exportación de harina de amaranto de la microempresa MAMA MURUCUNA, además en su desarrollo se realizará una evaluación comparativa de los indicadores socioeconómicos, políticos, legales entre otros, estas factores son estratégicos y contribuyen a la determinar una amenaza o una oportunidad. A continuación, los siguientes indicadores:

4.1.5.1. Indicadores sociales.

Para el análisis POAM se requiere analizar los indicadores sociales, los cuales corresponden a un estudio de la demografía de los tres países de estudio, con la finalidad de encontrar la distribución por edad y la población económicamente activa, en la siguiente tabla se muestra los resultados:

Tabla 10: Distribución por edad.

Distribución por Edad	Estados Unidos de América	Alemania	China
0-14 Años	19,40%	12,83%	17,22%
15 - 24 Años	13,70%	9,98%	12,32%
25 - 54 Años	39,90%	39,87%	47,84%
55 - 64 Años	12,60%	14,96%	11,35%
65 años y más	14,50%	22,36%	11,27%
Población masculina (en %)	49,38%	49,35%	51,22%
Población femenina (en %)	50,42%	50,65%	48,59%
Población Económicamente Activa PEA	166.499.850 (2020)	42.207.318 (2020)	90.019.299 (2020)
Tasa de desempleo	3.9% (2020)	6,3% (2020)	4.37% (2020)

Fuente: INDEXMUNDI, Santander Trade y Banco Mundial

En base a la información de tabla anterior revela que las personas de 25 años a 54 años son las que mayor porcentaje de demografía tienen, aproximadamente esta sobre el 39% correspondiendo a los tres países de estudio, además la población económicamente activa es muy grande a comparación del mercado nacional, sin embargo es preocupante la tasa de

desempleo en el año 2020, dado las circunstancias de la pandemia del covid-19, posiblemente vaya creciendo la tasa de desempleo y esto afecte a futuro en cuanto al poder adquisitivo y al perfil del consumidor.

Tabla 11: Población total

Población Total	Estados Unidos de América	Alemania	China
2016	323.1 millones	82.18 millones	1379 millones
2017	325.1 millones	82.52 millones	1386 millones
2018	327.2 millones	82.79 millones	1395 millones
2019	328.2 millones	83.02 millones	1393 millones
2020	330.2 millones	83.78 millones	1395 millones
Tasa de crecimiento 2016 - 2020	0.44%	0.39%	0.23%

Fuente: INDEXMUNDI, Santander Trade y Banco Mundial

La población de los tres países estudio son muy grandes, sin embargo, China es el país metrópoli en todo el mundo esta tiene aproximadamente 1400 millones de habitantes siendo superior por cuatro veces a EEUU y 14 veces más grande que Alemania, por lo cual la China es muy atractivo por su mercado y alta capacidad para consumir harina de amaranto.

Tabla 12: Perfil de consumidor EEUU

Perfil de consumidor	EEUU				
	2016	2017	2018	2019	2020
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	1	1	1	1	1
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD)	11.721.408	12.027.165	12.388.548	12.712.847	13.061.869
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	-	2.6%	2.6%	3%	2.7%
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	36.296	37.008	37.922	38.701	39.570
SMI - Salario Mínimo Interprofesional	1154	1192	1047	1097	1118

Fuente: INDEXMUNDI, Santander Trade y Banco Mundial

El perfil de consumo de EEUU es atractivo por su crecimiento en el gasto de los hogares el cual va de 2.7% aproximadamente, además que su valor per cápita es de 39000 dólares anuales aproximadamente lo cual es un valor muy alto en gasto de consumo de los hogares pero

su salario mínimo intrapersonal es de 1100 dólares aproximadamente, siendo esto muy inferior al gasto per cápita, esto demuestra que el nivel de vida es costoso pero su valor de consumo es superior a los otros países de estudio de esta investigación.

Tabla 13: Perfil de consumidor Alemania

Perfil de consumidor	Alemania				
	2016	2017	2018	2019	2020
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	0,73	0,73	0,74	0,74	0,74
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD)	-	2.072.674	2.099.072	2.132.870	2.089.242
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	-	1.3%	1.3%	1.6%	-2,05%
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	-	25.076	25.319	25.656	25.930
SMI - Salario Mínimo Interprofesional	1440	1498	1498	1557	1557

Fuente: INDEXMUNDI, Santander Trade y Banco Mundial

El perfil de consumo de Alemania no es muy atractivo porque su último año decreció en el 2.05% en el gasto de los hogares, a pesar de tener un alto valor per cápita de 25000 dólares anuales aproximadamente este podría decrecer en los próximos años, además su salario mínimo intrapersonal es de 1500 dólares aproximadamente, siendo esto superior al de EEUU, sin embargo su gasto per cápita es superior su salario mínimo intrapersonal, esto demuestra que el nivel de vida es costoso, por lo tanto es un país poco atractivo para la exportación de harina de amaranto de la microempresa MAMA MURUCUNA.

Tabla 14: Perfil de consumidor China

Perfil de consumidor	China				
	2016	2017	2018	2019	2020
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	4.12	4.17	4.23	4.25	4.24
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD)	-	3.695.385	4.047.743	4.384.572	4.731.754
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual, %)	-	8.9%	9.5%	8.3%	7.4%
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	2.680	2.920	3.148	3384	3615
SMI - Salario Mínimo Interprofesional	-	1400	2120	2420	-

Fuente: INDEXMUNDI, Santander Trade y Banco Mundial

El perfil de consumo de China es atractivo por su crecimiento en el gasto de los hogares el cual va de 8% aproximadamente siendo este superior a comparación de los otros países de estudio, pero su valor per cápita es de 3300 dólares anuales aproximadamente lo cual es inferior a los otros países de estudio, además su salario mínimo intrapersonal es de 2000 dólares aproximadamente es un valor competitivo a comparación de los demás, sin embargo no es un

país muy atractivo para la exportación de harina de amaranto de la microempresa MAMA MURUCUNA debido a su bajo valor per cápita de consumo de los hogares.

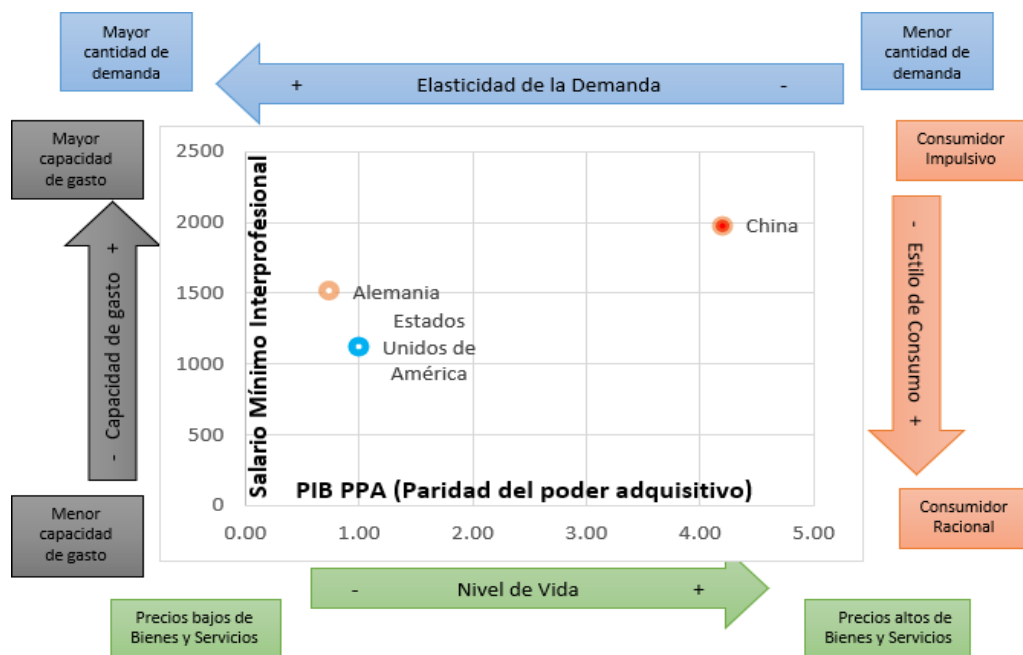
Cada país de estudio tiene su propia moneda, por lo cual los tres tiene un tipo de cambio diferente uno del otro, siendo el Euro la moneda que está por encima del Dólar y el Renminbi, por lo cual los tres países tienen distintos niveles de vida, es decir su poder adquisitivo de un producto en comparación de los países de estudio, por aquello se presenta la siguiente tabla:

Tabla 15: Valores Promedio de la PIB PPA y SMI 2016 – 2020

PAÍS	PIB PPA (Valor Promedio)	SMI (Valor Promedio)
Estados Unidos de América	1,00	1121 USD
Alemania	0,74	1510 USD
China	4.20	1980 USD

Fuente: Santander Trade y Datosmacro

Dado los resultados en la tabla el PIB PPA se compara con la moneda de EEUU la cual es el dólar es decir que en Alemania tiene un valor inferior al valor de análisis y China su valor es superior, lo cual demuestra que en Alemania su costo de vida es menor a EEUU y China tiene un costo de vida alto lo cual demuestra que tiene precios altos de bienes y servicios. Por otra parte, el salario mínimo intrapersonal es superior en China a comparación de los otros países de estudio, posiblemente se debe a su alto costo de vivir en este país del continente asiático.



Gráfica 2: Valores Promedio de la PIB PPA y SMI
Elaborado por: Sofía Dávalos

La grafica anterior hace un comparativo de 4 ejes: nivel de vida, estilo de consumo, elasticidad de la demanda y capacidad de gasto, en cuanto a valores de capacidad de gasto no se ha tomado en cuenta el consumo per cápita de cada país de estudio, al contrario se basa en a su ingreso en el salario mínimo intrapersonal, por lo cual Alemania es más atractivo su alto ingreso salarial y su bajo costo de vida, lo cual hace tener más probabilidad de mayor capacidad de consumo pero con precios bajos en bienes y servicios, además de una mayor cantidad de demanda del producto y posiblemente consumidores impulsivos pro su alto ingreso económico. Para Estados Unidos de América tiene una proporción similar a Alemania, pero con menor ingreso salarial y un costo de vida más alto, sin embargo, sigue siendo atractivo para la exportación de harina de amaranto debido a su gran tamaño de población. Para terminar China su nivel de vida es muy costosa, pero con ingresos económicos altos, lo cual lo vuelve un país con características muy exigentes en cuanto a consumo de productos y servicios ya que tiene una menor cantidad de demanda, lo cual es poco atractivo para la investigación.

Tabla 16: Empleo por sector país

Repartición de la actividad económica por sector	Empleo por sector (en % del empleo total)		
	Agricultura	Industria	Servicios
Estados Unidos de América	1,34%	19,81%	78,85%
Alemania	1,20%	26,8%	72,10%
China	24,7%	28,2%	47,1%

Fuente: Santander Trade.

El empleo por sector de los países de estudio muestra resultados para Estados Unidos de América y Alemania una baja producción en la agricultura, pero en China su porcentaje es muy alto a comparación de los países de estudio, por lo cual podría ser una amenaza ya que posiblemente no tenga un déficit en su abastecimiento de harina y no requiera de la importación de la misma, por lo tanto, hay una oportunidad con EEUU y Alemania.

4.1.5.2. Indicadores políticos

En el siguiente análisis se enfoca a los indicadores como acuerdos comerciales, balanza comercial, estabilidad política, estabilidad del sistema bancario, barreras y no arancelarias, por lo tanto, se presenta los siguientes resultados:

4.1.5.2.1. Acuerdos Comerciales

Tabla 17: Acuerdos Comerciales

PAÍSES	ACUERDO COMERCIAL O RÉGIMEN PREFERENCIAL	NORMATIVA EN MATERIA DE ORIGEN, SEGÚN ACUERDO O RÉGIMEN PREFERENCIAL	SISTEMA DE CERTIFICACIÓN DE ORIGEN	CRITERIO DE ORIGEN	ACCESO A MERCADOS
Estados Unidos de América	Sistema Generalizado de Preferencias-SGP	Manual sobre el esquema de Estados Unidos	Entidades Públicas	Departamento de Comercio	Departamento de Comercio
Alemania	Acuerdo Comercial Multi partes	Unión Europea	Cámara de Comercio y de la Industria (IHK) alemana.	Certificación TUV (Technischer Überwachungs-Verein)	Reglas de Origen Requisitos Específicos de Origen
China	Sistema General de Preferencias para un comercio bilateral	Consejo Chino para la Promoción de Comercio	Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena	Certificación y Declaración de Origen	<ul style="list-style-type: none"> • Código de Registro de Aduana • Certificación Compulsoria China • Requisitos Específicos de Origen

Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana

Para los países EEUU y China tienen un acuerdo de sistema general de preferencias arancelarias a diferencia de Alemania que tiene un acuerdo multipartes, el cual es un acuerdo comercial entre bloques económicos y no un acuerdo binacional, el cual fue firmado en el año 2012 con Colombia y Perú, ya en el año 2017 se adhirió a Ecuador, para los tres países son beneficios en barreras arancelarias lo cual otorga una ventaja competitiva en el precio del mercado de destino, sin embargo para Alemania tendría una amenaza debido a que hay una posibilidad de competir contra Colombia y Perú por ser beneficiarios del mismo bloque económico de la Comunidad Andina.

4.1.5.2.2. Balanza Comercial

En la siguiente tabla se observa la relación comercial entre Ecuador y Estados Unidos de América durante el periodo 2015 – 2019, los cuales muestran un resultado positivo para Ecuador por tener un superávit en su saldo comercial, sin embargo, tanto para importaciones y exportaciones tiene una tasa decreciente del 1% lo cual no es muy favorable si este continúa disminuyendo, posiblemente afectaría a la competitividad que tienen los productos ecuatorianos en este mercado extranjero.

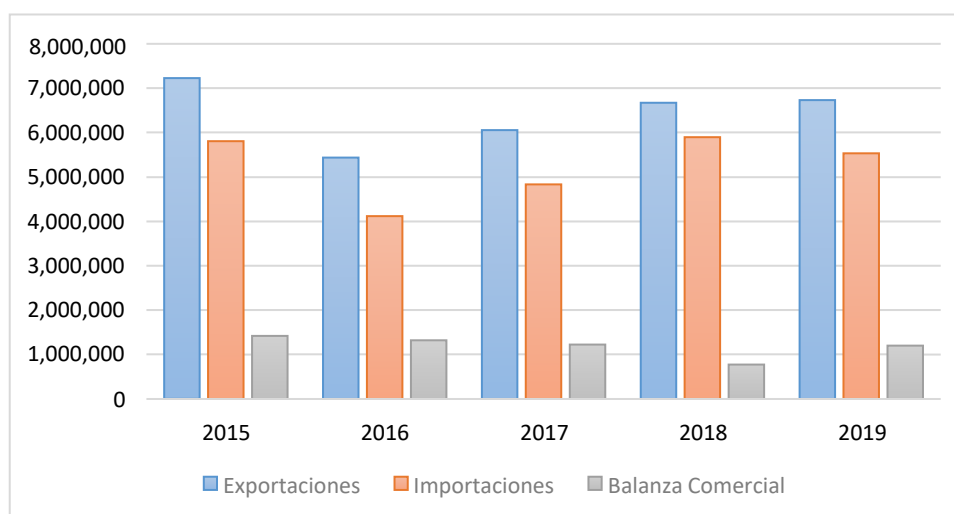
Tabla 18: Balanza comercial Ecuador y EEUU

Balanza Comercial Ecuador y EEUU Miles USD						Tasa de Crecimiento 2015 -2019
Año	2015	2016	2017	2018	2019	
Exportaciones	7,226,222	5,436,083	6,056,904	6,671,509	6,732,893	-1%
Importaciones	5,806,194	4,116,538	4,831,822	5,897,230	5,533,287	-1%
Balanza Comercial	1,420,028	1,319,545	1,225,082	774,279	1,199,606	

Fuente: Trade map

En la siguiente grafica se puede observar que en el año 2015 tuvo su mayor valor económico en cuanto a exportación al igual que su superávit en su saldo comercial, para el año 2016 sus valores económicos fueron los menores en comparación a los demás años, sin embargo este aún posee un superávit, para el año 2017 hasta el año 2019 las exportaciones se observa un crecimiento constante pero las importaciones afectaron al saldo comercial del año 2018 el cual tuvo un gran crecimiento dado como resultado un bajo valor en el superávit, por lo tanto, se

prevé que para los próximos años se mantenga un saldo comercial a favor de Ecuador manteniendo un superávit.



Gráfica 3: Balanza comercial Ecuador y EEUU
Fuente: Trade map

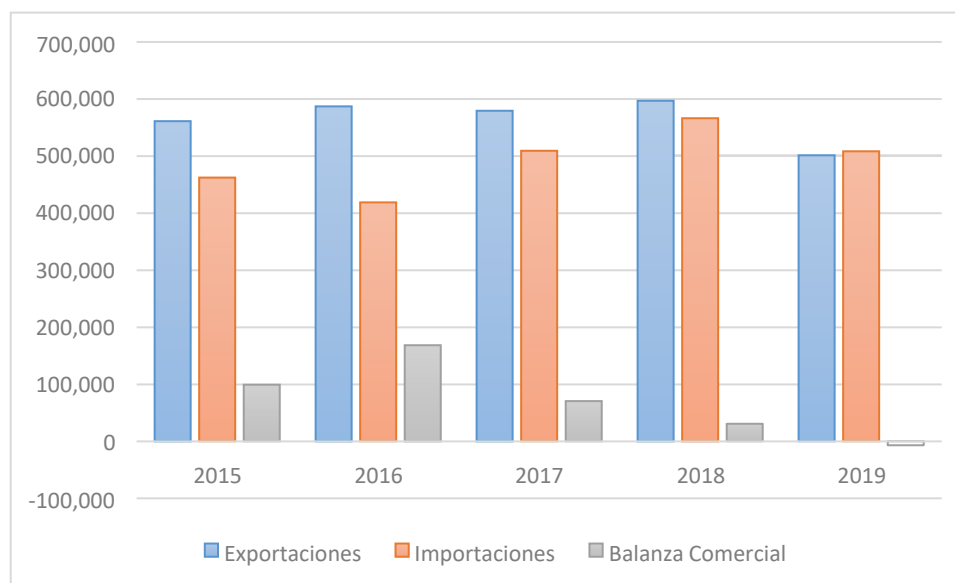
En la siguiente tabla se observa la relación comercial entre Ecuador y Alemania durante el periodo 2015 – 2019, los resultados muestran valor positivo con un superávit en su saldo comercial a favor de Ecuador, sin embargo, tanto para exportaciones tiene una tasa de decreciente del 2% lo cual no es muy favorable si este continúa disminuyendo, posiblemente afectaría a la competitividad que tienen los productos ecuatorianos en este mercado extranjero, además la tasa de crecimiento en las importaciones es del 2% por lo cual en el año 2019 presenta un déficit en su saldo comercial para Ecuador.

Tabla 19: Balanza Comercial Ecuador y Alemania

Balanza Comercial Ecuador y Alemania Miles USD						Tasa de Crecimiento 2015 -2019
Año	2015	2016	2017	2018	2019	
Exportaciones	561,120	587,020	579,357	596,878	501,157	-2%
Importaciones	462,078	418,581	509,064	566,293	508,145	2%
Balanza Comercial	99,042	168,439	70,293	30,585	-6,988	

Fuente: Trade map

Las exportaciones de Ecuador hacia el mercado de Alemania no han tenido mayor variedad entre los años 2015 al 2019, como muestra la siguiente grafica los valores económicos en dólares de las exportaciones tiene un pequeño crecimiento desde el año 2015 al 2018, pero en el año 2019 presenta un gran reducción en cuanto al valor exportado, como resultado de ello solo en este año presenta un déficit comercial, posiblemente los próximos años Ecuador podría presentar un déficit comercial en cuanto a su balanza comercial con Alemania.



Gráfica 4: Balanza Comercial Ecuador y Alemania
Fuente: Trade map

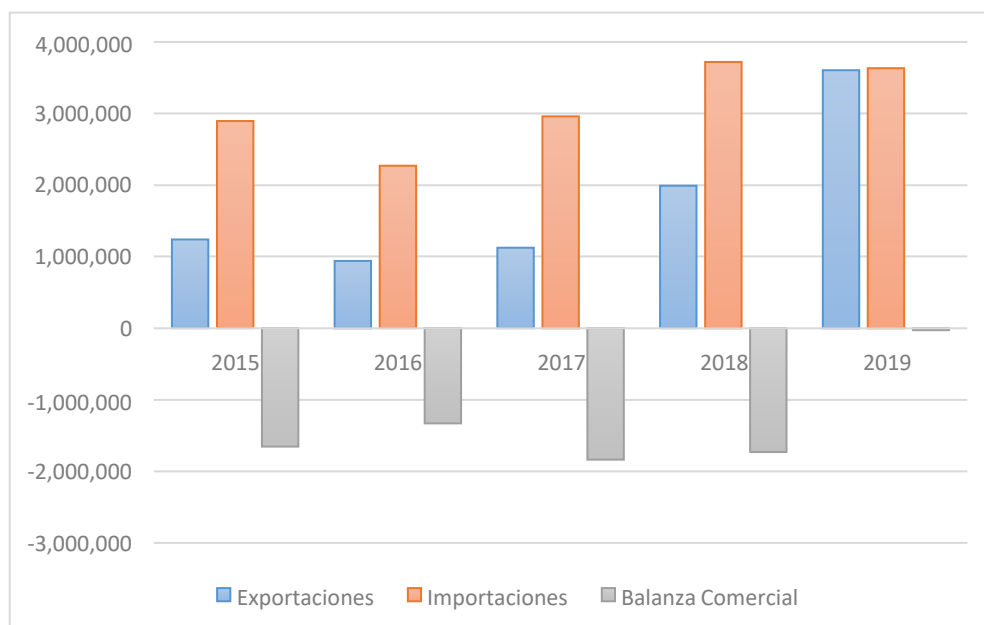
En la siguiente tabla se observa la relación comercial entre Ecuador y China durante el periodo 2015 – 2019, los resultados muestran valor negativo con un déficit en su saldo comercial en contra de Ecuador, sin embargo, tanto para exportaciones y importaciones tiene una tasa de creciente del 24% y 5% respectivamente a pesar de su crecimiento sigue siendo desfavorable para el saldo comercial de Ecuador.

Tabla 20: Balanza Comercial Ecuador y China

Balanza Comercial Ecuador y China Miles USD						Tasa de Crecimiento 2015 -2019
Año	2015	2016	2017	2018	2019	
Exportaciones	1,239,115	939,684	1,123,352	1,989,541	3,604,999	24%
Importaciones	2,893,705	2,269,071	2,959,701	3,719,935	3,632,436	5%
Balanza Comercial	-1,654,590	-1,329,387	-1,836,349	-1,730,394	-27,437	

Fuente: Trade map

En la siguiente grafica se puede observar que desde el 2015 hasta el año 2019 el saldo comercial es deficitario para Ecuador, sin embargo, es notable un crecimiento tanto en importaciones y exportaciones por lo cual en el año 2019 reduce significativamente la diferencia entre las exportaciones de Ecuador y las importaciones de China como resultado de ello tiene un déficit, pero con un mínimo valor económico en dólares a comparación de los años anteriores.



Gráfica 5: Balanza Comercial Ecuador y China

Fuente: Trade map

4.1.5.2.3. Estabilidad Política

Para el análisis POAM es necesario conocer la estabilidad política de los países en estudio, esto significa analizar la debilidad o fortaleza que tiene en indicadores de estabilidad política, percepción de la corrupción y el control de la misma, a continuación, los siguientes resultados:

Tabla 21: Estabilidad Política EEUU

Estados Unidos de América						
Año	Índice de Estado de Derecho	Índice Efectividad Gubernamental	Control de la corrupción	Índice de Calidad Regulatoria	Índice de Estabilidad Política	Índice de percepción de la Corrupción (100 = Sin corrupción)
(-2.5 débil; 2.5 fuerte)						
2016	1,63	1,55	1,26	1,44	0,44	71
2017	1,61	1,51	1,27	1,45	0,60	71
2018	1,6	1,51	1,38	1,28	0,63	73
2019	1,54	1,50	1,28	1,25	0,63	73
2020	1,62	1,46	1,32	1,27	0,62	76
Promedio	1,60	1,51	1,30	1,34	0,58	72,80

Fuente: The Global Economy

La tabla anterior muestra los resultados de la estabilidad política de Estados Unidos de América, tomando en referencia los valores promedio de cada indicador se puede analizar que cuenta con una estabilidad política ya que su puntuación es de 0,58 donde 2,5 indica que tiene estabilidad política y -2,5 que no tiene estabilidad política, además el índice de percepción de la corrupción es del 72.80 sobre 100 puntos, esto quiere decir que es un país con poca corrupción, esto se debe a su indicador de control de la corrupción el cual es bastante alto con una puntuación de 1,30 donde 2,5 indica que si tiene control de la corrupción y -2,5 que no tiene control de la corrupción, en conclusión es un país con buenas oportunidades para las exportaciones del Ecuador, ya que estos indicadores garantizan un armónico panorama comercial.

Tabla 22: Estabilidad Política Alemania

Alemania						
Año	Índice de Estado de Derecho	Índice Efectividad Gubernamental	Control de la corrupción	Índice de Calidad Regulatoria	Índice de Estabilidad Política	Índice de percepción de la Corrupción (100 = Sin corrupción)
(-2.5 débil; 2.5 fuerte)						
2016	1,62	1,57	1,74	1,58	0,78	79
2017	1,61	1,55	1,71	1,55	0,84	80
2018	1,64	1,57	1,78	1,53	0,77	79
2019	1,62	1,52	1,78	1,55	0,93	78
2020	1,85	1,73	1,83	1,70	0,93	81
Promedio	1,67	1,59	1,77	1,58	0,85	79,40

Fuente: The Global Economy

La tabla anterior muestra los resultados de la estabilidad política de Alemania, tomando en referencia los valores promedio de cada indicador se puede analizar que cuenta con una estabilidad política ya que su puntuación es de 0,85 donde 2,5 indica que tiene estabilidad política y -2,5 que no tiene estabilidad política, además el índice de percepción de la corrupción es del 79.40 sobre 100 puntos, esto quiere decir que es un país con poca corrupción, esto se debe a su indicador de control de la corrupción el cual es bastante alto con una puntuación de 1,77 donde 2,5 indica que si tiene control de la corrupción y -2,5 que no tiene control de la corrupción, en conclusión Alemania muestra un valor en sus índices superior a EEUU, además es un país con buenas oportunidades para las exportaciones del Ecuador, ya que estos indicadores garantizan un armónico panorama comercial.

Tabla 23: Estabilidad Política China

China						
Año	Índice de Estado de Derecho	Índice Efectividad Gubernamental	Control de la corrupción	Índice de Calidad Regulatoria	Índice de Estabilidad Política	Índice de percepción de la Corrupción
			(-2.5 débil; 2.5 fuerte)			(100 = Sin corrupción)
2016	1,81	1,73	2,18	1,74	0,91	78
2017	1,81	1,79	2,16	1,81	1,10	80
2018	1,84	1,8	2,13	1,75	1,17	83
2019	1,81	1,77	2,05	1,76	1,12	83
2020	1,98	1,83	2,00	1,78	1,05	87
Promedio	1,85	1,78	2,10	1,77	1,07	82,33

Fuente: The Global Economy

La tabla anterior muestra los resultados de la estabilidad política de China, tomando en referencia los valores promedio de cada indicador se puede analizar que cuenta con una estabilidad política ya que su puntuación es de 1,07 donde 2,5 indica que tiene estabilidad política y -2,5 que no tiene estabilidad política, además el índice de percepción de la corrupción es del 82.33 sobre 100 puntos, esto quiere decir que es un país con poca corrupción, esto se debe a su indicador de control de la corrupción el cual es bastante alto con una puntuación de 2,10 donde 2,5 indica que si tiene control de la corrupción y -2,5 que no tiene control de la corrupción, en conclusión China muestra un valor en sus índices superior a EEUU y Alemania, además es un país con buenas oportunidades para las exportaciones del Ecuador, ya que estos indicadores garantizan un armónico panorama comercial.

4.1.5.2.4. Estabilidad del Sistema Bancario

Tabla 24: Estabilidad del Sistema Bancario

País	Puntuaciones z de sistemas bancarios	Tipos de interés del crédito bancario al sector privado	Índice de rotación del mercado bursátil	Número de empresas que cotizan en Bolsa	Rentabilidad del mercado bursátil, porcentaje
	Escala de 1 a 100	Porcentaje	Porcentaje	Compañías	
Estados Unidos	29.80	5.28	108.51	4397	16.75
Alemania	26.40	7.59	64.36	470	22.42
China	22.93	2.85	223.66	3777	8.14

Fuente: The Global Economy

La estabilidad del sistema bancario es importante para la transferencias interbancarias a nivel mundial, las cuales permiten tener un comercio más comunicado y con mayores facilidades para su expansión, por lo tanto en la tabla anterior se puede analizar que EEUU tiene un mayor valor de puntuación z de sistema bancario a comparación de Alemania y China, en el indicador de tipos de intereses del crédito bancario al sector privado es China quien el menor porcentaje, en el índice de rotación del mercado bursátil es China quien tiene un mayor porcentaje, en el número de empresas que cotizan en bolsa es EEUU quien tiene mayor cantidad de compañías y por último en el indicador de rentabilidad del mercado bursátil es Alemania quien tiene mayor porcentaje, por lo cual los tres países de análisis otorgan una oportunidad de mercado para las exportaciones de harina de amaranto de Ecuador.

4.1.5.2.5. Barreras Arancelarias y No Arancelarias

Tabla 25: Barreras Arancelarias por país

Partida arancelaria	Tributos		
	Ad-valoren	Liberación	IVA
Estados Unidos de América	3,5%	Varía de acuerdo al producto	0% – 11.7%
Alemania	2,35%	Varía de acuerdo al producto	19%(Estándar) 7%(Reducido)
China	8,37%	Varía de acuerdo al producto	13%

* Su valor depende del estado

Fuente: PROECUADOR y Ministerio de Comercio Exterior; SIICEX

Conforme a los resultados de la tabla anterior el país con mayores oportunidades de mercado para la exportación de harina de amaranto es Estados Unidos de América, debido a que su Ad-valoren es de 3,5% siendo inferior para China pero superior Alemania, sin embargo, la tasa de IVA en Alemania es superior a la de EEUU y China, en cambio EEUU a través de su sistema de preferencias arancelarias puede ser otorgado un valor desde 0% a 11,7% correspondiente a IVA, todo depende del tipo de producto.

Tabla 26: Barreras No Arancelarias por país

Subpartida Arancelaria	BARRERAS NO ARANCELARIAS	Total
0901.21		
Estados Unidos de América	Obstáculos técnicos al comercio	4
	Servicio de Inspección Sanitaria de Animales y Plantas	
	Licencia de Importación	
	Medidas ambientales	
	Certificado Fairtrade USA	
Alemania	Control Sanitario de los productos alimenticios	3
	Normas de etiquetado para productos alimenticios	
	Certificado FAIRTRADE	
China	Controles y restricciones de las importaciones	4
	Normas sanitarias y fitosanitarias	
	Sistema de licencias de importación de la UE	
	Certificado FAIRTRADE	

Fuente: PROECUADOR y Ministerio de Comercio Exterior

Los resultados de la tabla anterior demuestran que los tres países presentan una oportunidad de mercado para la exportación de harina de amaranto, esto se debe a que sus barreras no arancelarias son poca y la mayoría solo son de obstáculos técnicos al comercio exterior, para el caso son la presentación de documentos de control previo a la nacionalización del producto en el mercado exterior.

4.1.5.3. Indicadores económicos

El indicador económico permite medir la competitividad de los países a través de sus propiedades en cuanto a capacidad de eficiencia del mercado laboral y el tamaño de la misma,

por lo tanto, demuestra su sofisticación en materia de negocios a nivel mundial, a continuación, se muestra las siguientes tablas como análisis de los tres países de estudio:

Tabla 27: Indicadores económicos EEUU

Estados Unidos de América						
INDICADORES	2016	2017	2018	2019	2020	Tasa de crecimiento 2016-2020
PIB (miles de millones de USD)	16.934.773	17.299.283	17.452.921	19.145.333	19.233.784	3%
PIB per cápita (USD)	52.409	53.175	53.315	58.485	58.551	2%
Tasa de inflación (%)	1.27%	2.14%	2.4%	1.8%	2.24%	12%
Tasa de paro (% de la población activa)	4.7%	4.4%	3.8%	3.7%	3.95%	-3%
Índice de Competitividad Global (De 1= bajo a 100= alto)	80,19	83,57	85,64	83,67	84.02	1%
Índice de desempeño logístico (De 1= bajo a 5= alto)	3.92	3.99	3.99	3.89	3.95	0.03%

Fuente: Datos macro, Trade map, Banco mundial, The Global Economy y World Economic fórum

Los indicadores económicos de EEUU muestran oportunidades de mercado para la exportación de harina de amaranto debido a su baja tasa de paro la cual cada año va decreciendo al 3%, además su PIB per cápita en USD es de más de 50 mil dólares y tiene una tasa de crecimiento del 2% esto demuestra un gran poder adquisitivo para poder adquirir el producto de estudio, por otra parte, su tasa de inflación es baja por lo cual no se lo considera una amenaza para la exportación y su índice de competitividad es superior a la de Alemania y China.

Tabla 28: Indicadores económicos Alemania

Alemania						
INDICADORES	2016	2017	2018	2019	2020	Tasa de crecimiento 2016-2020
PIB (miles de millones de USD)	3.134.740	3.259.860	3.356.410	3.449.050	3.565.471	3%
PIB per cápita (USD)	38.070	39.440	40.480	41.510	40.397	1%
Tasa de inflación (%)	0.5%	1.7%	1.7%	1.7%	1.7%	5%
Tasa de paro (% de la población activa)	4.3%	3.8%	4.1%	4.9%	4.38%	0.37%
Índice de Competitividad Global (De 1= bajo a 100= alto)	78,98	80,71	82,84	81,80	77.39	-0.4%
Índice de desempeño logístico (De 1= bajo a 5= alto) Año 2014	4.23	4.23	4.20	4.26	4.21	0.03%

Fuente: Datos macro, Trade map, Banco mundial, The Global Economy y World Economic fórum

Los indicadores económicos de Alemania muestran muy pocas oportunidades de mercado para la exportación de harina de amaranto debido a su PIB per cápita en USD es de más de 38 mil dólares y tiene una tasa de crecimiento del 1%, sin embargo, la tasa de paro va creciendo al 0.37%, puede ser un valor bajo, pero se considera un riesgo a futuro al igual que su tasa de inflación la cual va creciendo al 5% por lo cual se lo considera una amenaza para la exportación del producto de estudio.

Tabla 29: Indicadores económicos China

China						
INDICADORES	2016	2017	2018	2019	2020	Tasa de crecimiento 2016-2020
PIB (miles de millones de USD)	10.151.997	10.906.226	11.773.429	12.809.322	13.348.813	6%
PIB per cápita (USD)	7.342	7.846	8.437	9.180	9.520	5%
Tasa de inflación (%)	2%	1.6%	1.6%	1.6%	1.6%	-4%
Tasa de paro (% de la población activa)	4.5%	4.4%	4.2%	4.3%	4.6%	1.7%
Índice de Competitividad Global (De 1= bajo a 100= alto)	69,84	71,43	72,61	73,90	74.78	1.4%
Índice de desempeño logístico (De 1= bajo a 5= alto)	3.66	3.66	3.61	3.89	3.81	1.3%

Fuente: Datos macro, Trade map, Banco mundial, The Global Economy y World Economic fórum

Los indicadores económicos de China muestran pocas oportunidades de mercado para la exportación de harina de amaranto debido a su PIB per cápita en USD es de apenas 8 mil dólares y tiene una tasa de crecimiento del 5%, la tasa de paro va creciendo al 1,7%, puede ser un valor bajo, pero se considera un riesgo a futuro, además su tasa de inflación es superior a la de EEUU y Alemania sin embargo esta va decreciendo al -4%, dado por su poca capacidad de ingresos económicos en el indicador de PIB per cápita se lo considera nada atractivo para la exportación del producto de estudio.

4.1.5.4. Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio POAM

En la siguiente tabla se califica los ítems de la investigación, el valor numérico representa la calificación siendo estos expresados en Alto = 3 puntos, Medio = 2 puntos y Bajo = 1 punto, las respectivas calificaciones son tanto para oportunidades como amenazas que presenten cualquiera de los tres países. Al final se suma las calificaciones de cada país, el que tenga el valor más alto será el destino de venta de la harina de amaranto.

Cada valor de calificación corresponde a un análisis comparativo de los tres países de estudio, el cual esta presentadas en las tablas de estudio de los indicadores sociales, indicadores políticos e indicadores económicos, que fueron expresados anteriormente, por lo tanto, se da valor a las oportunidades y amenazas dependiendo del indicador de análisis.

Tabla 30: Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio POAM

	Estados Unidos de América				Alemania				China			
	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
FACTORES SOCIALES	NIVEL	PUNTO S	NIVEL	PUNTO S	NIVEL	PUNTO S	NIVEL	PUNTO S	NIVEL	PUNTO S	NIVEL	PUNTO S
% gasto alimentación	ALTO	3			MEDIO	2			BAJO	1		
Remuneración mínima	BAJO	1			MEDIO	2			ALTO	3		
Población Económicamente Activa PEA (Potenciales Consumidores)	ALTO	3			MEDIO	2			BAJO	1		
Perfil de consumidor	MEDIO	2			MEDIO	2			MEDIO	2		
Paridad del poder adquisitivo			BAJO	1			BAJO	1			ALTO	3
	SUMA	9	SUMA	1	SUMA	10	SUMA	1	SUMA	13	SUMA	3
	PROMEDIO	1,80	PROMEDIO	0,20	PROMEDIO	1,60	PROMEDIO	0,20	PROMEDIO	1,4	PROMEDIO	0,6
FACTORES POLÍTICOS	NIVEL	PUNTO S	NIVEL	PUNTO S	NIVEL	PUNTO S	NIVEL	PUNTO S	NIVEL	PUNTO S	NIVEL	PUNTO S
Acuerdo Comerciales	ALTO	3	ALTO	3	MEDIO	2	BAJO	1	MEDIO	2	MEDIO	2

Tarifas arancelarias	ALTO	3			BAJO	1			MEDIO	2		
Balanza comercial	ALTO	3			MEDIO	2			BAJO	1		
Estabilidad Política	MEDIO	2	BAJO	1	MEDIO	2	MEDIO	2	BAJO	1	BAJO	1
Barreras Arancelarias	MEDIO	2	ALTO	3	MEDIO	2	MEDIO	2	BAJO	1	BAJO	1
Barreras No arancelarias	BAJO	1	ALTO	3	MEDIO	2	BAJO	1	BAJO	1	MEDIO	2
Estabilidad del Sistema Bancario	MEDIO	2			BAJO	1			BAJO	1		
Tasa impositiva	ALTO	3	ALTO	3	MEDIO	2	MEDIO	2	MEDIO	2	MEDIO	2
	SUMA	19	SUMA	13	SUMA	14	SUMA	8	SUMA	11	SUMA	8
	PROMEDIO	2,37	PROMEDIO	1,62	PROMEDIO	1,75	PROMEDIO	1,00	PROMEDIO	1,37	PROMEDIO	1,00

FACTORES ECONÓMICOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS
Producto Interno Bruto (PIB)	ALTO	3			MEDIO	2			MEDIO	2		
Tasa de Crecimiento real Producto Interno Bruto (PIB)	MEDIO	2			MEDIO	2			ALTO	3		
Producto Interno Bruto (PIB) per cápita	ALTO	3			MEDIO	2			BAJO	1		
Tasa de desempleo	MEDIO	2			ALTO	3			BAJO	1		
Tasa de Inflación (Precios al consumidor)	BAJO	1	BAJO	1	BAJA	1	MEDIO	2	BAJO	1	BAJO	1
Importaciones	ALTO	3			MEDIO	2			BAJO	1		
Exportaciones	ALTO	3			MEDIO	2			BAJO	1		
Inversión extranjera directa	ALTO	3			BAJO	1			MEDIO	2		
Riesgo País	ALTO	3	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1
Moneda e Idioma	ALTO	3			MEDIO	2			BAJO	1		
Índice de Competitividad Global	ALTO	3			MEDIO	2			BAJO	1		
Desempeño Logístico	MEDIO	2	MEDIO	2	ALTO	3	BAJO	1	MEDIO	2	MEDIO	2
	SUMA	31	SUMA	4	SUMA	25	SUMA	4	SUMA	19	SUMA	4
	PROMEDIO	2,58	PROMEDIO	0,33	PROMEDIO	2,08	PROMEDIO	0,33	PROMEDIO	1,58	PROMEDIO	0,33

Elaborado por: Sofía Dávalos

Tabla 31: Ponderación de datos POAM, países de estudio

	Estados Unidos de América		Alemania		China	
	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA
FACTORES SOCIALES	1,80	0,20	1,60	0,20	1,40	0,60
FACTORES POLÍTICOS	2,37	1,62	1,75	1,00	1,37	1,00
FACTORES ECONÓMICOS	2,58	0,33	2,08	0,33	1,58	0,33
SUMA	6,75	2,15	5,43	1,53	4,35	1,93
PROMEDIO	2,25	0,72	1,81	0,51	1,45	0,64
Calificación	1,53		1,30		0,81	

Elaborado por: Sofía Dávalos

Los puntajes obtenidos en la Matriz POAM han permitido determinar la mejor opción para la comercialización de harina de amaranto es Estados Unidos de América, tiene el mejor puntaje superior a comparación de los demás, este mercado ha presentado mejores oportunidades de comercialización y de crecimiento a largo plazo, en sus indicadores más importantes a resaltar, tiene una población de 330.2 millones lo cual es un mercado muy grande, además su gastos de consumo de los hogares per cápita es de 39.570 USD, el salario mínimo intrapersonal es de 1121 USD y su PIB per cápita supera los 50mil dólares, a lo largo de los cinco años ha presentado una balanza comercial favorable con un superávit del 1,199,606 USD, en cuanto a la estabilidad política su puntuación es de 0,58 donde 2,5 indica que tiene estabilidad política y -2,5 que no tiene estabilidad política, por lo tanto existe una estabilidad política y a futuro posiblemente no afecte a las exportaciones del producto de estudio, para finalizar su ad valoren e IVA son muy bajos lo cual da una ventaja para competir en precios con los productos similares e idénticos que se encuentren dentro de EEUU.

4.1.5.5. Proyección del Estudio

Los resultados de la matriz POAM determino que el mercado internacional más idóneo para la exportación de harina de amaranto es Estados Unidos de América por lo tanto es necesario medir la producción y costo de la microempresa MAMA MURUCUNA, además se segmenta el mercado de destino para ello se toma en consideración las exportaciones con mayor frecuencia datos que son suministrados por el sitio web Cobus Group, el cual será evaluado los datos estadísticos de los últimos 5 años, para proceder con la proyección de estudio se requiere

primero clasificar arancelariamente la harina de amaranto, a continuación se presenta la ficha técnica del producto.

4.1.5.5.1. Ficha técnica del producto

Tabla 32: Clasificación Arancelaria de la Harina de Amaranto

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO		
Nombre técnico o comercial del producto	Harina de amaranto	
Nombre Científico / técnico	Conocida científicamente como <i>Amaranthus caudatus</i> , y técnica mente kiwicha	
Estructura	Código	Descripción
Sección	2	Productos del reino vegetal
Capítulo	11	Productos de la molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo
Partida del Sistema Armonizado	1102	Harina de cereales, excepto de trigo o de morcajo (tranquillón).
Subpartida del Sistema Armonizado	1102.90	- Las demás:
Subpartida nacional	1102.90.90.00	- - Las demás

Fuente: Cobus Group, Resolución 20 del Comex 2017.

4.1.5.5.2. Exportaciones de harina ecuatoriana

En el siguiente apartado se evalúa los destinos de las exportaciones de la partida arancelaria 1102 la cual corresponde a la harina y demás, para aquello se suministra de datos estadísticos obtenidos desde Cobus Group, el periodo de análisis es de cinco años históricos, los cuales van desde el año 2016 al año 2020, adicional se calcula la cuota de participación tanto de los mercados de destino como las sub partidas arancelarias que participaron en este periodo de análisis, a continuación los siguientes resultados:

Tabla 33: Exportaciones de la subpartida arancelaria 1102.90.90, valor expresado en dólares.

No	PAIS	FOB 2016	FOB 2017	FOB 2018	FOB 2019	FOB 2020	SUMA	% PARTICIPACIÓN
1	UNITED STATES	58,324.97	91,212.40	68,523.59	224,507.60	239,425.64	681,994.20	78%
2	FRANCE	-	-	15,899.88	35,801.36	10,384.08	62,085.32	7%
3	MEXICO	-	-	27,495.00	19,740.00	-	47,235.00	5%
4	COLOMBIA	7.16	-	-	-	31,366.32	31,373.48	4%
5	SPAIN	23,379.52	4,638.50	-	0.10	-	28,018.12	3%
6	CHILE	-	42.96	87.55	13,849.85	59.20	14,039.56	2%
7	PANAMA	-	3,400.00	6,152.34	1,041.00	634.00	11,227.34	1%
8	SOUTH AFRICA	-	374.40	-	-	-	374.40	0%
9	PERU	-	-	187.20	-	-	187.20	0%
10	UNITED KINGDOM	-	123.84	-	-	-	123.84	0%
11	PAISES BAJOS	-	12.60	18.84	7.56	-	39.00	0%
12	KOREA, REPUBLIC OF KOREA (SOUTH)	-	-	-	3.60	-	3.60	0%
13	COSTA RICA	-	2.00	-	-	-	2.00	0%
14	LATVIA	-	-	-	-	1.00	1.00	0%
15	CANADA	-	-	-	0.32	-	0.32	0%
	TOTAL						876704.38	

Fuente: Cobus Group

En base a los datos de la tabla anterior se analiza las exportaciones realizadas desde Ecuador hacia los diferentes mercados internacionales de acuerdo a la subpartida arancelaria 1102.90.90, por lo cual, Estados Unidos de América es el único país que ha tenido una participación continua durante el periodo de análisis 2016 – 2020, además es el país con mayor porcentaje de participación en las exportaciones siendo este del 78%, es decir tiene la mayor intervención de consumo de harina, por lo cual, se considera como una gran oportunidad de mercado, sin embargo los valores económicos son muy bajos a comparación de exportación de otros productos, siendo este en sumatoria total de los últimos 5 años un valor de 876704.38 dólares americanos, posiblemente vaya creciendo pero apenas se aproxima al millón de dólares en consumo.

Tabla 34: Exportaciones de las subpartidas arancelarias de la partida 1102, valor expresado en dólares.

SUBPARTIDA ARANCELARIA	DESCRIPCIÓN	FOB 2016	FOB 2017	FOB 2018	FOB 2019	FOB 2020	SUMA	% PARTICIPACIÓN
1102.90.90.00	Las demás	37136.36	22238.90	46887.81	193729.35	184666.89	484659.31	55%
1102.20.00.00	Harina de maíz	44574.29		54556.59	81482.04	97203.35	277816.27	32%
1102.00.00.00	Harina de cereales, excepto de trigo o de morca	1.00	77567.80				77568.80	9%
1102.90.10.00	Harina de centeno			16920.00	19740.00		36660.00	4%

Fuente: Cobus Group

En la tabla anterior se analiza las subpartidas arancelarias que participaron en las exportaciones realizadas desde Ecuador hacia los diferentes mercados internacionales, por lo cual, la subpartida arancelaria 1102.90.90.00 tiene un valor comercial y exportaciones continuas durante el periodo de análisis de los años 2016 al 2020, además su participación es del 55% lo cual significa que hay mayor demanda de los demás tipos de harina, apenas el 32% representa la participación de la harina de maíz con la subpartida 1102.20.00.00 y la de menor consumo es la harina de centeno con la subpartida arancelaria 1102.90.10.00; en conclusión los datos estadísticos demuestran una oportunidad para la exportación de harina de amaranto ya que conforme a su clasificación arancelaria corresponde a la subpartida 1102.90.90.00 siendo esta la que mayor participación y demanda de consumo tuvo en los datos históricos, sin embargo los valores monetarios son muy bajos siendo estos inferior al millón de dólares.

Tabla 35: Régimen aduanero de exportación de la subpartida arancelaria 1102.90.90, valor expresado en dólares.

REGIMEN ADUANERO	FOB 2016	FOB 2017	FOB 2018	FOB 2019	FOB 2020	SUMA	% PARTICIPACIÓN
Exportación a consumo	81,703.49	99,762.64	118,169.20	294,951.29	281,870.24	876,456.86	99.97%
Reembarque	7.16		187.20			194.36	0.02%
Courier exportación	1.00	44.06	8.00	0.10		53.16	0.01%

Fuente: Cobus Group

En la tabla anterior corresponde a datos analizados de la subpartida arancelaria 1102.90.90 correspondiente a la harina y demás tipos, además el periodo de análisis es de cinco años, los datos son suministrados de Cobus Group los cuales reflejan que durante el periodo 2016 – 2020 se realizó la aplicación de tres regímenes aduaneros, el 99.97% corresponde a exportaciones a consumo, el 0.02% a reembarque y 0.01% a Courier exportación, analizando respectivamente, las exportaciones a consumo corresponde a la harina y demás tipos, posiblemente la harina de amaranto, en cuanto al régimen de reembarque se aplica cuando se regula la salida de la mercancía del territorio de país de destino debido a la falta de requisitos para ser nacionalizada, por último el régimen de Courier de exportación corresponde la mayoría al envío de muestras comerciales dado por los valores FOB en exportación, por lo tanto los valores reflejan una tendencia positiva a las exportaciones de harina de amaranto debido a que es muy bajo el porcentaje de participación del régimen de reembarque, el cual podría ser perjudicial por no cumplir con los documentos de control previo a la exportación del mismo.

Tabla 36: Exportaciones por Distritos de Aduana del Ecuador de la subpartida arancelaria 1102.90.90, valor expresado en dólares.

DISTRITO DE ADUANA	FOB 2016	FOB 2017	FOB 2018	FOB 2019	FOB 2020	SUMA	% PARTICIPACIÓN
Guayaquil Marítimo	78,700.49	98,849.96	113,790.36	286,582.81	235,603.92	813,527.54	93%
Tulcán	7.16				31,366.32	31,373.48	4%
Quito	3,003.00	900.08	8.00	8,361.02	14,086.00	26,358.10	3%
Guayaquil Aéreo	1.00	56.66	4,378.84	7.56	814.00	5,258.06	1%
Huaquillas			187.20			187.20	0%

Fuente: Cobus Group

En la tabla anterior se refleja la participación de los distritos de Aduana del Ecuador en cuanto a las exportaciones de la subpartida arancelaria 1102.90.90 la cual corresponde a la harina y demás tipos, los datos reflejan que el distrito de la aduana de guayaquil marítimo tiene una participación del 93% siendo esta superior a los demás distritos, además demuestra que el transporte marítimo es el de mayor uso para el transporte internacional de harina, por otra parte el 4% corresponde al distrito de la aduana de Tulcán siendo este del uso de modo de transporte terrestre, sin embargo el modo de transporte aéreo tiene el mismo porcentaje de participación del modo terrestre, el cual es del 4% distribuido en 3% al distrito de aduana de Quito y 1% al distrito de aduana de Guayaquil Aéreo, para finalizar menos del 0% se encuentra el distrito de aduana de Huaquillas el cual es de modo transporte pero tiene muy poca participación para las exportaciones de harina.

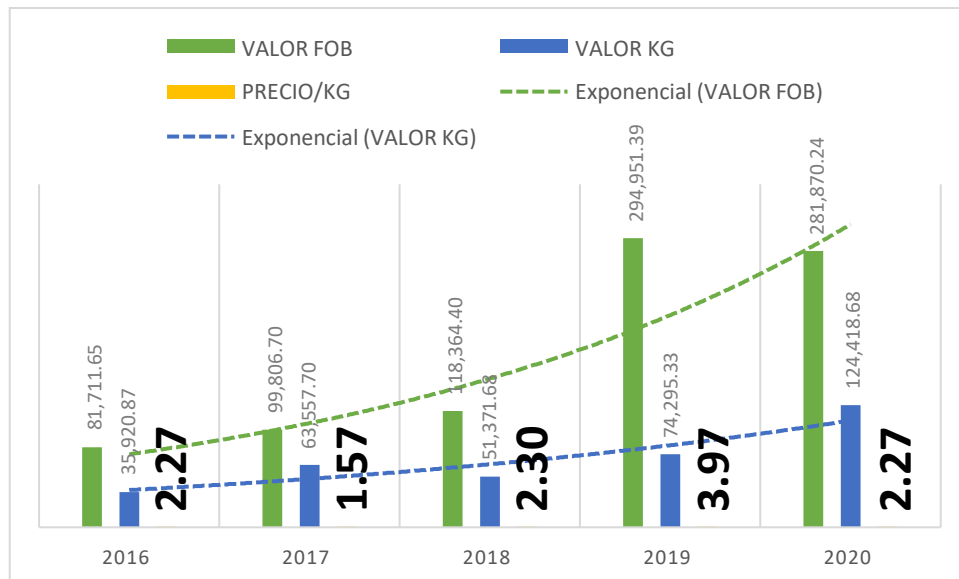
4.1.5.5.3. Precio Internacional de la subpartida arancelaria 1102.90.90

Tabla 37: Exportaciones desde Ecuador hacia el mundo de la subpartida arancelaria 1102.90.90, valor expresado en dólares americanos.

AÑO	2016	2017	2018	2019	2020	SUMA	TASA DE CRECIMIENTO
VALOR FOB	81,711.65	99,806.70	118,364.40	294,951.39	281,870.24	876,704.38	28%
VALOR KG	35,920.87	63,557.70	51,371.68	74,295.33	124,418.68	349,564.26	28%
PRECIO/K G	2.27	1.57	2.30	3.97	2.27		0,08%

Fuente: Cobus Group

En la tabla anterior se toma el valor FOB de las exportaciones del periodo de análisis y se divide para el valor total en kilogramo, como resultado se obtiene el precio unitario por cada kilogramo de exportación de la subpartida arancelaria 1102.90.90 correspondiente a la harina y demás tipos, cabe destacar que las exportaciones son de todas las empresas del Ecuador hacia los diferentes mercados internacionales, por lo tanto sería un precio referencial a la competitividad que tendría la microempresa MAMA MURUCUNA en cuanto a la exportación de harina de amaranto.



Gráfica 6: Exportaciones desde Ecuador hacia el mundo de la subpartida arancelaria 1102.90.90, valor expresado en dólares americanos

Fuente: Cobus Group

Los datos en la gráfica anterior reflejan que el precio referencial de las exportaciones de harina desde el Ecuador hacia los mercados internacionales fue en el año 2016 de 2.27 USD, su precio más bajo fue en el año 2017 con un valor de 1.57 USD y su valor más alto fue en el año 2019 con un valor del 3.97 USD, finalmente en el año 2020 considerando los efectos negativos de la pandemia del Covid-19 el precio referencial fue de 2.27 USD considerando que este valor refleja un precio favorable para la exportación de producto en estudio.

Tabla 38: Exportaciones desde Ecuador hacia el mundo de la subpartida arancelaria 1102.90.90, valor expresado por número de referendo

AÑO	2016	2017	2018	2019	2020
# Referendo	27	34	27	44	54
Valor FOB	81,711.65	99,806.70	118,364.40	294,951.39	281,870.24
Valor por cada exportación	3026	2935	4384	6703	5220

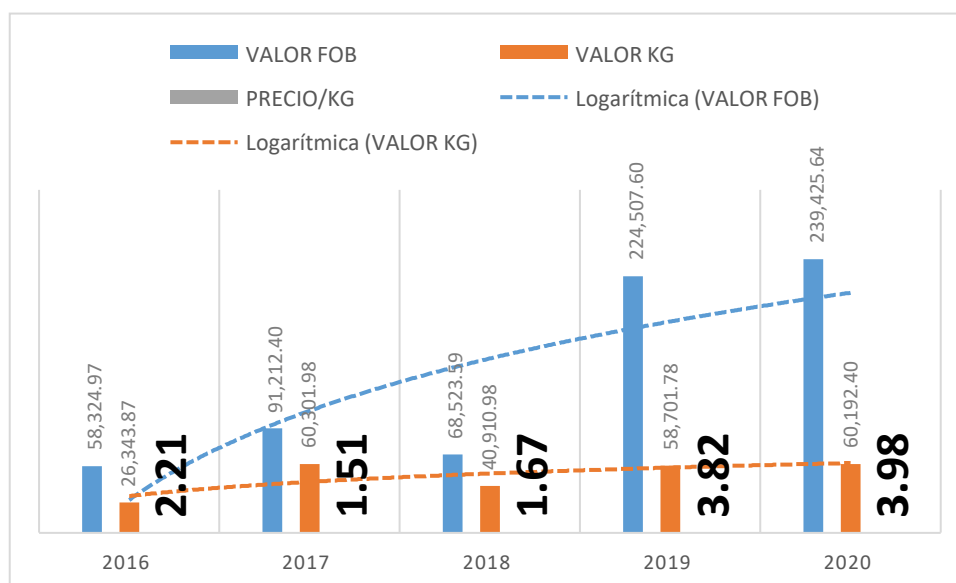
Fuente: Cobus Group

Tabla 39: Exportaciones desde Ecuador hacia EEUU de la subpartida arancelaria 1102.90.90, valor expresado en dólares americanos.

AÑO	2016	2017	2018	2019	2020	SUMA	TASA DE CRECIMIENTO
VALOR FOB	58,324.97	91,212.40	68,523.59	224,507.60	239,425.64	681,994.20	33%
VALOR KG	26,343.87	60,301.98	40,910.98	58,701.78	60,192.40	246,451.01	18%
PRECIO/KG	2.21	1.51	1.67	3.82	3.98		12%

Fuente: Cobus Group

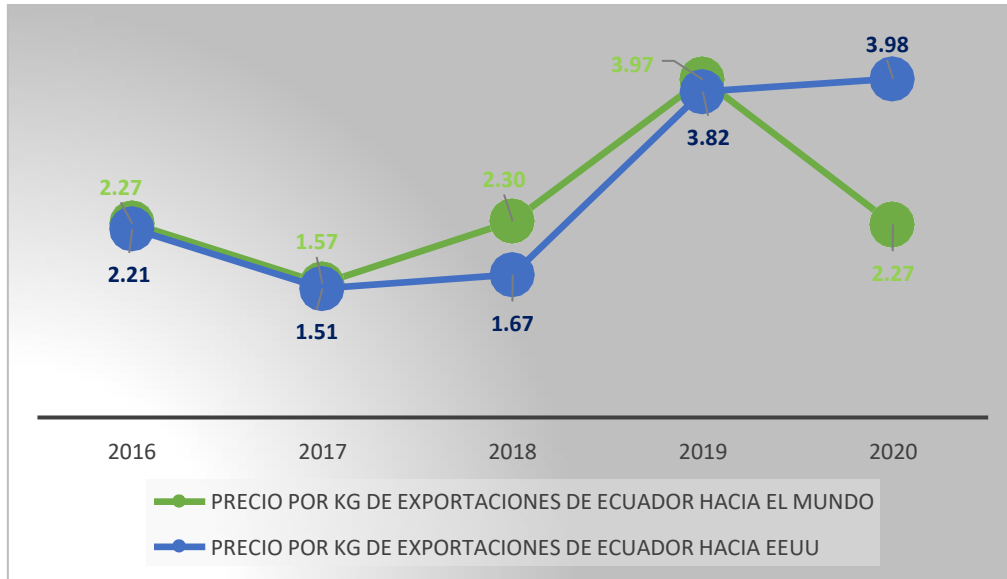
En la tabla anterior se toma el valor FOB de las exportaciones del periodo de análisis y se divide para el valor total en kilogramo, como resultado se obtiene el precio unitario por cada kilogramo de exportación de la subpartida arancelaria 1102.90.90 correspondiente a la harina y demás tipos, cabe destacar que las exportaciones son de todas las empresas del Ecuador hacia el mercado de EEUU, por lo tanto sería un precio referencial a la competitividad que tendría la microempresa MAMA MURUCUNA en cuanto a la exportación de harina de amaranto hacia el mercado de destino.



Gráfica 7: Exportaciones desde Ecuador hacia EEUU de la subpartida arancelaria 1102.90.90, valor expresado en dólares americanos

Fuente: Cobus Group

Los datos en la gráfica anterior reflejan que el precio referencial de las exportaciones de harina desde el Ecuador hacia el mercado de EEUU, por lo tanto su precio referencial en el año 2016 es de 2.21 USD, su precio más bajo fue en el año 2017 con un valor de 1.51 USD y su valor más alto fue en el año 2020 con un valor del 3.98 USD, considerando los efectos negativos de la pandemia del Covid-19 el precio referencial es muy alto y atractivo siendo un indicador favorable para la exportación de producto en estudio.



Gráfica 8: Comparación del precio por KG del mercado internacional vs precio EEUU
Fuente: Cobus Group

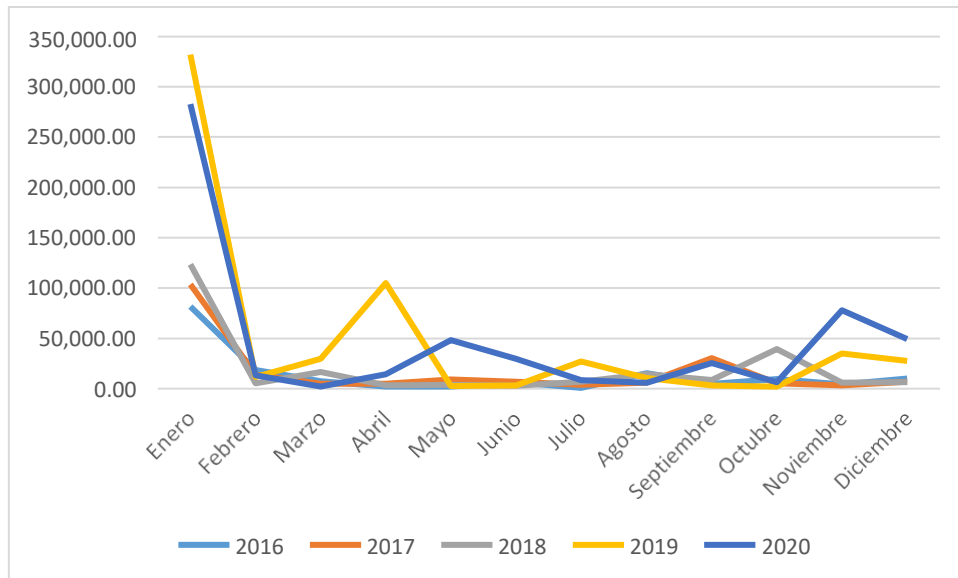
En la gráfica anterior se realiza un comparativo de los precios referenciales por cada kilogramo de las exportaciones de Ecuador hacia los mercados internacionales y el precio de las exportaciones de Ecuador hacia el mercado de EEUU, por lo cual su tendencia muestra una relación en tendencia de crecimiento y disminución del precio referencial a excepción del año 2020 en el cual el precio referencial de Exportación a EEUU es superior al precio referencial de los mercados internacionales, además pese a que en comparación de precios EEUU estuvo por debajo del precio referencial del mercado internacional este logro superarlo en el último año de análisis, considerando este año con efectos negativos en las economías del mundo dado por la pandemia del Covid-19, por lo tanto mostro un crecimiento alto en el precio referencial y genera una gran oportunidad de mercado para la exportación de harina de amaranto de la microempresa MAMA MURUCUNA.

Tabla 40: Exportaciones desde Ecuador hacia el mundo de la subpartida arancelaria 1102.90.90, valor expresado en dólares americanos por meses

AÑO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2016	81,711.65	18,587.20	7,743.16	2,089.04	2,110.16	6,289.17	961.43	15,261.64	4,613.92	9,806.96	4,214.24	10,034.73
2017	103,626.05	13,890.84	4,932.90	4,585.19	9,283.00	7,205.25	3,909.61	5,701.65	30,460.88	5,562.64	3,336.65	7,118.74
2018	123,528.24	5,255.44	16,615.00	3,139.54	3,819.19	2,950.05	6,895.87	14,401.55	8,355.00	39,222.53	6,048.00	6,498.39
2019	331,921.05	11,977.41	29,570.86	104,796.67	2,474.03	3,114.39	27,255.55	10,532.13	3,121.90	2,084.24	35,191.13	27,863.42
2020	282,742.11	13,294.35	2,204.26	14,143.59	48,149.59	29,869.79	8,415.34	5,745.25	25,247.83	6,454.79	77,939.66	49,533.92

Fuente: Cobus Group

En la tabla anterior refleja un análisis estadístico de las exportaciones de Ecuador hacia los mercados internacionales de la subpartida arancelaria 1102.90.90 correspondientes a la harina y demás tipos, por lo tanto, sus valores son expresados en FOB USD, el periodo de análisis es desde el año 2016 al año 2020, reflejando un diagnóstico de valores mensuales los cuales serán analizados en la siguiente gráfica:



Gráfica 9: Exportaciones desde Ecuador hacia el mundo de la subpartida arancelaria 1102.90.90, valor expresado en dólares americanos por meses

Fuente: Cobus Group

Los datos que refleja la gráfica anterior demuestra que tiene un relación de temporalidad de consumo, es decir que las exportaciones desde el año 2016 al año 2020 su mayor consumo fue en los meses de enero y febrero, por lo tanto en los mercados internacionales la mayor demanda de harina está dada por estos dos meses, sin embargo no cuenta con una tendencia decreciente en cuanto al consumo de los siguientes meses, solo muestra una irregularidad de consumo donde crece y disminuye, además sus exportaciones tienen una participación continua en todos los meses el año, lo que demuestra que el consumo es continuo, es notable que existe una gran oportunidad de mercado para la exportación de harina de amaranto de la microempresa MAMA MURUCUNA.

4.1.5.5.4. Exportaciones de Ecuador hacia EEUU de la subpartida arancelaria 1102.90.90

Tabla 41: Exportaciones de Ecuador hacia EEUU de la subpartida arancelaria 1102.90.90, valor expresado en dólares.

CIUDAD	FOB 2016	FOB 2017	FOB 2018	FOB 2019	FOB 2020	SUMA	%PARTICIPACIÓN	TASA DE CRECIMIENTO
NUEVA YORK	50917.37	71184.07	61202.55	81129.64	98377.27	362810.90	61.66%	14%
ATLANTA	-	-	-	100000.00	-	100000.00	17.00%	-
CHICAGO	6757.60	6019.60	3123.04	11836.80	59134.00	86871.04	14.76%	54%
SANTA BARBARA	-	-	-	-	14070.00	14070.00	2.39%	-
LOS ANGELES	-	-	-	-	11250.00	11250.00	1.91%	-
SAN DIEGO	-	-	-	8356.00	-	8356.00	1.42%	-
ORLANDO	-	2250.69	-	-	-	2250.69	0.38%	-
SAN FRANCISCO	-	-	2250.00	-	-	2250.00	0.38%	-
MIAMI	-	399.84	-	-	147.50	547.34	0.09%	-
FILADELFIA	-	1.10	-	-	-	1.10	0.00%	-

Fuente: Cobus Group

En la tabla anterior refleja las exportaciones de Ecuador de la subpartida arancelaria 1102.90.90 correspondiente a la harina y demás tipos, con destino a las diferentes ciudades de Estados Unidos de América, cabe indicar que los indicadores son en valores FOB USD y el periodo de análisis desde el año 2016 al año 2020, por lo tanto los resultados reflejan que la ciudad de Nueva York y Chicago son las únicas que han tenido exportaciones continuas, las demás son exportaciones esporádicas por lo cual no se puede calcular la tasa de variación acumulada o más conocida como tasa de crecimiento, en cuanto al porcentaje de participación Nueva York posee el 61.66% seguido de Atlanta con el 17%, en cuanto al porcentaje de crecimiento fue del 14% para Nueva York y 54% para Chicago, en definitiva la ciudad más idónea para la exportación de harina de amaranto de la microempresa MAMA MURUCUNA es la ciudad de Nueva York.

Tabla 42: Exportación de la subpartida arancelaria 1102.90.90 por provincia, valor expresado en dólares.

PROVINCIA	2016	2017	2018	2019	2020	SUMA	% PARTICIPACIÓN
Cañar				4213.00		4213.00	0.5%
Carchi			8.00			8.00	0.0%
Chimborazo			15899.88	35801.36	10384.08	62085.32	7.1%
Esmeraldas	6680.00					6680.00	0.8%
Guayas	52523.80	46115.28	33985.14	152847.96	98690.34	384162.52	43.8%
Imbabura				1.00	1.00	2.00	0.0%
Los Ríos		42.96				42.96	0.0%
Manabí	6887.09	1973.74			115.00	8975.83	1.0%
Pichincha	3011.16	6351.37	33647.34	56740.02	81908.82	181658.71	20.7%
Santo domingo	242.00	32118.75	22236.00	28769.25	29797.00	113163.00	12.9%
Tungurahua	5610.00	7185.00	9980.04	11742.00	58840.00	93357.04	10.6%
Zamora Chinchipe	6757.60	6019.60	2608.00	4836.80	2134.00	22356.00	2.6%
			TOTAL			876704.38	100.0%

Fuente: Cobus Group

En la tabla anterior muestra resultados de las exportaciones por provincias del Ecuador correspondientes a la subpartida arancelaria 1102.90.90, de los cuales las provincias con exportaciones continuas son Guayas, Pichincha, Santo domingo, Tungurahua y Zamora Chinchipe, además la provincia con mayor porcentaje de participación del periodo año 2016 al año 2020 fue Guayas con el 43.8% seguido de Pichincha con el 20.7%.

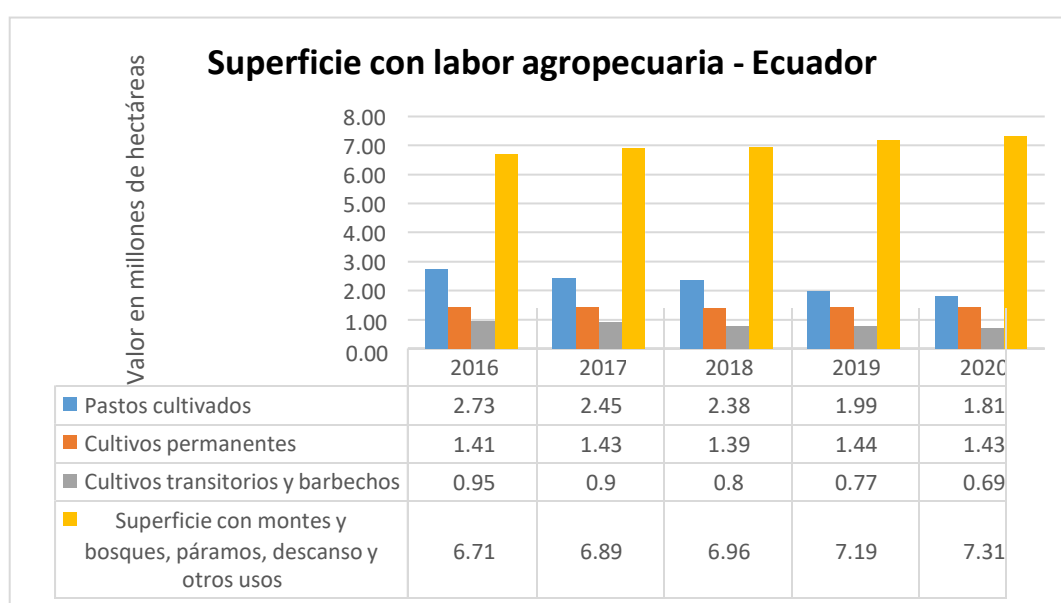
La zona 1 del Ecuador tiene muy poca participación en las exportaciones de la subpartida arancelaria 1102.90.90 correspondiente a la harina y demás tipos, para Carchi, Esmeraldas y Imbabura juntos suman una porcentaje de participación del 1% aproximadamente, la provincia de sucumbíos no registra exportaciones de esta partida arancelaria, además es notable que se requiere la iniciativa de exportación de este producto, esto podría mejorar la situación económica de las provincias de la zona 1, por ello es una oportunidad para la microempresa MAMA MURUCUNA realizar la exportación de harina de amaranto.

Tabla 43: Exportación por participación de empresas por provincia, valor expresado en número de empresas.

PROVINCIA	2016	2017	2018	2019	2020	SUMA	% Participación
Cañar				1		1	1%
Carchi			1			1	1%
Chimborazo			1	1	1	3	4%
Esmeraldas	1					1	1%
Guayas	3	6	7	7	6	29	36%
Imbabura				1	1	2	2%
Los Ríos		1				1	1%
Manabí	1	1			2	4	5%
Pichincha	4	6	2	5	3	20	25%
Santo domingo	1	1	1	1	1	5	6%
Tungurahua	1	1	3	2	2	9	11%
Zamora Chinchipe	1	1	1	1	1	5	6%
TOTAL	12	17	16	19	17	39	100%

Fuente: Cobus Group

En la tabla anterior se analiza las exportaciones por participación del número de empresas por provincia, para lo cual, la zona 1 del Ecuador apenas refleja 3 empresas dedicadas a la producción de harina, de las cuales solo la provincia de Esmeraldas ha logrado exportar, las provincias de Carchi e Imbabura solo han logrado enviar muestras comerciales hacia los mercados internacionales, por otra parte la provincia con mayor participación es Guayas con un porcentaje del 36% seguido de la provincia de Pichincha con un valor del 25%, entre los dos cubren más del 50% del número de empresas dedicadas a la exportación de la subpartida arancelaria 1102.90.90.



Gráfica 10: Superficie con labor agropecuaria

Fuente: INEC, 2020

En la gráfica anterior se analiza la superficie con labor agropecuaria en el Ecuador representados en valor de millones de hectáreas, con un periodo de análisis desde el año 2016 al año 2020, de los cuales se nota una tendencia decreciente en el indicador de pastos cultivados con el 7.9%, en cultivos permanentes son inferior al anterior indicador pero mantiene una proyección irregular sin mayor diferencia en crecimiento del 0.3%, los cultivos transitorios y barbechos corresponden a una técnica de agricultura para mantener en óptimas condiciones la tierra sin ser cultivada, de los cuales muestra una tendencia decreciente del 6.2%, por último el indicador de superficie con montes y bosques, paramos, descanso y otros usos, representa el mayor valor en millones de hectáreas y posee un crecimiento del 1.7%, esto demuestra que la producción agrícola del Ecuador está disminuyendo en forma general, esto sería una amenaza en cuanto a la producción de la harina de amaranto de la microempresa MAMA MURUCUNA, posiblemente la disminución se deba a enfermedades en el sector agrícola, bajos precios de la demanda del producto y alta competitividad de los productos.

Tabla 44: Lista de empresas exportadoras de la subpartida arancelaria 1102.90.90 por provincia

No.	RAZON SOCIAL	RUC	PROVINCIA
1	JIMBO CAMPOVERDE FREDY PAUL	0301256996001	Cañar
2	MONTENEGRO MAFLA CARLOS EFREN	0401401781001	Carchi
3	CORPORACION DE PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES ORGANICOS BIO TAITA CHIMBORAZO	0691710343001	Chimborazo
4	DIEZ ZAMBRANO NESTOR DAVID	0801601816001	Esmeraldas
5	ZAMBRANO GUERRERO CARLOS ENRIQUE	0900457730001	Guayas
6	RODRIGUEZ VALLEJO PABLO MAURICIO	0910616358001	Guayas
7	INSTITUTO OCEANOGRÁFICO Y ANTÁRTICO DE LA ARMADA	0968576320001	Guayas
8	INDUSTRIAL LINGESA S.A.	0990157782001	Guayas
9	KELLOGG ECUADOR C. LTDA. ECUAKELLOGG	0991357270001	Guayas
10	CIA. ADUANERA ECUATORIANA C.A.E. S.A.	0991442731001	Guayas
11	LANGLEY S.A.	0992210338001	Guayas
12	PROYIMAR S.A.	0992271892001	Guayas
13	SERVIDIVERSA S.A.	0992708794001	Guayas
14	FAMILY FOOD ECUADOR S.A. FAMODECSA	0992759585001	Guayas
15	TRADEXMEGA S.A.	0992777435001	Guayas
16	FRONTEVAL S. A	0992794976001	Guayas
17	CASTAÑEDA CACHIGUANGO CESAR	1002222816001	Imbabura
18	ORIENTAL INDUSTRIA ALIMENTICIA O.I.A. S A	1291710359001	Los Ríos
19	GALARZA VARGAS BYRON EDILBERTO	1301473359001	Manabí
20	ZAMBRANO AVELLANEDA ANA ROSA	1306354935001	Manabí
21	PRODALEC CIA. LTDA. PRODUCTOS ALIMENTICIOS ECUATORIANOS	1391719167001	Manabí
22	COLLAGUAZO QUISHPE SALIA ELISABETH	1708509425001	Pichincha
23	NARDI CAICEDO ESTEBAN DANIEL	1711959658001	Pichincha
24	INTERNATIONAL SHIPPING AND STORAGE CIA. LTDA.	1790017125001	Pichincha

25	COLGATE PALMOLIVE DEL ECUADOR SOCIEDAD ANONIMA INDUSTRIAL Y COMERCIAL	1790337979001	Pichincha
26	INAGRO F. A. S. C. C.	1790972852001	Pichincha
27	PRODUCTOS AVON ECUADOR S.A.	1791170032001	Pichincha
28	NINDALGO S. A	1792004411001	Pichincha
29	CEREALES ANDINOS CERANDINA CIA. LTDA.	1792043786001	Pichincha
30	CORPORACION KUNACHIA SA	1792475589001	Pichincha
31	BALTRA TRADING BALTREX S.A.	1792496926001	Pichincha
32	PRODUCTORES DE CEREALES PROQUINOA S.A.	1792508711001	Pichincha
33	AGROALINA S.A.	1792542413001	Pichincha
34	MIKHUNATRADE CIA.LTDA.	1792683424001	Pichincha
35	GUERRERO BONILLA EDGAR MARIO	1800993618001	Tungurahua
36	VASQUEZ LOPEZ VERONICA LUCIA	1802072940001	Tungurahua
37	CASTRO NARVAEZ NATALIA DEL LOURDES	1802732733001	Tungurahua
38	TORRES ORELLANA GENARO PATRICIO	1900210053001	Zamora Chinchiipe
39	COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO DIEZ SCC	2390027861001	Santo domingo

Fuente: Cobus Group

La tabla anterior muestra el número de empresas exportadoras de la subpartida arancelaria 1102.90.90 por provincia, por lo tanto, muestra una cantidad total de 39 empresas que en el periodo de los años 2016 al año 2020 han participado en las exportaciones de harina, para las provincias de la zona 1 del Ecuador apenas son 3 empresas correspondientes a las provincias del Carchi, Esmeraldas e Imbabura, es notable la falta de iniciativa de producción de harina y la exportación de la misma, los cuales podría mejorar las condiciones económicas de sus sectores.

4.1.5.5.5. Perfil del consumidor, hábitos de consumo y motivos de compra

La harina es el resultado de moler el grano del cereal, pseudocereal, fruto seco o legumbre. Las harinas se utilizan tanto en la elaboración de recetas dulces como saladas para preparar alimentos como pan, pasta, empanadas, bizcochos, tortillas, magdalenas, masa de pizza, bechamel y otras salsas, galletas, crepes y tortitas, rebozados, bollos, papillas, tartas, tortilla española, pasteles, buñuelos.

Esta harina de amaranto contiene antioxidantes, además de ser una fuente energética y de proteína vegetal bastante destacable. Es ideal para aquellas personas que tienen un estómago sensible, como también es un producto con grasas dietéticas y grasas poliinsaturada es un tipo

de grasa dietaría, también es bajo en gluten y contiene vitamina B, siendo así un producto muy nutritivo y no o es afectada por el proceso digestivo

Entre los productos que pueden utilizar la harina de amaranto se encuentran los siguientes productos:

Tabla 45: Hábitos de consumo de harina de amaranto

DESCRIPCION	GRAFICOS
PAN DE AMARANTO	
PASTELES	
PANQUEQUES	
GALLETAS	
CANELONES	
PIZZA	

MUFFINS



POSTRES DE AMARANTO



CREMA DE AMARANTO



BARRAS ENERGETICAS



EMPANADAS DE AMARANTO



BUEÑUELOS



HAMBURGUESA DE AMARANTO



WAFFLES DE AMARANTO



BOCADITOS



Fuente: Cocinadelirante, 2020

4.1.5.5.6. Proyección de la Población

Para calcular la población de EEUU, se toma como segmentación de mercado a la ciudad de Nueva York, todo conforme a la información estadística suministrada en la tabla número 40, además es un indicador base para estimar la proyección de crecimiento promedio del mercado, para ellos se aplica mínimos cuadrados para la proyección de la población como lo muestra la siguiente tabla:

Tabla 46: Proyección población Nueva York

Año	X	Y	X ²	Y ²	XY
2016	1	19,633,428	1	385,471,495,031,184	19,633,428
2017	2	19,589,572	4	383,751,331,143,184	39,179,144
2018	3	19,530,351	9	381,434,610,183,201	58,591,053
2019	4	19,453,561	16	378,441,035,580,721	77,814,244
2020	5	19,402,023	25	376,438,477,090,506	97,010,113
TOTAL	15	97,608,935	55	1,905,536,949,028,800	292,227,982
N	5				

Fuente: Datosmacro (2021)

Es necesario determinar los siguientes datos de la tabla para luego reemplazar en esta fórmula:

Formula:

$$m = \frac{\sum xy - \frac{\sum x \sum y}{N}}{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}$$

$$b = \frac{\sum y}{N} - m \frac{\sum x}{N}$$

$$y = mx + b$$

Cálculos:

$$m = - 59882.2$$

$$b = 19701434$$

$$y = -59882.2x + 19701434$$

Tabla 47: Proyección de la Población de Nueva York

	Año	Población	Tasa de crecimiento
Datos Históricos	2016	19,633,428	
	2017	19,589,572	
	2018	19,530,351	
	2019	19,453,561	
	2020	19,402,023	
Datos Proyectados	2021	19,342,140	-0.27%
	2022	19,282,258	
	2023	19,222,376	
	2024	19,162,494	
	2025	19,102,611.5	

Fuente: TradeMap

Según datos de la BBC News (2021) y conforme a los datos de la tabla anterior, se muestra un decrecimiento del 0.27% de la población de Nueva York esto se debe a causas de problemas de seguridad y de los sistemas educativos débiles provocando un éxodo en las familias que habitan en esta ciudad, adicional esta metrópolis es reconocida por su alto número de habitantes latinoamericanos, sin embargo, por condiciones económicas y efectos que deja la pandemia del Covid-19 provoca una disminución de la urbe.

4.1.5.5.7. Consumo Nacional Aparente

Permite estimar el consumo de un bien o servicio en un país o ciudad dentro de un periodo establecido. En la siguiente tabla se plasman los datos de la producción nacional, importaciones y exportaciones de los productos comprendidos en la subpartida arancelaria 1102.90.90 que contienen al producto en estudio, los cuales servirán de apoyo para realizar cálculos de las proyecciones correspondientes a los años 2020 - 2025.

A continuación, se muestra la fórmula para el cálculo del CNA, que ayudara a determinar la demanda nacional del producto en el mercado estadounidense.

$$CNA = (PN + M) - X$$

Donde:

- CNA = Consumo Nacional Aparente
- PN = Producción Nacional
- M = Importaciones
- X = Exportaciones

Tabla 48: Consumo Nacional Aparente

Año	Producción Nacional (+)	Importaciones Tn (+)	Exportaciones Tn (-)	Consumo Nacional Aparente	
				Toneladas	Kilogramos
2016	162,000	31,608	28,656	164,952	164,952,000
2017	128,000	37,681	28,436	137,245	137,245,000
2018	116,000	42,682	32,185	126,497	126,497,000
2019	138,000	46,076	28,301	155,775	155,775,000
2020	154,000	56,629	31,002	179,627	179,627,000
2021	137,800	60,466	31,083	167,183	167,183,200
2022	137,200	66,310	31,539	171,971	171,971,200
2023	136,600	72,154	31,995	176,759	176,759,200
2024	136,000	77,997	32,450	181,547	181,547,200
2025	135,400	83,841	32,906	186,335	186,335,200

Fuente: Trade Map (2021), Healthy Eating Index (2021)

Tabla 49: Proyección de producción de la microempresa MAMA MURUCUNA

AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Producción en Toneladas	1	8	11	15	30	33	39	46	52	59

Fuente: Entrevista

En la tabla anterior refleja valores de producción de harina de amaranto de la microempresa MAMA MURUCUNA, la cual fue obtenida a través de una entrevista al Sr. Alberto Sánchez (propietario), para mayor detalle revisar el anexo 2 de la investigación.

Se tomó los datos aproximados de años históricos de producción, para luego ser proyectados en base a la fórmula de mínimos cuadrados y con ello poder realizar el cálculo de INCOTERMS y flujo de efectivos que se analizara más adelante.

4.1.5.5.8. Demanda insatisfecha

Tabla 50. Cálculo de la Demanda Insatisfecha Internacional

AÑO	PN (kg)	M (kg)	X (kg)	CNA (kg)	Población Estados Unidos	Consumo Per Cápita (kg)	Consumo Recomendado (kg)	Déficit del consumo (kg)	% Cobertura
2016	162,000,000	31,608,000	28,656,000	164,952,000	323,100,000	59.74	91.25	31.51	0.00061%
2017	128,000,000	37,681,000	28,436,000	137,245,000	325,100,000	59.78	91.25	31.47	0.00583%
2018	116,000,000	42,682,000	32,185,000	126,497,000	327,200,000	59.87	91.25	31.38	0.00870%
2019	138,000,000	46,076,000	28,301,000	155,775,000	328,200,000	59.93	91.25	31.32	0.00963%
2020	154,000,000	56,629,000	31,002,000	179,627,000	330,200,000	60.00	91.25	31.25	0.01670%
2021	137,800,000	60,466,300	31,083,100	167,183,200	331,950,000	60.07	91.25	31.18	0.01974%
2022	137,200,000	66,310,000	31,538,800	171,971,200	333,680,000	60.14	91.25	31.11	0.02268%
2023	136,600,000	72,153,700	31,994,500	176,759,200	335,410,000	60.21	91.25	31.04	0.02602%
2024	136,000,000	77,997,400	32,450,200	181,547,200	337,140,000	60.27	91.25	30.98	0.02864%
2025	135,400,000	83,841,100	32,905,900	186,335,200	338,870,000	60.34	91.25	30.91	0.03166%

Fuente: Trade Map (2021) Index (2021).

La tabla anterior muestra los resultados del cálculo del déficit de consumo en el mercado de EEUU, el cual es superior a los 31,51 kilogramos por persona, además conforme a la tabla número 46, la población de Nueva York es superior a los 19 millones de habitantes, es un mercado muy grande y la participación de las exportaciones de la microempresa MAMA MURUCUNA es muy baja, siendo esta muy inferior al 1% (cálculo que se lo realiza con la multiplicación del valor del déficit de consumo por la población de Nueva York y este se compara con la información de la tabla 49), además el déficit de consumo por persona es del 31,51 kilogramos, esto demuestra un gran potencial de consumo y una oportunidad para la exportación de harina de amaranto.

4.1.5.5.9. Análisis de resultados de la entrevista

El 6 de agosto del 2020, el Sr. Alberto Sánchez, propietario de la microempresa MAMA MURUCUNA, autorizo la entrevista y el mismo uso de esta información para fines académicos, a continuación, se presenta los siguientes resultados:

1. ¿En qué año empezó la producción de amaranto en la microempresa MAMA MURUCUNA?

Desde el año 2008, la semilla fue adquirida en Bolivia en \$700 dólares el quintal, MAMA MURUCUNA es parte de la Organización madre llamada UNORCA (Unión Nacional de Organizaciones Regionales Campesinas y Autónomas) que es una organización de representación indígena, abarca 45 comunidades, a través de ellos obtuvieron un aval para su producción.

2. ¿Cuántas hectáreas están cultivadas en el año 2020?

Actualmente tienen 20 hectáreas con una producción en promedio de 150 quintales y dos cosechas en el año.

3. ¿Cuántas hectáreas están sin cultivar en el año 2020?

Actualmente 8 hectáreas aproximadamente.

4. ¿Cuánto ha sido su capacidad de producción en toneladas de harina de amaranto durante los últimos 5 años? (por favor llenar la siguiente tabla)

AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
Producción en Toneladas	1	8	11	15	30

5. ¿Cuál es el precio de 1 kilogramo de harina de amaranto?

El quintal de harina de amaranto cuesta \$200 - El kilogramo de harina cuesta \$3,33

6. ¿En qué temporadas del año se comercializa más la harina de amaranto?

Se realiza dos cosechas por año, sembramos en septiembre y cosechamos en enero, otra siembra es en febrero, marzo o abril y cosechamos en junio o julio, se demora aproximadamente 4 meses según la variedad del amaranto.

7. ¿Qué problemas ha tenido con la producción de la harina de amaranto?

Poco consumo en el mercado nacional y desconocimiento para vender en el mercado internacional.

8. ¿Posee infraestructura para la producción y empaque de la harina de amaranto?

No cuenta con infraestructura, apenas tiene dos máquinas trilladoras, la mayoría de su producción es de forma orgánica.

9. ¿Posee flota propia de transporte para la distribución de la harina de amaranto?

No posee, a través de un tercero vende y promocionan la harina de amaranto en Ibarra, Quito, Cuenca, Guayaquil, Quiroga, Cotacachi, Otavalo, Cayambe, entre otras ciudades.

10. ¿La harina de amaranto es exportada algún país? ¿SI o No?

No.

11. ¿Qué porcentaje de la producción total está destinada al mercado nacional e internacional?

Toda la producción, actualmente produce bajo pedido según la cantidad que le demanden.

12. ¿Cuál es el canal de distribución que utiliza la microempresa para la comercialización internacional de harina de amaranto?

No comercializa en el mercado internacional.

ANALISIS:

Los resultados de la entrevista muestran que la microempresa MAMA MURUCUNA es parte de la Organización madre llamada UNORCA (Unión Nacional de Organizaciones Regionales Campesinas y Autónomas) que es una organización de representación indígena, abarca 45 comunidades, su producción de harina amaranto comenzó en el año 2008 con la

importación de la semilla desde Bolivia, en el transcurso de los años su producción no supera los 200 kilogramos, además su cultivo cuenta de 20 hectáreas y 8 hectáreas sin cultivar, su precio por cada kilogramo es de 3.33 USD, su producto solo es comercializado a nivel nacional, nunca ha exportado a mercados internacionales y a su vez desconoce de sus procesos.

Según datos de la entrevista el costo por quintal es de 200 USD (datos por la observación in situ no son quintales de 100 kg) y el valor por cada kilogramo es de 3.33 USD, por lo cual en una exportación de toda su capacidad de producción podría vender a lo mejor a menor precio la harina de amaranto por cada kilogramo, sin embargo, con este valor se realiza una proyección de costos logísticos a fin de determinar el costo unitario en cada uno de los diferentes INCOTERMS, a continuación, la siguiente tabla:

4.1.5.5.10. Estudio Financiero

Tabla 51: Costos por INCOTERMS

INCOTERMS	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Valor del embarque	109,890	129,870	153,180	173,160	196,470	217,449
EXW	109,890	129,870	153,180	173,160	196,470	217,449
EXW Unitario	3.33	3.33	3.33	3.33	3.33	3.33
Manipulación local X	150	200	230	250	280	310
Unitarización	120	140	150	160	170	180
FCA/FAS	110,160	130,210	153,560	173,570	196,920	217,939
FCA/FAS Unitario	3.34	3.34	3.34	3.34	3.34	3.34
Transporte interno	700	1,000	1,000	1,000	1,000	1,500
Manipuleo Embarque	100	100	120	140	160	180
Agentes	220	220	220	220	220	220
FOB	111,180	131,533	154,903	174,933	198,303	219,842
FOB Unitario	3.37	3.37	3.37	3.36	3.36	3.37
Flete Internacional	2,900	3,100	3,600	4,100	4,400	4,400
CFR	114,080	134,637	158,507	179,037	202,707	224,246
CFR Unitario	3.46	3.45	3.45	3.44	3.44	3.43
Seguro Internacional	1,112	1,315	1,549	1,749	1,983	2,198
CIF	115,195	135,955	160,059	180,789	204,693	226,448
CIF Unitario	3.49	3.49	3.48	3.48	3.47	3.47
Manipuleo desembarque	110	120	130	145	170	210
DAP	115,309	136,079	160,193	180,938	204,867	226,661
DAP Unitario	3.49	3.49	3.48	3.48	3.47	3.47
Transporte interno	900	1,200	1,400	1,400	1,900	2,100

Descarga en destino	80	90	110	130	150	180
DPU	116,292	137,372	161,706	182,471	206,920	228,945
DPU Unitario	3.52	3.52	3.52	3.51	3.51	3.51
Almacenamiento temporal	500	650	850	1,050	1,200	1,450
Aduaneros	17,279	20,393	24,009	27,118	30,704	33,967
Capital e inventario país de destino	140	185	225	245	310	355
DDP	134,208	158,597	186,787	210,881	239,131	264,713
DDP Unitario	4.07	4.07	4.06	4.06	4.05	4.05

Fuente: Connect America Estimador de Costos

Según resultados de la entrevista es muy pequeña la producción de la microempresa MAMA MURUCUNA a comparación de la demanda total de este mercado internacional la cual es muy grande, adicional mencionan que no tienen experiencia en exportaciones por lo cual el INCOTERM más correcto para su aplicación sería el valor FOB el cual tiene un costo unitario de 3.37 USD por cada kilogramo, siendo aún inferior al precio referencial del mercado de los Estados Unidos de América el cual está en 3.98 USD por cada kilogramo de harina, con esta información se identifica una oportunidad para competir con precios bajos en la venta de harina de amaranto.

Según datos de la entrevista esta microempresa no cuenta con maquinaria para el tratamiento de la harina de amaranto, las cuales sería trilladora, empaquetadora y etiquetado, adicional requiere de profesionales expertos en cada área de la cadena de suministro para poder desempeñar sus actividades de forma eficiente, pero todos estos recursos no los tiene, por lo tanto, este requiere de una inversión financiera la cual será analizada en las siguientes tablas:

Tabla 52: Capital de Operación MAMA MURUCUNA

Capital de Operación	
Concepto	Valor USD
Costos de Producción	30,000
Gastos Administrativos	33,838
Gastos de Ventas	4,426
Total Costo Anual	68,264
Total Costo Diario	79
Ciclo de caja	30 días
Capital de Operación	2,370

Elaborado por: Sofía Dávalos

Para el año 2021 se estima que su producción podría ser aproximadamente de 33000 kilogramos, por lo tanto, en la tabla anterior se detalla el capital de operación que este necesitaría dado por un ciclo de caja de cada 30 días con un costo unitario de 79 USD (valor aproximado obtenido a través de la entrevista), para ello en la siguiente tabla se detalla el valor de la inversión inicial que va requerir para mejorar sus procesos productos y adecuar el producto para una exportación al mercado de destino.

Tabla 53: Inversión Inicial

Inversión Inicial	
Concepto	Valor USD
Inversión en activos fijos	84339
Capital de Operación	2,370
Gastos de Constitución	780
Total Inversión Inicial	87,489

Elaborado por: Sofía Dávalos

Según datos de la investigación cualitativa la microempresa MAMA MURUCUNA requiere de una inversión inicial de 84339 USD, la cual estaría distribuido de la siguiente forma: 56000 USD será utilizada para la adquisición de maquina trilladora, empaquetadora y etiquetado, es decir el costo de maquinaria y equipos (Constituye la inversión en activos tangibles), adicional el costo de la construcción civil para las instalaciones donde se va producir de la misma, además se requiere capital de trabajo el cual es de 2370 USD valor y 780 USD para la constitución y registro como microempresa exportadora, en la siguiente tabla se explica la estructura de financiamiento.

Tabla 54: Estructura de Financiamiento - con financiamiento

Estructura de Financiamiento - con financiamiento		
Concepto	Participación	Valor USD
Capital Propio	60%	52,493
Capital Ajeno	40%	34,996
Total	100%	87,489

Elaborado por: Sofía Dávalos

La microempresa MAMA MURUCUNA es parte de la Organización madre llamada UNORCA (Unión Nacional de Organizaciones Regionales Campesinas y Autónomas), en ella cuenta de apoyo y mano de obra de todos quienes conforma esta organización, por lo cual, el 60% de la inversión inicial será de participación propia de la microempresa, dinero que será

asumido por las familias del propietario de este negocio, el 40% de la inversión inicial será con financiamiento de parte de la COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SANTA ANITA LDTA, la cual se encuentra en el cantón Cotacachi, esta se encuentra cerca de la microempresa de estudio y por ello se da la factibilidad para tramitar un financiamiento el cual se otorga con un plazo a 3 años.

Tabla 55: Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento

Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento			
Recursos	Participación	Costo Financiero	Impuesto
Propios	20%	10.00%	28.00%
Ajenos	80%	19.01%	Art. 37 de la Ley orgánica de régimen tributario interno
Total	100%	-	-
WACC (Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento)			11.92%

Elaborado por: Sofía Dávalos

Para poder calcular la tasa interna de retorno al igual que el valor anual neto, se requiere, el cálculo del costo de capital promedio ponderado, para este cálculo se toma en cuenta la tasa activa para el préstamo que otorga la COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SANTA ANITA LDTA, el cual es del 19.01% por concepto de Microcrédito Agrícola y Ganadero, el otro 10% se estima de la rentabilidad que aspira las familias que trabajan en la microempresa MAMA MURUCUNA, dado este cálculo se obtiene como resultado del 11,92% WACC.

Tabla 56: Balance General - Con Financiamiento

Balance General - Con Financiamiento			
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	2,370	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	2,370	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios - Infraestructura	65,000	Préstamos Bancarios	47,320
Maquinaria y Equipo	17,000	Total Pasivos Largo Plazo	47,320
Muebles y Enseres	1,079		
Equipo de Computo	1,260	Total Pasivos	47,320
Total Activos Fijos	84,339		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	780	Capital Social	40,169

	Total Activos Diferidos	780	Total Patrimonio	40,169
Total Activos	87,489	Total Pasivo + Patrimonio	87,489	

Elaborado por: Sofía Dávalos

Los datos de la tabla anterior reflejan la información económica para determinar el estado situacional del patrimonio de la microempresa MAMA MURUCUNA, así mismo se puede observar la cantidad de deuda contraída y los bienes que dispone, con ello se puede fijar un horizonte a largo plazo de la estructura económica y compararlo año tras año para realizar sus respectivos análisis que permitan mantener en condiciones estables para competir en el mercado internacional.

Tabla 57: Estado de Resultados - Con Financiamiento

Estado de Resultados - Con Financiamiento						
Detalle	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026
Ventas	109,890	129,870	153,180	173,160	196,470	217,449
Cantidad	33,000	39,000	46,000	52,000	59,000	65,300
Precio	3.33	3.33	3.33	3.33	3.33	3.33
- Costo de Ventas	56,000	63,000	71,000	83,000	91,000	102,000
Utilidad Bruta en Ventas	53,890	66,870	82,180	90,160	105,470	115,449
- Gastos Operacionales	38,264	39,562	40,925	42,443	43,180	18,857
Gastos Administrativos	33,838	34,546	34,571	34,597	34,643	9,192
Gastos de Ventas	4,426	5,016	6,354	7,846	8,537	9,665
Utilidad Operacional	15,626	27,308	41,255	47,717	62,290	96,592
- Gastos Financieros	0	5,849	3,868	1,475	0	0
Interés Bancario	0	5,849	3,868	1,475		
U.A.T.I	15,626	21,459	37,387	46,242	62,290	96,592
- 15% Particip. Trabajadores	2,344	3,219	5,608	6,936	9,344	14,489
Utilidad Antes de Impuestos	13,282	18,240	31,779	39,306	52,947	82,103
- 28% Impuesto a la Renta	3,719	5,107	8,898	11,006	14,825	22,989
Utilidad Neta	9,563	13,133	22,881	28,300	38,121	59,114

Elaborado por: Sofía Dávalos

En la tabla anterior se calcula a partir de la proyección de Holt Winters, los cuales son aplicados desde el año 2021 al año 2026, además el estado de resultado es una operación de sumar las ventas y restar los costos de ventas (costos de producción), gastos operacionales (gastos de servicios básicos, rol de pagos, etc.) y los gastos financieros (es el valor de financiamiento del Microcrédito Agrícola y Ganadero, pero solo se toma el valor de pago de los intereses como gasto, ya que el pago del capital es una amortización de la deuda por lo tanto

a futuro formara parte de los activos de la empresa), dando como resultado una utilidad neta positiva para los años proyectados.

Tabla 58: Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento

Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento						
Entradas de efectivo	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026
Utilidad Neta	9,563	13,133	22,881	28,300	38,121	59,114
+ Depreciaciones	0	3,778	3,778	3,778	3,797	547
+ Amortizaciones	0	156	156	156	156	156
Liquidación del Proyecto						
Recuperación Capital de Operación						
Total Entradas	9,563	17,067	26,815	32,234	42,074	59,817
Salidas de Efectivo	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026
Inversión Inicial	87,489					
Amortización de la Deuda		9,547	11,528	13,921		
Reposición de Activos				1,316		
Total Salidas	87,489	9,547	11,528	15,237	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-77,926	7,520	15,287	16,997	42,074	59,817

Elaborado por: Sofía Dávalos

Para el cálculo del flujo de efectivo se suma las entradas (Ingresos económicos) y se resta las salidas de efectivo (Es el valor de financiamiento del Microcrédito Agrícola y Ganadero, pero solo se toma el valor del pago de capital), los resultados muestran un valor negativo para el primer año, pero los demás años son valores positivos lo cual es bueno para la microempresa MAMA MURUCUNA, a continuación, los siguientes cálculos para determinar el valor del TIR y VAN.

Tabla 59: Cálculo de TIR y VAN

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	-77,926		
1	7,520	0.8935	6,719
2	15,287	0.7983	12,203
3	16,997	0.7132	12,123
4	42,074	0.6372	26,812
5	59,817	0.5694	34,057
		SFE	91,914
		- I.I.	77,926
		VAN	13,988
		TIR	17.01%
		PR	4.63
		C/B	1.18

Dados por lo cálculos del flujo de efectivo da como resultado, una tasa interna de retorno del 17.01%, un valor anual neto del 13988 USD al finalizar los 5 años del periodo de estudio, el periodo de recuperación de la inversión inicial sería de 4.63 es decir aproximadamente 5 años y el costo beneficio del proyecto sería de 1.18 USD, es decir que por cada dólar invertido tendrá una ganancia de 1.18 dólares considerando que el valor de la inversión inicial es de 87489 dólares, el cual es un valor alto en consideración para la microempresa MAMA MURUCUNA.

Tabla 60: Tabla Resumen Resultados de Flujo de Efectivo

Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento	CCP	11.92%
Tasa Interna de Retorno	TIR	17.01%
Valor Anual Neto	VAN	13,988

Elaborado por: Sofía Dávalos

Para finalizar el estudio financiero en base a los datos de la tabla anterior demuestra una rentabilidad para su futura ejecución, dado que su tasa interna de retorno es del 17.01%, es decir que, si los 87489 USD se los deposita a tasa pasiva con un Banco, esta solo generaría una rentabilidad del 9% máximo en concordancia con las tasas pasivas de los Bancos a nivel nacional, siendo este inferior a los resultados del TIR, por ello se confirma que el proyecto es factible, además el valor anual neto es de 13988 USD lo que demuestra que al finalizar los 5 años del proyecto este tendrá valor económico alto como ganancia de la rentabilidad del proyecto.

4.1.5.5.11. FODA de la microempresa MAMA MURUCUNA.

Con el propósito de evaluar las tablas anteriores e identificar oportunidades y amenazas, así mismo a través de la entrevista identificar fortalezas y debilidades de la microempresa MAMA MURUCUNA, se realiza el siguiente análisis FODA, a fin de detectar las posibilidades de exportar harina de amaranto:

Tabla 61: Análisis FODA

ANALISIS F.O.D.A.			
D	DEBILIDADES	F	FORTALEZAS
1	No cuenta con infraestructura para empaque y etiquetado.	1	Producción orgánica.
2	No cuenta infraestructura física para almacenamiento del producto.	2	Condiciones climáticas favorables para su cultivo.
3	Baja producción de amaranto.	3	Precio EXW competitivo 3,33 USD por kg y precio EEUU a 3.98 USD
4	Desconocimiento en exportación e internacionalización de su producto.	4	Experiencia en el cultivo de amaranto.
A	AMENAZAS	O	OPORTUNIDADES
1	52% consumo de harina de maíz	1	EEUU principal importador de harina a nivel mundial
2	EEUU tercer país al que más se exporta harina ecuatoriana	2	Balanza comercial superávit Ecuador – EEUU
3	Ad valoren del 3.5% y IVA del 11.7%	3	Tasa de paro en decrecimiento al -3%
4	Tasa de inflación creciente a un 12%	4	PIB per cápita atractivo en 58551 USD (año 2020)

Elaborado por: Autora

Tabla 62: Factores internos (EFI) de la microempresa MAMA MURUCUNA

FACTORES INTERNOS (EFI)				
	FORTALEZAS	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1	Producción orgánica.	5%	1	0,05
2	Condiciones climáticas favorables para su cultivo.	20%	3	0,6
3	Precio EXW competitivo 3,33 USD por kg y precio EEUU a 3.98 USD	20%	3	0,6
4	Experiencia en el cultivo de amaranto.	5%	2	0,1
	DEBILIDADES	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1	No cuenta con infraestructura para empaque y etiquetado.	15%	1	0,15
2	No cuenta infraestructura física para almacenamiento del producto.	15%	1	0,15
3	Baja producción de amaranto.	15%	1	0,15
4	Desconocimiento en exportación e internacionalización de su producto.	5%	1	0,05
TOTAL		100%		1,85

Elaborado por: Autora

Nota: Fortalezas y debilidades pueden calificarse desde 1 hasta 4, siendo 4 una buena calificación y 1 mala.

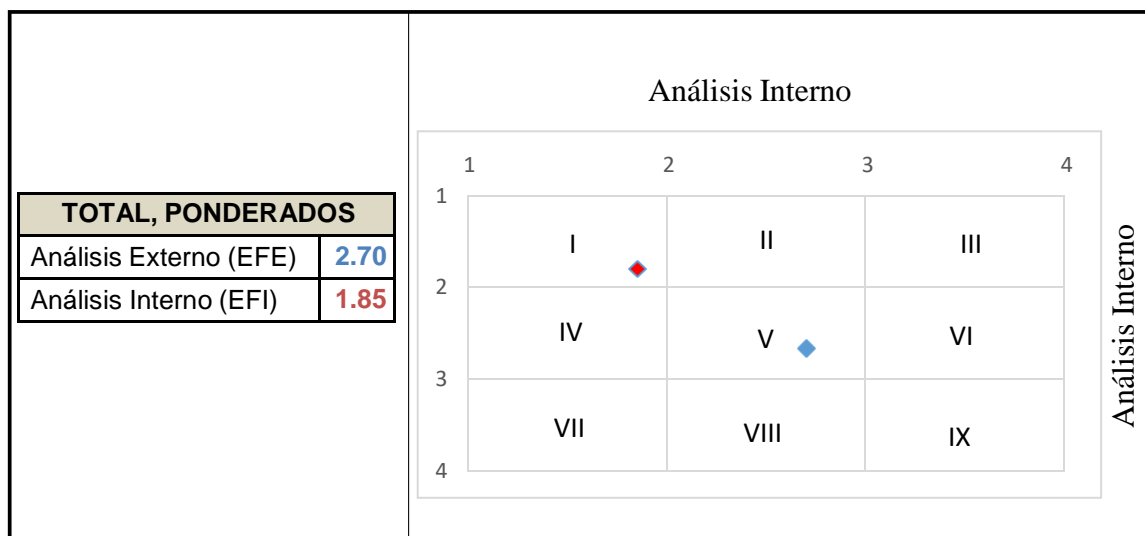
Tabla 63: Factores externos (EFE) de la microempresa MAMA MURUCUNA

FACTORES EXTERNOS (EFE)				
OPORTUNIDADES		PESO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1	EEUU principal importador de harina	10%	3	0,3
2	Balanza comercial superávit Ecuador – EEUU	10%	4	0,4
3	Tasa de paro en decrecimiento al -3%	5%	4	0,2
4	PIB per cápita atractivo en 58551 USD (año 2020)	5%	4	0,2
AMENAZAS		PESO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1	52% consumo de harina de maíz	20%	3	0,6
2	EEUU tercer país al que más se exporta harina ecuatoriana	15%	2	0,3
3	Ad valoren del 3.5% y IVA del 11.7%	20%	2	0,4
4	Tasa de inflación creciente a un 12%	15%	2	0,3
TOTAL		100%		2,7

Elaborado por:

Nota: Oportunidades y amenazas pueden calificarse desde 1 hasta 4, siendo 4 una buena calificación y 1 una mala.

4.1.5.5.11. Matriz resultante



Gráfica 11: Matriz resultante de la microempresa MAMA MURUCUNA

ESTRATEGIAS	CELDA
Para crecer y construir.	I, II y IV
Para conservar y mantener.	III, V y VII
Para cosechar o enajenar.	VI, VIII y IX

La grafica anterior muestra que los factores externos son muy atractivos para la exportación de harina de amaranto, el mercado seleccionado de los Estados Unidos de América es un mercado potencial con gran capacidad de consumo y con indicadores sociales, políticos y económicos favorables para las empresas del Ecuador, el precio referencial del mercado es superior al precio del producto de estudio, sin embargo los factores internos correspondientes a las fortalezas y debilidades de la microempresa MAMA MURUCUNA no cuenta con la infraestructura adecuada para la producción de harina de amaranto, entre las debilidades más destacadas son que no cuenta con infraestructura para almacenar, empaque y etiquetado, además de que su producción es muy baja cantidad lo que dificulta para cumplir con las posibles demandas de harina de amaranto.

4.2. DISCUSIÓN

La producción mundial de harina de amaranto en los últimos años se ha destacado un atractivo panorama comercial, por ello han desarrollado investigaciones para medir sus oportunidades de ingresar a los mercados internacionales, para ello se analiza los aranceles y requisitos que se le aplican, así también como aspectos positivos en conocer cuáles son los beneficios y los nutrientes que tiene este producto (amaranto), tomando en cuenta el clima y los aspectos del cultivo, así como también los factores tecnológicos que utilizan varias empresas para la mejora del producto amaranto.

En el año 2012 la revista PRONAL con el autor Eduardo Peralta realizó la investigación sobre la temática “El Amaranto en el Ecuador Estado del Arte”, los resultados de esta muestra como opciones de mercado Alemania y Estados Unidos, sus factores para determinar a los dos países fue las relaciones comerciales y la balanza comercial, a comparación de la presente investigación para la selección del país de destino se la realizó a través de la Matriz POAM (Perfil de oportunidades y amenazas en el medio), la cual a través de una evaluación a sus indicadores sociales, políticos y económicos nos permite dar un factor de ponderación y seleccionar al país con mayor calificación, el puntaje refleja cual país otorga mayor oportunidad para la exportación de harina de amaranto.

En el año 2016 la revista Académica de Investigación la autora Josefina Martínez realizó un estudio con el tema “*El Amaranto Y Sus Efectos Terapéuticos*”, el cual desarrolló una revisión bibliográfica actualizada sobre los componentes bioactivos del amaranto y su impacto en la salud, el resultado más importante de esta investigación fue que la planta de amaranto posee características ideales para su cultivo dada su rapidez de crecimiento, su alta resistencia a la sequía y su fácil adaptación a suelos salinos y al frío, en comparación a los resultados de la presente investigación se detectó que hasta el año 2020 son en total 12 provincias que cultivan y exportan amaranto, sin embargo para la zona 1 del Ecuador, es decir Carchi, Esmeraldas y Imbabura juntos suman un porcentaje de participación del 1% aproximadamente, pero la provincia de Sucumbios no registra exportaciones, por lo tanto no se ha desarrollado investigaciones para fomentar las exportaciones en esta zona del país.

En el año 2017 la revista *Regiones y Desarrollo Sostenible*, con los autores Josset Sánchez, Beatriz Pérez, Mariano Sánchez, Victoria Conde, Andrés Cabrera y Luis Ortega realizaron la investigación “*Diseño de una estrategia para el desarrollo agrícola en el cultivo de amaranto en el valle de Atlixco, Puebla*”, el objetivo del presente es aumentar la información disponible para el manejo del cultivo de amaranto en la región del valle de Atlixco y se realizó un taller aplicando un análisis FODA en los municipios que conforman el área de estudio, los resultados obtenidos indican, que el problema principal al cual se enfrentan los agricultores es la incidencia y severidad de plagas y enfermedades, que se manifiestan en la disminución de rendimiento, en comparación a la presente investigación no se evalúa el manejo del cultivo pero si se aplica un análisis FODA para determinar las oportunidades que brinda el mercado de EEUU y las fortalezas que tiene la microempresa MAMA MURUCUNA, los resultados fueron favorables para el estudio de mercado, sin embargo la producción de esta microempresa es muy pequeña, a lo mejor coincide con la investigación de los autores Josset Sánchez, et al, posiblemente existe incidencia en la falta de producción por problemas de plagas y enfermedades.

El artículo científico realizado en el año 2014 la revista Scielo, con la participación del autor Santiago Sarmiento, con la “*Tentativa de investigación estrategias de internacionalización y globales para países en desarrollo y emergentes*”, el estudio realizado por el autor se basa en como buscar y promover un acercamiento de una empresa a través de las estrategias internacionales y globales, los resultados fueron negativos, el fracasos y pocas oportunidades obligan a fortalecer más las empresas nacionales, en comparación a la presente investigación, a través de la entrevista se detectó que la microempresa MAMA MURUCUNA comenzó su cultivo en el año 2008, hasta su actualidad es decir 12 años después, su producción no aumentado significativamente, apenas produce 200 kilogramos de harina de amaranto, además el propietario detallo que hay un escaso consumo nacional de este producto.

El artículo científico en el año 2016 se la realizo la investigación por la revista *Análisis de Economía, Comercio y Negocios Internacional*, con la participación de los siguientes autores Flavio Gonzales, Alejandra Gonzales y Delia Lerma con la temática de estudio “*Estrategia de comercialización competitiva del amaranto en San Luis Potosí*”; el presente estudio tomo encuentra diferentes perspectivas como técnicas de cultivo, efectos en la nutrición y salud, la rentabilidad de la planta, utilizo la metodología cuantitativa ya que utilizaron una encuesta, al finalizar la investigación llegaron a la conclusión de la exportación de amaranto tiene como

prioridad fortalecer la industrialización en beneficio del estado de Potosí, en comparación a la presente investigación no se evaluó las técnicas de cultivo, sin embargo se realizó una entrevista al propietario de la microempresa MAMA MURUCUNA, el cual reveló que desde año 2008 lleva cultivando este producto y si ha presentado problemas en este proceso, es por ello que con el tiempo adquirido experiencia y hoy en día comparte su técnica de cultivo orgánico con Unión Nacional de Organizaciones Regionales Campesinas y Autónomas.

Finalizamos con el último artículo científico realizado en el año 2020 la revista POCAIP, por los autores Santiago Guillermo, Julio Zurita, Andrés Guerrero, con la temática “*Estrategias comerciales para la exportación de amaranto ecuatoriano a Paris*”, investigan las posibilidades para la exportación del amaranto ecuatoriano a Paris, existe una gran cantidad de pequeños agricultores de amaranto que debido a la falta de conocimiento sobre los grandes beneficios de este cereal y bajo poder de negociación no han logrado convertirse en proveedores nacionales e internacionales, el amaranto es un cereal que tiene su origen en el continente americano, y en los últimos años ha tenido un incremento importante de parte del interés mundial por esta planta, respaldado principalmente por su gran valor nutritivo, por lo cual es preciso un análisis de los mercados aptos para la exportación dentro de la Unión Europea, por lo cual en comparación a la presente investigación se logró comprobar que hay un creciente consumo de harina de amaranto según su subpartida arancelaria 1102.90.90.00, la cual tuvo una participación del 55% en cuanto a las exportaciones realizadas desde Ecuador hacia los Estados Unidos del período de análisis 2016 – 2020.

En el año 2016 el autor Liliana Gonzales de la Universidad De Guayaquil realizó un estudio acerca “*ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN DEL AMARANTO EN EL CANTÓN COTACACHI PERÍODO 2012- 2015 Y POSIBLE EXPORTACIÓN AL MERCADO DE ALEMANIA*”, en la investigación se recopiló datos estadísticos útiles del cultivo del amaranto, así mismo se confirmó la información mediante el estudio de campo demostrando la producción del producto de manera artesanal y poco tecnificada, además a metodología utilizada en la investigación fue a través de entrevistas a los agentes involucrados en la producción de amaranto del cantón Cotacachi está ubicado en la provincia de Imbabura, en comparación a la presente investigación se puede observar que el mercado de Alemania no es el más idóneo para la exportación de este producto, la tabla 33 muestra a EEUU como el

principal destino de las exportaciones de la subpartida arancelaria 1102.90.90 correspondiente a la harina y demás tipos, además este cubre un 78% de participación análisis que comprende desde el año 2016 al año 2020, por lo tanto los resultados del diagnóstico de la matriz POAM califica a Estados Unidos de América como el mercado con mayor oportunidades para exportar harina de amaranto.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

La microempresa MAMA MURUCUNA comenzó su cultivo desde el año 2008, además es parte de la Organización madre llamada UNORCA (Unión Nacional de Organizaciones Regionales Campesinas y Autónomas) que es una organización de representación indígena pertenecientes al cantón Cotacachi, provincia de Imbabura, esta abarca 45 comunidades, a través de ellos obtuvieron un aval para su producción, por lo tanto en su estudio para determinar una alternativa de mercado para la exportación de harina de amaranto dio como resultado Estados Unidos de América, datos que fueron diagnosticados conforme a la matriz POAM (Perfil de oportunidades y amenazas en el medio).

Los mercados con mayores posibilidades de consumo de harina de amaranto fueron Estados Unidos de América, Alemania y China, siendo estos países con un potencial económico el cual supera los 1000 USD como salario básico, sin embargo, el costo de vida varía mucho de uno a otro, por lo cual para el año 2020 el precio referencial del kilogramo de harina de amaranto en el mercado internacional es de 2.27 USD y para EEUU es de 3.98, siendo este valor superior al costo de producción de harina de amaranto de la microempresa MAMA MURUCUNA el cual es de 3.33 USD por cada kilogramo, esto significa que posee una ventaja comparativa en cuanto a precio del producto.

Las exportaciones por participación del número de empresas por provincias del Ecuador, muestran que la zona 1 del país apenas refleja 3 provincias de un total de 4, las cuales se dedican a la producción de harina, para provincia de Esmeraldas existe una empresa que ha logrado exportar en un solo año, las provincias de Carchi e Imbabura solo han logrado enviar muestras comerciales hacia los mercados internacionales, por otra parte la provincia con mayor participación es Guayas con un porcentaje del 36% seguido de la provincia de Pichincha con un valor del 25%, entre los dos cubren más del 50% del número de empresas dedicadas a la exportación de la subpartida arancelaria 1102.90.90 correspondiente a la harina y demás tipos.

Los resultados de la entrevista refleja varias debilidades para la microempresa MAMA MURUCUNA, entre las más destacadas falta de maquinaria tecnológica y poca producción, la Los resultados de la entrevista realizada a la microempresa MAMA MURUCUNA, refleja varias debilidades, entre las principales son la falta de tecnología y poca producción de harina de amaranto el cual no supera los 0.2 toneladas del año 2020, sin embargo el valor de cada kilogramo es de 2 USD el cual es ventajosamente competitivo para el mercado internacional dado porque este se encuentra inferior a los precios referencial tanto del mundo como de Estados Unidos de América, además las exportaciones ecuatorianas presenta un crecimiento del 28% y con una participación de 39 empresas de nuestro país.

La investigación permitió se detectar que hasta el año 2020 son en total 12 provincias que cultivan y exportan amaranto, sin embargo, para la zona 1 del Ecuador, es decir Carchi, Esmeraldas y Imbabura juntos suman un porcentaje de participación del 1% aproximadamente y con apenas 3 empresas, solo esmeraldas ha logrado exportar en un solo año y las demás solo han enviado muestras comerciales, además la provincia de sucumbíos no registra exportaciones, por lo tanto, esta investigación podría aportar con una opción para mejorar la situación económica de las provincias de la zona 1, por ello es una oportunidad para la microempresa MAMA MURUCUNA realizar la exportación de harina de amaranto.

El análisis FODA reflejo datos no muy alentadores debido a que la microempresa MAMA MURUCUNA no cuenta con infraestructura tecnológica en maquinaria, baja producción y la inexperiencia en exportaciones, por lo cual su matriz resultante demuestra que no cuenta con las condiciones necesarias para poder exportar harina de amaranto, posiblemente requiere de una gran inversión para mejorar sus debilidades, para ello se empleó un estudio financiero con una inversión inicial de 87489 USD el cual determino una TIR del 17.01% y VAN del 13988 USD, por lo cual es factible el proyecto financiero, además los resultados de los factores externos muestran grandes oportunidades para el consumo de este producto en el mercado de los Estados Unidos de América, siendo entre ellos la ciudad de Nueva York la cual presenta mayor consumo de harina ecuatoriana.

5.2. RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar más investigaciones para fomentar las exportaciones en esta zona del país siendo estas Carchi, Esmeraldas, Imbabura y Sucumbíos, esto podría ayudar las condiciones económicas y brindar un mejor estilo de vida a su población.

Se recomienda buscar alternativas de inversión tanto del sector privado como público para ayudar al fomento de estas microempresas que buscan la forma de generar riqueza económica a la zona 1 del Ecuador.

Se recomienda realizar un estudio de la demanda de harina de amaranto en el mercado nacional, es decir en Ecuador, ya que la investigación logro detectar un bajo consumo de este producto y el cual tiene importantes componentes que ayudan a la salud de las personas y su costo es accesible.

Se recomienda realizar un estudio de factibilidad para reducir el impuesto a la renta de una empresa el cual es del 28%, todo conforme lo establece el Art. 37 de la Ley orgánica de régimen tributario interno, el cual perjudica al fomento de las microempresas de la zona 1 del Ecuador.

IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agromeat*. (2021). Obtenido de <https://www.agromeat.com/268658/el-consumo-de-harina-per-capita-en-estados-unidos-aumenta-en-2018>
- Arango, M., Ruiz, S., & Ortiz, L. (2017). Indicadores de desempeño para empresas del sector logístico: Un enfoque desde el transporte de carga terrestre. *Revista chilena de ingeniería*. *Ingeniare*, 24(4), 707-720. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ingeniare/v25n4/0718-3305-ingeniare-25-04-00707.pdf>
- Arellano, E. (2015). *Análisis de los procesos y la calidad del servicio en el Almacén Temporal Aduanero Transcomerinter Cía. Ltda. de la ciudad de Tulcán*. Tulcán: Universidad Politécnica Estatal del Carchi.
- Arguello, M. (2015). *Diseño del plan para la empresa de transporte de carga "ExpresstAgex s.A" ubicada en el norte de Quito*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana.
- Ayala, D. (2018). *Diseño del sistema de almacenamiento y manejo de materiales en la empresa transcomerinter Cía. Ltda. Tulcán*. Ibarra: Universidad Técnica del Norte.
- Ballesteros, A. (2001). *Comercio Exterior- Teoría y Práctica*. España: Universidad de Murcia.
- Balllou, R. (2004). *Logística, Administración de la cadena de suministro* (Quinta ed.). México: PEARSON EDUCACIÓN.
- BBC News*. (2021). Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-55593472#:~:text=En%20Nueva%20York%2C%20la%20poblaci%C3%B3n%20ha%20ido%20disminuyendo%20desde%202016.&text=%22Ahora%20las%20personas%20talentosas%20tienen,prima%20por%20las%20comodidades%20aumentar%C3%A1>
- Bória, S., & García, A. (2006). *Métodos del trabajo aplicados a las ciencias sociales*. Barcelona: Universitat de Barcelona.

- Carrasco, J. (01 de 01 de 2000). Evolución de los enfoques y conceptos de la logística: su impacto en la dirección y gestión de las organizaciones. *Economía Industrial*(331), 17-34.
- Casanovas, A., & Cuatrecasas, L. (2011). *Logística Integral: Lean Supply Chain Management*. Barcelona: PROFIT.
- Casas, Á., & Orbes, B. (2015). Integración fronteriza y transporte terrestre de mercancías entre Colombia y Ecuador. *Integración y Comercio*, 18(38), 57-64. Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Revista-Integraci%C3%B3n--Comercio-A%C3%B1o-18-No-38-Enero-Junio-2014.pdf>
- CEPAL. (2015). *La competitividad y eficiencia en el transporte terrestre*. CEPAL.
- cocinadelirante*. (2020). Obtenido de <https://www.cocinadelirante.com/receta/postre/receta-pan-de-amaranto>
- Connect America*. (2021). Obtenido de <https://connectamericas.com/es/estimadora#!/app/search>
- Constitución de la República del Ecuador [Const.]. (2011). *Artículo 284 [Título VI]*. Montecristi: Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador.
- Constitución de la República del Ecuador [Const.]. (2011). *Artículo 304 [Título VII]*. Montecristi: Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador.
- Constitución de la República del Ecuador [Const.]. (2011). *Artículo 337 [Título VII]*. Montecristi: Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador.
- Cuasquer, A. (2019). *Oportunidades de mercados internacionales y la comercialización de amaranto pop de la empresa Nueva Vida*. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/846/1/455%20Oportunidades%20>

de%20mercados%20internacionales%20y%20la%20comercializacion%20de%20amaranto%20pop%20de%20la%20empresa%20nueva%20vida.pdf

DATOSMACRO. (2021). Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/demografia/poblacion/usa-estados/nueva-york>

Enríquez, M. (2017). *Presupuesto de capital de trabajo para la empresa Transcomerinter Cía. Ltda. de la ciudad de Tulcán*. Tulcán: Universidad Regional Autónoma de los Andes .

Franco, J., Gómez, M., & Becerra, M. (2018). Una aproximación al análisis de los sistemas de transporte en Colombia factor de competitividad. *ESPACIOS*, 39(47), 4-12. Recuperado el 10 de septiembre de 2019, de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n47/a18v39n47p04.pdf>

Garay, A., Rangel, E., Valencia, R., Martínez, G., & Almaguer, G. (2016). *ANÁLISIS DE LA CADENA DEL VALOR DE AMARANTO EN MÉXICO*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3605/360545634006.pdf>

Gómez, V. (2017). *Plan estratégico logístico para una PYME* . Buenos Aires: Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires .

Gonzales, F., Gonzales, A., & Lerma, D. (2016). *Estrategia de comercialización competitiva del amaranto en San Luis Potosí*. Obtenido de http://publicaciones.eco.uaslp.mx/VOL17/Volumen_10.4.PDF

Gonzales, L. (2016). *ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN DEL AMARANTO EN EL CANTÓN COTACACHI PERIÓDO 2012- 2015 Y POSIBLE EXPORTACIÓN AL MERCADO DE ALEMANIA*. Obtenido de http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/13814/1/Gonzalez_Liliana_final.pdf

- Gullermo, S., Zurita, J., & Guerrero, A. (2020). *Estrategias comerciales para la exportación de amaranto ecuatoriano a Paris*. Obtenido de <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/187/300>
- Hernández, E. (2000). *La competitividad industrial en México*. México: Casa abierta al tiempo.
- Indexmundi*. (2021). Obtenido de <https://www.indexmundi.com/agriculture/?pais=us&producto=harina-de-mani&variable=produccion&l=es>
- INEC. (2020). Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac-2019/Presentacion%20de%20los%20principales%20resultados%20ESPAC%202019.pdf
- Logística y Data negocios. (05 de julio de 2018). *Pictogramas más utilizados en el Comercio Internacional*. Obtenido de <https://revistalogisticaparaguay.com/pictogramas-mas-utilizados-en-el-comercio-internacional/>
- Lupano, J. (2017). *La infraestructura de transporte sostenible y su contribución a la igualdad en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Martínez, J. (2016). *Revista Académica*. Obtenido de El Amaranto y sus Efectos Terapéuticos: https://www.researchgate.net/publication/304251542_EL_AMARANTO_Y_SUS_EFECTOS_TERAPEUTICOS
- Molina, D. (2015). *Planificación e implementación de un modelo logístico para optimizar la distribución de productos publicitarios en la empresa Letreros Universales S. A.* Guayaquil : Universidad Politécnica Salesiana.
- Mora, L. (2014). *Logística del transporte y distribución de carga*. Bogotá: Ecoe.

- Morales, H. (2015). *Obtención De Harinas De Amaranto (Amaranthus Caudatus) Crudo Y Lavado Y Su Utilización En La Elaboración De Pan*. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/14306/1/63801_1.pdf
- Morillo, M. (2016). *Sistema de Control interno para el Almacén Temporal Aduanero de la Empresa Transcomerinter Cía. Ltda.* Tulcán: Universidad Regional Autónoma de los Andes .
- Palacios, F. (2015). *Implementación del departamento de marketing para la empresa Transcomerinter Cía. Ltda.* Quito: Universidad Tecnológica equinoccial .
- Parra, C., & Crespo, A. (2012). *Ingeniería de Mantenimiento y Fiabilidad Aplicada en la Gestión de Activos*. Sevilla: Ingeman.
- Peralta, E. (2012). *Revista Pronal*. Obtenido de El Amaranto en el Ecuador Estado del Arte: <https://repositorio.iniap.gob.ec/bitstream/41000/3259/1/iniapscCD53.pdf>
- Saavedra, C., & Salgado, G. (2018). *Estructura del plan logístico para el mejoramiento del departamento de camisas de la empresa "Gala y Etiqueta"*. Bogotá, Colombia: Universidad Piloto de Colombia.
- Saldaña, F., & Valdivieso, E. (2017). *Plan logístico de abastecimiento para mejorar la productividad en el área de producción de la empresa de construcción y montaje JR VER S.A.C., Lima, en el año 2017*. Trujillo: Universidad privada Antenor Orrego.
- Sánchez, J., Beatriz, P., Mariano, S., Victoria, C., Andrés, C., & Ortega, L. (2017). *Diseño de una estrategia para el desarrollo agrícola en el cultivo de amaranto en el valle de Atlixco*. Obtenido de <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwj9hZvB3e7uAhW-QzABHcWiB4EQFjABegQIARAC&url=http%3A%2F%2Fcoltlix.edu.mx%2Fopenj%2Findex.php%2FReyDS%2Farticle%2Fdownload%2F16%2F39&usg=AOvVaw16hPF-2V62LCoPyTEu2TPH>

- Sarmiento, S. (2014). *Tentativa de investigación estrategias de internacionalización y globales para países en desarrollo y emergentes*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/diem/v12n1/v12n1a10.pdf>
- Sarria, J. (2015). *Plan logístico para una empresa que pertenece al sector de minerales industriales no metálicos en el municipio de Jamundi-Valle del Cauca*. Santiago de Cali: Universidad del Valle.
- Serna, H. (2016). *GESTION ESTRATEGICA*. Obtenido de <http://gerest.es.tl/ANALISIS-POAM.htm>
- Stock, J., & Lambert, D. (2001). *Strategic Logistics Management*. New York: McGraw-Hill.
- Transcomerinter. (Septiembre de 2019). *Transcomerinter*. Obtenido de <http://www.transcomerinter.com/index.php>
- Universidad Abierta y a Distancia de México . (s.f.). *Componenetes del plan logístico*. México: UnADM.
- Zubillaga, M. (2017). *Comportamiento del cultivo de amaranto en el Valle Inferior del Río Negro, Argentina. Optimización de las condiciones del cultivo*. Obtenido de <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/123456789/4132/1/Tesis%20Zubillaga.pdf>

V. ANEXOS

Anexo I: Formato de Entrevista



UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL DEL CARCHI
ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION COMERCIAL INTERNACIONAL

DATOS DEL ENTREVISTADO

Nombre de la Empresa: MAMA MURUCUNA

Nombre del entrevistado:

Área den la que trabaja:

Información: La presente entrevista tiene como objetivo desarrollar un estudio de la producción y comercialización de la harina de amaranto de la microempresa MAMA MURUCUNA del cantón Cotacachi, la información obtenida tendrá fines totalmente académicos.

1. **¿En qué año empezó la producción de amaranto en la microempresa MAMA MURUCUNA?**
2. **¿Cuántas hectáreas están cultivadas en el año 2020?**
3. **¿Cuántas hectáreas están sin cultivar en el año 2020?**
4. **¿Cuánto ha sido su capacidad de producción en toneladas de harina de amaranto durante los últimos 5 años? (por favor llenar la siguiente tabla)**

AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
Producción en Toneladas					

5. **¿Cuál es el precio de 1 kilogramo de harina de amaranto?**
6. **¿En qué temporadas del año se comercializa más la harina de amaranto?**

- 7. ¿Qué problemas ha tenido con la producción de la harina de amaranto?**
- 8. ¿Posee infraestructura para la producción y empaque de la harina de amaranto?**
- 9. ¿Posee flota propia de transporte para la distribución de la harina de amaranto?**
- 10. ¿La harina de amaranto es exportada algún país? ¿SI o No?**
- 11. ¿Qué porcentaje de la producción total está destinada al mercado nacional e internacional?**
- 12. ¿Cuál es el canal de distribución que utiliza la microempresa para la comercialización internacional de harina de amaranto?**

Gracias por su colaboración



Memorando Nro. UPEC-CEYNCI-2020-0560-M
Tulcán, 6 de agosto de 2020

PARA: Sr. Alberto Sánchez
GERENTE DE MAMA MARUNA

ASUNTO: Solicitud de Información

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo y el deseo de éxitos y aciertos en sus importantes funciones.

Por medio del presente me permito poner en su conocimiento que la señorita estudiante de la carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi Sofia Elizabeth Dávalos Mora, portadora de la cédula de identidad No. 0401489638, se encuentra realizando su proyecto de investigación **"Alternativas de mercados internacionales para comercializar harina de amaranto de la microempresa MAMA MURUCUNA del cantón Cotacachi para el fomento de las exportaciones de la zona 1."**, motivo por el cual solicito muy respetuosamente, se digne autorizar a quien corresponda brindar información pertinente para el desarrollo de dicha de investigación.

Cabe recalcar que la información proporcionada será utilizada con absoluta confidencialidad y destinada a fines estrictamente académicos.

Seguros de contar con una respuesta favorable desde ya anticipo mis más sinceros agradecimientos.

Atentamente,



FORMAS ELECTRONICAS DE
OFELIA BEATRIZ
REALPE DELGADO

Msc. Beatriz Realpe D.

DIRECTORA DE LA CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
"Educamos para transformar el mundo"

Recibido por:
Alberto Sánchez
08/08/2020

Cotacachi, 06 de Agosto del 2020

AUTORIZACIÓN

Quien suscribe, Alberto Sánchez, propietario de la microempresa MAMA MURUCUNA de la Asociación de Productores Agrícolas Orgánicos del cantón Cotacachi, me comprometo con la Srta. Sofia Elizabeth Dávalos Mora con número de cedula 0401489638, estudiante de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de la escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional, a colaborar con la información que necesite para el desarrollo de su proyecto de titulación denominado: "Alternativas de mercados internacionales para comercializar harina de amaranto de la microempresa MAMA MURUCUNA del cantón Cotacachi para el fomento de las exportaciones de la zona 1".

Es todo en cuanto puedo aseverar en honor a la verdad.

Atentamente:



Alberto Sánchez

PROPIETARIO DE LA EMPRESA MAMA MURUCUNA

Anexo 4: Registro Fotográfico







