

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

**ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL**

“La comercialización de quinua orgánica de la provincia de Chimborazo y la
demanda en Miami - Estados Unidos”

Tesis de grado previa la obtención del título
de Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación
Comercial Internacional

AUTORA: Sara Jimena Paspuel Puedmag

ASESOR: MSc. Luis Carvajal

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2014

CERTIFICADO.

Certifico que la estudiante Sara Jimena Paspuel Piedmag con el número de cédula 040167914 – 7 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “La comercialización de quinua orgánica de la provincia de Chimborazo y la demanda en Miami - Estados Unidos”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el reglamento de Grado del Título a Obtener, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

MSc. Luis Carvajal

Tulcán, 01 de Octubre de 2014

AUTORÍA DE TRABAJO.

La presente tesis constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración Y Economía Empresarial.

Yo, Sara Jimena Paspuel Puedmag con cédula de identidad número 040167914–7 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f.....
Sara Jimena Paspuel Puedmag
Tulcán, 01 de Octubre de 2014

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.

Yo Sara Jimena Paspuel Puedmag, declaro ser autora del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la resolución del Consejo de Investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de fecha 21 de junio del 2012 que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la Universidad”.

Tulcán, 01 de Octubre de 2014

Sara Jimena Paspuel Puedmag
CI 040167914 – 7

AGRADECIMIENTO.

Mi sincero agradecimiento a Dios por permitirme alcanzar un objetivo más en mi vida y me ha dado la sabiduría para adquirir conocimientos académicos.

Agradezco a mi madre Carmela Piedmag que me incentivó a continuar mis estudios y estuvo siempre a mi lado con palabras de aliento.

A mi novio Edison Bastidas por brindarme su apoyo incondicional en los momentos difíciles de mi vida académica como personal.

A mis maestros universitarios quienes compartieron sus sabios conocimientos e impartieron consejos para que sea una buena profesional y ser humano.

DEDICATORIA.

Todo el esfuerzo realizado lo dedico a Dios, quien ha sido mi guía, sabiduría y me ha brindado perseverancia para seguir preparándome como profesional.

A mis padres por el apoyo incondicional a lo largo de mis estudios y depositaron su confianza en mí.

A Blanca, Graciela, Edgar, Nohemí, Rosa, Héctor e Hilda Paspuel Puedmag que estuvieron siempre brindándome aliento, apoyo, comprensión para continuar con mi vida estudiantil.

ÍNDICE

CERTIFICADO.....	ii
AUTORÍA DE TRABAJO.....	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	xvii
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	- 1 -
1.1. Planteamiento del problema.....	- 1 -
1.2. Formulación del problema.....	- 3 -
1.3. Delimitación.....	- 3 -
1.4. Justificación.....	- 4 -
1.5. Objetivos.....	- 5 -
1.5.1. Objetivo General.....	- 5 -
1.5.2. Objetivos Específicos.....	- 5 -
CAPÍTULO II: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	- 6 -
2.1. Estado del Arte.....	- 6 -
2.2. Fundamentación Legal.....	- 14 -
2.3. Marco Conceptual.....	- 15 -
2.3.1. Teorías relacionadas a la investigación.....	- 15 -
2.3.2. Vocabulario técnico.....	- 17 -
2.3.2.1. Calidad de un producto.....	- 17 -
2.3.2.2. Comercialización.....	- 17 -
2.3.2.3. Demanda.....	- 17 -
2.3.2.4. Demanda potencial.....	- 18 -
2.3.2.5. Incoterms.....	- 18 -
2.3.2.6. Medios de pago.....	- 18 -
2.3.2.7. Mercado.....	- 19 -
2.3.2.8. Oferta.....	- 19 -
2.3.2.9. Producto.....	- 20 -
2.4. Idea a defender.....	- 20 -
2.5. Variables del problema.....	- 20 -
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	- 21 -
3.1. Metodología de la investigación.....	- 21 -
3.2. Modalidad de la investigación.....	- 21 -

3.3.	Tipo de Investigación.....	- 22 -
3.4.	Población y muestra	- 23 -
3.5.	Operacionalización de variables.....	- 24 -
3.6.	Recolección de información	- 26 -
3.6.1.	Plan de recolección de la información.....	- 26 -
3.6.2.	Técnica de Investigación	- 27 -
3.6.3.	Instrumento de Investigación.....	- 27 -
3.6.4.	Procesamiento y análisis de la información	- 27 -
3.7.	Análisis situacional, país de destino (Estados Unidos)	- 28 -
3.7.1.	Factores socioeconómicos	- 28 -
a.	Crecimiento económico de Estados Unidos.....	- 28 -
b.	Balanza comercial de Estados Unidos	- 30 -
c.	Inflación en Estados Unidos	- 31 -
d.	Importaciones de quinua por Estados Unidos.....	- 32 -
3.7.2.	Factores políticos.....	- 33 -
a.	Tratados y convenios entre Estados Unidos y Ecuador.....	- 33 -
b.	Barreras no arancelarias	- 34 -
c.	Política alimentaria en Estados Unidos	- 34 -
3.7.3.	Geográfico	- 35 -
3.7.4.	Perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM)	- 36 -
3.7.4.1.	Análisis del perfil de oportunidades y amenazas del medio	- 37 -
3.7.5.	Análisis del Mercado	- 39 -
3.7.5.1.	Perfil del Consumidor Estadounidense	- 39 -
3.7.5.2.	Producto	- 40 -
3.7.5.3.	Precios Internacionales	- 41 -
3.7.5.4.	Análisis de la Oferta	- 42 -
a.	Competidores de Quinua en Estados Unidos	- 42 -
b.	Producción en Ecuador	- 44 -
3.8.	Análisis situacional, país de origen (Ecuador)	- 47 -
3.8.1.	Factores socioeconómicos de los oferentes	- 47 -
a.	Balanza comercial de Ecuador – Mundo.....	- 47 -
b.	Socios comerciales de Ecuador	- 48 -
c.	Actividad Económica en Chimborazo – Ecuador	- 50 -
3.8.2.	Factores Políticos – Legales	- 51 -
a.	Incentivos de Ecuador	- 51 -
3.8.3.	Factor tecnológico en Ecuador.....	- 52 -

3.8.4.	Análisis FODA	- 54 -
3.8.5.	Análisis Porter.....	- 55 -
3.9.	Proyecciones del estudio.....	- 60 -
a.	Consumo Nacional Aparente.....	- 60 -
b.	Demanda Insatisfecha.....	- 62 -
c.	Oferta Exportable de Quinoa en Chimborazo	- 63 -
3.9.1.	Validación de la idea a defender	- 64 -
CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		- 65 -
4.1.	Conclusiones	- 65 -
4.2.	Recomendaciones.....	- 66 -
CAPÍTULO V: PROPUESTA.		- 67 -
5.1.	TÍTULO	- 67 -
5.2.	ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	- 67 -
5.3.	JUSTIFICACIÓN.....	- 68 -
5.4.	OBJETIVOS.....	- 69 -
5.4.1.	Objetivo General.....	- 69 -
5.4.2.	Objetivos Específicos	- 69 -
5.5.	Tamaño de la empresa.....	- 69 -
5.6.	FUNDAMENTACIÓN.....	- 72 -
5.6.1.	Factibilidad.....	- 72 -
5.6.2.	Exportación.....	- 73 -
5.6.3.	Logística	- 73 -
5.6.4.	Indicadores financieros.....	- 73 -
5.7.	Canal de comercialización.....	- 74 -
5.7.1.	Implementado por Bolivia	- 74 -
5.7.2.	Implementado por Perú	- 75 -
5.7.3.	Canal de Comercialización recomendado para COPROBICH	- 76 -
5.8.	Proceso logístico requerido	- 77 -
5.8.1.	Datos generales para cálculo de la logística	- 77 -
5.8.2.	Cubicaje.....	- 79 -
5.8.3.	Costos en la exportación	- 81 -
5.8.3.1.	Envase – embalaje y etiquetado	- 81 -
5.8.3.2.	Unitarización	- 83 -
5.8.3.3.	Manipuleo	- 84 -
5.8.3.4.	Documentos requeridos para exportar	- 84 -
5.8.3.5.	Traslado de la mercancía en el país de origen	- 87 -

5.8.3.6. Almacenamiento de la carga	- 87 -
5.8.3.7. Contratación de agentes	- 88 -
5.8.3.8. Contratación de Carta de Crédito.....	- 88 -
5.9. Evaluación económica y financiera	- 94 -
5.9.1. Inversión Inicial.....	- 94 -
5.9.2. Capital de operación.....	- 94 -
5.9.3. Composición del Financiamiento.....	- 95 -
5.9.4. Estado de resultados	- 96 -
5.9.5. Flujo de efectivo.....	- 97 -
BIBLIOGRAFÍA	- 99 -
ANEXOS	- 109 -

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Publicaciones halladas respecto a su año de aparición	- 6 -
Gráfico N° 2: Publicaciones según el tipo de artículo	- 7 -
Gráfico N° 3: Publicaciones halladas de acuerdo a la ubicación geográfica	- 11 -
Gráfico N° 4: PIB de Estados Unidos	- 28 -
Gráfico N° 5: Balanza comercial Estados Unidos.....	- 30 -
Gráfico N° 6: Inflación año 2013	- 31 -
Gráfico N° 7: Importaciones en el 2013	- 32 -
Gráfico N° 8: Precios internacionales de quinua por Tn.....	- 41 -
Gráfico N° 9: Ubicación de la producción de quinua en Ecuador	- 44 -
Gráfico N° 10: Estacionalidad	- 45 -
Gráfico N° 11: Balanza comercial de Ecuador en USD.....	- 47 -
Gráfico N° 12: Exportaciones no petroleras Enero - Abril 2013	- 48 -
Gráfico N° 13: Destino de la quinua de Ecuador en el 2013	- 49 -
Gráfico N° 14: Actividad económica de los pobladores de Chimborazo	- 50 -
Gráfico N° 15: Estados Unidos importa quinua del mundo	- 64 -
Gráfico N° 16: Ubicación de COPROBICH.....	- 71 -
Gráfico N° 17: Ubicación de QUINUASURE Estados Unidos	- 72 -
Gráfico N° 18: Canal de comercialización que utiliza Bolivia	- 74 -
Gráfico N° 19: Canal de comercialización que utiliza Perú	- 75 -
Gráfico N° 20: Canal de comercialización	- 76 -
Gráfico N° 21: Proceso para productos orgánicos	- 86 -

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Delimitación en país de origen y destino	- 3 -
Tabla N° 2: Normativa de Ecuador	- 14 -
Tabla N° 3: Operacionalización de variables	- 24 -
Tabla N° 4: Indicadores del PIB Estados Unidos – Ecuador en el 2012	- 29 -
Tabla N° 5: PIB estadounidense por sector en el 2012.....	- 29 -
Tabla N° 6 : Acuerdos comerciales que tenía Ecuador - Estados Unidos	- 33 -
Tabla N° 7: Tiempos aproximados de tránsito marítimo.....	- 35 -
Tabla N° 8: Matriz de oportunidades y amenazas del medio	- 36 -
Tabla N° 9: Consumidor de quinua.....	- 39 -
Tabla N° 10: Perfil del consumidor	- 40 -
Tabla N° 11: Ficha técnica de la quinua	- 40 -
Tabla N° 12: Participación de competidores.....	- 42 -
Tabla N° 13: Aspectos comparativos de los competidores	- 42 -
Tabla N° 14: Producción nacional de quinua en Ecuador	- 44 -
Tabla N° 15: Variedades de quinua en Ecuador	- 46 -
Tabla N° 16: Incentivos a microempresas	- 51 -
Tabla N° 17: Aspectos fundamentales acerca de la tecnología	- 52 -
Tabla N° 18: Tecnología necesaria para la quinua.....	- 53 -
Tabla N° 19: Diagnóstico de la comercialización de quinua.....	- 54 -
Tabla N° 20: Estrategias para comercializar quinua.....	- 55 -
Tabla N° 21: Ponderación sobre el poder de negociación con clientes	- 55 -
Tabla N° 22: Ponderación de amenaza de nuevos competidores	- 56 -
Tabla N° 23: Ponderación sobre los proveedores	- 57 -
Tabla N° 24: Ponderación de bienes sustitutos	- 57 -
Tabla N° 25: Comparación de contenido nutricional de la quinua.....	- 58 -
Tabla N° 26: Ponderación en relación a competidores	- 59 -
Tabla N° 27: Incremento de la oferta exportable	- 59 -
Tabla N° 28: Segmentación de Estados Unidos que puede consumir quinua	- 60 -
Tabla N° 29: Consumo Nacional Aparente	- 61 -
Tabla N° 30: Demanda insatisfecha	- 62 -
Tabla N° 31: Oferta de quinua	- 63 -
Tabla N° 32: Demanda del cliente y oferta de COPROBICH	- 70 -
Tabla N° 33: Datos básicos de la quinua.....	- 77 -

Tabla N° 34: Información básica del embarque.....	- 78 -
Tabla N° 35: Información adicional.....	- 78 -
Tabla N° 36: Cálculo de cubicaje.....	- 79 -
Tabla N° 37: Cálculo de cubicaje para el transporte interno.....	- 80 -
Tabla N° 38: Proyección de ventas.....	- 80 -
Tabla N° 39: Normas de envase y embalaje.....	- 81 -
Tabla N° 40: Normas de etiquetado de Estados Unidos.....	- 82 -
Tabla N° 41: Unitarización de los sacos.....	- 83 -
Tabla N° 42: Manipuleo en el local de exportador.....	- 84 -
Tabla N° 43: Documentación.....	- 84 -
Tabla N° 44: Transporte interno.....	- 87 -
Tabla N° 45: Almacenamiento en el país de origen.....	- 87 -
Tabla N° 46: Agentes.....	- 88 -
Tabla N° 47: Costos bancarios.....	- 89 -
Tabla N° 48: Capital e inventario - país de origen.....	- 89 -
Tabla N° 49: Flete internacional.....	- 89 -
Tabla N° 50: Seguro internacional.....	- 90 -
Tabla N° 51: Capital e inventario - tránsito internacional.....	- 90 -
Tabla N° 52: Almacenamiento en Miami – Estados Unidos.....	- 90 -
Tabla N° 53: Manipuleo de desembarque.....	- 90 -
Tabla N° 54: Documentación.....	- 91 -
Tabla N° 55: Agentes.....	- 91 -
Tabla N° 56: Transporte interno.....	- 91 -
Tabla N° 57: Aduaneros.....	- 92 -
Tabla N° 58: Capital e inventario en el país de destino.....	- 92 -
Tabla N° 59: Cálculo de Incoterms 2010.....	- 92 -
Tabla N° 60: Inversión Inicial.....	- 94 -
Tabla N° 61: Capital de Operación.....	- 94 -
Tabla N° 62: Composición del Financiamiento.....	- 95 -
Tabla N° 63: Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento.....	- 95 -
Tabla N° 64: Estado de resultados con financiamiento.....	- 96 -
Tabla N° 65: Flujo de efectivo con financiamiento.....	- 97 -
Tabla N° 66: Flujo de efectivo con financiamiento.....	- 98 -

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1: Fichas Nematécnicas	- 109 -
Anexo N° 2: Procesamiento, análisis e interpretación de resultados	- 112 -
Anexo N° 3: Costos para obtener certificado fitosanitario	- 115 -
Anexo N° 4: Cotización de servicios en el país de destino.....	- 116 -
Anexo N° 5: Contacto de cliente en Miami - Estados Unidos.....	- 117 -

RESUMEN EJECUTIVO.

La investigación está relacionada a la comercialización de quinua orgánica que se cultiva en la provincia de Chimborazo y la demanda en Estados Unidos, en la cual se ha detectado varias deficiencias referentes a la comercialización internacional; que al aprovechar la demanda insatisfecha generaría oportunidades económicas para los productores y el país.

La poca comercialización internacional de la quinua radica que los productores no tienen conocimientos en temas relacionados a la cantidad demanda de manera que les permita planificar su producción además, desconocen el proceso para llegar con el producto al mercado internacional siendo un obstáculo para aprovechar una oportunidad de negocios y de expansión. Con el desarrollo de la investigación se logra determinar que Estados Unidos es el principal demandante de acuerdo a las estadísticas de las importaciones en los últimos años. Adicionalmente, permitió analizar los aspectos que contribuyen a la comercialización encontrando la factibilidad de distribuir el producto mediante el cumplimiento de la normativa ecuatoriana como estadounidense así satisfaciendo las necesidades del consumidor.

Al determinar la demanda insatisfecha en Estados Unidos los productores chimboracenses se afianzan en aumentar la producción de quinua para disponer de oferta exportable y así beneficiarse de las retribuciones económicas que genera la exportación, además de contribuir al rescate del cultivo de productos ancestrales con poder nutricional que aporta al cumplimiento de los objetivos de la seguridad alimenticia a nivel mundial. Por otra parte, la comercialización beneficia a la balanza comercial de Ecuador misma que necesita fortalecer las exportaciones de productos no tradicionales para dejar de depender de bienes no renovables.

EXECUTIVE SUMMARY

The research is principally associated to the marketing of organic quinoa is cultivated in the province of Chimborazo and demand in the U.S. in which we found various problems related to international marketing; that by leveraging unmet demand would generate economic opportunities for farmers and country.

The lack of international marketing of quinoa is that producers do not have knowledge in themes related to unsatisfied demand way that allows them to plan their production process also not know to bring the product to the international market remain an obstacle to seize an business opportunity and growth. With the development of research we determined that the United States is the principal applicant according to the statistics of imports in the last years. Additionally, it allowed us to analyze the aspects that contribute to finding marketing feasibility of distributing the product through compliance with legislation such as the Ecuadorian American satisfying consumer needs.

When determining unmet demand in the United States are strengthened chimboracenses producers on increasing production of quinoa to have exportable offer and benefit from the economic retributions that would generate this activity, addition to contributing to rescue ancestral of growing products with nutritional power contributes to compliance with the objectives of the food security worldwide. Moreover, the marketing benefits the trade balance that needs to strengthen itself Ecuador exports of non-traditional to stop depending on non-renewable assets.

TUKUYSHUK RANAKU

Kay katingapak maskana tiachishka gan rikushkamanta quinua katingapak kay tarpushka kan jawa llaktapi Chimborazo y ashka llugshichingapak Estados Unidos, kaimanda rrikuranchi na allí rikushka jawama katungaabu jawa katungabu; kaymanda allichingabu na lli katurishka shugshichnagan kutishuk jatun yuyaykuna kushky yaykuna llakta rrunata.

Na tian katungapak jaawamu shugshichingapak quinua tian y karikuna yuyan na yachashkamanta jatun yuyaykuna nishka na allí katuchish kaymanda allí yuyay churangabu y allí richun katungapabu kaymanta paykuna na riksin katingapak katungabu jawapi kutishuk jatun llaktapikuna kay kan jatun trankakuna jatunpi katungabu jatunchingabu. Kay shugshichigabu y mashkangabu rrunanchi jatun yuyaykuna ka jatun llakta Estados Unidos kay solu gan jatun ruku katungapak shuk ruray rikushka jatun yuyaymanta watakuna tukurish. Kaymanta kay juyay ñukanchida kun jatuyachingabu katungapa, tarish allichingabu shuk yuyaykuna allí shigshichingabu chaupimanda rurish katishkmanta ecuatoriana kay gas estadounidense allí churachish y allí kaysangapak.

Kay jatun yuyay rikuchishka y tiarishka kay Estados Unidos kari ruraikuna y tinkina llaktamanta chimboracenses yuyay ashka lquinua charingabu ashka shugshichingabu jawamu katungabu kaymanda allí kaysankapak y kushky yaykullun kay kuskuna rruin, chaymanda allichin tarpungabu mikuna pacha allí mikungabu y kausangabu kay churan kuila pacha rrunana ama kullun malta yuyay jatun llaktapi jawamanda. Kutishukmanta, katungapak allichin katunabu Ecuador kayladi chinchiyashun atuna sugshichingabu mikuna pachakunata kay kasingabu Kuri ashpa sakillun ama tuchuchingabu.

INTRODUCCIÓN.

Para detectar el problema de la investigación se desarrolló análisis linkográfico encontrando que la provincia de Chimborazo cultiva quinua orgánica de alta calidad, pero el desconocimiento de la demanda internacional, falta de conocimientos en temas de exportación, el temor a explorar mercados exteriores, etc. nos introduce a investigar este tema. Por otra parte, se buscó la demanda internacional del producto y se halló en el estado del arte que Estados Unidos es el principal importador de quinua orgánica.

Una vez analizado el tema, se planteó la metodología de investigación misma que aportó con datos cualitativos y cuantitativos de los oferentes – demandantes de quinua orgánica, adicionalmente se aplicó la técnica de la entrevista para recopilar información de la producción, precios, tecnología, llegando a comprender la situación actual de los oferentes, además se analizó los diferentes factores que pueden afectar a la comercialización del producto en el mercado estadounidense.

En la investigación se recopiló información socioeconómica, política y legal del país de destino que tiene relación directa e indirecta a la comercialización de quinua orgánica generando como resultado la factibilidad de exportar el cereal al país Norteamericano por la creciente demanda y el interés de cambiar el hábito de consumo de los estadounidenses siendo otro elemento que alienta a la exportación.

El estudio en el país de origen se orientó al análisis de la producción de quinua, normativa para la exportación, capacidad de producción de los agricultores de Chimborazo y demás aspectos que ayudaron a comercialización internacional. Con el análisis del país de origen y destino se determinó la oferta exportable, demanda, perfil del consumidor, datos que favorece la comercialización de quinua en el mercado estadounidense.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.

1.1. Planteamiento del problema.

La quinua ha llamado la atención de los consumidores alrededor del mundo gracias a la promoción que realizó la FAO y la ONU (2013) destacando el contenido nutricional del cereal y a la vez utilizándola como estrategia para combatir la desnutrición, el hambre a nivel mundial y asegurar una sana alimentación. Sin embargo, los países productores tienen problemas para la comercialización internacional mientras que la demanda insatisfecha continúa creciendo en los últimos años de acuerdo al Estado del Arte.

Los productores de quinua orgánica en Bolivia tienen principalmente dificultades en temas de comercialización internacional que motiva al contrabando de este cereal, por esta razón, Juan Mejía y Edgar Toro (2013) indican que se han registrado en el 2013 aproximadamente 20.000 toneladas salen ilegalmente a países vecinos como Perú, Colombia y Argentina para posteriormente ser reexportadas desde estas naciones como si fuera un producto nativo.

Por otra parte, los productores peruanos se ven obligados a vender la quinua orgánica a intermediarios debido a que desconocen la forma de comercializar este producto en el mercado internacional, según Marcelo Colpari (2013) la economía de los agricultores del cereal no es la mejor porque la rentabilidad es percibida por los intermediarios.

En Ecuador se ha dado poca importancia al cultivo de quinua orgánica, así como no se ha incentivado la siembra, registrando en Trade Map (2013) que las exportaciones ecuatorianas de quinua no superan las 300 toneladas en el periodo 2012, a causa del desconocimiento de los productores de la demanda en el mercado externo. Sin embargo, hoy en día la producción se está retomando gracias al apoyo del MAGAP y más organismos gubernamentales como lo

menciona Eduardo Peralta (2012), “las entidades del Estado han mirado la oportunidad de explorar nuevos mercados con productos no tradicionales como la quinua orgánica que es apetecida en Estados Unidos por sus cualidades nutricionales”.

El problema más impactante de los productores ecuatorianos radica en el desconocimiento de la demanda actual - futura, problemas para acceder a las certificaciones internacionales de un producto orgánico, así como el desconocimiento del proceso logístico de exportación incurriendo a intermediarios quienes obtienen mayor rentabilidad y los agricultores soportan los costos de producción que no alcanzaron a cubrir con la venta del producto, este podría ser uno de los aspectos que ha ocasionado que el cultivo haya disminuido, mientras que Maribel Quelal (2009) indica que la mayoría de los intermediarios obtienen una utilidad del 45 a 50% y son los que generalmente se benefician en la comercialización nacional e internacional.

Según Diario Digital Centro (30/05/2013), las instituciones gubernamentales capacitan a los agricultores de Chimborazo en temas como requerimientos agroecológicos, sus variedades, preparación del suelo, siembra de la quinua, etc. sin embargo los agricultores chimboracenses tienen problemas en el proceso de comercialización internacional que les impide llegar con el producto donde la tendencia de consumo continua creciendo y los precios son atractivos.

Comercializar internacionalmente quinua orgánica genera oportunidad de negocios mediante la exportación, para lograr la inserción de pequeñas y medianas empresas al mercado internacional consecuentemente aportar a la balanza comercial de Ecuador y así cubrir las divisas que salen por las importaciones.

Ante las deficiencias se busca aprovechar esta oportunidad para lo cual se plantea que la investigación responde a las siguientes interrogantes:

¿Cuál es la oferta exportable de quinua orgánica de Chimborazo?, ¿cuál es la producción actual en Chimborazo?, ¿cuál es el principal país que compra quinua?, ¿consume Estados Unidos quinua orgánica?, ¿cuál es el volumen de consumo de quinua orgánica en Estados Unidos?, ¿cuáles son los mecanismos adecuados para comercializar quinua orgánica a Estados Unidos?, ¿qué normas de calidad son requeridas por el mercado estadounidense?, ¿qué cantidad de quinua orgánica comercializa actualmente Ecuador a USA?.

1.2. Formulación del problema

El desconocimiento de la demanda de quinua orgánica en Estados Unidos limita su comercialización desde la provincia de Chimborazo.

1.3. Delimitación

Tabla Nº 1: Delimitación en país de origen y destino

Objeto de Estudio	Demanda de quinua orgánica
Sujeto de Estudio	Comercialización externa
Área Geográfica	Ecuador - Provincia de Chimborazo – Cantón Colta. Estados Unidos - Miami

Fuente: MAGAP - Diario La República de Perú (20/02/2013) y Patricia Carámbula (2013)
Elaborado por: Autora

La investigación se enfoca geográficamente al Cantón Colta considerando que el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), está fomentando la producción de quinua en donde existe mayor producción. Por ello, el Estado consideró a Colta, como un sector prioritario para continuar con el proyecto de cultivo de este grano; para alcanzar el objetivo las instituciones gubernamentales brindan capacitaciones en el cultivo adicionalmente dotan de semilla certificada; factores llama la atención de los agricultores para sembrar y comercializar quinua (MAGAP, 2013).

La quinua orgánica la dirigimos a Miami – Estados Unidos porque dentro de dicha ciudad encontramos industrias importantes como QUINUASURE que se encarga de ofertar productos terminados en base a quinua y abastece al mercado interno cumpliendo con la normativa estadounidense, a la vez aprovechan de la disponibilidad de tecnología en el país Norteamericano ocasionando que los costos de producción sean menores en comparación a la industrialización en los países andinos.

1.4. Justificación

La investigación permitió aplicar conocimientos académicos porque fue imprescindible tratar temas relacionados con comercio exterior y negociación comercial internacional; ante la dificultad de la comercialización internacional que tienen los productores chimboracenses y la demanda en Estados Unidos, para ello se brinda datos relevantes de manera que puedan exportar el producto a este mercado.

Los resultados de la investigación permite orientar a los productores sobre la importancia de comercializar internacionalmente generando valor agregado a este producto andino a través del cumplimiento de estándares de calidad y normas internacionales, conjuntamente dinamizar la economía de las personas del sector rural que se dedican a la actividad del cultivo de quinua orgánica. Por otra parte, la información recabada contribuye a los productores para la toma de decisiones de incrementar producción, ventas, recursos para ingresar al mercado estadounidense.

Con la comercialización internacional se aspira aportar a la Balanza Comercial de nuestro país a través de la venta de este producto al primer socio comercial de Ecuador, conjuntamente apoyar a la creación de fuentes de empleo para cubrir las necesidades básicas de quienes se dedican al cultivo y comercialización internacional de quinua.

En lo personal la realización de la investigación se enfoca al cumplimiento del requisito para la obtención del título de tercer nivel que establece la Ley Orgánica de Educación Superior vigente en nuestro país, mismo que me ayudará a vincularme a la comercialización internacional de diversos productos ecuatorianos que son fuente de desarrollo económico para nuestros pobladores.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Determinar la demanda potencial en Estados Unidos de quinua orgánica para la comercialización desde la provincia de Chimborazo.

1.5.2. Objetivos Específicos

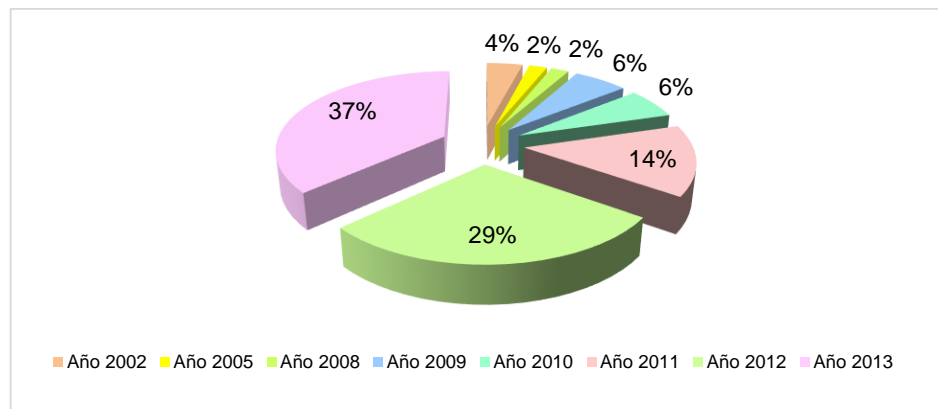
- Realizar un análisis documental de la demanda y la comercialización de quinua orgánica.
- Diagnosticar la situación actual de la producción y comercialización de quinua orgánica para la determinación de la factibilidad de exportar.
- Realizar un estudio de factibilidad para la exportación de quinua orgánica desde la provincia de Chimborazo a Miami – Estados Unidos.

CAPÍTULO II: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Estado del Arte

Una vez realizada la investigación acerca de la quinua orgánica; se consiguió información de fuentes secundarias en las cuales se destacaron los siguientes datos:

Gráfico N° 1: Publicaciones halladas respecto a su año de aparición



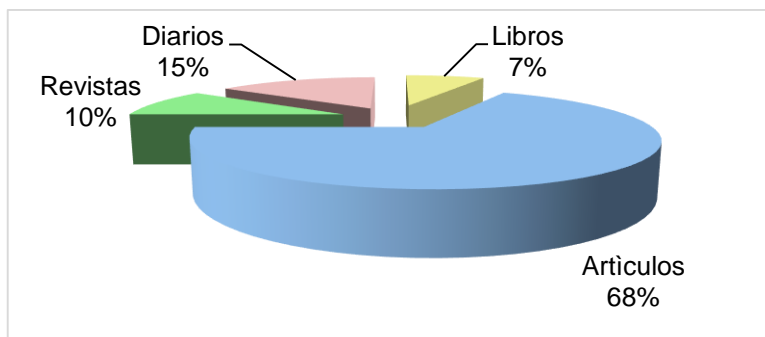
Fuente: Análisis bibliográfico
Elaborado por: Autora

Como se puede observar en el Gráfico N° 1 durante el 2013 se realizó más publicaciones relacionadas al cultivo de quinua y su comercialización influido por la declaración del año internacional que ha llamado la atención de los mercados externos donde la siembra del cereal es poco representativa, mientras que los países andinos como Bolivia, Perú y Ecuador son los anfitriones porque poseen suelos aptos para el cultivo además de estar en la capacidad de incrementar su producción conjuntamente obtener retribuciones económicas para sus agricultores.

Cabe analizar que gracias a la promoción del contenido nutricional de la quinua el cultivo y su comercialización ha aumentado como señalan muchos de los artículos publicados en el año 2013; mientras que el año 2002 indican el proceso

de cultivo, historia de la quinua, y su contenido nutricional, pero no eran representativos estos artículos porque los consumidores no conocían con certeza si el producto era potencialmente nutritivo.

Gráfico N° 2: Publicaciones según el tipo de artículo



Fuente: Análisis bibliográfico
Elaborado por: Autora

En el periodo del 2002 acerca de la comercialización de la quinua orgánica fue escasa la información, sin embargo, en este periodo se publicó *La Quinua en Ecuador, Catálogo del Banco de Germoplasma de quinua del INIAP*, así lo afirma Peralta Eduardo (2009), quien es responsable de ambas publicaciones, lo cual nos permite comprender que desde este periodo se trata de incentivar al cultivo de quinua orgánica mediante la dotación de información sobre el cultivo a los agricultores además del mejoramiento de la semilla.

Durante el periodo del 2005 se logró encontrar un artículo relacionado al tema de investigación el cual trata de la *Producción y comercialización de cereal para desayuno a base de quinua para el mercado de la ciudad de Quito*, de Peñarreta Remigio (2005). En este periodo de acuerdo a la publicación encontrada se determina que se trata de incentivar al consumo del cereal en nuestro país; tomando como estrategia el contenido nutricional y apunta a una buena alimentación de los niños.

En 2008 se publicó *Extruido expandido a base de quinua y arroz*, que lo escribe Montero Stalin (2008). Con la información recabada se puede afirmar que la

quinua se la compara con otros cereales para resaltar el contenido nutritivo de este producto y con ello llamar la atención de los consumidores.

En el 2009, se han encontrado tres publicaciones que aportan al tema de investigación las cuales son: Peralta Eduardo (2009), *La Quinoa en Ecuador*; Idrovo Daniela (2009), *Análisis de Mercado – Ecuador*; Quelal (2009), *Análisis de la cadena agroproductiva de la quinua (Chenopodium Quinoa Willd) en las provincias de Chimborazo e Imbabura*. Es importante mencionar que en este año ya surgen más publicaciones debido a que el cereal va teniendo acogida en los mercados internacionales como también indican que Chimborazo lidera en la producción mientras que en Imbabura se fortalece su cultivo; adicionalmente en estos artículos se analiza el proceso de siembra de la quinua en nuestro país.

Durante el 2010 publicaciones que se realizaron según la investigación se encontró: Barberán Paola (2010), *INIAP realizó I Encuentro Nacional de Amaranto-Ecuador*; Instituto Boliviano de Comercio Exterior, *Promueve Bolivia* (2010), *Perfil de Mercado de Quinoa, Perfil Productos Quinoa y Derivados*. Al momento de analizar la información obtenida podemos darnos cuenta que en este año se intensifica relativamente la producción de quinua en Bolivia; siendo este país –según el texto- el pionero en el cultivo y comercialización de quinua orgánica, además, que es la región que abarca más mercados internacionales aunque éste no tiene firmado convenios comerciales que le permita ser altamente competitivo.

De las publicaciones halladas en el año 2011 se pueden resaltar las siguientes: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2011), *Boletín febrero 2011*; Ministerio de Agricultura (2011), *Potencial agroindustrial de la Quinoa difunde el INIAP*; Amaluisa Karina (2011), *Guía cómo Exportar a Estados Unidos*; Saurwald Daniela (2011), *Biofach2011: Europa los prefiere orgánicos en cambio América Latina apuesta a menos consumo y más exportación*; FAO (2011), *La quinua: cultivo milenario para contribuir a la seguridad alimentaria mundial*;

Villacrés Elena (et al) (2011), *Potencial Agroindustrial de la Quinoa*; Arteaga Isabel (2011), *Desarrollo de un nuevo producto alimenticio a base de carne y quinoa "Quinuggets"*.

En el periodo mencionado anteriormente nos podemos dar cuenta que desde este año se da interés al cultivo y comercialización de la quinoa orgánica, en los cuales se resaltó la importancia de su consumo por el alto grado nutricional que llama la atención de los consumidores. Por otra parte se define aspectos relevantes para poder ingresar al mercado estadounidense además de que la FAO la utiliza como estrategia para la seguridad alimentaria.

En el año 2012 se puede identificar más publicaciones acerca del tema en los cuales se encontró: Pro Ecuador (2012); *Boletín marzo 2012*; Diario Cambio – Bolivia (2012), *Gobierno se propone incrementar cultivos de quinoa hasta 100 mil hectáreas en 2013*; Bojanic Alan (2012), *El 2013 será el Año Internacional de la Quinoa*; Diario El Comercio (2012), *La quinoa se diversifica para hallar mercados*; Díaz Francisco (2012) *Grano de oro*; Pro Ecuador (2012), *Pro Ecuador visita productores agrícolas en Riobamba*; JRV International, LLC (2012), *EEUU: Productos potenciales en la Zona de los Grandes Lagos*; Oficina Comercial del Ecuador en los Ángeles (2012), *Exitosa participación ecuatoriana en la Feria Comercial Natural Products Expo West*; Pro Ecuador (2012), *Congreso mundial de la Quinoa se realizará en Ecuador*; Revista El Agro (2012), *Rescate de productos tradicionales entre Ecuador y Perú*.

En este periodo el contenido de las publicaciones se concentran en la declaración del año internacional de la quinoa que la realizó la FAO y la ONU con el propósito de incentivar una alimentación saludable a nivel mundial como también contrarrestar el hambre y la desnutrición. Adicionalmente destacan la promoción que se ha realizado en ferias internacionales así como también el intercambio de experiencias con los países productores de quinoa.

En el periodo 2013 se encontró las siguientes publicaciones mismas que están relacionadas tanto al cultivo como a la comercialización destacándose: *Año Internacional de la Quinoa AIQ – 2013*, que los redacta la FAO (2013), *Un futuro sembrado hace miles de años*, FAO (2013), *2013: Año internacional de la quinua*, Pérez Adriana (2013), *2013 Año mundial de la quinua*, Consorcio ecuatoriano de exportadores de quinua (2013), *Termina el año internacional de la quinua*, FAO (2013); *Congreso mundial de la quinua se realizará en Ecuador*, INIAP (2013); *CAN publica Calendario 2013 dedicado a la quinua en el Año Internacional de este cultivo milenario*, Comunidad Andina de Naciones (2013), *Perú promueve las virtudes de la quinua también en internet*, Mejía Doris y Estrada María (2013), *FAO: Exitoso cierre del año internacional de la quinua 2013*, FAO (2013), *Boletín de comercio exterior Sep /Oct 2013*, Pro Ecuador (2013), *“Año internacional de la quinua 2013” se presenta en Ecuador*, MAGAP (2013), *Ecuador celebra el 2013 el “Año internacional de la quinua”*, Ministerio de Relaciones Exteriores (2013), *ONU declara al 2013 el año internacional de la quinua*, Diario el Universo (2013), *La quinua llega hasta la NASA, pero se aleja de los consumidores andinos*, Casha Julio (2013), *Da Silva José: “La quinua ya está presente en 70 países”*, Cevallos Rumi (2013), *Principales aspectos de la cadena agroproductiva*, Ministerio de agricultura de Perú (2013), *Producción y Comercialización de Quinoa Orgánica en Chimborazo (Ecuador)*, Urabi Rita (2013).

Como se observó el periodo de celebración del año internacional de la quinua tuvo mayores publicaciones porque se realizaron varios eventos a nivel mundial, con el objetivo de llegar con mensajes claros sobre las características del cereal y de esta manera cumplir con los objetivos tanto de países productores como de los demandantes.

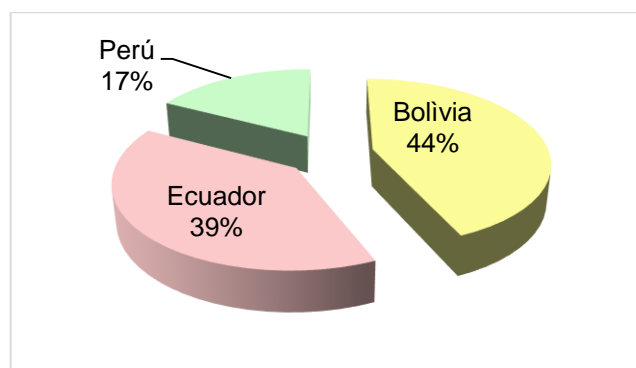
En la actualidad el cultivo y comercialización internacional se está intensificando gracias a la promoción que se realizó en el 2012 - 2013 y a la creciente demanda del cereal de países desarrollados como Estados Unidos y varios de Europa que

están interesados en consumir productos saludables con ello apoyan el cultivo de productos orgánicos mismos que son amigables con el medio ambiente. Por otra parte, la demanda aumenta, mientras que los productores no pueden cubrir en su totalidad las necesidades del mercado internacional generando que los precios se dupliquen e incluyan a la quinua en los platos más exóticos de la comida vegetariana.

De lo anterior, surgieron varios cuestionamientos: ¿por qué Ecuador está incentivando el cultivo de la quinua?, ¿la demanda de quinua aumentará?, ¿Ecuador podrá incrementar la oferta exportable?, ¿cuál es la demanda de Estados Unidos?, ¿quiénes son los competidores internacionales?, ¿los precios son atractivos?, ¿evolución de las importaciones en Estados Unidos? Nuestra intención académica es dar una respuesta que guarde la rigurosidad teórico-metodológica, que nos permita responder acertadamente todas estas cuestiones.

Por su origen las publicaciones sólo se han centrado en tres países: Bolivia, Perú, y Ecuador; además es importante mencionar que los países que se detallan a continuación son referentes en la producción y comercialización de quinua orgánica y demás datos que contribuyeron a la investigación.

Gráfico N° 3: Publicaciones halladas de acuerdo a la ubicación geografía



Fuente: Análisis bibliográfico
Elaborado por: Autora

Bolivia

Bolivia principal país productor - comercializador de quinua a nivel internacional como señalan algunos autores que a continuación se mencionan: Instituto Boliviano de Comercio Exterior IBCE (2011), *La quinua: Cultivo milenario para contribuir a la seguridad alimentaria*; IBCE (2010), *Perfil de Mercado Quinua*; Peña Ximena (2007), *Perfil del Mercado de la Quinua*; Antelo Pablo (2010), *La Quinua: Oportunidades para su comercialización a nivel mundial*; Prensa Latina (2012), *FAO propone a Evo Morales embajador de la quinua en el mundo*; Los Tiempos (2012), *Bolivia, gran productor pero poco consumidor de quinua*; Bustillos Gerardo (2012), *La producción de la quinua en Bolivia se dispara por los buenos precios*; Diario Bolivia Agraria (2012), *Comercialización de la quinua real del altiplano sur de Bolivia*; Diario Cambio – Bolivia (2012), *Gobierno se propone incrementar cultivos de quinua hasta 100 mil hectáreas en 2013*.

Con los datos que se detallaron surge el análisis que el cultivo de quinua en este país se ha desarrollado favorablemente para cubrir principalmente la demanda internacional y a la vez generando oportunidades para mejorar los ingresos económicos a las familias que se dedican a esta actividad; sin embargo es importante analizar que el interés de comercializar el producto en mercados internacionales ha ocasionado que el consumo nacional disminuya. Por otra parte, es importante resaltar que la exportación del cereal ha contribuido a disminuir el índice de pobreza en Bolivia según los análisis linkográfico.

PERÚ

Perú es uno de los países que cuenta con suelos idóneos para el cultivo de quinua orgánica, tomando en cuenta este antecedente pasamos a mencionar las principales publicaciones que se han registrado: Pinto Fernanda (2012), *Quinua, grano madre*; Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2006), *Plan operativo de la quinua región Puno*; Martínez María y Borja Warren (s f), *Quinua orgánica en Arequipa y Puno. Dos visiones del mismo valor*; Carreño Isabel (2012),

Debemos buscar que se triplique el rendimiento de la quinua en el Perú, Consorcio de exportadores de quinua Perú (2013), *Gobierno peruano invertirá S/. 1,700 millones en el desarrollo del VRAEM, anunció el Minagri,* Ministerio de agricultura y riego (2013), *Historia de la quinua.*

De acuerdo las publicaciones podemos considerar que este país aunque tenga suelos aptos para el cultivo de quinua orgánica, no se siembra en igual proporción que Bolivia como sucedía hace cuatro años atrás, que sus alta producción lo ubicó en el primer lugar de los demás países andinos, sin embargo, autoridades gubernamentales trabajan en conjunto con los agricultores para aumentar la producción de quinua y así poder comercializarla en el mercado internacional principalmente a Estados Unidos.

Ecuador

Nuestro país tiene tierras apropiadas para el cultivo de quinua orgánica; sin embargo es importante mencionar que en algunas provincias ha ido desapareciendo paulatinamente el cultivo, mientras en otras ha surgido la siembra conjuntamente la comercialización de este cereal esto se sustenta de acuerdo a la investigación; y para ello mencionamos las principales publicaciones que se han realizado en el país: Peralta Eduardo (2009), *La Quinua en Ecuador;* Paola Barberán (2010), *INIAP realizó I Encuentro Nacional de Amaranto-Ecuador,* Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2011), *Boletín febrero 2011;* Ministerio de Agricultura (2011), *Potencial agroindustrial de la Quinua difunde el INIAP;* Pro Ecuador (2012); *Boletín marzo 2012;* Diario El Comercio (2012), *La quinua se diversifica para hallar mercados;* Revista El Agro (2012), *Congreso mundial de la Quinua se realizará en Ecuador;*

Analizadas las publicaciones que se han elaborado en nuestro país podemos señalar que Ecuador en los últimos años está fortaleciendo el cultivo y comercialización de quinua orgánica con el propósito de incentivar el consumo

nacional como disponer de oferta exportable de un producto no tradicional y de esta manera generar oportunidades de negocios para los pequeños agricultores de quinua que se ubican en diferentes provincias como en Chimborazo que lidera la producción a nivel nacional.

Para culminar el Estado del arte, es necesario resaltar que a través del desarrollo del proyecto y la investigación se localizará la información secundaria de mayor relevancia que brindó más claridad. En esta ampliación se hará un análisis hermenéutico de toda la información, destacándose las líneas teóricas y metodológicas empleadas por quienes han realizado las publicaciones llegando a la obtención de los objetivos planteados.

2.2. Fundamentación Legal

Tabla Nº 2: Normativa de Ecuador

LEY	DESCRIPCIÓN
Constitución del Ecuador	<p>En concordancia con el art.33 el trabajo es un derecho de todos los ecuatorianos (as) mismo que contribuye a la realización personal. Con el cultivo de quinua orgánica en Chimborazo se podrían fomentar fuentes de empleo para que los agricultores tengan una mejor calidad de vida.</p> <p>El art. 284 numeral 2 y 3, señala promover la producción nacional así como apoyar a la seguridad alimentaria de los pobladores. La internacionalización de quinua da la oportunidad de incrementar la producción de este cereal e incentivar su consumo.</p> <p>Con la comercialización internacional de la quinua orgánica se fortalece y estimula la producción nacional generando una alternativa para obtener recursos económicos a nuestros pobladores, además de cumplir con lo que establece la Constitución en su art. 304 numeral 3 y 5 donde señala que se debe fortalecer la producción nacional y generar recursos económicos basados en un comercio justo.</p> <p>El cultivo de quinua orgánica en Chimborazo es desarrollado por pequeños agricultores, por esta razón es imprescindible que se internacionalice el producto de tal manera que se brinde oportunidades de crecimiento a este sector vulnerable y cumplir con lo que emana el art. 306 en el cual menciona promover las exportaciones de pequeños y medianos productores.</p>

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones	En el art. 4 señala los fines de esta normativa en los cuales se destacan: fomentar las exportaciones de tal manera que haya desarrollo económico principalmente en zonas vulnerables, como en la provincia de Chimborazo los agricultores buscan alternativas de producción y comercialización internacional para tener mayores oportunidades de crecimiento.
Plan del Buen Vivir	Mediante la comercialización de quinua se obtienen recursos económicos para los pequeños agricultores de quinua, quienes necesitan satisfacer sus requerimientos principales tales como alimentación, educación, salud, etc. así ayudar al cumplimiento del objetivo 3 del plan del buen vivir que busca que los habitantes cubran sus necesidades básicas. El objetivo 9 se basa en garantizar un trabajo digno para los habitantes, por este motivo es necesario que se fomente fuentes de empleo mediante el cultivo y comercialización de la quinua orgánica que es un cereal apetecido en mercados internacionales.
Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria	Los agricultores de Chimborazo han visto la necesidad de formar Asociaciones de productores y comercializadores de quinua orgánica con la finalidad de ser competitivos en el mercado exterior, además recibir aportes de instituciones gubernamentales tales como del MAGAP y Pro Ecuador. Lo mencionado anteriormente concuerda con el art. 18 el cual se refiere a la formación de asociación para producir, comercializar y consumir productos lícitos que son necesarios para los (as) ecuatorianos (as).

Fuente: Constitución del Ecuador (2008), COPCI (2012), Plan del Buen Vivir (2013), et al.
Elaborado por: Autora

2.3. Marco Conceptual

2.3.1. Teorías relacionadas a la investigación

Ventaja absoluta planteada por Adam Smith donde señala la importancia del libre comercio entre las naciones de manera que se facilite el intercambio comercial de bienes que sean de menor costo de producción y a la vez estén especializados en un determinado producto.

Por otra parte, al momento de vincularlo con la comercialización de quinua orgánica se pudo evidenciar que Ecuador puede aplicar la teoría de ventaja absoluta porque esta principalmente dedicado a la comercialización de productos

primarios y los costos de producción son menores de lo que costaría en Estados Unidos.

La teoría del **comercio internacional** se basa principalmente a la economía de escala es decir que a mayor oferta exportable los costos se reducen generando rentabilidad en la comercialización internacional; adicionalmente se enfoca a la especialización donde un país debe producir donde es más eficiente. Para la comercialización de quinua orgánica a Estados Unidos se basa principalmente a esta teoría donde Ecuador exporta el cereal surgido por el consumo como por la falta de siembra en el país de destino.

Teoría formulada por David Ricardo (1817) “según la **teoría de la ventaja comparativa**, aunque un país no tenga ventaja absoluta en la producción de ningún bien, le conviene especializarse en la producción de aquellas mercancías para las que su desventaja sea menor, y el país que tenga ventaja absoluta en la producción de todos los bienes debe especializarse en la producción de aquellos cuya ventaja sea mayor” (párr. 1).

Los productores de quinua ecuatoriana posee ventaja comparativa debido a que el rendimiento es mayor que los principales países oferentes, además Estados Unidos aplica esta teoría porque ellos prefieren especializarse en cultivos de mayor rendimiento como la soya, trigo e importar bienes donde tienen más deficiencias en el cultivo dando oportunidad a los países andinos de proveer de quinua.

Ecuador está en la capacidad de aumentar la producción de quinua y conjuntamente sacar ventaja con el rendimiento, de esta manera tener mayor participación en el mercado estadounidense. Por otra parte, la cercanía geográfica de nuestro país es favorable en comparación con Perú y Bolivia para llegar con el producto a Estado Unidos permitiéndole a la vez reducir costos y tiempo.

2.3.2. Vocabulario técnico

2.3.2.1. Calidad de un producto

Al hablar de calidad de la quinua orgánica, se refiere a que el producto ha cumplido con el proceso de cultivo bajo normas técnicas para productos orgánicos obteniendo certificaciones de la USDA de Estados Unidos para su comercialización.

Para García (2009), calidad “En términos sencillos es: cuando un producto cubre las expectativas del consumidor (...) Por lo tanto, la calidad para el consumidor final está determinada por las cualidades reales y aparentes que tiene un producto” (pág. 98)

2.3.2.2. Comercialización

Corresponde a todo el proceso de logística que consiste en llevar el producto desde el país de origen hasta el consumidor estadounidense de acuerdo a sus necesidades; lo mencionado anteriormente se basa en el criterio de Arthur Seldon (1995): “la comercialización incluye la investigación de mercado para descubrir lo que desean los consumidores <<pruebas de comercialización>> para saber si lo que se ha producido ha interpretado precisamente sus necesidades.” (párr. 3).

2.3.2.3. Demanda

De acuerdo al criterio de Martínez (2000), “la cantidad de un bien o servicio que el sujeto económico está dispuesto a comprar a un determinado precio, según sus necesidades, preferencias y sobre todo de la posibilidad real para adquirirlo” (pág. 58).

Se identifica la demanda de quinua orgánica en el mercado estadounidense en un tiempo definido cuando se determina los clientes – consumidores mismos que pagan el precio que lo establece el oferente ecuatoriano tanto como el mercado y tomar la cantidad que necesita de acuerdo a sus posibilidades - preferencias.

2.3.2.4. Demanda potencial

Para Fernando Rojas (2007) “es la demanda probable que al satisfacer determinadas condiciones se le puede volver real” (párr. 3)

Mediante el estudio de mercado se logró determinar la expectativa de consumo de quinua orgánica en Estados Unidos, en base del consumo actual, la preferencia futura de consumo y los posibles compradores que se incorporen a la adquisición de este producto.

2.3.2.5. Incoterms

Los términos de negociación son importantes en el comercio exterior y para ello se analiza la definición que Borrego (2011) propone “Los Incoterms tienen por objeto facilitar un conjunto de reglas internacionales de carácter facultativo que determine la interpretación de los principales términos utilizados en los contrato de compra venta internacional” pág. 65

Para este proyecto es importante que los participantes de la exportación acuerden el término de negociación teniendo en cuenta la capacidad para cumplir con las responsabilidades que cada término exige.

2.3.2.6. Medios de pago

Indica la manera que va a cancelar el consumidor o cliente estadounidense por la venta de la quinua orgánica, el documento más confiable para la etapa de apertura de negociaciones es la carta de crédito que garantiza el cumplimiento

de obligaciones tanto del importador como exportador y de esta manera se llega a liquidar la transacción comercial.

Los medios de pago y cobro son una de las variedades de la negociación de la compraventa internacional en la que exportador e importador deben prestar su conformidad antes de cerrare el acuerdo comercial y tienen como misión asegurar el buen fin de la operación. El medio de pago internacional deberá ser aceptado como válido y suficiente por el exportador vendedor para hacer efectivo el importe de la venta. (Jerez J. 2011, pág. 175).

2.3.2.7. Mercado

Lo constituyen los consumidores actuales y potenciales de quinua orgánica ubicados en Miami – Estados Unidos, mismos que requieren adquirir productos netamente saludables y que aporten con nutrientes a los pobladores.

Para David Kurtz (2012) define al mercado como “se compone de personas con suficiente poder de compra, autoridad y disposición para comprar” (pág. 276)

2.3.2.8. Oferta

En la obra denominada *Principios de Economía* de Mankiw G. (2011) se refiere a " la cantidad del bien que los vendedores están dispuestos y tienen la capacidad de vender." (pág. 73)

En Estados Unidos los principales oferentes de quinua orgánica son: Bolivia, Perú y Ecuador. El cultivo de quinua orgánica es rentable porque los costos de producción son reducidos llegando alrededor de 1137 USD por hectárea mientras que el cultivo de papa los costos llegan a 3200 USD. Los oferentes ecuatorianos tienen ventaja comparativa porque cada vez se están especializando en la producción de quinua orgánica y la inversión que realizan es reducida en relación a otros cultivos.

2.3.2.9. Producto

La quinua es el bien sujeto a la transacción entre Ecuador y Estados Unidos misma que tiene características nutricionales, siendo recomendado para su consumo; para Martín y Martínez (2012) “el producto es el motivo de intercambio y el medio por el cual se pueden satisfacer las necesidades del consumidor, siendo esta la causa por la que las decisiones sobre el mismo son de gran importancia”. (pág. 63).

2.4. Idea a defender

El conocimiento de la demanda potencial en el mercado estadounidense permitirá la comercialización de quinua orgánica desde la provincia de Chimborazo.

2.5. Variables del problema

➤ **VARIABLE INDEPENDIENTE:** Demanda

Los productores de la provincia de Chimborazo necesitan conocer la cantidad requerida en Estados Unidos para planificar su comercialización.

➤ **VARIABLE DEPENDIENTE:** Comercialización

Con el estudio de mercado se logró identificar la forma adecuada para comercializar la quinua orgánica en Miami – Estados Unidos y de esta forma cumplir con las expectativas de los clientes.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Metodología de la investigación

El **Método Científico** se utilizó en la obtención de información porque desde el inicio se ha desarrollado procesos, herramientas de acuerdo a lo planificado y de esta manera se profundiza en aspectos relevantes al tema. Como primer paso se realizó una breve investigación sobre publicaciones de quinua tanto de Ecuador como a nivel internacional para ampliar el conocimiento referente a la oferta y la demanda internacional y de esta forma enfocar la investigación.

3.2. Modalidad de la investigación

Se aplicó la modalidad **cualitativa** misma que permitió determinar las características nutricionales de la quinua, estacionalidad de cultivo, situación actual del sector productor, analizar las variedades de quinua orgánica, normas técnicas del cultivo, hábitos de consumo de los demandantes, etc. con estos datos determinamos la situación actual de la oferta, su capacidad de cobertura de la demanda en Estados Unidos con la finalidad de comercializar el producto según los requerimientos de los consumidores.

Adicionalmente se realizó un análisis **cuantitativo** para obtener y analizar datos estadísticos de la producción de quinua orgánica de la provincia de Chimborazo, estimar el consumo en Estados Unidos, precios a nivel internacional, saber el grado de consumo, exportaciones realizadas de Ecuador a Estados Unidos, llegando a comprender la situación actual del sector productor y los demandantes que serán datos base a lo largo de la investigación, además permitió comparar, crecimiento o disminuciones generadas con el paso de los años de manera que nos abra el panorama y conocer si la oferta cumple los requerimientos de la demanda en Estados Unidos para que los productores tomen decisiones de incrementar o mantener el cultivo de quinua orgánica.

3.3. Tipo de Investigación

La investigación **Descriptiva** se la utilizó para medir el grado de aceptabilidad que tienen la quinua orgánica en Estados Unidos, además de diagnosticar si el consumo de dicho cereal ha sido positivo o negativo en los últimos años, por otra parte, nos ayudó a definir si los oferentes están interesados en cultivar quinua orgánica para el mercado internacional, adicionalmente saber si los productores cuentan con tecnología que les permita ser competitivos y analizar si las políticas comerciales del mercado destino permiten la comercialización de este producto, etc. de esta forma diagnosticar el objeto de estudio para que los resultados de la investigación nos brinden datos referentes a la oferta – demanda de quinua orgánica.

La investigación de **Campo** se la empleó porque recopila información de la realidad del cultivo y comercialización de la quinua orgánica en la provincia de Chimborazo, para ello se aplicó técnica e instrumento de recopilación de información de esta manera ampliar el conocimiento de la comercialización internacional. Adicionalmente, la investigación de campo nos ayudó a comprender la realidad del cultivo de este cereal, conocer las necesidades o problemas que tienen al exportar este producto.

Finalmente se trata de una investigación **Aplicada** porque los datos recopilados sirvieron de base para que los productores de quinua orgánica de nuestro país puedan mejorar su producto y de esta manera unir esfuerzos que les permita mantenerse en el mercado estadounidense generando rentabilidad. Por otra parte, con este tipo de investigación buscamos que los datos obtenidos sean aplicados a la realidad de los productores de este cereal, de manera que les genere ideas innovadoras para mejorar los estilos de vida de pequeños agricultores que se dedican a esta actividad económica

Para la recolección de información se utilizará la siguiente técnica e instrumento de investigación:

3.4. Población y muestra

Dado que el número de investigados es menor a treinta no se requiere cálculo de muestra, de la misma manera de acuerdo a los fines de la investigación se decidió aplicar una entrevista focalizada que recopiló información del presidente de COPROBICH quien está involucrado con la comercialización de quinua orgánica que cultivan los socios.

3.5. Operacionalización de variables

Tabla Nº 3: Operacionalización de variables

IDEA A DEFENDER: El conocimiento de la demanda potencial en el mercado estadounidense permitirá la comercialización de quinua orgánica desde la provincia de Chimborazo.						
VARIABLES	ÍNDICES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTOS	INFORMANTE
V. I. DEMANDA	ENTORNO DEL MERCADO DESTINO	Socioeconómicos	¿Cuál es el crecimiento económico del país Norteamericano? ¿Cuál es el comportamiento de la balanza comercial entre Estados Unidos? ¿Cuál es el índice de inflación? ¿Cuáles son las importaciones de quinua de EEUU?	Fichaje (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas	Internet: archivos, p web, páginas oficiales, libros, revistas, catálogos, periódicos, etc.
		Políticos – Legales	¿Cuáles son los tratados y convenios comerciales entre Ecuador y Estados Unidos? ¿Existe política alimentaria en Norteamérica? ¿Existen barreras arancelarias en Estados Unidos para la importación de quinua orgánica? ¿Cuáles son las exigencias en empaque y embalaje para la comercialización de quinua orgánica? ¿Cuáles son las normas de marcado y etiquetado?			
	MERCADO	Demanda	¿Cuál es el consumo nacional aparente de quinua en Estados Unidos? ¿Perfil del consumidor de quinua orgánica?			
V. D: COMERCIALIZACIÓN	ENTORNO DEL MERCADO ORIGEN	Factores socioeconómicos	¿Cuál es la balanza comercial de Ecuador? ¿Quiénes son los socios comerciales? ¿Cuál es el consumo nacional de quinua en Ecuador? ¿Cómo se encuentra el factor tecnológico?	Fichaje (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas	Archivos, paginas oficiales, libros, revistas, catálogos, periódicos, etc.
		Político – Legales	¿Cuál es la política comercial de Ecuador ante las exportaciones? ¿Existen barreras para la exportación de quinua orgánica?			

	OFERTA EN ORIGEN	Producción nacional e internacional	<p>¿Cuáles son los principales competidores de quinua?</p> <p>¿Cuál es el volumen de producción de quinua orgánica en Chimborazo?</p> <p>¿Dónde se encuentra la mayor producción de quinua en Ecuador?</p> <p>¿Existe estacionalidad de cultivo de quinua orgánica?</p> <p>¿Los productores de quinua orgánica de Chimborazo forman parte de organizaciones legalmente constituidas?</p> <p>¿Qué variedad de quinua se cultiva en Chimborazo?</p> <p>¿Cuál es el rendimiento de quinua ecuatoriana frente a la competencia?</p>	Fichaje Entrevista (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas, guía de entrevista.	Archivos, paginas oficiales, libros, revistas, catálogos, periódicos, etc. Productores de quinua orgánica de Chimborazo y autoridades vinculadas al tema.
		Comercialización	<p>¿Cuáles son los aspectos relevantes en producto, precio, plaza, promoción?</p> <p>¿Qué formas de pago se sugiere en las negociaciones internacionales?</p> <p>¿Cuáles son los aranceles para comercializar quinua en Estados Unidos?</p>	Análisis Linkográfico	Fichas	Espacios web, páginas oficiales, etc.
Logística			<p>¿Qué término de negociación se empleará para la venta de quinua?</p> <p>¿Cuánto tiempo se demora la mercancía para llegar a destino?</p> <p>¿Cuál es el mejor canal de comercialización para la quinua?</p>	Propuesta		
Estudio de Factibilidad			Estudio financiero	Propuesta		

Fuente: Estudio de campo (2013) (Ver Anexo 1)
Elaborado por: Autora

3.6. Recolección de información

La recolección de información se enfocó a la aplicación de la entrevista al representante de la asociación de productores de quinua en la provincia de Chimborazo (COPROBICH) y así se obtuvo datos relacionados a la producción del grano como las perspectivas de los productores ante la demanda internacional, datos que contribuyeron al cálculo de oferta actual y futura.

3.6.1. Plan de recolección de la información

Para obtener información del país de destino como de origen se recurrió a fuentes secundarias mismas que aportaron a la investigación. Los datos se recopilaron de publicaciones de revistas, artículos en medios de comunicación impreso como entidades del sector público que colaboraron con datos para poder realizar el respectivo análisis entre los más importantes señalamos a continuación:

País de origen	País de destino
<ul style="list-style-type: none">❖ Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.❖ Banco Central del Ecuador.❖ Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones❖ Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias.❖ Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, etc.	<ul style="list-style-type: none">❖ Organización de Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.❖ Aduanas y Protección Fronteriza de EE.UU.❖ Food and Drug Administration❖ United States International Trade Commission, etc.

Con la información recabada de las fuentes señaladas anteriormente se procedió analizar e interpretar datos cualitativos relacionados al cultivo, variedades de quinua, estacionalidad de siembra, beneficios, normativa para la exportación, etc. mientras que los cuantitativos se enfocaron a la cantidad de cultivo de quinua, rendimiento, precios, etc. mismos que fueron base para la investigación.

3.6.2. Técnica de Investigación

a. Entrevista

Se refiere a un cuestionario de preguntas abiertas que es aplicado de forma directa o por teléfono, correo, internet, para obtener datos reales de la investigación.

Se aplicó la entrevista al representante de productores de quinua COPROBICH que está relacionado a la producción, para obtener información sobre: volumen de producción, capacidad de incrementar el cultivo, procesos de siembra - cultivo, presentación del producto, precios como también diagnosticar la producción del cereal, etc.

3.6.3. Instrumento de Investigación

a. Guía de Entrevista

Corresponde al formulario usado para levantar información de la producción y comercialización de quinua orgánica en Chimborazo, indagación que fue analizada de forma cualitativa – cuantitativa con el propósito de obtener datos que ayuden a conocer el producto objeto de exportación y su capacidad de producción para el mercado externo. (Ver Anexo N° 2).

3.6.4. Procesamiento y análisis de la información

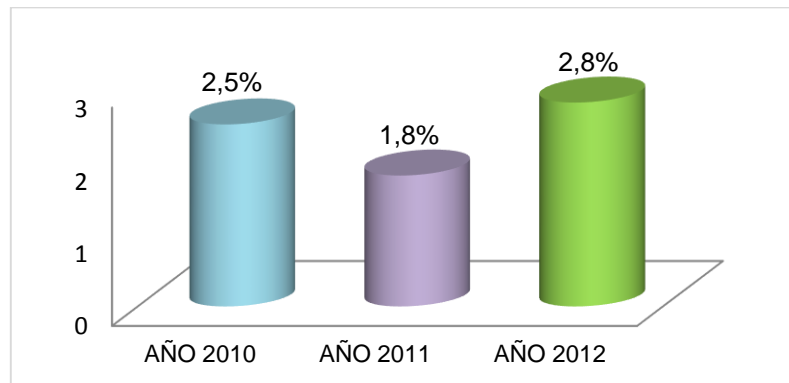
Para el procesamiento de la información se procedió a recopilar datos que contribuyeron a la determinación de la oferta de quinua en Colta – provincia de Chimborazo e información que estuvo vinculada a la producción y capacidad productiva de los productores, de esta manera tener una idea previa de las futuras exportaciones que COPROBICH puede cubrir al mercado de Miami – Estados Unidos.

3.7. Análisis situacional, país de destino (Estados Unidos)

3.7.1. Factores socioeconómicos

a. Crecimiento económico de Estados Unidos

Gráfico N° 4: PIB de Estados Unidos



Fuente: Departamento de comercio /AFP (2013)
Elaborado por: Autora

En el año 2010 el PIB creció en comparación al periodo anterior por el incremento del gasto de los consumidores, la inversión fija pública y privada, el aporte de las exportaciones contribuyeron a que refleje un saldo positivo en el indicador económico. Según Gráfica N° 4 tiene una reducción del 0,7% respecto al 2011 a causa de la baja de inversiones privadas, aumento del gasto del gobierno federal y la disminución de las exportaciones, por tales motivos el PIB decreció en este periodo.

El 2012 el PIB refleja un leve crecimiento del 1% gracias al fuerte gasto de las familias estadounidenses, recuperación de las exportaciones y la optimización de los gastos federales, factores que aportaron a la economía.

La economía de Estados Unidos crece en base del consumo de los hogares mismos que adquieren bienes nacionales e importados, en este sentido al ser

consumidores de una gama de productos ecuatorianos como la quinua orgánica es importante abastecer al mercado. Por otra parte, es necesario analizar el per cápita de Estados Unidos – Ecuador para comparar el poder adquisitivo de sus pobladores que se detallan a continuación:

Tabla N° 4: Indicadores del PIB Estados Unidos – Ecuador en el 2012

	Estados Unidos	Ecuador
PIB	15.65 billones de dólares.	87,495 millones de dólares
PIB per cápita	49,865 mil dólares americanos	5,637 mil dólares americanos

Fuente: Pro Ecuador y Embajada de Ecuador en China (2013)
Elaborado por: Autora

EL PIB per cápita de los estadounidenses es de 49,865 USD, este indicador económico señala que esta población tiene mayor poder adquisitivo que los ecuatorianos (as) porque el per cápita de Ecuador está alrededor del 11% del país Norteamericano. Aunque Estados Unidos tiene una economía desarrollada necesita de los demás países para satisfacer sus requerimientos de bienes y servicios ya que ningún país puede autoabastecerse como se observa en la siguiente tabla éste país tiene deficiencias en la agricultura.

Tabla N° 5: PIB estadounidense por sector en el 2012

Estados Unidos	
Agricultura	1.20%
Industria	19.10%
Servicios	2.00%

Fuente: PRO ECUADOR (2013)
Elaborado por: Autora

Los datos de la Tabla N° 5 refleja que Estados Unidos se sustenta en la industria por disponer de tecnología misma que aporta a la elaboración de productos terminados, por el contrario la agricultura genera menor aporte a la economía del

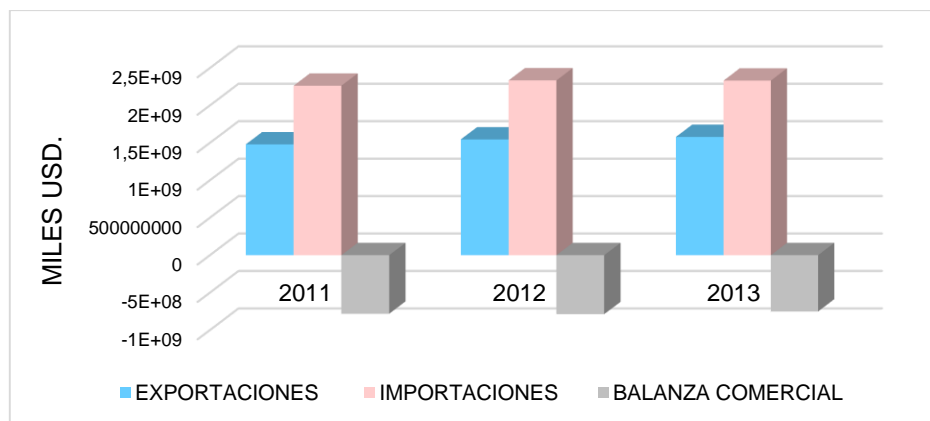
país, por esta razón es importante que Ecuador exporte quinua a esta nación demandante que tiene deficiencia en la agricultura.

Como manifiesta Michael O’Gorman (2012), la agricultura en Estados Unidos no está ampliamente desarrollada porque hacen falta agricultores que trabajen para alimentar a una gran cantidad de personas, por ello este país tiene el desafío constante de incrementar agricultores jóvenes. Además, es fundamental analizar que la agricultura estadounidense enfrenta varios problemas como: el uso excesivo de nocivos pesticidas y fertilizantes, la pérdida de biodiversidad, una inadecuada administración de la tierra, el cultivo de los alimentos lejos de donde se consumen y la dependencia de mano de obra inmigrante.

La demanda creciente de productos saludables en Estados Unidos es una oportunidad para Ecuador que cultiva una amplia gama de productos exportables de alta calidad como la quinua orgánica que se produce en la provincia de Chimborazo a precios accesibles a la economía de la población estadounidense y está acorde a las exigencias de los consumidores.

b. Balanza comercial de Estados Unidos

Gráfico N° 5: Balanza comercial Estados Unidos



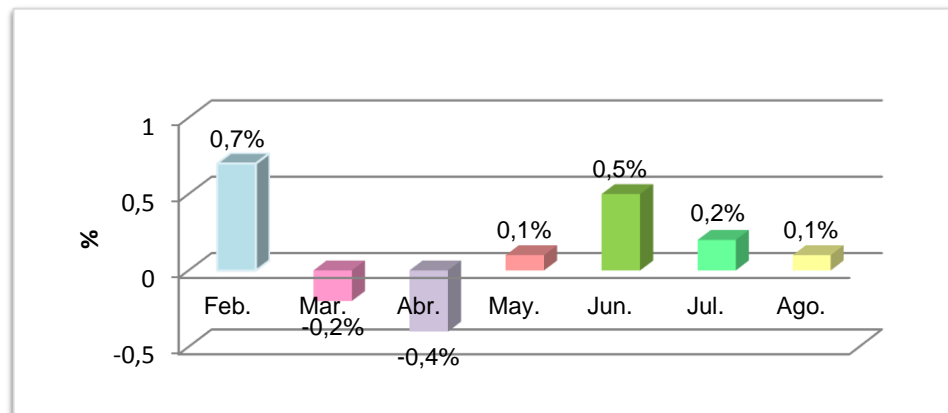
Fuente: Pro Ecuador (Marzo 2014)
Elaborado por: Autora

Como se observa en el Gráfico N° 5 el saldo de la balanza comercial de Estados Unidos es deficitario, sin embargo en el año 2013 el déficit ha disminuido en aproximadamente el 4% debido a que las exportaciones de productos petroleros aumentaron así como la venta de alimentos conjuntamente los bienes de equipamiento ayudaron a que el saldo de la balanza comercial tenga una leve recuperación (MercoPress, 07/02/2014)

Es importante tener presente que todos los países tienen que abastecerse de bienes que carecen y así poder satisfacer las necesidades de sus pobladores, adicionalmente el país Norteamericano por muchos años ha tenido saldo comercial negativo debido a que no es autosuficiente en principalmente en productos primarios por este motivo es necesario ofertar productos que estén dentro de las expectativas de sus consumidores

c. Inflación en Estados Unidos

Gráfico N° 6: Inflación año 2013



Fuente: BLS/AFP (2013)
Elaborado por: Autora

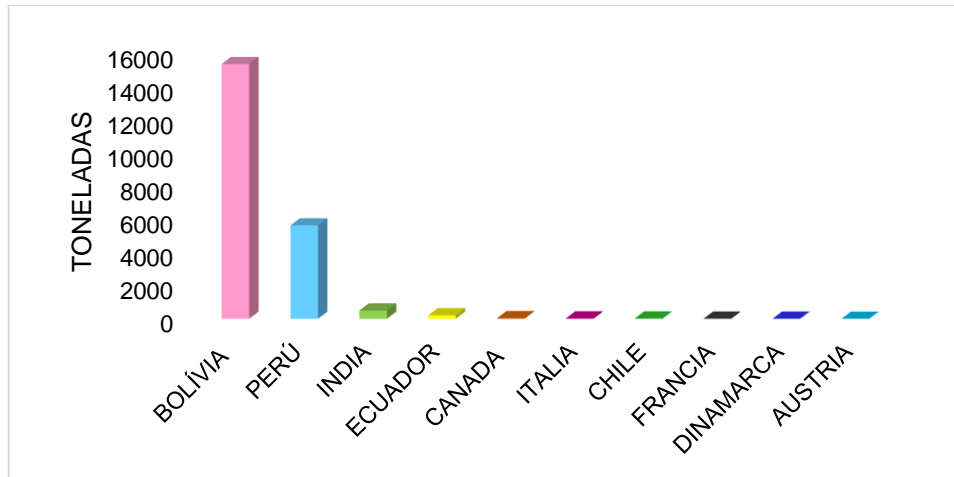
El aumento general de los precios de bienes y servicios en Estados Unidos durante los primeros meses del 2013 es poco representativo. En consecuencia, la inflación refleja una erosión del poder adquisitivo de los pobladores, pero en

este caso se analiza que el país Norteamericano no tiene un alto índice que limite el consumo debido a que su economía depende del consumo de los hogares.

El alto índice de inflación limita el consumo de productos importados e impactando el comercio exterior, en este caso la inflación de Estados Unidos no obstaculiza para la comercialización de quinua, siendo factible la venta del cereal que genera rentabilidad a los agricultores de Chimborazo.

d. Importaciones de quinua por Estados Unidos

Gráfico N° 7: Importaciones en el 2013



Fuente: TRADE MAP (2013)
Elaborado por: Autora

Según datos del Gráfico N° 7 Estados Unidos durante el 2013 importó cerca de 21,883 toneladas de las cuales el 70% son cubiertas por Bolivia el principal productor de quinua, Perú abastece con el 25% mientras que Ecuador aporta con el 2% de quinua al país Norteamericano.

De acuerdo a Trade Map (2013), Estados Unidos en el 2013 incrementó la demanda de quinua en un 30% en relación al año anterior debido principalmente a la declaración del año internacional del grano que promocionó el contenido nutricional llamando la atención de los consumidores estadounidenses.

3.7.2. Factores políticos

a. Tratados y convenios entre Estados Unidos y Ecuador

Ecuador hasta julio del 2013 tenía acuerdos comerciales con Estados Unidos mismos que ayudaban a la liberación del pago de aranceles de diferentes productos. A continuación mostramos los acuerdos comerciales que favorecían el intercambio entre los dos países.

Tabla Nº 6 : Acuerdos comerciales que tenía Ecuador - Estados Unidos

Acuerdos	Descripción	Vigencia
Andean trade promotion and drug eradication act (ATPDEA)	Sistema de preferencias arancelarias otorgado por Estados Unidos a nuestro país, comprometía a combatir el narcotráfico; Ecuador bajo este mecanismo obtiene acceso preferencial en productos.	31 Julio del 2013
Sistema General de Preferencias (SGP)	Mecanismo de preferencias arancelarias unilaterales.	31 Julio del 2011

Fuente: Pro Ecuador (2012)
Elaborado por: Autora

En la actualidad, Estados Unidos y Ecuador no mantienen vigentes tratados comerciales que permitan el ingreso de la quinua orgánica libre de aranceles, sin embargo, la existencia del comercio justo ayuda a los pequeños agricultores a comercializar en el mercado estadounidense a precios que cubra los costos de producción y a la vez rentabilidad con equidad entre oferente - demandante.

b. Barreras no arancelarias

Según Pro Ecuador (2013) Estados Unidos solicita que los importadores de alimentos cumplan con normativa relacionada a higiene, para ello a el sistema Hazard Analysis & Critical Control Points realiza análisis químicos como físicos del producto a fin de salvaguardar al consumidor estadounidense.

Entre los principales requisitos que deben cumplir los importadores o en tal caso los exportadores es registrarse en Food and Drug Administration que encarga de verificar que el producto esté libre de contaminación. Además, analiza si el etiquetado cumple con la normativa estadounidense así como verificar el cumplimiento de procesos administrativos es decir si realizó el aviso previo del arribo de la mercancía.

c. Política alimentaria en Estados Unidos

La FAO (2011) señala que la quinua dispone de nutrientes, aminoácidos, vitaminas, etc. que aportan a la eliminación de la desnutrición en todo el mundo. Mientras que la Administración de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos (2013) trata de reducir el consumo de productos chatarra que poseen principalmente grasa trans mediante la implementación de etiquetas rojas en los productos para prevenir 7000 muertes por enfermedades al corazón y evitar 20.000 ataques cada año.

La política alimentaria en Estados Unidos es incentivar el consumo de productos saludables ricos en nutrientes que mantenga a su población libre de las enfermedades señaladas anteriormente que son motivo de preocupación para las autoridades. Es un compromiso de todos los países apoyar a la buena nutrición de la población e incluir en la alimentación productos nutritivos como la quinua que aporta con nutrientes, aminoácidos esenciales, vitaminas, minerales, etc.

3.7.3. Geográfico

a. Puertos Marítimos internacionales – Estados Unidos

De acuerdo a Pro Ecuador (2011), en la costa este de Estados Unidos encontramos los principales puertos por los cuales ingresan mercancías ecuatorianas que son: Nueva Miami, Houston, Baltimore, Jacksonville, Port Everglades, Miami, New Orleans y Charlestown. Es importante resaltar que los puertos anteriormente mencionados brindan facilidades para el ingreso de toda clase mercancías autorizadas para el ingreso al país. De acuerdo al mismo autor el puerto de Miami está ubicado en un lugar altamente comercial por estar cerca de gran número de consumidores, además de tener infraestructura de movilización eficaz para el acceso a las principales zonas comerciales de la región, adicionalmente, se ha especializado en el manejo de toda clase de carga en contenedores, así elevando la eficiencia y el tiempo de desembarque de las navieras. La quinua ecuatoriana ingresará por el puerto de Miami porque es el mercado objetivo para la comercialización del cereal, donde encontramos cierto número de industrias como consumidores que gustan de alimentos saludables.

Finalmente, para el tránsito marítimo desde Ecuador hasta Miami – Estados Unidos es necesario realizar el proceso de confirmación con la naviera a cargo de la transportación marítima internacional porque pueden presentarse variaciones en los tiempos de tránsito. A continuación mostramos el tiempo en días calendario que se demora en llegar la quinua orgánica al país destino.

Tabla N° 7: Tiempos aproximados de tránsito marítimo

País de origen	País de destino	Puerto de descarga	T/t aprox.
Ecuador	Estados Unidos	Miami	10 - 12 días

Fuente: Pro Ecuador (2013)
Elaborado por: Autora

b. Aeropuertos internacionales de Estados Unidos.

Estados Unidos tiene 15,079 aeropuertos en los cuales encontramos el Miami que es el más importante por el gran número de pasajeros extranjeros y la magnitud de carga que ingresan por esta zona. (Pro Ecuador, 2011). Es importante señalar que por el volumen de la quinua orgánica, reducir costos y teniendo en cuenta que no es producto perecible se elige por utilizar el medio de transporte marítimo mismo que ayuda a reducir costos.

3.7.4. Perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM)

Tabla N° 8: Matriz de oportunidades y amenazas del medio

Factor	Oportunidad		Amenaza	
	Nivel	Pts.	Nivel	Pts.
Factores Socioeconómicos				
Crecimiento económico	Alto	3		
Balanza comercial			Alto	3
Inflación	Medio	3		
PIB	Alto	3		
	Promedio	2,3	Promedio	0,75
Factores Político Legales				
Tratados y convenios			Alto	3
Política alimentaria	Alto	3		
	Promedio	1,5	Promedio	1,5
Factores Geográficos				
Infraestructura de transporte	Alto	3		
	Promedio	3	Promedio	0
	Promedio	2	Promedio	0
Ponderación	Alto = 3	Medio = 2	Bajo = 1	

Fuente: Gerencia Estratégica 2014
Elaborado por: Autora

Resumen POAM	Oportunidades	Amenazas
Factores Socioeconómicos	2,3	0,75
Factores Político Legales	1,5	1,5
Factores Geográficos	3	0
Suma	6,8	2,25
Promedio	2,27	0,75

Fuente: Gerencia Estratégica (2014)
Elaborado por: Autora

La tabla resumen del POAM genera como resultado que la comercialización de quinua a Estados Unidos tiene oportunidades de nivel medio de acuerdo a los análisis externos, sin embargo, toda actividad económica tiene que asumir riesgos mismos que a la vez deben ser contrarrestados con las oportunidades, en este caso el crecimiento económico y los cambios de hábitos alimenticios alienta a la exportación de quinua considerando que el poder adquisitivo de los habitantes apoya el desarrollo de la comercialización de productos que contribuyen a satisfacer necesidades básicas hasta las de autorrealización.

Al analizar las amenazas en la exportación del cereal serán reducidas al momento que el nivel económico de los compradores se mantenga, ocasionando que el consumo de quinua prospere de acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes que están interesados en consumir productos naturales.

3.7.4.1. Análisis del perfil de oportunidades y amenazas del medio

a. Factores socioeconómicos

- En el 2012 Estados Unidos registró un crecimiento económico del 2,8%, gracias al consumo de los hogares, brindando oportunidad alta para ofertar productos acordes a los requerimientos del consumidor.
- El PIB per cápita de Estados Unidos es de 49,865 USD anual mismo que nos alienta a destinar las exportaciones a este país porque sus pobladores tienen mayor poder adquisitivo para bienes importados.
- La actividad económica que menos aporta al PIB de Estados Unidos es la agricultura que representa el 1.20%, generando una oportunidad alta de comercializar quinua orgánica.
- La Balanza Comercial de Estados Unidos en los últimos tres años ha sido deficitaria generando una amenaza alta para la comercialización de quinua porque puede haber restricciones a las importaciones.

- La inflación en Estado Unidos no ha sufrido cambios drásticos en los últimos años, generando equilibrio en la económica este resultado se refleja en el poder de compra de los consumidores.
- El incremento de oferentes es una amenaza porque pueden impactar al grado de participación en el mercado estadounidense.

b. Factores Político legales:

- La falta de renovación de convenios comerciales con Estados Unidos generan incremento en el precio, sin embargo tienen la oportunidad de competir mediante el comercio justo.
- Política alimentaria en Estados Unidos es consumir alimentos saludables con la finalidad de disminuir problemas de obesidad de su población y Ecuador tiene la oportunidad de ofrecer productos orgánicos que contribuye a contrarrestar enfermedades del corazón, peso, etc.

c. Factores geográficos:


- La infraestructura del transporte marítimo en Estados Unidos está ampliamente desarrollado brindando facilidades para las importaciones de quinua orgánica.
- La ubicación geográfica del puerto marítimo de Miami es estratégico porque allí encontramos un mercado atractivo para cubrir demanda insatisfecha de quinua orgánica misma que está dentro de las expectativas del consumidor.

3.7.5. Análisis del Mercado

3.7.5.1. Perfil del Consumidor Estadounidense

De acuerdo a Pro Ecuador (2013) los estadounidenses tradicionalmente consumen comida rápida como hamburguesas, papas fritas, hot dogs, etc. sin embargo, los hábitos alimenticios están cambiando y la compra de productos sanos está aumentando; Food Marketing Institute en el 2011 detectó que el 35.7% de la población de Estados Unidos sufre de sobrepeso por este motivo las autoridades incentivan el consumo de alimentos frescos, orgánicos, bajos en sodio.

Tabla N° 9: Consumidor de quinua

Características	
<ul style="list-style-type: none">✓ Cuidan su salud.✓ Consumo de productos orgánicos.✓ Buscan calidad en los alimentos.✓ Prefiere alimentos prácticos y fáciles de preparar.✓ Les interesa la protección del medio ambiente.✓ Pertenecen a la clase alta y media.✓ Son consumidores informados sobre el contenido nutricional.	

Fuente: Pro Ecuador (2013)
Elaborado por: Autora

La quinua en el mercado estadounidense la considera como un producto gourmet porque tienen acceso preferentemente los de clase alta – media, quienes les interesa el aporte nutricional que el valor monetario, por este motivo la quinua se encuentra principalmente en tiendas de productos naturales como restaurantes vegetarianos y continúa extendiéndose en los supermercados.

Tabla N° 10: Perfil del consumidor

Género	Femenino
Edad	35 a 45 años
Educación	Superior
Interés Social	Medio ambiente, equidad social, comercio justo, autenticidad
Interés de salud	Alimentos orgánicos y naturales, súper alimentos

Fuente: Ministerio de comercio exterior y Pro Ecuador (2013)
Elaborado por: Autora

Según Julio Rossel (2013), empresario peruano establecido en Estados Unidos indica que en los últimos años el consumo de productos saludables ha surgido por mayor conciencia en la alimentación y a causa del alto índice de obesidad, envejecimiento así como el cambio de los estilos de vida de los estadounidenses aumenta el consumo de productos nutricionales.

3.7.5.2. Producto

Tabla N° 11: Ficha técnica de la quinua

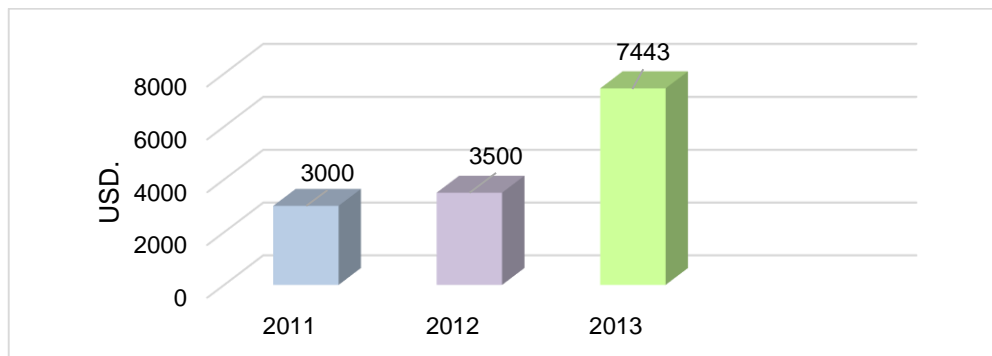
Denominación	Quinua, quínoa, arroz andino, kinoa, triguillo, trigo inca. En Inglés: Quinua, quínoa, kinoa, petty rice, rice inca	
Partida arancelaria en Estados Unidos	1008.50.0000	
Partida arancelaria Ecuador	1008.90.1000	
Contenido nutricional	Contenido nutricional por grano ✓ Proteína (%) 17,45 ✓ Grasa (%) 7,14 ✓ Fibra (%) 5,14 ✓ Calcio (%) 0,09 ✓ Fósforo (%) 0,65 ✓ Potasio (%) 0,69 ✓ Energía total (Cal/100g) 472,05	
Beneficios	✓ Según Philip Mellen reduce el riesgo de enfermedades crónicas. ✓ Ayuda al buen funcionamiento del corazón. ✓ Protege al cuerpo humano de daños celulares. ✓ Disminuye la probabilidad de diabetes. ✓ Ayuda a bajar de peso. ✓ Contribuye a evitar cáncer de colon, etc.	

Fuente: Peralta (2009, Elinor Griffith (2014) y Carámbula (2013)
Elaborado por: Autora

Comercializar internacionalmente un producto con cualidades nutritivas es positivo porque aportamos a una alimentación responsable, además de proteger el medio ambiente que es compromiso de todos los pobladores.

3.7.5.3. Precios Internacionales

Gráfico N° 8: Precios internacionales de quinua por Tn.



Fuente: Diario La Razón (24/01/2014)
Elaborado por: Autora

El precio de la quinua ha ido evolucionando gracias a la promoción del contenido nutricional y la falta de oferta, adicionalmente es importante analizar que los principales productores no cultivan la suficiente cantidad para cubrir las necesidades del mercado externo; tal es el caso de Ecuador que hace tres años atrás la producción de quinua no era representativa porque el consumo interno cada vez iba en retroceso factor que desmotivaba el cultivo. La gran demanda internacional de quinua y la poca oferta exportable ha generado que el precio se duplique en el 2013, por este motivo los productores intentan cultivar más quinua con la finalidad de abastecer tanto al mercado nacional como internacional conjuntamente beneficiándose económicamente.

3.7.5.4. Análisis de la Oferta

a. Competidores de Quinoa en Estados Unidos

Tabla N° 12: Participación de competidores

Países	Año 2012 en Tn.	Año 2013 en Tn.
Bolivia	9680	15407
Perú	3567	5656
India	160	502
Ecuador	300	391
Canadá	-	39
Italia	-	27
Chile	-	20
Francia	-	12
Dinamarca	-	7
Austria	-	2
Israel	6	-

Fuente: Trade Map (2013)
Elaborado por: Autora

A partir de los años 2012 – 2013 en Ecuador y más países productores de quinoa incentivaron el cultivo para tener mayor oferta exportable de esta manera satisfacer los requerimientos del mercado internacional. Es importante considerar que hace ocho años atrás al cereal lo consideraban como un alimento de pueblos pobres porque desconocían el contenido nutricional; sin embargo hoy en día los consumidores de mayores ingresos gustan de la quinoa orgánica por ser un alimento compuesto de nutriciones que otros cereales no contiene.

Tabla N° 13: Aspectos comparativos de los competidores

EN RELACION AL 2013	Principales competidores	Producción Tn.	Rendimiento máx. por hectárea	Acuerdos Comerciales con EU.	Distancia geográfica
	Bolivia	61,182	500 kg	-	6.822,81 km.
	Perú	47,658	1000 kg	TLC	5.580,07 km.
	Ecuador	400	2000 kg	-	4.690,50 km.

Fuente: Diario La Razón (11/04/2013), Peralta (2013), Diario La República (20/04/2013) y El Tiempo (17/06/2012)
Elaborado por: Autora

En la Tabla N° 13 indica que la producción de quinua la lidera Bolivia convirtiéndolo a la vez en el primer oferente en el mercado internacional, por otra parte, Perú no tuvo igual crecimiento porque las granizadas durante el 2013 perjudicó el cultivo, mientras que Ecuador está incrementando la producción en las provincias aptas para el cultivo del producto.

Ecuador tiene ventaja comparativa¹ en el rendimiento de la producción en comparación a los principales productores de quinua por el clima y la calidad de suelos que posee nuestro territorio beneficiando a los productores. Además nuestro país tiene mayor ventaja en la movilización de las mercancías debido a la ubicación geográfica y con ello se disminuye tiempos y costos en relación a Bolivia que podría tardarse tres días adicionales que Ecuador mientras que Perú se demoraría aproximadamente 2,5 días en llevar las mercancías a Miami - Estados Unidos, en este sentido es necesario aprovechar esta ventaja para ser competitivos en el mercado.

Analizando los acuerdos comerciales de los oferentes podemos darnos cuenta que Bolivia y Ecuador tienen que pagar aranceles para ingresar con la quinua a Estados Unidos mientras que Perú ingresa libre de impuestos al mercado; pero la alta demanda, la escasa oferta exportable hace que los consumidores paguen el precio que lo establece el mercado, adicionalmente la quinua ecuatoriana como boliviana se beneficia del comercio justo donde los clientes – consumidores deben pagar el precio de manera que cubra los costos y cierta utilidad de la actividad comercial.

¹ Ventaja comparativa: Los países se especializan en lo que tienen mayores ventajas para producir un producto en relación a otros países.

b. Producción en Ecuador

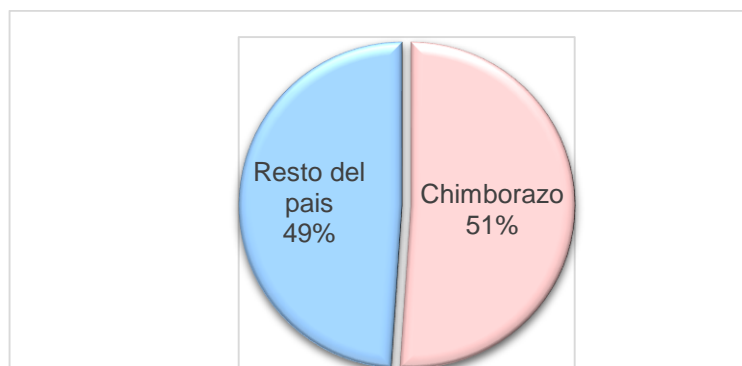
Tabla N° 14: Producción nacional de quinua en Ecuador

Producción de quinua	Año	Cantidad
A nivel Nacional	En el 2008	421. 86 toneladas.
	Hasta Marzo 2013	2.200 toneladas

Fuente: Consorcio Ecuatoriano de Exportadores de Quinua y Peralta (2013)
Elaborado por: Autora

Durante el 2008, la producción de quinua en Ecuador es poco representativa, sin embargo en el 2013 el cultivo se intensifica en alrededor del 80% en relación al otro año analizado. Adicionalmente, los organismos gubernamentales incentivan el cultivo de quinua para recuperar productos ancestrales de nuestro país motivando el consumo interno e incremento oferta exportable.

Gráfico N° 9: Ubicación de la producción de quinua en Ecuador



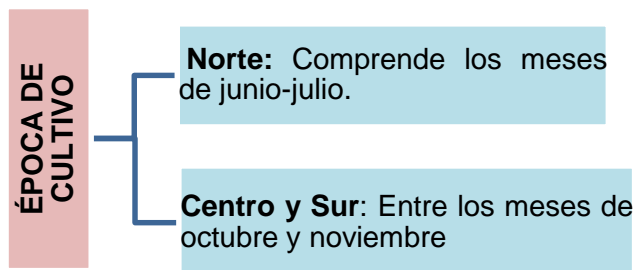
Fuente: El Comercio (28/11/2013)
Elaborado por: Autora

El cultivo de quinua en Chimborazo se ha mantenido principalmente por la costumbre y por ser parte importante de la alimentación de los chimboracenses, además el apoyo brindado por autoridades gubernamentales ha contribuido a que el cultivo se mantenga hasta la actualidad. Además la producción se concentra en esta localidad por los siguientes factores:

- ✓ Suelos con mayor fertilidad para quinua aunque haya sequía.
- ✓ Mayor rendimiento.
- ✓ Experiencia de los agricultores en productos ancestrales.
- ✓ Mayor adaptabilidad de la semilla
- ✓ Resistencia a las heladas y plagas

Según el Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca (2013) las provincias que cultivan quinua orgánica son: Chimborazo – Tungurahua, mientras las otras provincias el cultivo lo manejan de forma tradicional y químico. Los objetivos de la soberanía alimentaria concuerdan con los sistemas de producción tradicional y orgánica para aportar positivamente a la alimentación de las personas a la vez beneficiando al productor porque en el periodo de cultivo evita el contacto con pesticidas que son perjudiciales para la salud, disminuyendo así la contaminación ambiental.


Gráfico N° 10: Estacionalidad



Fuente: INIAP (2012)
Elaboración por: Autora

A causa del cambio climático ha desaparecido la estacionalidad de cultivo generando que la siembra de quinua en Ecuador se lo realiza todos los meses, este aspecto es importante porque al cultivar el cereal seguido, da la oportunidad de suministrar continuamente el producto tanto al mercado nacional como internacional permitiendo cubrir la demanda de los clientes – consumidores.

Tabla Nº 15: Variedades de quinua en Ecuador

Provincias	Variedades	Rendimiento máx. (qq/Ha)	
Chimborazo	Tunkahuan, Pata de Venado Amarga blanca (Cochasqui)	40 qq/Ha 20 qq/Ha	
Tungurahua	Tunkahuan	30 qq/Ha	
Cañar	Tunkahuan, Pata de Venado	30 qq/Ha	

Fuente: MAGAP (2013)
Elaboración por: Autora

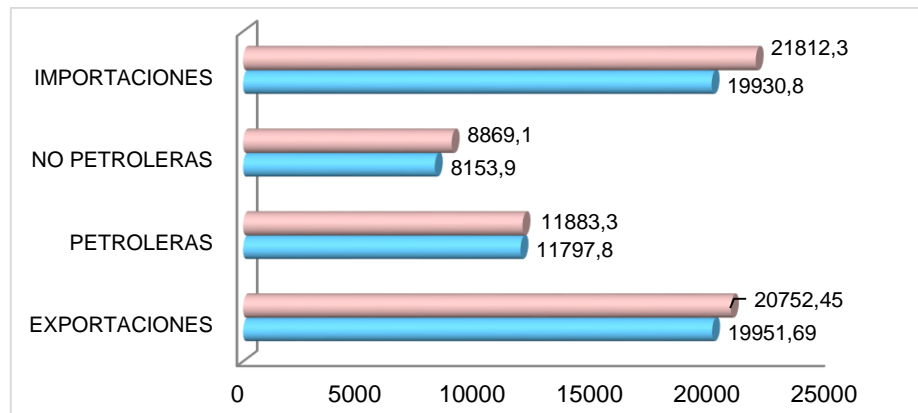
En Ecuador la variedad de quinua más cultivada es la Tunkahuan misma que representa cerca del 70% del total de la producción nacional debido principalmente a la adaptabilidad de suelos, climas de la sierra ecuatoriana, rendimiento máximo de 2000 kg/ha, tolerante al exceso de humedad y granizadas, menor contenido de saponina, además es una semilla certificada (INIAP, 02/04/2013). Por los motivos señalados los agricultores prefieren cultivar esta variedad para disminuir riesgos de que la producción se pierda asegurando la producción.

3.8. Análisis situacional, país de origen (Ecuador)

3.8.1. Factores socioeconómicos de los oferentes

a. Balanza comercial de Ecuador – Mundo

Gráfico N° 11: Balanza comercial de Ecuador en USD.



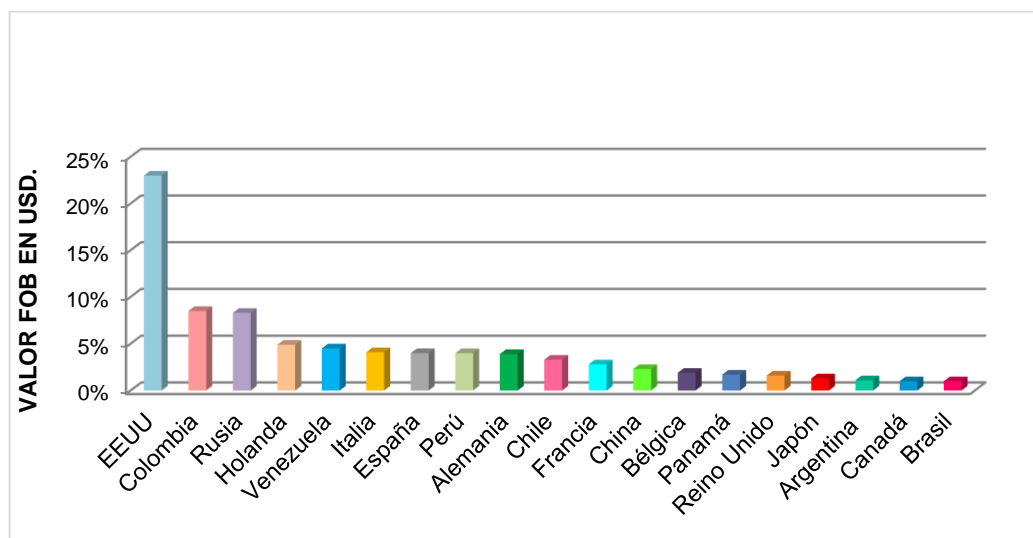
Fuente: Banco Central del Ecuador (2013)
Elaborado por: Autora

Los datos del Gráfico N° 11 reflejan que las importaciones superan a las exportaciones ecuatorianas en el periodo 2013 a pesar que las no petroleras hayan tenido un crecimiento del 8% en comparación al año anterior, sin embargo, datos publicados en el Banco Central del Ecuador (2013) indica que la disminución el precio del petróleo que se reflejó de -1,9% a -5.4%; tal evento fue perjudicial porque nuestro país que es dependiente de este bien.

Al analizar el comportamiento de las exportaciones no petroleras podemos darnos cuenta que creció cerca del 9% en comparación al 2012, debido a la promoción de diferentes productos, como también las facilidades que brindan las instituciones del Estados para las exportaciones que fortalecen cada vez más la venta internacional de bienes ecuatorianos. Es necesario que las exportaciones no petroleras aumenten de manera que permita cubrir la salida de divisas por las importaciones.

b. Socios comerciales de Ecuador

Gráfico N° 12: Exportaciones no petroleras Enero - Abril 2013



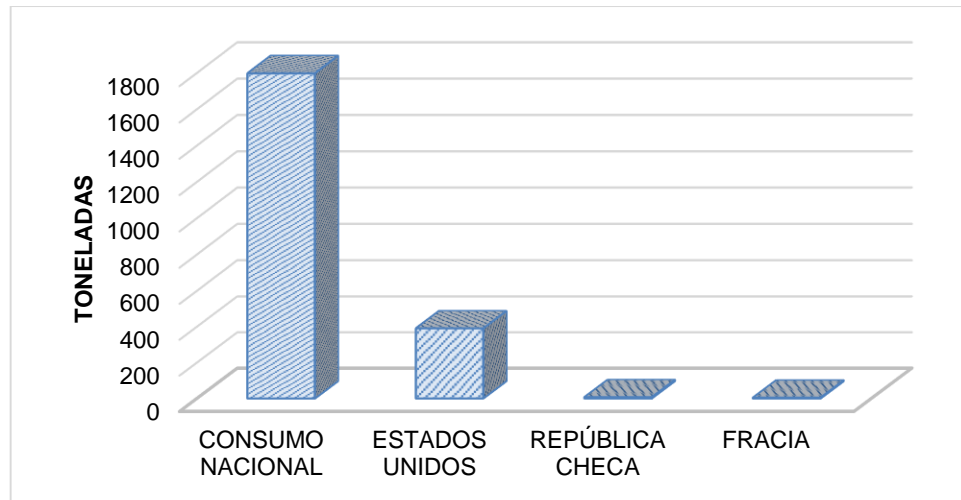
Fuente: Banco Central del Ecuador, (2013)

Elaborado por: Autora

Las exportaciones no petroleras de Ecuador en el 2013 tienen como destino principal Estados Unidos representando cerca del 23,87% del total, este dato para nuestro país ha sido constante como se detalla en la información del Banco Central del Ecuador, sin embargo según el Diario El Universo (23/08/2013) Ecuador se destaca por exportar petróleo a Estados Unidos siendo el bien que genera saldo comercial positivo para nuestro país mientras que las exportaciones de productos no tradicionales tienen presencia en este mercado pero no están ampliamente desarrollados.

Estados Unidos es el primer destino de algunos productos ecuatorianos como la quinua que brinda oportunidades de ingresar con productos novedosos y están en las expectativas de sus consumidores conjuntamente ayudan al desarrollo de nuestro país.

Gráfico N° 13: Destino de la quinua de Ecuador en el 2013



Fuente: Trade Map (2013)
Elaborado por: Autora

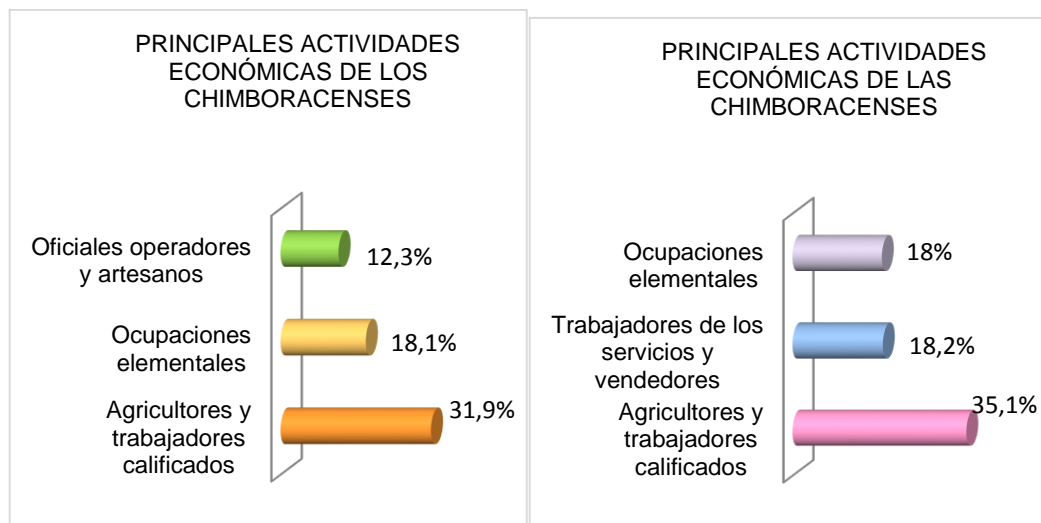
Según Peralta (2009) el consumo de quinua durante el 2001 fue de 400 toneladas, mientras en el 2013 los ecuatorianos (as) consumen menos de una libra del grano al año dejando de aprovechar los beneficios nutricionales de un producto nativo de Ecuador. Es importante recalcar que el requerimiento del producto era mínimo por habitante, y el desconocimiento de las bondades que ofrece el producto generó que haya poco consumo del cereal.

Es necesario que el Estado ecuatoriano promueva la incorporación de la quinua en la alimentación de sus pobladores de manera que se apoye al cumplimiento del objetivo 3 del Plan del Buen Vivir que busca mejorar la calidad de vida. Aumentar la producción de quinua ayuda a cubrir las necesidades de los consumidores nacionales y los posibles excedentes destinar a la exportación para obtener recursos económicos que cubrirán ciertas necesidades los agricultores. El país Norteamericano se inclina por el consumo de quinua porque es calificada como un alimento único por su valor nutricional, característica que ha incrementado el consumo y los precios del cereal en los últimos años.

c. Actividad Económica en Chimborazo – Ecuador

De acuerdo al Censo poblacional (2001) la principal actividad económica de los Chimboracenses era la agricultura, misma que representaba el 49% del resto de ocupaciones, seguida de la ganadería, industria, minería, entre otras actividades. Sin embargo el alto índice de pobreza generó que abandonen la agricultura para emigrar a otros países y optar por mejores oportunidades laborales ocasionando que la agricultura en el 2010 tenga una disminución del 17,1%.

Gráfico N° 14: Actividad económica de los pobladores de Chimborazo



Fuente: INEC (2010)
Elaborado por: Autora

La principal actividad económica en Chimborazo es la agricultura que está liderada por mujeres se evidencia en el Gráfico N° 14 mismas que representan más del 35% de las demás ocupaciones. En Chimborazo se cultiva gran gama de productos tales como: cebada, trigo, arveja, lenteja, cebolla, ajo, etc. además frutas principalmente cítricas.

Los cantones prioritarios para ampliar la producción son: Colta, Guamote, Guano y Riobamba donde poseen tierras más fértiles para el producto siendo lugares

propicios para continuar con el proyecto de impulsar el cultivo de quinua que es considerada como producto ancestral del Ecuador. (El Telégrafo, 21/07/2013).

3.8.2. Factores Políticos – Legales

a. Incentivos de Ecuador

Tabla N° 16: Incentivos a microempresas

Incentivos a las exportaciones que realizan las microempresas	Beneficios de Asociarse
<p>Según Pro Ecuador (2013) en su publicación “Reglas e incentivos para la inversión” los estímulos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Apoyo para financiamiento. ✓ Facilitación aduanera. ✓ Capacitaciones al talento humano. ✓ Asistencia técnica en investigación de mercados internacionales e innovación. ✓ Viajes con gastos pagados para promoción comercial y apertura a nuevos mercados. ✓ Estudios de mercado para internacionalizar el producto. <p>De acuerdo al COPCI (2012) los incentivos para microempresas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Reinvertir en innovación ayuda a disminución de diez puntos del Impuesto a la Renta. ✓ Las exportaciones que fomenten el desarrollo rural no pagan el impuesto a la renta por 5 años. <p>Las deducciones que se incluirán para el cálculo del Impuesto a la Renta son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Los gastos destinados a la productividad de la empresa que represente el 1% de las ventas. ✓ El 50% de los gastos incurridos en promoción internacional de la empresa – productos. 	<p>Según el Art. 128 del Reglamento de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria los ministerios, instituciones financieras públicas, universidades, y demás sectores de Administración Central contribuirán en favor de las organizaciones de manera que brinde acceso a:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dotación de crédito. ✓ Fondos concursables. ✓ Financiamiento y cofinanciamiento de proyectos productivos. ✓ Acceso a seguro agrícola, subsidiado por el Estado. ✓ Sistemas simplificados de tributación.

Fuente: COPCI - Reglamento de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2012)
Elaborado por: Autora

Con la exportación de quinua orgánica las organizaciones legalmente constituidas se beneficiarían en gran parte de los señalados en la Tabla N° 16

generando interés a los agricultores del sector porque conjuntamente crean fuentes de empleo, mejoran la calidad de vida, obtienen rentabilidad, etc.

Es importante analizar las restricciones a las exportaciones para continuar con el desarrollo de la investigación, para ello señalamos que existe la prohibición de la comercialización internacional de los siguientes bienes:

- Productos alimenticios escasos y esenciales para el país.
- Bienes que forman parte del plan de gobierno para el desarrollo industrial.
- Recursos naturales no renovables para proteger el patrimonio nacional, cultural, artístico, histórico o arqueológico, y los que establezca la política comercial y económica de Ecuador.

La quinua orgánica no se encuentra dentro de las restricciones de las exportaciones de manera que podemos llegar con el cereal al mercado estadounidense y satisfacer en cierta parte la demanda insatisfecha conjuntamente obtener recursos económicos que ayudan a sus agricultores como al desarrollo de nuestro país.

3.8.3. Factor tecnológico en Ecuador

Tabla N° 17: Aspectos fundamentales acerca de la tecnología

Tecnología en Ecuador	Política de Gobierno
<p>La densidad del internet en el 2012 es de 48,25% mismo que aumentó en relación a los demás años. Ecuador incrementó la conectividad de 1.8 a 85 GB/s representa 47 veces más que el 2006. Nuestro país destina a ciencia y tecnología el 0,55% del PIB que representa cerca de 782 millones de dólares, mientras los países desarrollados asignan el 2%.</p>	<p>La UNESCO recomienda a todos los países invertir por lo menos el 1% del PIB en tecnología. Dentro de las políticas de Ecuador esta incrementar la inversión en Ciencia y Tecnología y para ello incluye en el COPCI (2012), la transferencia tecnológica que sirva en el desarrollo de investigaciones industriales.</p>

Fuente: Agencia de Noticias del Ecuador y Suramérica (2012), Diario El Comercio (18/09/2013).
Elaborado por: Autora

La evolución de la tecnología en Ecuador está poco desarrollada porque no se realiza suficiente inversión que aporte al área productiva, por este motivo el Jefe de Estado de Ecuador trata de destinar parte del presupuesto nacional a la inversión en Ciencia y Tecnología de modo que aporte al desarrollo de la matriz productiva para transformar insumos en productos terminados aprovechando oportunidades de negocios en el mercado nacional e internacional.

La implementación de tecnología en el área productiva es muy importante porque permitirá ser más eficientes además a tener un producto libre de impurezas, aporta a disminuir costos – tiempo y a la vez evita el desperdicio como sucede con el proceso manual.

Tabla N° 18: Tecnología necesaria para la quinua

<p>Trilladora</p> 	<p>Separador de piedras e impurezas</p> 	<p>Secadora de quinua</p> 
<p>Escarificadora de quinua, sirve para des amargar la quinua</p> 	<p>Lavadora de quinua</p> 	<p>Empacadora</p> 

Fuente: Joselid Industrial AC (2013)
Elaborado por: Autora

En la Tabla N° 18 indica la maquinaria necesaria para ser más eficientes en el área productiva misma que contribuye a competir en el mercado nacional e internacional. En la actualidad, los productores no tienen tecnología suficiente debido a falta de recursos económicos, sin embargo se podría acceder mediante el incremento de la producción y cubrir la demanda en mercado estadounidense mismos que generan rentabilidad.

3.8.4. Análisis FODA

El FODA es una herramienta de diagnóstico de la comercialización de quinua orgánica desde Chimborazo que contribuye a disminuir riesgos y maximizar oportunidades. Para diseñar la matriz FODA se realizó una lista de cada factor, posteriormente se proporcionó prioridad a los aspectos que necesitan mayor atención para contrastar mediante la implementación de estrategias que podrían en cierta parte el riesgo de no tener éxito en el mercado estadounidense.

Tabla N° 19: Diagnóstico de la comercialización de quinua

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cercanía geográfica en relación a los principales competidores. ✓ Capacidad productiva para incrementar oferta exportable. ✓ Producto natural. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mayor poder de negociación con clientes. ✓ Alta demanda potencial. ✓ Nichos de mercado no atendidos. ✓ Apertura de mercados (Australia, Francia).
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Limitada tecnología para el área comercial. ✓ Deficiente conocimiento en negociación internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Consumo de productos sustitutos. ✓ Variación de precios internacionales. ✓ Incremento de la competencia. ✓ Inestabilidad política entre Ecuador y Estados Unidos. ✓ Falta de acuerdos comerciales.

Fuente: Investigación de campo (2014)
Elaborado por: Autora

Tabla N° 20: Estrategias para comercializar quinua

	Fortalezas	Debilidades
Oportunidad	<p>Estrategia FO maxi – maxi</p> <p>Utilización de la capacidad de producción para cubrir nichos de mercado no atendidos</p>	<p>Estrategia DO mini – maxi</p> <p>Financiar la tecnología para el área productiva.</p>
Amenaza	<p>Estrategia FA maxi – mini</p> <p>Promocionar el contenido nutricional para contrarrestar los sustitutos.</p>	<p>Estrategia DA mini – mini</p> <p>Optimizar recursos para neutralizar la variación de precios.</p>

Fuente: Investigación de campo (2014)
Elaborado por: Autora

3.8.5. Análisis Porter

Toda clase de empresa necesita de herramientas que ayuden a analizar su entorno para establecer estrategias que permitan minimizar el riesgo de desaparecer en el mercado. Para ello se desarrolló las cinco fuerzas de Michael Porter que busca determinar la rentabilidad a largo plazo de un mercado.

Para diseñar la matriz se realizó una ponderación de manera que podemos seleccionar las más importantes que afecta la comercialización de quinua orgánica de Ecuador en Estados Unidos.

a. Poder de negociación de clientes

Tabla N° 21: Ponderación sobre el poder de negociación con clientes

Variables	Bajo	Medio	Alto
Volumen en ventas			3
Producción interna en EEUU	1		
Variabilidad en gastos	1		
Suma	1	0	3
Promedio	0,67	0	1

Fuente: Investigación de campo (2014)
Elaborado por: Autora

En la ponderación que se realizó se aprecia que el factor determinante en el poder de negociación con los clientes estadounidenses es la demanda de quinua orgánica en Estados Unidos durante el 2013 que aumentó un 30% por el interés de los consumidores de alimentarse saludablemente, sin embargo Ecuador trata de incentivar el cultivo para incrementar la oferta exportable. Por otra, la demanda de quinua orgánica se extiende hasta países de Europa, generando que los productores de quinua tenga el control sobre los clientes estadounidense pudiendo suministrar a otros mercados el producto que podrían ser más atractivos.

b. Amenaza de nuevos competidores

Tabla N° 22: Ponderación de amenaza de nuevos competidores

Variables	Bajo	Medio	Alto
Participación de competidores	1		
Trayectoria en el mercado de EU.	1		
Canales de comercialización	1		
Ventajas en costos		2	
Suma	1	2	0
Promedio	0,75	0,5	0

Fuente: Investigación de campo (2014)
Elaborado por: Autora

De acuerdo a la ponderación que se realizó se define que el ingreso de nuevos competidores en el mercado estadounidense no aportan con grandes cantidades que ponga en riesgo a los principales productores de quinua, registrando en Trade Map (2013) los nuevos proveedores de quinua orgánica en el mercado estadounidense son: Canadá, Italia, Chile, Francia, Dinamarca y Austria mismos que han aportado con aproximadamente el 1% durante el 2013, por este motivo nuestros productores deberían aprovechar el rendimiento de la producción para cubrir la demanda insatisfecha teniendo en cuenta que la calidad del producto ya es conocida por los demandantes mientras los nuevos oferentes están recién adaptándose al mercado.

c. Poder de negociación de proveedores

Tabla N° 23: Ponderación sobre los proveedores

Variables	Bajo	Medio	Alto
Especialización		2	
Tendencia a monopolio	1		
Suma	1	2	0
Promedio	0,5	1	0

Fuente: Investigación de campo (2014)
Elaborado por: Autora

La participación de las entidades del Estado juegan un papel muy importante porque son quienes dotan semilla certificada a los agricultores para que el cultivo de quinua orgánica se intensifique, de esta manera los proveedores no pueden incrementar el precio de la semilla, adicionalmente las instituciones gubernamentales capacitan a los productores en temas de cultivo y en la generación de insumos orgánicos para sus propios cultivos de esta manera optimizan recursos económicos en la producción.

La existencia de un sinnúmero de proveedores de envases como el servicio de transporte ayuda a que el poder de negociación lo tengan los productores y elijan los que estén acordes a sus requerimientos. Adicionalmente, los productores pueden realizar alianzas estratégicas con los proveedores para tener estabilidad de precios, cantidades de los insumos a corto o a largo plazo.

d. Amenaza de productos sustitutos

Tabla N° 24: Ponderación de bienes sustitutos

Variables	Bajo	Medio	Alto
Precios	1		
Contenido nutricional			3
Disponibilidad		2	
Suma	1	2	3
Promedio	0,33	0,67	1

Fuente: Investigación de campo (2014)
Elaborado por: Autora

En la actualidad el mercado internacional cuenta con diversos productos orgánicos que tratan de tener mayor participación como la quinua. Al analizar la tabla de ponderación el factor más relevante que puede fidelizar al consumidor de quinua es el contenido nutricional tal como se lo comprueba en la siguiente información:

Tabla N° 25: Comparación de contenido nutricional de la quinua

Contenido	Quinua	Trigo	Maíz	Arroz
Proteínas	14%	11,6%	9,8%	7,7%
Hidratos de carbono	60%	69,7%	70%	74,9%
Grasas	5%	3,5%	7%	2,8%
Lisina	0,89%	0,36%	0,22%	-
Metionina (aminoácidos)	0,32%	0,17%	0,27%	0,27%
Triptófano (aminoácidos)	0,15%	0,14%	0,07%	0,1%
Calorías en 100 gr.	341	309	338	353

Fuente: María Teresa Muñoz Olivero (s/a)
Elaborado por: Autora

Observando la Tabla N° 25 la quinua posee mayor porcentaje de proteínas que los demás cereales; según Michelle Alvear (2013), la quinua es la única de la gama de cereales que tiene altos porcentajes de proteínas y aminoácidos beneficiosos para el desarrollo de las células cerebrales además de aportar con energía, ayuda al desarrollo físico, etc.

El alto contenido nutricional del cereal genera que no sea reemplazado por otros cereales ya que los aminoácidos no se los encuentra fácilmente en otros productos, ayudando a que los consumidores compren un producto que aporta con diversidad de bondades para el cuerpo.

e. Rivalidad entre competidores

Tabla N° 26: Ponderación en relación a competidores

Variables	Bajo	Medio	Alto
Número y tamaño de competidores	1		
Bajo crecimiento de la empresa		2	
Altos costos en fijos	1		
Capacidad productiva			3
Suma	2	2	3
Promedio	0,5	0,5	0,75

Fuente: Investigación de campo (2014)
Elaborado por: Autora

Para la determinación del factor que genera mayor rivalidad entre los competidores es el incremento de la producción de quinua dentro de los principales países productores, es decir, los principales productores buscan competir por volumen de ventas.

Tabla N° 27: Incremento de la oferta exportable

Principales competidores	Aumento
Bolivia	59%
Perú	58%
Ecuador	30%

Fuente: Trade Map (2013)
Elaborado por: Autora

Es importante indicar que la rivalidad se da principalmente en la oferta exportable, para ello vamos analizar que Bolivia y Perú tienen mayor rivalidad donde el cultivo de quinua orgánica se ha incrementado notablemente por el interés de tener mayor participación en el mercado estadounidense y demás países. Sin embargo, Ecuador durante el año 2013 incentiva e intensifica el cultivo de quinua mediante la dotación de semilla certificada, capacitaciones en técnicas de cultivo con el interés de tener mayor oferta exportable para el siguiente año.

3.9. Proyecciones del estudio

a. Consumo Nacional Aparente

Para calcular el consumo nacional aparente se tomó el 10% de los habitantes estadounidenses que tienen ingresos altos debido a que son quienes tienen mayor posibilidad de comprar quinua orgánica, adicionalmente, es importante indicar que de la población de ingresos altos se consideró el 5% de este sector quienes consumen productos étnicos como la quinua.

Tabla N° 28: Segmentación de Estados Unidos que puede consumir quinua

Año	Población con el 10% de ingresos altos	5% consumen productos étnicos
2012	3.138.475	156924
2013	3.188.921	159446
2014	3.217.621	160881
2015	3.246.580	162329
2016	3.275.799	163790
2017	3.305.281	165264
2018	3.335.029	166751

Fuente: OECD y Pro Ecuador (2013).
Elaborado por: Autora

La fórmula para obtener el consumo nacional aparente es la siguiente:

$$Ca = (P + M) - X$$

Dónde:

Ca = Consumo nacional aparente

P = Producción

M = Importaciones

X = Exportaciones

Para el cálculo del consumo nacional aparente fue necesario investigar la producción nacional, importaciones y exportaciones de quinua en Estados Unidos.

Tabla N° 29: Consumo Nacional Aparente

AÑO	Producción Nacional en EU	Importaciones	Exportaciones	CNA
	Tn.	Tn.	Tn.	Tn.
2012	0	13712	13140	572
2013	0	21883	19300	2.583
2014		30054	25460	4.594
2015		38225	31620	6.605
2016		46396	37780	8.616
2017		54567	43940	10.627
2018		62738	50100	12.638

Fuente: Trade Map (2013) y OECD (2013),
Elaborado por: Autora

Según la FAO (2013) en el artículo: *Desde un alimento básico a la cocina gourmet*, la quinua orgánica en el mercado estadounidense la consideran como un producto gourmet por el alto contenido nutricional. Por otra parte, el incremento del precio del producto ha generado que tengan acceso principalmente los de ingresos altos que corresponde al 10% de los (as) estadounidense.

Un aspecto motivo de análisis es la producción nula de quinua en Estados Unidos, según Ana Quispe (2013) el cultivo se ha deteriorado por las siguientes causas:

- ✓ La quinua fue reemplazada principalmente por productos de mayor rendimiento en la producción.
- ✓ Las estaciones implica la siembra.
- ✓ Las instituciones financieras no brindan crédito para cultivo de quinua.
- ✓ Los agricultores que disponen dinero prefirieren la agricultura industrial.
- ✓ Poco interés en cultivo de quinua.
- ✓ La quinua no goza de subsidio.
- ✓ Falta de asignación de recursos económicos para la investigación.
- ✓ Estancamiento del cultivo por las plagas.

b. Demanda Insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha en Estados Unidos se procedió a dividir el consumo nacional aparente para el número de habitantes que tienen ingresos altos, posteriormente se realizó la operación de restar del consumo recomendado con el consumo real llegando a obtener el déficit de quinua en kilogramos. Finalmente, para obtener la demanda insatisfecha se procedió a calcular el 5% de la población que se encuentran en el rango de ingresos altos, quienes consumen productos étnicos y mediante la división del número de posibles consumidores para el déficit en kg logramos obtener la demanda insatisfecha que se muestra a continuación:

Tabla Nº 30: Demanda insatisfecha

AÑO	Población 10% ingresos altos	Consumo Per cápita Anual		Déficit	5% consumen productos étnicos	Demanda Insatisfecha en Tn.
		Real Kg.	Recomendado Kg.	Kg.		
2012	3.138.475	0,18	36,0	5,82	156.924	5.621
2013	3.188.921	0,81	36,0	5,19	159.446	5.611
2014	3.217.621	1,43	36,0	4,57	160.881	5.562
2015	3.246.580	2,03	36,0	3,97	162.329	5.514
2016	3.275.799	2,63	36,0	3,37	163.790	5.466
2017	3.305.281	3,22	36,0	2,78	165.264	5.418
2018	3.335.029	3,79	36,0	2,21	166.751	5.371

Fuente: Pro Ecuador, Axel Ruiz (2013).

Elaborado por: Autora

En el 2014 se proyecta que la demanda insatisfecha será de 5.562 toneladas de quinua mismas que no pueden cubrir en su totalidad los países andinos, debido a que el cultivo del producto se está incrementando paulatinamente para obtener rentabilidad con la comercialización a nivel internacional. En el caso de Bolivia y Perú históricamente han exportado quinua a Estados Unidos.

La existencia de demanda insatisfecha, es una oportunidad para los productores de quinua porque mediante la comercialización internacional podría ayudar a cubrir las necesidades básicas de quienes se dedican a esta actividad y conjuntamente contribuir a una alimentación saludable de los productores como de los consumidores estadounidenses.

c. Oferta Exportable de Quinua en Chimborazo

Tabla N° 31: Oferta de quinua

Año	Superficie Sembrada Ha.	Producción Promedio Chimborazo Tn x Ha	Producción de quinua Total Anual TN.	Producción Anual Kg.	Producción destinada a la Exportación TN. (6%)	Envíos trimestral
2013	1.200	2,00	2400	2400000	144	36
Proyección						
2014	1.272	2,00	2544	2544000	153	38
2015	1.348	2,00	2697	2696640	162	40
2016	1.429	2,00	2858	2858438	172	43
2017	1.515	2,00	3030	3029945	182	45
2018	1.606	2,00	3212	3211741	193	48

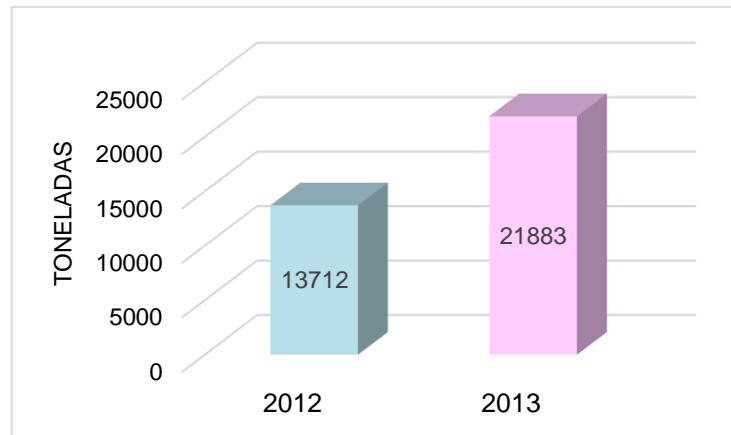
Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autora

Para calcular la oferta exportable se realizó investigación de campo sobre la producción de quinua en Chimborazo localizando a los mayores productores quienes se denominan COPROBICH; para ello los productores de la asociación proyectan aumentar el cultivo en un 30% hasta el 2015, porcentaje que está distribuido en un 6% para cada año debido a que es necesario mantener la fertilidad del suelo mediante cultivos alternativos. Por otra parte, los productores aseguraron que la producción que se incrementa será destinada al mercado estadounidense y así beneficiarse de los precios internacionales (Fuel, 2014).

3.9.1. Validación de la idea a defender

Gráfico N° 15: Estados Unidos importa quinua del mundo



Fuente: Trade Map (2013)
Elaborado por: Autora

Estado Unidos en los últimos dos años se ha convertido en el principal importador de quinua orgánica con el interés de alimentarse saludablemente, adicionalmente, la demanda de un producto orgánico genera la protección del medio ambiente y conjuntamente se apoya a los pequeños agricultores de Chimborazo que buscan mejorar sus ingresos económicos.

Durante el año 2013 las importaciones de quinua en Estados Unidos crecieron debido a la promoción del contenido nutricional generando que haya demanda insatisfecha, consecuentemente ocasionando que los precios aumenten por la falta de oferta.

Con la investigación se logró identificar un cliente potencial de quinua en Miami – Estados Unidos para lo cual, se conoce con certeza los requerimientos exactos del cliente permitiendo planificar a los agricultores de COPROBICH su cultivo, con la finalidad de satisfacer los pedidos de la industria QUINUASURE.

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

- ✓ El crecimiento económico de Estados Unidos se refleja en el 1% en relación de un periodo a otro, gracias al gasto de las familias, recuperación de las exportaciones, optimización de los gastos federales. Adicionalmente, el sector representativo en el PIB es la industria con el 19,10% por el amplio desarrollo de la tecnología, mientras que la agricultura aporta con el 1,20% debido a que se concentran en el cultivo de productos que tienen mayor rendimiento, subsidio, investigaciones, etc.
- ✓ Las autoridades de Estados Unidos incentivan el consumo de productos frescos, orgánicos y bajos en sodio con el propósito de disminuir el índice de sobrepeso en la población estadounidense, misma que es portadora de enfermedades cardíacas, diabetes, etc.
- ✓ El 51% de la producción nacional de quinua orgánica la hallamos en la provincia de Chimborazo, y las expectativas de los agricultores es incrementar su producción en un 6% anualmente para destinarla a la exportación y con ello beneficiarse de los precios internacionales que son atractivos.
- ✓ Los productores de quinua de Chimborazo pueden llegar a competir por costos en el mercado estadounidense debido a la cercanía geográfica en relación a Bolivia y Perú, costos de producción que se reflejan en el rendimiento de la producción.
- ✓ La demanda insatisfecha de quinua orgánica en Estados Unidos para el 2014 es de aproximadamente 5,562 toneladas y su consumo está en crecimiento debido a que los consumidores tienen mayor conciencia sobre una alimentación saludable.

4.2. Recomendaciones

- ✓ Recomiendo comercializar el producto andino a Estados Unidos porque actualmente existe estabilidad económica generando que sus pobladores tengan poder adquisitivo para productos importados.
- ✓ Los agricultores de Chimborazo deben aprovechar la oportunidad de comercializar quinua orgánica a Estados Unidos, debido a que sus autoridades gubernamentales incentivan el consumo de productos orgánicos y los consumidores cada vez tienen mayor conciencia en la alimentación.
- ✓ El cultivo de quinua orgánica es considerada como una actividad ancestral de los agricultores ecuatorianos, por tal razón es importante rescatar este tipo de siembra para preservar las costumbres que es una característica que nos identifica a nivel internacional.
- ✓ Se recomienda a los agricultores de quinua orgánica de la provincia de Chimborazo realizar un análisis de costos de producción, de manera que la inversión realizada sea menor que los productores bolivianos y peruanos, sin afectar a la calidad del producto mediante la utilización de insumos orgánicos.
- ✓ Los productores de quinua deben asesorarse con un técnico sobre el cultivo orgánico debido a que la demanda de esta clase de productos está en crecimiento y conjuntamente aportar a la protección del medio ambiente.

CAPÍTULO V: PROPUESTA.

5.1. TÍTULO

Exportación de quinua orgánica desde la provincia de Chimborazo a Miami – Estados Unidos.

5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.

La quinua orgánica ha tenido una gran participación en el mercado internacional por sus características nutricionales que se promovió a partir del 2012, por la declaración internacional del grano andino y al mismo tiempo utilizándola como estrategias para combatir el hambre y la desnutrición a nivel mundial, generando que la demanda externa aumente e incentive el cultivo en diferentes países con suelos aptos para su producción.

La demanda en el mercado estadounidense continúa en crecimiento por el interés de los consumidores de alimentarse saludablemente, mientras que el precio del grano de oro como lo catalogan en el mercado internacional es atractivo en comparación del precio del mercado local. Adicionalmente, el consumo de productos orgánicos está en ascenso porque con ello aportan al cuidado del medio ambiente que es un problema mundial.

En Ecuador la provincia que lidera con la producción de quinua es Chimborazo porque es un producto tradicional de los pequeños agricultores del sector, adicionalmente, autoridades gubernamentales apoyan el cultivo de productos andinos como la quinua para lo cual brindan capacitaciones principalmente en temas de cultivo y conjuntamente buscan incrementar la producción para satisfacer requerimientos del mercado nacional y su excedente destinarlo a la exportación.

Los pequeños agricultores de quinua de la provincia de Chimborazo forman parte de COPROBICH con la finalidad de asegurar que la producción sea comercializada en diferentes supermercados del país. Con la investigación desarrollada, la intención es crear un departamento de comercialización internacional en COPROBICH con el propósito de planificar las diferentes actividades que se deben cumplir para satisfacer los requerimientos del cliente estadounidense.

5.3. JUSTIFICACIÓN.

La exportación de quinua orgánica al mercado estadounidense es una oportunidad económica para los pequeños agricultores de la provincia de Chimborazo, porque mediante esta actividad perciben mayores ingresos permitiéndoles mejorar la calidad de vida de sus familias, teniendo en cuenta que los precios internacionales son mejores que los nacionales.

El cultivo de quinua hace cinco años atrás era poco representativo porque el consumo nacional era mínimo, factor que desincentivaba su siembra en diferentes provincias del país, sin embargo la exportación de quinua a Estados Unidos ayuda a mantener e incrementar el cultivo de productos andinos que son saludables. Por otra parte, el sector agrícola se reactiva mediante la exportación de productos no tradicionales para no depender de bienes no renovables de esta manera la balanza comercial de nuestro país no se ve afectada cuando este bien se haya culminado.

La exportación de quinua orgánica a Estados Unidos es esencial porque mediante su comercialización se apoya a una alimentación sana y contribuir a la política alimentaria del país Norteamericano.

5.4. OBJETIVOS.

5.4.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad para la exportación de quinua orgánica desde la provincia de Chimborazo a Miami – Estados Unidos.

5.4.2. Objetivos Específicos

- Establecer el canal de comercialización conveniente para la comercialización a Miami - Estados Unidos.
- Identificar la logística requerida para la exportación de quinua orgánica desde Chimborazo a Miami.
- Determinar la factibilidad financiera de exportar quinua orgánica de Chimborazo a Miami mediante indicadores financieros.

5.5. Tamaño de la empresa

Para la determinación del tamaño de la empresa es importante analizar la capacidad productiva que tiene COPROBICH, para lo cual se analiza la oferta exportable de quinua orgánica, además se examinó la demanda de la Industria QUINUASURE que requiere el producto. A continuación se muestra los requerimientos del cliente estadounidense y la capacidad productiva de COPROBICH:

Tabla N° 32: Demanda del cliente y oferta de COPROBICH

DATOS	AÑOS					
	2013	2014	2014	2016	2017	2018
Oferta exportable COPROBICH (Tn)	144,00	152,64	161,80	171,51	181,80	192,70
Demanda insatisfecha de QUINUASURE	300	300	300	300	300	300
% de cobertura de la demanda	48%	50,88%	53,93%	57,17%	60,60%	64,23%

Fuente: COPROBICH y Quinuasure (2013)
Elaborado por: Autora

En la tabla anterior se demuestra que COPROBICH está en la capacidad de aumentar el 6% de cultivo de quinua cada año, llegando a tener una oferta exportable de 152 toneladas en el años 2014, mientras que la demanda Quinuasure es de 25 toneladas cada mes, generando que los agricultores cubran en periodo 2014 el 50,88% de los requerimientos del cliente estadounidense.

✓ **Espacio físico**

De acuerdo a la investigación y a la capacidad productiva de los pequeños agricultores que forman parte de COPROBICH es necesario crear un departamento de comercialización internacional, con el fin de desarrollar las diferentes actividades logísticas para cumplir con los requerimientos del cliente en Estados Unidos, para lo cual se requiere arrendar una oficina para el departamento de exportación.

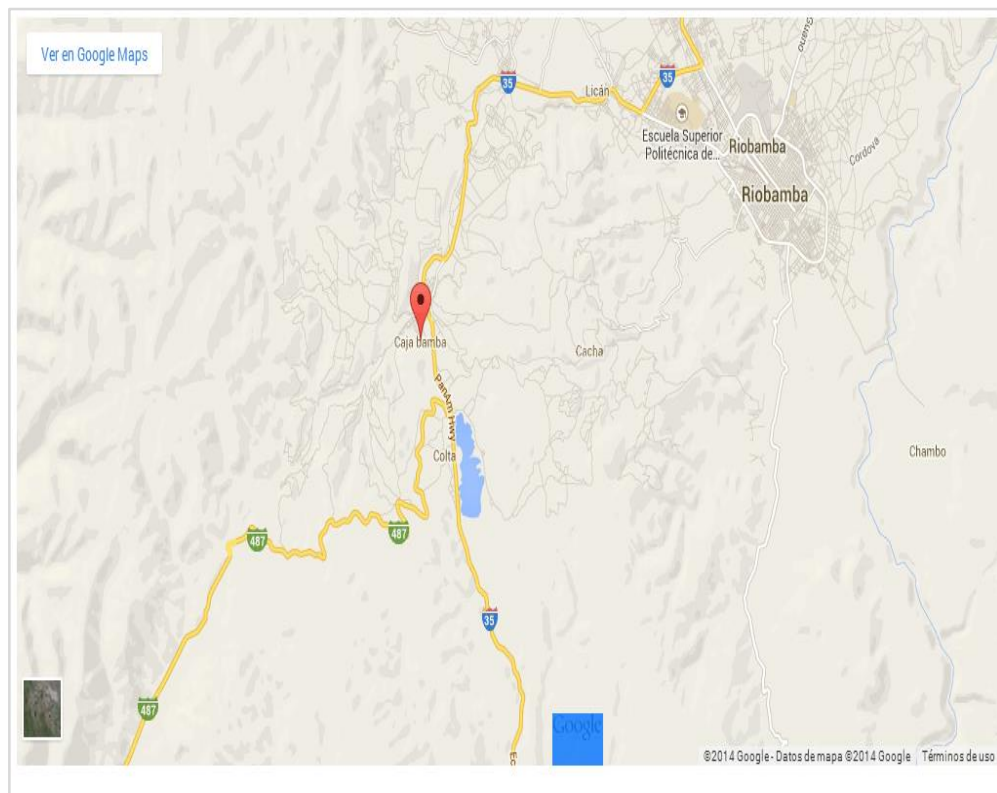
✓ **Localización de los oferentes**

El departamento de comercialización internacional se ubicará estratégicamente cerca del centro de acopio de los productores de COPROBICH con la finalidad de intercambiar información de oferta y demanda de quinua orgánica.

Ubicación geográfica

País	Ecuador
Provincia	Chimborazo
Cantón	Colta
Parroquia	Cajabamba

Gráfico N° 16: Ubicación de COPROBICH



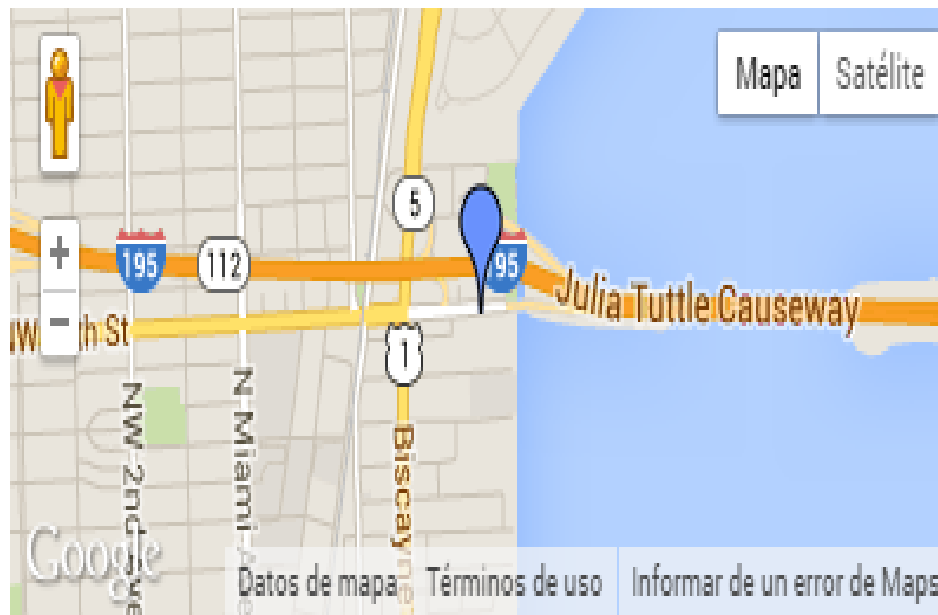
Fuente: COPROBICH (2014)

✓ Localización de los demandantes

El cliente en Estados Unidos es QUINUASURE, mismo que se dedica a la comercialización de productos terminados en base a quinua; para lo cual se ubica geográficamente así:

País	Estados Unidos
Ciudad	Miami
Dirección	600NE 36th ST – Miami
Teléfonos	954.900.9665 305.781.5593

Gráfico N° 17: Ubicación de QUINUASURE Estados Unidos



Fuente: Quinuasure (2014)

5.6. FUNDAMENTACIÓN.

5.6.1. Factibilidad

Según Varela (2010) la factibilidad consiste en el análisis de los diferentes factores que intervienen un negocio para determinar si lo que se propone será conveniente o fracasará, además se llega a proponer estrategias de manera que la empresa tenga éxito.

Para realizar la exportación de quinua orgánica desde Chimborazo a Miami es necesario analizar los factores que intervienen en la actividad comercial internacional, además de proponer caminos que se pueden seguir para que los productores chimboracenses tengan éxito con la exportación del cereal.

5.6.2. Exportación

De acuerdo a la SENA (2014) la exportación es la salida autorizada de mercancías con destino a otro territorio aduanero.

La exportación de quinua orgánica es la salida definitiva del producto con destino a Miami – Estados Unidos cumpliendo la normativa del país de destino y de origen

5.6.3. Logística

Consiste en el proceso de organizar, planificar, controlar de forma eficiente el traslado de las mercancías así como el intercambio de información que se genere en el país de origen como en destino para cumplir al máximo con los requerimientos de los clientes (Cámara de Comercio de Bogotá, 2011). Para la comercialización de quinua orgánica desde Chimborazo a Miami es necesario que se planifique todas las actividades de forma eficiente para minimizar costos y tiempos.

5.6.4. Indicadores financieros

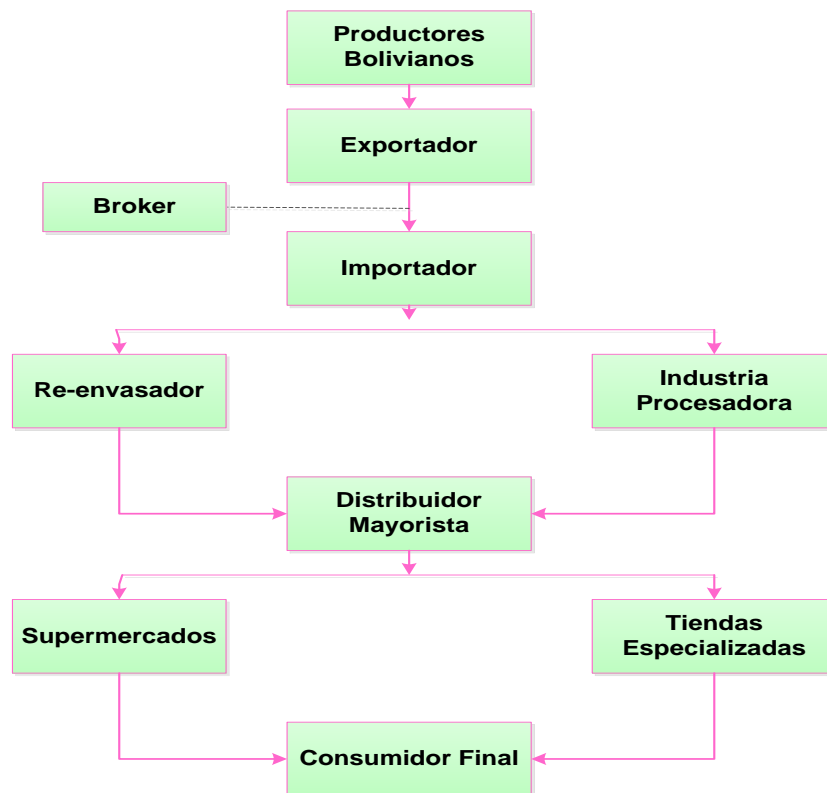
Están relacionados al análisis de los estados financieros, mediante su implementación permite conocer la situación económica de la empresa y con estos datos ayuda a tomar decisiones ante diferentes situaciones (Sánchez, 2006). Para conocer la factibilidad de la exportación de quinua orgánica es necesario analizar los indicadores financieros mismos que nos señalan si es rentable o no la actividad comercial.

5.7. Canal de comercialización

5.7.1. Implementado por Bolivia

Para determinar el canal de comercialización conveniente para los productores de COPROBICH se realizó una comparación con el canal que utiliza Bolivia y Perú. A continuación se plantea el canal de comercialización que utiliza Bolivia para llegar con el cereal al mercado estadounidense.

Gráfico N° 18: Canal de comercialización que utiliza Bolivia



Fuente: Infoquinua Bolivia (2009)

Elaborado por: Autora

Según la FAO (2013) en su artículo *Quinoa sólo beneficia a grandes intermediarios*, los productores bolivianos tienen problemas en la comercialización internacional debido al desconocimiento de nichos de mercado,

procesos de comercialización en el país de destino, etc. Por este motivo, venden la quinua a intermediarios quienes se encargan de llevar el producto a restaurantes, tiendas, supermercados y por ende a los consumidores finales, beneficiándose de las utilidades e incrementan el precio de la quinua.

El problema no solamente es para los productores de Bolivia sino también para los consumidores finales, quienes tienen que pagar precios elevados limitando la compra del producto; definitivamente las mayores utilidades son percibidas por los intermediarios quienes tienen mayor conocimiento de los nichos de mercado.

5.7.2. Implementado por Perú

Gráfico N° 19: Canal de comercialización que utiliza Perú



Fuente: Mercurio Consultores (2010)
Elaborado por: Autora

La quinua peruana llega a los consumidores estadounidenses a través de bróker quien se encarga de contactar con los mayoristas ubicados en el país de destino consecuentemente el producto pasa por diferentes intermediarios que aumentan el precio para el consumidor final.

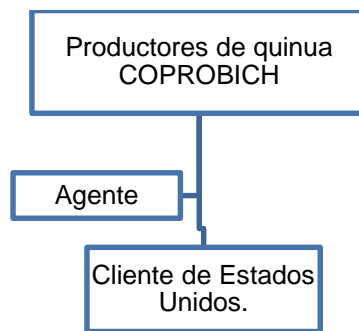
Es importante mencionar que los agricultores peruanos venden la quinua a intermediarios quienes regatean con los productores para revender el producto a los exportadores y obtener rentabilidad incrementando el precio hasta que en el mercado internacional se quintuplica debido a la intervención de gran número de intermediarios. (Asencios, 2013).

5.7.3. Canal de Comercialización recomendado para COPROBICH

Hace años atrás la quinua se consumía únicamente en los países andinos, pero hoy se convirtió en un alimento importante en Estados Unidos y demás países de Europa. El cereal es distribuido principalmente en, tiendas de productos naturales, restaurantes vegetarianos y la comercialización del cereal continúa expandiéndose.

El canal de comercialización que se sugiere para los productores de COPROBICH es mediante el canal directo en el cual únicamente se requiere de un agente y gráficamente se representa de la siguiente forma:

Gráfico N° 20: Canal de comercialización



Fuente: Investigación de campo (2014)
Elaborado por: Autora

Una vez analizado el canal de comercialización que utiliza Bolivia y Perú se propone la implementación del canal de comercialización que señalamos anteriormente con la finalidad de disminuir la participación de intermediarios que encarecen el producto. Lo ideal es contratar a un agente para que aporte con los respectivos trámites para la exportación de la mercancía.

Para la exportación de quinua a Miami – Estados Unidos es necesario la intervención de un agente porque es la persona que está actualizada en la

legislación, además de tener conocimiento de las formalidades aduaneras que se debe cumplir y de esta forma evitar contratiempos que son representados en tiempo – costos.

5.8. Proceso logístico requerido

La logística para exportar la quinua orgánica desde la provincia de Chimborazo comienza en el país de origen (Ecuador) y culmina la responsabilidad del vendedor de acuerdo al término de negociación que se acordó previamente con el comprador. A continuación se detalla las actividades logísticas para llevar la quinua orgánica en las mejores condiciones hasta el lugar acordado con el importador tratando de minimizar costos y tiempos.

5.8.1. Datos generales para cálculo de la logística

Para la exportación de la quinua orgánica es importante determinar la información relevante sobre el producto que será fundamental a lo largo del proceso logístico, misma que se detalla a continuación:

Tabla Nº 33: Datos básicos de la quinua

Nombre técnico o comercial del producto	Quinua
Posición arancelaria en el país exportador	1008.90.1000
Posición arancelaria en el país importador	1008.50.0000
Unidad comercial de venta	Sacos
Moneda de transacción.	Usd
Valor ex-work de la unidad comercial.	200,00

Fuente: Banco Central del Ecuador (2013), Patricio Fuel (2014)
Elaborado por: Autora

La información del producto es importante para poder tramitar los documentos tanto en el país de origen como en destino para no entorpecer la exportación, además los datos señalados anteriormente contribuyen a que el producto cumpla con la normativa de Ecuador como de Estados Unidos.

Tabla N° 34: Información básica del embarque

País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	Cajabamba - Colta
País de destino	Estados Unidos
Ciudad de punto de destino	Miami
Nº de unidades comerciales por embarque	720
Valor inicial del embarque (EXW)	144000
Tipo de embalaje	Sacos
Tipo de unidad de carga	Pallets
Nº total de embalajes	720
Nº total de unidades de carga	36

Fuente: Investigación de campo (2014)
Elaborado por: Autora

En la Tabla N° 34 detallamos el lugar específico de salida del embarque mismo que es Cajabamba – Colta porque allí encontramos el centro de acopio de los productores de quinua de la provincia de Chimborazo. Otro aspecto de análisis son las unidades comerciales que son de 720 sacos de quinua orgánica de acuerdo a la capacidad de la unidad de carga de esta forma se optimiza recursos.

Tabla N° 35: Información adicional

Término de negociación	CFR (Costo y Flete)
Forma de pago	A plazo
Plazo	45 días
Tipo de Cambio	1,00
% de tasa de seguro	3%
Porcentaje de tasa pasiva de interés anual	5,19%
Tasa promedio de inflación anual	2,70%
Inflación promedio anual del país de destino	1,50%

Fuente: Banco Central del Ecuador, Banco Mundial (2013)
Elaborado por: Autora

En la Tabla N° 35 se investigó la tasa promedio de inflación del país de origen y de destino de acuerdo a datos históricos, de esta manera poder proyectar para los siguientes años el incremento de costos - gastos que implican en el proceso

de exportación así tener previo conocimiento de la situación que se puede presentar para los siguientes cinco años.

5.8.2. Cubicaje

El cálculo del cubicaje permite identificar previo al embarque las unidades que alcanzan en la unidad de carga y de esta forma podemos optimizar recursos.

Tabla N° 36: Cálculo de cubicaje

Cálculo de cubicaje	Empaque / embalaje sacos	Unidad de carga pallets	Estimación del espacio	Nº de pallets a utilizar año 0
Nº de unidades	1	20		36,00
Largo mts	0,85	1,00	1	
Alto mts	0,14	1,50	10	
Ancho mts	0,56	1,20	2	
Volumen total del embarque m3	0,067	1,8	27	
Peso por unidad kg	50	1000	20	
Peso total del embarque ton	0,050	1,0	20	

Fuente: Agencia de Aduana de Browner, Investigación de campo (2014)
Elaborado por: Autora

El proceso que se realizó fue determinar el volumen del saco de quinua orgánica y el volumen del pallet tipo americano, posteriormente se dividió el volumen del pallet para el del saco obteniendo el número exacto de sacos que alcanzan en la unidad de carga, para lo cual en cada pallet alcanza 20 sacos de 50 kg teniendo en cuenta la capacidad de carga del pallet estándar.

Tabla N° 37: Cálculo de cubijaje para el transporte interno

Cálculo de cubijaje	Empaque / embalaje	Unidad de carga	Estimación del espacio	N° de vehículos a utilizar año 0
N° de unidades	1	40		1,00
Largo mts	1,00	20,00	20	
Alto mts	1,30	1,30	1	
Ancho mts	1,20	2,60	2	
Volumen total del embarque m3	1,56	67,6	43,33	
Peso por unidad kg	1000	36000	40	

Fuente: Ministerios de Transporte y Obras Públicas (2012)
Elaborado por: Autora

En la tabla antes señalada se realizó el cálculo del cubijaje con la finalidad de conocer cuántos pallets alcanzan en un camión 2S3 y de acuerdo a dicha información contratar el número de vehículos requeridos; en este caso se necesita de un camión para transportar 36 pallet desde Cajabamba al puerto marítimo de Guayaquil.

Tabla N° 38: Proyección de ventas

DATOS	AÑOS					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Oferta exportable (Tn)	144,00	152,64	161,80	171,51	181,80	192,70
Demanda insatisfecha	300	300	300	300	300	300
% de cobertura de la demanda	48,00%	50,88%	53,93%	57,17%	60,60%	64,23%
Frecuencia de envío	Trimestral	Trimestral	Trimestral	Trimestral	Trimestral	Trimestral
Número de envíos al año	4	4	4	4	4	4
Tamaño del embarque	36	38	40	43	45	48
N° de empaques / embalajes	720	763	808	857	908	963
N° de pallets	36	38	40	42	45	48
N° de vehículo 3S2	1	1	1	1	1	1
Estimación de ventas según embalajes por envío	720	760	800	840	900	960
Estimación de ventas según unidad comercial (envases) al año	2880	3040	3200	3360	3600	3840
Estimación de ventas según empaques / embalajes al año	720	760	800	840	900	960
Estimación de ventas según unidad comercial	144	152,00	160,00	168,00	180,00	192,00

Fuente: Ministerio de transporte y obras públicas (2012), Investigación de campo (2014)
Elaborado por: Autora

En la tabla de proyección de ventas se detallan los envíos que se realizarán cada año, así como el número de pallets que se necesitan para cada exportación, etc. este proceso se realizó con la finalidad de proyectar los costos y gastos futuros y así poder generar los estados financieros que posteriormente se desarrollarán.


5.8.3. Costos en la exportación

En los costos de exportación van incluidos los recursos económicos, cantidades así como la intervención del talento humano que es el eje fundamental en la actividad comercial internacional.

5.8.3.1. Envase – embalaje y etiquetado




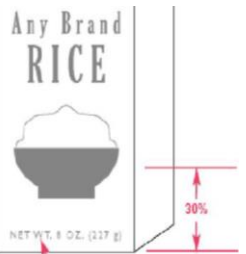
Es importante indicar que los productores de COPROBICH entregan la quinua orgánica envasada y etiquetada, por tal motivo no se incurre en costos adicionales. Sin embargo, el etiquetado debe estar de acuerdo a lo que señala la normativa de Estados Unidos que se indica a continuación:

Tabla N° 39: Normas de envase y embalaje

Envase – Embalaje	
<p>El envase de la quinua orgánica deberá cumplir con las condiciones higiénicas para evitar la contaminación del producto. La quinua se envasará en sacos de polietileno doble de alta densidad de 50 kilos.</p> <p>El embalaje se lo utiliza con la finalidad de agrupar la mercancía, proteger, facilitar la manipulación, y es seleccionado de acuerdo a las necesidades del producto; en el caso de la quinua orgánica el envase coinciden con el embalaje</p>	

Fuente: Hernani Larrea (2013)
Elaborado por: Autora

Tabla N° 40: Normas de etiquetado de Estados Unidos

IDENTIDAD DEL PRODUCTO PANEL FRONTAL	
	<ul style="list-style-type: none"> En el área frontal de la etiqueta debe incluirse Quinoa Orgánica, por ser el nombre del alimento. La letra debe ser imprenta y negrita, además el tamaño de la tipografía debe ser proporcional al material impreso El nombre del alimento es aprobado por la ley o norma de Estados Unidos.
NOMBRE Y DIRECCIÓN DEL FABRICANTE PANEL DE INFORMACIÓN	
	<ul style="list-style-type: none"> El nombre del país de origen debe ser evidente es decir Ecuador debe ser legible. Es necesario incluir la dirección del responsable de la distribución de la quinoa orgánica en Estados Unidos
INFORMACIÓN NUTRICIONAL PANEL DE INFORMACIÓN	
	<ul style="list-style-type: none"> El contenido nutricional debe ir junto a la dirección del fabricante, emparador o del distribuidor. Estas especificaciones pueden colocarse en cualquier panel alternativo de manera que pueda ser visto por el consumidor. La etiqueta de información nutricional se incluye en un recuadro de color negro, en un fondo de color blanco o neutral.
CONTENIDO NETO PANEL DE INFORMACIÓN	
	<ul style="list-style-type: none"> La manifestación del contenido neto de quinoa orgánica debe ser colocada en la parte inferior mismo que ocupa el 30% del panel de exhibición principal en renglones paralelos a la base del envase. Los contenidos netos deben ser de acuerdo al sistema métrico decimal (kilos) de los Estados Unidos. La tabla de contenido nutricional puede ir de forma horizontal o vertical. además debe presentarse en un otro idioma aparte del inglés. Para las especificaciones de la cantidad neta, el tamaño de tipografía mínimo es el tamaño menor permitido según el espacio disponible para el etiquetado en el PDP. (parte de la etiqueta del paquete que está más expuesta a la vista del consumidor)

Fuente: Food and Drug Administration (2013)
Elaborado por: Autora

a. Mercado

Según Food and Drug Administration (2013), las excepciones de mercado de las mercancías que ingresan a Estados Unidos establece la no obligatoriedad al mercado, cuando en el envase indica de manera razonable el origen de la mercancía. Al momento de exportar los sacos de quinua orgánica deben ir con etiquetado en el envase por lo tanto no requiere del mercado. El etiquetado de los productos orgánicos como la quinua debe contener al menos el 95% de ingredientes producidos orgánicamente y pueden acceder al sello de 100 percent organic and “organic” que otorga el USDA de Estados Unidos. Siendo la quinua 100% orgánica de acuerdo al proceso de cultivo que realizan los productores además accede al sello de producto 100% orgánico.

5.8.3.2. Unitarización

El proceso logístico empieza con la unitarización del producto de manera que facilite la movilización del producto así como proteja de contaminantes y llegue en las condiciones apropiadas a su destino.

Tabla N° 41: Unitarización de los sacos

Descripción	Costo unitario usd	Cant.	Costo total USD	Tiempo en Días	RR.HH.	Costo X Trabajador	Costo de mano de obra	Costo total de operación USD
Pallets	18	36	648	0,5	10	10	50	698
Zunchos / Amarras	14	108	1512		4	10	20	1532
			0				0	0
TOTALES				0,5	2230			

Fuente: Investigación de campo (2014)
Elaborado por: Autora

En la unitarización de la quinua fue necesario basarse en el cubicaje con la finalidad de comprar los pallets que realmente se necesitan. Adicionalmente, se debe cumplir con el reglamentación fitosanitaria NIMF-15 (Normas Internacionales para Medidas Fitosanitarias), de la IPPC (The International Plant

Protection Convention, organismo perteneciente a la ONU, es la única entidad que regula y autoriza esta norma a nivel internacional), que se emplea para pallets como embalajes de madera para exportación. La NIMF-15 trata de evitar la entrada de plagas, insectos o parásitos que pueda contener la madera procedente de Ecuador.

5.8.3.3. Manipuleo

Tabla N° 42: Manipuleo en el local de exportador

Descripción	Costo por cargue	Cant.	Tiempo en horas	Tiempo total días	Costo total de operación USD
Cargue de los 36 pallets al vehículo	70	1	1,00	0,04	70
TOTALES				0,04	70

Fuente: Investigación de campo (2014)
Elaborado por: Autora

Una vez unitarizada la mercancía el manipuleo corresponde a la movilización de los 36 pallets a la unidad de carga y para ello se requiere del alquiler de montacargas.

5.8.3.4. Documentos requeridos para exportar

Tabla N° 43: Documentación

Descripción	Costo unitario USD	Cant.	RR.HH.	Tiempo en Horas	Tiempo en Días	Costo total de operación USD
Factura Comercial	0	1	1 persona	0,5	0,06	0,00
Lista de empaque	0	1			0,00	0,00
Certificado de Origen	0,00	1			0,00	0,00
Certificados Fitosanitario – para certificadora de productos orgánicos	160,00	1		1	0,13	160,00
Certificado de inocuidad	300,00	1		2	0,25	300,00
Registro de importador/exportador	0	1		0,5	0,06	0,00
TOTALES				4	0,50	460,00

Fuente: Agrocalidad (2013) e investigación de campo (2014) (Ver Anexo 2)
Elaborado por: Autora

➤ **Certificados Sanitarios**

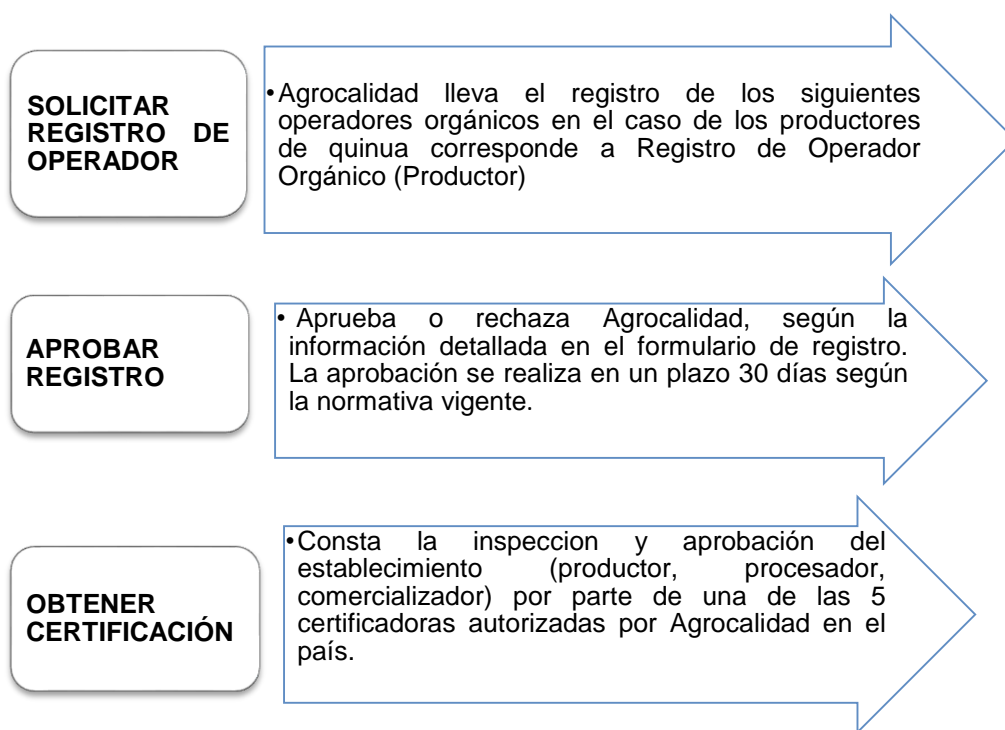
Lo emite Agrocalidad en Ecuador en el cual consta que la quinua orgánica analizada cumple con la normativa sanitaria local e internacional; documento que es imprescindible para la exportación ya que de eso dependerá el tipo de registro o certificado que necesita emitir y la institución emisora. En el caso de la quinua orgánica se clasifica dentro de los productos de origen vegetal (frescos) y el procedimiento que se debe seguir para obtener dicho certificado es el siguiente:

1.- Registrarse como productor – exportador y tendrá una vigencia de 2 años pudiendo renovarlo. Los requisitos que debe presentar para el registro son: RUC, Copia de Cédula, Constitución de la empresa y nombramiento del representante legal, Croquis de ubicación del centro de acopio (exportador) y cultivo (exportador – productor).

2.- Una vez registrado, el exportador para cada embarque debe solicitar la emisión de un Certificado Fitosanitario mismo que requiere de una inspección del producto a embarcar. El certificado tiene una vigencia de 90 días calendario a partir de su aprobación.

NOTA: Por cada embarque que el exportador realice, AGROCALIDAD debe hacer una inspección previa del producto para la emisión de un Certificado de Inspección que luego se canjea por el Certificado Fitosanitario en puertos, aeropuertos y puestos fronterizos.

Gráfico N° 21: Proceso para productos orgánicos



Fuente: Pro Ecuador (2013)
Elaborado por: Autora

En la actualidad exportar productos orgánicos es una oportunidad porque la demanda de esta clase de bienes está en crecimiento por el interés de los consumidores de cuidar la salud y el medio ambiente. Las autoridades estadounidenses apuntan a una alimentación sana de sus habitantes por este motivo promocionan productos orgánicos y de esta forma evitar enfermedades que están enlazadas por la mala alimentación.

5.8.3.5. Traslado de la mercancía en el país de origen

Tabla N° 44: Transporte interno

Descripción	Costo unitario por vehículo	Cant. de vehículos	Tiempo en días	Costo total de operación USD
Flete interno vehículo 3S2 desde Cajabamba al puerto de Guayaquil	600	1	0,21	600,00
TOTALES			0,21	600,00

Fuente: Investigación de campo (2014)
Elaborado por: Autora

Para el transporte interno de la mercancía la empresa autorizada elabora la guía de remisión en la cual se especifica el lugar de partida, lugar de entrega así mismo se detalla la mercancía, finalmente se indica el valor del flete. El tiempo requerido para el traslado de la mercancía desde el centro de acopio hasta el puerto marítimo de Guayaquil es de aproximadamente 5 horas.

5.8.3.6. Almacenamiento de la carga

Tabla N° 45: Almacenamiento en el país de origen

Descripción	Costo por embarque	Cant.	Tiempo en horas	Tiempo en Días	Costo total de operación USD
En el almacenamiento se incluye descargue y cargue	9,28	36	24	1,00	334,08
TOTALES				1,00	334,08

Fuente: Contecon Guayaquil S.A. (2014)
Elaborado por: Autora

Las instrucciones para el almacenamiento de la carga son importantes para el cuidado y conservación de la misma. El almacenamiento se lo debe hacer en una bodega o almacén que cuente con el espacio necesario y adecuado para cada tipo de mercancía.

5.8.3.7. Contratación de agentes

Tabla N° 46: Agentes

Descripción	Honorarios personales	RR.HH.	Tiempo en Horas	Tiempo en Días	Costo total de operación USD
Agente de carga	35	3	2	0,25	35
Agente Marítimo	200		1	0,13	200
Agente Aduana 90% SBU	306		3	0,38	306
TOTALES			6	0,75	541

Fuente: Investigación de campo (2014)
Elaborado por: Autora

La contratación de los servicios del agente de carga es imprescindible porque es el encargado de coordinar y organizar embarques y emitir o recibir del exterior los documentos de transporte propios de su actividad.

El agente marítimo representa al armador o al fletador del buque en el puerto y realiza el despacho documental frente a las autoridades locales, contrata los servicios portuarios. Asimismo, es el encargado de firmar los conocimientos de embarque de las mercancías de exportación y recibe los conocimientos canjeables por las mercancías descargadas de la importación. Para que agilizar los trámites con la SENA es importante la intervención de un agente de aduana mismo que esta actualizado en temas de exportaciones y más formalidades aduaneras que debe cumplir para que la mercancía puede salir a Miami. .

5.8.3.8. Contratación de Carta de Crédito

A continuación se presenta los cálculos para obtener la carta de crédito misma que garantiza el pago por parte del importador y para ello se debe incurrir en gastos que se indican a continuación.

Tabla N° 47: Costos bancarios

Descripción	Valor FCA	Tasa del banco	Tiempo de contratación en horas	Tiempo de contratación en días	Costo final
Costo de la carta de crédito	146300,00	2%	2,00	0,25	2926,00

Fuente: Banco del Austro (2014)
Elaborado por: Autora

Tabla N° 48: Capital e inventario - país de origen

Descripción	Base de cálculo = FCA + gastos	Tasa pasiva de interés anual	Tiempo en días	Año comercial	Costo final USD
Costo de oportunidad.	151181,08	5,19%	3,25	360	70,83

Fuente: Banco Central del Ecuador (2013)
Elaborado por: Autora

En la Tabla N° 48 se realizó el cálculo de costo de oportunidad, es decir que para la exportación de quinua orgánica a Estados Unidos se ha invertido 151181,08 dólares y al depositarlos por 4 días en cualquier institución financiera se genera 70,83 dólares de interés.

Tabla N° 49: Flete internacional

Descripción	Costo unitario por embarque	Cant. de pallets	Tiempo en días de operación	Costo total de operación USD
Flete de 36 pallets que c/u lleva 20 sacos de 50 kg.	51,53	36	9	1855,08
TOTALES			9	1855,08

Fuente: Estefanía Palacios (2014)
Elaborado por: Autora

El transporte por el cual se trasladará la quinua orgánica es vía marítima para lo cual el tiempo aproximado de tránsito es de 9 días desde el puerto marítimo de Guayaquil utilizando la ruta Balboa – Panamá hasta llegar al puerto marítimo de Miami – Estados Unidos.

Tabla N° 50: Seguro internacional

Descripción	Valor asegurado	Prima	Tiempo de contratación en horas	Tiempo en días	Costo de operación
Cobertura de todo riesgo	153086,99	3%	2	0,25	4592,61

Fuente: Investigación de campo (2014)
Elaborado por: Autora

Con la finalidad de asegurar la carga, en caso de cualquier percance durante el transporte internacional se accede a la contratación de la prima del seguro, para ello se tiene que incurrir en un gasto de 4592,61 usd.

Tabla N° 51: Capital e inventario - tránsito internacional

Descripción	Valor CIF	Tasa pasiva de interés anual	Tiempo en días	Año comercial	Costo final usd
Costo de oportunidad.	157679,59	5,19%	9,38	360	213,11

Fuente: Investigación de campo (2014)
Elaborado por: Autora

Con el cálculo del capital e inventario en tránsito internacional se puede analizar el costo de oportunidad que se podría generar al momento de invertir en una institución bancaria el dinero empleado para la exportación de quinua orgánica.

Tabla N° 52: Almacenamiento en Miami – Estados Unidos

Descripción	Tiempo de almacenaje en días	Costo Total USD
Almacenamiento temporal	1	359

Fuente: Estefanía Palacios (2014)
Elaborado por: Autora

Tabla N° 53: Manipuleo de desembarque

Descripción	Costo por embarque	Cant.	Tiempo en horas	Tiempo en días	Costo total de operación USD
Descargue	5,56	36	1	0,13	200,16
TOTALES				0,13	200,16

Fuente: Estefanía Palacios (2014)
Elaborado por: Autora

Tabla N° 54: Documentación

Descripción	Costo unitario usd	Cant.	RR.HH.	Tiempo en horas	Tiempo en días	Costo total de operación usd
Documento de recepción de carga	100	1	1 persona	2	0,25	100
Certificado sanitario en el país de destino	100	1		3	0,38	100
TOTALES				5	0,63	200

Fuente: Estefanía Palacios (2014)
Elaborado por: Autora

Tabla N° 55: Agentes

Descripción	Honorarios profesionales	RR.HH.	Tiempo en horas	Tiempo en días	Costo total de operación usd
Agente de aduana	160	1	4	0,50	160,00
TOTALES			4	0,50	160,00

Fuente: Estefanía Palacios (2014)
Elaborado por: Autora

Tabla N° 56: Transporte interno

Descripción	Costo unitario por vehículo	Cant. de vehículos	Tiempo en días de operación	Costo total de operación USD
Flete interno vehículo desde el puerto hasta el local del importador	1115	1	1	1115
TOTALES			1	1115

Fuente: Estefanía Palacios (2014)
Elaborado por: Autora

El transporte interno en el Miami – Estados Unidos corresponde desde el puerto marítimo de la misma ciudad hasta la dirección de Quinasure donde se ubica el cliente.

Tabla Nº 57: Aduaneros

Descripción	% de Impuesto	Base imponible	Costo total usd	Tiempo en horas	Tiempo en días	Costo final usd
ADVALOREM	1,1%	157679,59	1734,48	0	incluido en agente	1734,48

Fuente: Investigación de campo (2014)
Elaborado por: Autora

Tabla Nº 58: Capital e inventario en el país de destino

Descripción	Valor DAP	Tasa pasiva de interés anual	Tiempo en días	Año comercial	Costo final USD
Costo de oportunidad.	159927,05	5,19%	3,25	360	74,93

Fuente: Investigación de campo (2014)
Elaborado por: Autora

Tabla Nº 59: Cálculo de Incoterms 2010

INCOTERMS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Tiempo en días
Valor del embarque	144.000	163.783	172.551	181.375	194.385	207.450	0
EXW	144.000	163.783	172.551	181.375	194.385	207.450	0
Manipulación local X	70	72	74	76	78	80	0,04
Unitarización	2.230	2.413	2.559	2.706	2.920	3.138	0,5
FCA/FAS	146.300	166.268	175.183	184.157	197.383	210.667	0,54
Transporte interno	600	616	633	650	667	685	0,21
Almacenamiento en el país de origen	334	362	392	422	465	509	1,00
Agentes	541	556	586	635	706	807	0,75
Documentación	460	472	498	540	600	686	0,50
Capital e inventario país de origen	71	80	85	89	95	102	0
Bancarios	2.926	3.325	3.504	3.683	3.948	4.213	0,25
FOB	151.232	171.680	180.880	190.176	203.864	217.670	3,25
Flete Internacional	1.855	2.011	2.174	2.344	2.580	2.826	9
CFR	153.087	173.691	183.054	192.520	206.444	220.496	12,25
Seguro Internacional	4.593	5.211	5.492	5.776	6.193	6.615	0,25
CIF	157.680	178.902	188.546	198.296	212.637	227.111	12,50
Capital e inventario tránsito internacional	213	242	255	268	287	307	0
Manipuleo desembarque	200	206	211	217	223	229	0,13

DAT	158.093	179.350	189.012	198.781	213.147	227.646	12,63
Almacenamiento temporal	359	365	370	376	381	387	1
Documentación	200	203	206	209	212	215	0,63
Agentes	160	164	173	188	209	239	0,50
Transporte interno	1.115	1.145	1.176	1.208	1.240	1.274	1
DAP	159.927	181.227	190.937	200.761	215.190	229.761	15,75
Aduaneros	1.734	1.968	2.074	2.181	2.339	2.498	0
Capital e inventario país de destino	75	85	89	94	101	108	0
DDP	161.736	183.279	193.101	203.036	217.630	232.367	15,75
Precio de cada saco de 50 kilos	224,63	241,16	241,38	241,71	241,81	242,05	
Utilidad del 5% por la logística	11,23	12,06	12,07	12,09	12,09	12,10	
Precio de Venta al Público	235,87	253,21	253,44	253,80	253,90	254,15	

Fuente: Investigación de campo (2014)
Elaborado por: Autora

Con el cálculo de los Incoterms contribuye a conocer los costos y gastos que se van a realizar en el proceso logístico, así como también nos ayuda a determinar el tiempo. En la Tabla N° 59 se puede observar que en términos DDP el precio de cada saco de 50 kilos de quinua es de 224,63 dólares a los cuales se le incrementa una utilidad del 5% por la realización del proceso logístico, a la vez el precio de cada saco de 50 kg para el cliente mayorista será de 235,87 dólares.

Para el consumidor final tiene que cancelar un precio adicional por los costos y gastos que cubren los distribuidores para llevar la quinua a las perchas de los diferentes supermercados de Miami, en caso de generar una utilidad del 15% el precio de cada saco de quinua llegará al consumidor alrededor del 259, 45 usd valor que aún sigue siendo competitivo de acuerdo a los precios internacionales del cereal que anteriormente ya se analizó

5.9. Evaluación económica y financiera

5.9.1. Inversión Inicial

Tabla N° 60: Inversión Inicial

Concepto	Valor
Inversión Fija	14.140
Capital de Operación	84.117
Gastos de Constitución	-
Total Inversión Inicial	98.257

Fuente: Investigación de Campo (2014)

Elaborado por: Autora

En la inversión inicial se incluyó los recursos y herramientas que se necesitan para el funcionamiento de la actividad comercial tales como, equipamiento del departamento de comercialización internacional, valor monetario de los 720 sacos de quinua orgánica, etc. adicionalmente se consideró los trámites correspondientes para formalizar la actividad económica y de esta manera dar cumplimiento la normativa en nuestro país.

5.9.2. Capital de operación

Tabla N° 61: Capital de Operación

Concepto	Valor
Costos de Producción	576.000
Gastos Administrativos	24.846
Gastos de Exportación	72.086
Total Costo Anual	672.932
Total Costo Diario	1.869
Ciclo de caja	45
Capital de Operación	84.117

Fuente: Investigación de Campo (2014)

Elaborado por: Autora

El capital de operación es el dinero que se encuentra invertido en la exportación de quinua orgánica y diariamente representa 1.869 dólares por los días que se tarda en recuperar nos genera un total de 84.117 dólares, sin embargo, si el tiempo de recuperación es menor el capital de operación disminuye y para los productores es conveniente que la cancelación de los rubros por el lote sea en el menor tiempo posible para que el capital de operación sea menos representativo.

5.9.3. Composición del Financiamiento

Tabla N° 62: Composición del Financiamiento

Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	50%	49.128
Capital Ajeno	50%	49.128
Total	100%	98.257

Fuente: Investigación de Campo (2014)
Elaborado por: Autora

Tabla N° 63: Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento

Recursos	Participación	Costo	Ponderación
Propios	50%	8,17%	4,09%
Ajenos	50%	11,20%	5,60%
Total	100%		9,69%

Fuente: Banco del Austro e Investigación de Campo (2014)
Elaborado por: Autora

En las tablas antes expuestas se analizó la estructura del financiamiento con el que se podrá desarrollar la actividad comercial internacional, para ello se considera la posibilidad de incurrir a financiamiento mismo que será del 50% del total requerido, con la finalidad de que ayuden a la comercialización internacional de la quinua orgánica con destino a Estado Unidos.

5.9.4. Estado de resultados

Tabla N° 64: Estado de resultados con financiamiento

Detalle	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Ventas	679.293	769.774	811.023	852.753	914.046	975.941
Cantidad	2.880	3.040	3.200	3.360	3.600	3.840
Precio	235,87	253,21	253,44	253,80	253,90	254,15
- Costo de Ventas	576.000	624.416	657.280	690.144	739.440	788.736
Utilidad Bruta en Ventas	103.293	145.358	153.743	162.609	174.606	187.205
- Gastos Operacionales	96.932	108.702	115.123	122.002	131.080	140.732
Gastos Administrativos	24.846	30.716	32.923	35.356	38.100	41.063
Gastos de Exportación	72.086	77.986	82.200	86.645	92.981	99.668
Utilidad Operacional	6.361	36.656	38.620	40.607	43.526	46.473
- Gastos Financieros	0	4.769	3.048	1.125	0	0
Interés Bancario		4.769	3.048	1.125		
U.A.T.I	6.361	31.887	35.572	39.482	43.526	46.473
- 15% Particip. Trabajadores	954	4.783	5.336	5.922	6.529	6.971
Utilidad Antes de Impuestos	5.407	27.104	30.236	33.560	36.997	39.502
- 23% Impuesto a la Renta	1.244	6.234	6.954	7.719	8.509	9.086
Utilidad Neta	4.163	20.870	23.282	25.841	28.488	30.417

Fuente: Investigación de Campo (2014)
Elaborado por: Autora

En el estado de resultados se realizó de acuerdo al promedio de la inflación de los últimos años y de esta manera poder incluir en los costos y gastos para los siguientes años, así tener en presente las posibles variaciones que se generen.

El endeudamiento es recomendable cuando se realiza una inversión que le ayude a cubrir los interés que se generan y a la vez contribuyen a que la actividad económica prospere en el futuro, en este caso se puede observar que la deuda se saldrá en el tercer año. Por otra parte se puede dar cuenta que la utilidad para el año 2014 es representativa y con las expectativas de que para los años futuros será mayormente beneficiosa para los que pertenecen a COPROBICH y trabajan arduamente para satisfacer requerimientos internacionales y conjuntamente apoyan a una alimentación saludable.

5.9.5. Flujo de efectivo

Tabla Nº 65: Flujo de efectivo con financiamiento

Entradas de efectivo	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Utilidad Neta		20.870	23.282	25.841	28.488	30.417
+ Depreciaciones		2.940	2.940	2.940	2.999	2.999
+ Amortizaciones		0	0	0	0	0
Liquidación del Proyecto						6.039
Recuperación Capital de Operación						84.117
Préstamo	49.128					
Total Entradas	49.128	23.810	26.222	28.781	31.487	123.571
Salidas de Efectivo	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Inversión Inicial	98.257					
Amortización de la Deuda		14.588	16.308	18.232		
Reposición de Activos				6.717		
Total Salidas	98.257	14.588	16.308	24.948	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-49.128,27	9.222,18	9.913,38	3.832,89	31.486,63	123.571,09

Fuente: Investigación de Campo (2014)
Elaborado por: Autora

El flujo de efectivo que podría tener la asociación de quineros de Chimborazo es favorable aunque tengan que incurrir a financiamiento; al analizar la situación económica beneficia a los productores al momento de destinar parte de la producción a la exportación, misma que contribuye a que los ingresos económicos de sus habitantes mejoren notablemente a la vez contribuyendo a la balanza comercial de nuestro país mediante la comercialización internacional de un producto no tradicional.

Tabla Nº 66: Flujo de efectivo con financiamiento

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 49.128,27		
1	9.222,18	0,9117	8.407,87
2	9.913,38	0,8312	8.240,00
3	3.832,89	0,7578	2.904,59
4	31.486,63	0,6909	21.753,91
5	123.571,09	0,6299	77.836,03
		ΣFE	119.142,40
		- I.I.	49.128,27
		VAN	70.014,13
		TIR	36%
		PR	5,00
		C/B	2,43

Fuente: Investigación de Campo (2014)
Elaborado por: Autora

En los indicadores financieros podemos darnos cuenta que son alentadores para arriesgarse a la exportación de quinua orgánica a Miami - Estados Unidos debido a que el VAN refleja un saldo positivo dándonos a comprender que una vez descontada la inversión inicial nos quedará rentabilidad; mientras que el TIR sea con financiamiento nos refleja una utilidad del 36% valor que es representativo para impulsar la comercialización del cereal que es apetecido por los estadounidenses.

Por otra parte, el tiempo de recuperación de la inversión se logrará en aproximadamente cuatro años, en los cuales la producción y comercialización se afianzarán además de ser competitivos en el mercado Norteamericano. Con los resultados de los indicadores financieros los pequeños agricultores de la provincia de Chimborazo podrán tomar decisiones de ingresar al mercado estadounidense o continuar en el mercado nacional teniendo presente la rentabilidad que podría generar al momento que la quinua orgánica traspasa fronteras.

BIBLIOGRAFÍA

- Lerma, A. (2010), *Comercio y Marketing Internacional*, México. Cengage Learning
- Arteaga, I. (2011). *Desarrollo de un nuevo producto alimenticio a base de carne y quinua "Quinuggets"*. S/E.
- Antelo, P. (2010). *La Quinoa: Oportunidades para su comercialización a nivel mundial* en: <http://www.ibce.org.bo/comext/comext183.pdf>
- Díaz, F. 7th, "Grano de oro" (May 20, 2012): p10
- Izam, M. *Normas de origen y procedimientos para su administración en América Latina*, Chile (2003)
- Martínez, A. (2000). *Elementos de economía*, Maya ediciones.
- Montero, S. (2008). *Extruido expandido a base de quinua y arroz*.
- Navasquillo, M. (et al) 2002, *Dirección de marketing y ventas*, Cultural de ediciones
- Quelal, M. (2009). *Análisis de la cadena agro productiva de la quinua (Chenopodium QuinoaWilld), en las provincias de Chimborazo e Imbabura*, dic-2009, (pág. 1)
- Peñarreta, R. *Producción y comercialización de cereal para desayuno a base de quinua para el mercado de la ciudad de Quito*.
- FAIRTRADE (2005), *Criterios de Comercio Justo*, en: http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/Quinoa_SF_Dec_05_SP.pdf
- Revista El Agro (2013), *Ecuador espera incrementar exportaciones de Quinoa* en: <http://www.revistaelagro.com/2013/05/23/ecuador-espera-incrementar-exportaciones-de-quinua/>
- Revista Vistazo, (2014). *Vivimos una migración forzada*, en: <http://www.vistazo.com/impresamundo/imprimir.php?Vistazo.com&id=3624>
- Population Reference Bureau, (2012). *Cuadro de datos de la población mundial 2012*, en: http://www.prb.org/pdf12/2012-population-data-sheet_spanish.pdf
- Martin, M. y Martínez, R. (2012), *Comercio Exterior*, 4^o edición

Kurtz D. (2012), *Marketing contemporáneo*, 15 ediciones

Pro Ecuador (2013), *Boletín de Análisis de Mercados Internacionales*, en: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/04/PROEC_AM2013_MAR-ABR.pdf

Pro Ecuador (2013), *Boletín de comercio exterior Sep. /Oct 2013*, en: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/Bolet%C3%ADn-de-Comercio-Exterior-Sept-Oct.pdf>

Ministerio de agricultura de Perú (2013), *Principales aspectos de la cadena agroproductiva*, en: <http://www.inkanatura.org/docs/quinua-principales-aspectos-cadena-agroproductiva.pdf>

Urabi R. (2013), *Producción y Comercialización de Quinoa Orgánica en Chimborazo (Ecuador)*, en: [file:///C:/Users/PC/Downloads/fulltext_10512%20\(24\).pdf](file:///C:/Users/PC/Downloads/fulltext_10512%20(24).pdf)

Pro Ecuador (2011), *Perfil logístico de Estados Unidos*, en: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/01/PROEC-PL2011-ESTADOS-UNIDOS.pdf>

Pro Ecuador (2014), *Requisitos para exportar productos orgánicos*, en: <file:///C:/Users/PC/Documents/REUISITOS%20PARA%20EXPORTAR%20PRODUCTOS%20ORGANICOS.pdf>

Pro Ecuador (2013), *Guía de certificaciones internacionales*, en: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/04/GuiaCertificaciones.pdf>

COPCI (2010), en: <file:///C:/Users/PC/Documents/LEY%20DE%20PRO%20ECUADOR.pdf>

MAGAP (2013), *Proyecto: "Fomento a la Producción de Quinoa en la Sierra Ecuatoriana"*, en: <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/Guillermo%20Tapia.pdf>

Limo del Castillo R. (2013), *Porque participar en una misión comercial*, en: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/calidad/71e0686d-5b95-41b0-b495-1952bada5635.pdf>

Mercurio Consultores (2010), *Informes especializados*, en:
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/402222943rad8C13A.pdf>

Infoquinua (2009), *Perfil de mercado granos nativos quinua y amaranto*, en:
<http://www.cadexco.bo/actual/boletin-inteligencia/Perfil%20de%20Mercado%20CB10%20-%20Quinua%20y%20Amaranto.pdf>

Griffith E. (2014), *Quinua: ¿Alimento milagroso o moda?*, en:
http://ar.selecciones.com/contenido/content_imprimir.php?contentID=3594

Jerez J. (2011), *Comercio Internacional*, ESIC, Madrid

Mankiw G. (2011), *Principios de Economía*, CENGAGE, México.

LINKOGRAFÍA

Amaluisa, K. (2011). *Guía cómo Exportar a Estados Unidos* en:
<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/01/PROEC-GCE2011-EEUU>.

Barberán, P. (2010). “INIAP realizó I Encuentro Nacional de Amaranto-Ecuador”
en:http://www.elnuevoempresario.com/noticias_20077_iniap-realizo-i-encuentro-nacional-de-amaranto-ecuador.php

Patricio Bonta, P. y Farber M. (2005). *Tipos de segmentación de mercados* en:
<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmento-mercado-definicion-concepto.htm>

Bojanic, A. (2012). *El 2013 será el Año Internacional de la Quinua* en:
<http://www.rlc.fao.org/es/prensa/noticias/2013-sera-el-ano-internacional-de-la-quinua/>

Bustillos, G. (2012). *La producción de la quinua en Bolivia se dispara por los buenos precios* en:
http://www.lostiempos.com/diario/actualidad/economia/20120624/bolivia-gran-productor-pero-poco-consumidor-de_176114_371427.html

Cabrerizo, M. (2010). *Medios de pago. Concepto y definición* en: <http://www.emagister.com/curso-comercio-internacional-medios-pago/medios-pago-concepto-definicion-comercio-internacional>

Carreño I. (2012), *Debemos buscar que se triplique el rendimiento de la quinua en el Perú* en: <http://www.larepublica.pe/16-06-2012/debemos-buscar-que-se-triplique-el-rendimiento-de-la-quinua-en-el-peru>

Diario Bolivia Agraria. (2012). *Comercialización de la quinua real del altiplano sur de Bolivia* en: http://www.eldiario.net/noticias/2012/2012_05/nt120524/agraria.php?n=137&-comercializacion-de-la-quinua-real-del-altiplano-sur-de-bolivia Diario El Comercio. (2012). *La quinua se diversifica para hallar mercados* en: http://www.elcomercio.com/agromar/quinua-diversifica-hallar-mercados_0_740326099.html

Diario Cambio – Bolivia. (2012). *Gobierno se propone incrementar cultivos de quinua hasta 100 mil hectáreas en 2013* en: <http://www.comercioexterior.com.ec/qs/content/gobierno-se-propone-incrementar-cultivos-de-quinua-hasta-100-mil-hectareas-en-2013>

FAO. (2011). *La quinua: cultivo milenario para contribuir a la seguridad alimentaria mundial* en <http://www.rlc.fao.org/es/publicaciones/quinua-cultivo-milenario-seguridad-alimentaria/>

Hornero, A. (2012). *Concepto de segmentación del mercado* en: <http://www.reddeautores.com/marketing/marketing-concepto-de-segmentacion-del-mercado/>

IBCE. (2012). *Perfil de Mercado Quinua* en: http://www.ibce.org.bo/documentos/perfil_mercado_quinuaCB10.pdf

Idrovo, D. (2010). *Análisis de Mercado – Ecuador* en: <http://www.manosunidas.ec/documents/Manos-unidas-Analisis-mercado-Internacional.pdf>

Instituto Bolivariano de Comercio Exterior, Promueve Bolivia. (2010). *Perfil Producto Quinua* en: http://www.promueve.gob.bo/DocPDF/PerfilProducto/QUINUA_2011.pdf

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2011). Boletín *febrero 2011*

en:http://www.mmrree.gob.ec/com_exterior/boletines/Boletin_IC_febrero.pdf

INIAP. (2012). *Congreso Mundial de la quinua se realizará en Ecuador*

en:http://www.iniap.gob.ec/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=628:congreso-mundial-de-la-quinua-se-realizara-en-ecuador&catid=1:noticias&Itemid=208

IBCE. (2011). *La quinua: Cultivo milenario para contribuir a la seguridad alimentaria* en:

http://www.fao.org/alc/file/media/pubs/2011/cultivo_quinua_es.pdf

Martínez María y Borja Warren. (s/f). *Quinua orgánica en Arequipa y Puno. Dos visiones del mismo valor* en: <http://www.agriculturesnetwork.org/magazines/latin-america/28-1-insectos-y-agricultores/biodiversidad-biocomercio>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2006). *Plan operativo de la quinua región Puno* en:

http://www.dirceturpuno.gob.pe/wp-content/uploads/2011/05/pop_quinua.pdf

Ministerio de Agricultura. (2011). *Potencial agroindustrial de la Quinua difunde el INIAP* en:

<http://www.caders.gob.ec/mag01/index.php/prensa-boletinesprensa/1648-potencial-agroindustrial-de-la-quinua-difunde-el-iniap>

Oficina Comercial del Ecuador en Chicago. (2012). *Exitosa participación ecuatoriana en la Feria Comercial Natural Products Expo West* en:

<http://www.proecuador.gob.ec/2012/03/20/exitosa-participacion-ecuatoriana-en-la-feria-comercial-natural-products-expo-west/>

Peña, X. (2007). *Perfil del Mercado de la Quinua* en: http://www.ibce.org.bo/documentos/Perfil_mdo_quinua.pdf

Peralta, E. (2009). *Catálogo del Banco de Germoplasma de quinua del INIAP*

www.iniap.gob.ec/sitio/index2.php?option=com...dd.

Peralta, E. (2012). *La Quinua en Ecuador* en:

www.iniap.gob.ec/sitio/index2.php?option=com...dd.

Peralta, Eduardo. *El Amaranto en Ecuador* en:

www.iniap.gob.ec/sitio/index2.php?option=com...dd..

Reyes (2013), *7 razones para consumir quinoa*, en: <http://enforma.salud180.com/nutricion-y-ejercicio/7-razones-para-consumir-quinoa>

Pro Ecuador. (2012). *Boletín marzo 2012* en: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/04/PROECUADOR_IC_02-15.pdf

Pro Ecuador. (2012). *Pro Ecuador visita productores agrícolas en Riobamba* en: <http://www.proecuador.gob.ec/2012/04/18/pro-ecuador-visita-productores-agricolas-en-riobamba/>

PROPERÙ. (2012). *Oportunidades para la quinua y kiwicha en el mercado español* en: <http://www.andina.com.pe/Espanol/Noticia.aspx?id=8vK8MVEOkEM=>

Rojas, Fernando. (2007). *Formulación de proyectos* en: <http://www.emagister.com/curso-formulacion-proyectos/demanda>

Saurwald, Daniela. (2011). *Biofach2011: Europa los prefiere orgánicos en cambio* en: <http://www.listao.com.ar/2011/02/biofach2011-europa-los-prefiere-organicos-en-cambio-america-latina-apuesta-a-menos-consumo-y-mas-exportacion/>

Solidarios, (2012) *Provincia de Chimborazo* en: http://www.solidarios.org.es/contenido.php?sSuperior=4&id_seccion=416

Revista El Agro. (2012). *Rescate de productos tradicionales entre Ecuador y Perú* en: <http://www.revistaelagro.com/>

Quelal, V. Maribel, A. (2009). *Análisis de la cadena agroproductiva de la quinua (Chenopodium QuinoaWilld), en las provincias de Chimborazo e Imbabura* en: <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/1673>

Baudoin, A. (2012). *Quinua: Desafíos andinos en competencia internacional*, consultada en: <http://www.sudamericarural.org/images/dialogos/archivos/Dilogos%2095.pdf>

Pro Ecuador (2013), *Análisis de Mercados Internacionales* en: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/04/PROEC_AM2013_MAR-ABR.pdf

United States International Trade Commission (2013). *Arancel de Estados Unidos* en: <http://hts.usitc.gov/>

Pro Ecuador, (2013), *Guía Comercial Estados Unidos*, en:
<http://www.registrarcorp.com/fda-food/?lang=en>

Mejía, J. y Toro, E. (2013), *Unas 20.000 t de quinua boliviana salen ilegalmente al Perú en 2013* en: http://www.la-razon.com/economia/quinua-boliviana-salen-ilegalmente-Peru_0_1965403538.html

Trade Map (2013), *Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Estados Unidos de América* en:
http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx

McConnell, K. (2013) *Informe resalta progresos y desafíos en política alimentaria en 2012* en:
<http://iipdigital.usembassy.gov/st/spanish/article/2013/03/20130319144432.html#axzz2q0d0TJW>

Banco Central del Ecuador (2013), *Evolución de la balanza comercial enero – octubre 2013* en: <http://www.bce.fin.ec>.

Agronegocios (18/03/2012), *Productores de quinua firman convenio* en:
http://agronegocioecuador.ning.com/notes/Productores_de_quinua_firman_convenio

Diario Economía Bolivia (01/08/2013), *Productos que salgan de Bolivia a EEUU pagarán arancel desde hoy* en:
<http://www.economiabolivia.net/2013/08/01/productos-salgan-de-bolivia-eeuu-pagaran-arancel-desde-hoy/>

Asencios, M. (2013), *Mayor demanda eleva ganancias para los productores de quinua* en: <http://www.elperuano.com.pe/edicion/noticia-mayor-demanda-eleva-ganancias-para-los-productores-quinua-9809.aspx>

Diario La Hora (16/10/2013), *ONU celebra a la quinua y Ecuador crea proyectos* en: <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101577604>

SENAE (2013). *Proceso de Exportación* en:
http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action

Food and Drug Administration (2014), *Guía de etiquetado de alimentos* en:
<http://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/LabelingNutrition/ucm247920.htm>

Consortio ecuatoriano de exportadores de quinua (2013), *2013 Año mundial de la quinua* en: <http://www.quinuaecuador.com/index.php/2012-03-06-18-05-05>

FAO (2013), *Termina el año internacional de la quinua*, en: <http://www.un.org/spanish/News/story.asp?NewsID=28282>

Universidad de Buenos Aires (2013), *2013 Año internacional de la quinua* en: <http://www.agro.uba.ar/content/2013-o-internacional-de-la-quinua>

Pro Ecuador (2013), *Perfil de quinua en Alemania* en: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-de-quinua-en-alemania-2013/>

CAN (2013), *CAN publica Calendario 2013 dedicado a la quinua en el Año Internacional de este cultivo milenario* en: <http://www.comunidadandina.org/Prensa.aspx?id=3327&accion=detalle&cat=AF&title=can->

Mejía D. y Estrada M. (2013), *Perú promueve las virtudes de la quinua también en internet* en: <http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/05/21/peru-promotes-the-virtues-of-quinoa-also-on-internet-quinua>

FAO (2013), *FAO: Exitoso cierre del año internacional de la quinua 2013* en: <http://onu.org.pe/noticias/exitoso-cierre-del-ano-internacional-de-la-quinua-2013/>

MAGAP (2013), *"Año internacional de la quinua 2013" se presenta en Ecuador* en: <http://www.agricultura.gob.ec/ano-internacional-de-la-quinua-2013-se-presenta-en-ecuador/>

Ministerio de Relaciones Exteriores (2013), *Ecuador celebra el 2013 el "Año internacional de la quinua"* en: http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=

Casha J. (2013), *La quinua llega hasta la NASA, pero se aleja de los consumidores andinos* en: http://internacional.elpais.com/internacional/2013/12/20/actualidad/1387556136_894594.html

Graziano J. y Cevallos R. *"La quinua ya está presente en 70 países"* en: <http://www.larepublica.pe/22-12-2013/jose-graziano-da-silva-la-quinua-ya-esta-presente-en-70-paises>

Pro Ecuador (2013), *Rutas: América del Norte* en <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/tiempos-de-transito-desde-ecuador-hacia-america-del-norte/>

Embajada de Ecuador en China (2013), *Principales indicadores del Ecuador* en: <http://www.ecuadorenchina.org.ec/ecuador/perfil-del-ecuador/principales-indicadores-del-ecuador>

Larrea H. (2013), *Ficha de requisitos técnicos de acceso al mercado de EE.UU.* en: <http://www.slideshare.net/hlarrea/bid-quinua-organica>

El Telégrafo (20/11/2013), *Chimborazo, al cabeza de la siembra de quinua* en: <http://www.telegrafo.com.ec/regionales/regional-centro/item/chimborazo-a-la-cabeza-de-la-siembra-de-quinua.html>

MAGAP (2013), *“INIAP TUNKAHUAN variedad de quinua con amplia aceptación entre los agricultores”* en: <http://www.agricultura.gob.ec/iniap-tunkahuan-variedad-de-quinua-con-amplia-aceptacion-entre-los-agricultores/>

Joselid Industrial AC (2013), *MAQUINAS para proceso de QUINUA* en: <http://www.joselid.com/maquinas-para-quinua.html>

Muñoz M. (s/a), *Monografía de la quinua y comparación con amaranto* en: amarantowww.plantasmedicinales.org/.../quinua_y_amaranto___estudios_compar

Agencia de noticias del Ecuador y Suramérica (2012), *En 2013, Ecuador destinará 782 millones de dólares para Ciencia y Tecnología* en: <http://www.andes.info.ec/es/actualidad/6663.html>

Diario El Comercio (18/09/2013), *Los avances de la tecnología en Ecuador son paulatinos* en: <http://www.elcomercio.com.ec/tecnologia/Tecnologia-Ecuador-avances-Internet-mejoras->

INIAP (14/03/2013), *INIAP introduce variedad de semillas no cultivadas en Chimborazo*, en: <http://www.infomedios.com.ec/index.php/chimborazo/63-noticias/provincial/chimborazo/primera-plana-chimborazo/2750-iniap-introduce-variedad-de-semillas-no-cultivadas-en-chimborazo>

Pro Ecuador (2013), *Reglas e incentivos para la inversión* en: <http://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/porque-invertir-en-ecuador/reglas-claras-e->

Ramírez C. (2013), *Estados Unidos* en: <http://neuroc99.sld.cu/usa.htm>

Global Trade (2014), *Estados Unidos: práctica de negocio* en: <https://es.santandertrade.com/establecerse-extranjero/estados-unidos/practica-de-negocio>

Diario La Patria (19/05/2013), *Solo el 20 % de la producción de quinua se consume en Bolivia* en: <http://www.lapatriaenlinea.com/?nota=144420>

Asencios M. (2013), *Quinua un regalo de las estrellas* en: www.elperuano.com.pe/.../noticia-quinua-un-regalo-las-estrellas-10784.a...

Quispe A. (2013), *Por qué la quinua no conquista el mundo*, en: <http://anamariaquispe.com/2013/07/28/por-que-la-quinua-no-conquista-el-mundo/>

Diario La República de Perú (20/02/2013), *“Grano de oro de los Andes” brilla en New York por Año Internacional de la Quinua*, en: <http://www.larepublica.pe/20-02-2013/grano-de-oro-de-los-andes-brilla-en-new-york-por-ano-internacional-de-la-quinua>

OECD (2013), *¿Cómo es la vida?*, en: <http://www.oecdbetterlifeindex.org/es/countries/united-states-es/>

FAO (2013), *Desde un alimento básico a la cocina gourmet* en: <http://www.fao.org/quinoa-2013/es/>


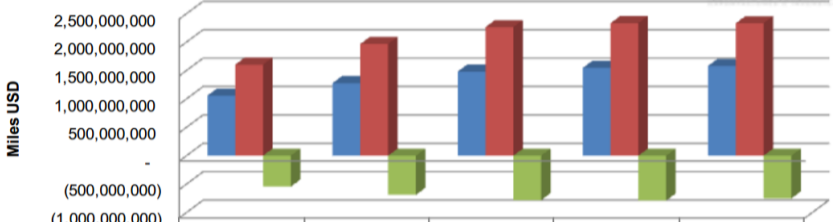
Agencia Latinoamericana de Información, *La quinua es el nuevo “grano de oro”* en: <http://alainet.org/active/39414>

Carámbula P. (2013), *Las ciudades más vegetarianas de Estados Unidos* en: <http://www.sanar.org/alimentacion/ciudades-vegetarianas-de-estados-unidos>

ANEXOS

Anexo N° 1: Fichas Nemotécnicas

INTERNET		1	
http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/03/Ficha-T%C3%A9cnica-Estados-Unidos-Mar-2014.pdf			
	CAPITAL	WASHINGTON	
DEMOGRAFÍA	Población (julio 2014 est)	318,892,103	
	Tasa de crecimiento poblacional anual (est 2014)	0.77%	
	Indice de GINI - Distribución del Ingreso (2007) Puesto 41	45.00	
PRODUCCIÓN	Indice de Desarrollo Humano	0.937 (Puesto 3) Desarrollo Humano Muy Alto	
	PIB (billones* de dólares americanos, est. 2013)	16.72	
	PIB per cápita (dólares, est. 2013)	52,800	
	Crecimiento del PIB (tasa de crecimiento real, est.2013)	1.60%	
	Composición del PIB por sector (2012):		
	Agricultura	1.10%	
	Industria	19.50%	
	Servicios	79.40%	
PRECIOS	Inflación anual (est. 2013)	1.50%	
MONEDA	Moneda	Dólar de Estados Unidos de América	
EMPLEO	Tasa de Desempleo (% del total de la fuerza de trabajo) 2013 est.	7.30%	
Biblioteca: Particular			

INTERNET		2				
http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/03/Ficha-T%C3%A9cnica-Estados-Unidos-Mar-2014.pdf						
BALANZA COMERCIAL TOTAL ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA- MUNDO Miles USD FOB						
						
Miles USD						
		2009	2010	2011	2012	2013
	■ Exportaciones	1,056,712,100	1,277,109,200	1,479,730,200	1,545,565,200	1,578,851,423
	■ Importaciones	1,601,895,800	1,966,496,700	2,262,585,600	2,333,805,200	2,330,795,906
	■ Balanza Comercial	(545,183,700)	(689,387,500)	(782,855,400)	(788,240,000)	(751,944,483)
	Biblioteca: Particular					

INTERNET																																																																																																																															
http://www.trademap.org/Country_SelCountry_MQ_TS.aspx?nvpm=3 842 100850 6 1 1 1 2 2 2 1 	3																																																																																																																														
<p>Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Estados Unidos de América </p> <p>Producto: 100850 Quinoa "Chenopodium quinoa"</p> <p><small>El código de producto seleccionado arriba fue creado en la revisión 2012 del SA.</small></p> <p>Unidad: miles Dólar EUA</p> <p> Tabla Gráfico Mapa Empresas </p> <p> Descargar </p> <p> Período (número de columnas): <input type="text" value="8"/> por página <input type="text" value=""/> número de líneas por página: <input type="text" value="Por defecto (25 por página)"/> </p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Exportadores</th> <th>Valor importada en 2012-T3</th> <th>Valor importada en 2012-T4</th> <th>Valor importada en 2013-T1</th> <th>Valor importada en 2013-T2</th> <th>Valor importada en 2013-T3</th> <th>Valor importada en 2013-T4</th> <th>Valor importada en 2014-T1</th> <th>Valor importada en 2014-T2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Mundo</td> <td>17.067</td> <td>14.926</td> <td>10.569</td> <td>15.934</td> <td>28.190</td> <td>37.433</td> <td>32.325</td> <td>33.173</td> </tr> <tr> <td>Bolivia</td> <td>12.771</td> <td>11.626</td> <td>8.650</td> <td>12.901</td> <td>20.128</td> <td>24.143</td> <td>18.848</td> <td>20.590</td> </tr> <tr> <td>Perú</td> <td>3.918</td> <td>2.804</td> <td>1.914</td> <td>2.686</td> <td>8.965</td> <td>12.605</td> <td>13.070</td> <td>11.730</td> </tr> <tr> <td>Ecuador</td> <td>267</td> <td>435</td> <td>0</td> <td>55</td> <td>156</td> <td>427</td> <td>323</td> <td>640</td> </tr> <tr> <td>India</td> <td>110</td> <td>28</td> <td>0</td> <td>160</td> <td>310</td> <td>179</td> <td>30</td> <td>148</td> </tr> <tr> <td>Chile</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>73</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>31</td> </tr> <tr> <td>Canadá</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>53</td> <td>112</td> <td>20</td> <td>0</td> <td>18</td> </tr> <tr> <td>Israel</td> <td>0</td> <td>33</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>30</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>Italia</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>106</td> <td>0</td> <td>23</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Australia</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Austria</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>6</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Dinamarca</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>7</td> <td>14</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Francia</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>58</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> <p><small>Fuentes: Cálculos de CCI basados en estadísticas de US Census Bureau.</small></p>		Exportadores	Valor importada en 2012-T3	Valor importada en 2012-T4	Valor importada en 2013-T1	Valor importada en 2013-T2	Valor importada en 2013-T3	Valor importada en 2013-T4	Valor importada en 2014-T1	Valor importada en 2014-T2	Mundo	17.067	14.926	10.569	15.934	28.190	37.433	32.325	33.173	Bolivia	12.771	11.626	8.650	12.901	20.128	24.143	18.848	20.590	Perú	3.918	2.804	1.914	2.686	8.965	12.605	13.070	11.730	Ecuador	267	435	0	55	156	427	323	640	India	110	28	0	160	310	179	30	148	Chile	0	0	0	73	0	0	0	31	Canadá	0	0	0	53	112	20	0	18	Israel	0	33	0	0	0	0	30	15	Italia	0	0	0	0	106	0	23	0	Australia	0	0	0	0	0	0	0	0	Austria	0	0	6	0	0	0	0	0	Dinamarca	0	0	0	7	14	0	0	0	Francia	0	0	0	0	0	58	0	0
Exportadores	Valor importada en 2012-T3	Valor importada en 2012-T4	Valor importada en 2013-T1	Valor importada en 2013-T2	Valor importada en 2013-T3	Valor importada en 2013-T4	Valor importada en 2014-T1	Valor importada en 2014-T2																																																																																																																							
Mundo	17.067	14.926	10.569	15.934	28.190	37.433	32.325	33.173																																																																																																																							
Bolivia	12.771	11.626	8.650	12.901	20.128	24.143	18.848	20.590																																																																																																																							
Perú	3.918	2.804	1.914	2.686	8.965	12.605	13.070	11.730																																																																																																																							
Ecuador	267	435	0	55	156	427	323	640																																																																																																																							
India	110	28	0	160	310	179	30	148																																																																																																																							
Chile	0	0	0	73	0	0	0	31																																																																																																																							
Canadá	0	0	0	53	112	20	0	18																																																																																																																							
Israel	0	33	0	0	0	0	30	15																																																																																																																							
Italia	0	0	0	0	106	0	23	0																																																																																																																							
Australia	0	0	0	0	0	0	0	0																																																																																																																							
Austria	0	0	6	0	0	0	0	0																																																																																																																							
Dinamarca	0	0	0	7	14	0	0	0																																																																																																																							
Francia	0	0	0	0	0	58	0	0																																																																																																																							
Biblioteca: Particular																																																																																																																															

INTERNET	
http://www.telegrafo.com.ec/regionales/regional-centro/item/chimborazo-potenciara-su-produccion-de-quinua.html	4
<p>(...) “Consideramos que Colta, Riobamba y Guamote son los lugares propicios para continuar con el proyecto de impulsar el cultivo y consumo de la quinoa. Estamos realizando estudios de suelos e inspeccionando las semillas. Nos basamos en la experiencia de los agricultores de la zona para conocer las bondades de las semillas, saber cuán resistentes son a las heladas, para luego utilizarlas en los terrenos que estamos preparando”, señaló Verónica Espinoza, técnica agrícola del Magap.</p> <p>Y Colta es uno de los lugares que más productividad muestra, a pesar de que el suelo de varias zonas resulta seco. Esto porque el alimento tiene características que contribuyen con la productividad. “En nuestro estudio, hemos determinado que la semilla que será utilizada es nativa de Chimborazo, pues tras los análisis, esta es la que más ha soportado heladas y plagas, por lo que la consideramos eficaz para el proyecto”, afirmó Espinoza.(...)</p>	
Biblioteca: Particular	

INTERNET	5
http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/04/PROEC_AM2013_MAR-ABR.pdf	
<p>(...) Demanda receptiva a productos novedosos: La diversidad en los consumidores crean un mercado dinámico, con constante creación de nuevos nichos en el mercado.</p> <p>Inclinación a consumo de alimentos saludables y cambio en hábitos alimenticios: De acuerdo a un estudio realizado por el Food Marketing Institute en el 2011, el 35.7% de la población sufre de sobrepeso y el gobierno mercadea comer sanamente. Esto ha llevado a que 60% de la población mayor desee cuidar su alimentación y opte por productos para una dieta sana y saludable: alimentos frescos, orgánicos, bajos en sodio, etc.</p>	
Biblioteca: Particular	

INTERNET	6
http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/PLAW-111publ353/pdf/PLAW-111publ353.pdf	
<p>Requisitos generales de etiquetados para productos alimenticios</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Identidad del alimento <input type="checkbox"/> Listado de ingredientes <input type="checkbox"/> Nombre y Dirección del fabricante <input type="checkbox"/> Información Nutricional <input type="checkbox"/> Contenido Neto <input type="checkbox"/> Información de alérgenos <input type="checkbox"/> Información relevante <p>En referencia a la identidad del alimento:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> La declaración de identidad es el nombre del alimento debe aparecer en la etiqueta frontal. <input type="checkbox"/> Utilice tipografía o letra imprenta prominente para la declaración de identidad. Debe mencionarse en letra negrita. El tamaño de tipografía debe ser proporcional al material impreso más prominente del panel frontal y debe ser una de las características más importantes (...) 	
Biblioteca: Particular	

Anexo N° 2: Procesamiento, análisis e interpretación de resultados

GUÍA DE ENTREVISTA

OBJETIVO: Analizar los principales factores intervinientes en la oferta de quinua orgánica desde la provincia de Chimborazo – Ecuador para la comercialización a Estados Unidos.

ENTREVISTADO: Abelino Morocho

ENTREVISTADORA: Jimena Paspuel

DATOS GENERALES

Lugar y fecha de la entrevista: Colta, 18 Marzo del 2014

Nombre de la Asociación a la que pertenece: COPROBICH

1. ¿Qué productos cultiva la asociación?

Actualmente los socios cultivan quinua orgánica, cebada o trigo.

2. ¿Cuántas hectáreas de quinua orgánica cultiva COPROBICH?

Durante el año 2013 el cultivo de quinua ascendió a las 1200 hectáreas que se localizan principalmente en los cantones de Colta, Guamote, Guano, Riobamba, Penipe en menor proporción en otros cantones de la provincia.

3. ¿La Asociación cultiva quinua orgánica o convencional y cuál es la principal diferencia entre los dos cultivos?

COPROBICH se concentra en el cultivo orgánico debido a que existe mayor rendimiento que el convencional llegando a producir cerca de 2000 kg por hectárea, además a la organización tiene como política proteger el medio ambiente mediante este tipo de cultivo.

4. ¿Qué variedad de quinua cultiva?

COPROBICH se concentra en el cultivo de la variedad tunkahuan porque se adapta al suelo, es resistente a las heladas, mayor rendimiento que la pata de venado, etc.

5. ¿Cuál es el proceso que realizan para el cultivo de quinua orgánica?

- ✓ Preparación del suelo.- Consiste en abonarlo orgánicamente
- ✓ Siembra.- Se planta de forma continua.
- ✓ Cosecha.- Es necesario cortarla para poder trillarla
- ✓ Sacar impurezas
- ✓ Proceso de lavado y secado.

6. ¿La Asociación está en la capacidad de incrementar la producción de quinua orgánica?

Con el apoyo de instituciones gubernamentales están en la capacidad de incrementar el 30% a lo largo de cinco años debido a que después del cultivo de quinua es necesario recuperar la fertilidad del suelo mediante el cultivo alternativo de cebada.

7. ¿A qué precios comercializan al por mayor la quinua orgánica?

- ✓ Lavada orgánica apta para consumo humano en cajas o fundas de 500 gramos 2.25, garantizada con certificación orgánica.
- ✓ Quinua sin lavar orgánica 1.70 la libra
- ✓ Quinua convencional lavada apta para consumo humano 1.80 la libra
- Quinua convencional sin lavar 1.50 la libra

Según el presidente de la Asociación de productores el precio de la quinua orgánica al por mayor es de 200 USD los 50 kilos.

8. ¿Qué cantidad mínima y máxima manejan en inventarios?

Frecuentemente la cantidad mínima en inventarios es de 3000 quintales de quinua y como máximo 6000 quintales mismos que están a disposición de los demandantes.

9. ¿Están dispuestos a destinar parte de la producción a la exportación?

Si están dispuestos a destinar parte de su cultivo a la exportación para tener mejores oportunidades económicas y de esta manera hacer conocer un producto ecuatoriano con alto contenido nutricional.

10. ¿En caso de destinar a la exportación, en el año cuántos envíos están en la capacidad de suministrar?

Al año la Asociación está en la capacidad de suministrar 4 veces al año teniendo en cuenta la rotación de los cultivos para mantener el pH del suelo

La aplicación de los instrumentos ayudaron a obtener datos sobre la oferta exportable de quinua orgánica de la provincia de Chimborazo, de esta manera proyectar la cantidad de quinua disponible para la comercialización internacional de acuerdo a la capacidad productiva de los pequeños agricultores que actualmente se dedican a esta actividad económica con la finalidad de mejorar la calidad de vida de sus familias.

Anexo N° 3: Costos para obtener certificado fitosanitario



DIRECCIÓN DE INOCUIDAD DE LOS ALIMENTOS SUBPROCESO PROGRAMAS ESPECÍFICOS - CERTIFICACIÓN ORGÁNICA

Requisitos para el Registro de Productores, Procesadores y/o Comercializadores Orgánicos

1. Solicitud de registro escrita dirigida al Director Ejecutivo de AGROCALIDAD.
2. Expediente del operador orgánico (Formulario No. 1 y anexos establecidos en el Manual de Procedimientos del Sistema Nacional de Control de la Producción Orgánica Agropecuaria. Resolución No. 016) (ANEXO 13).
3. El tiempo estimado de trámite, de acuerdo a lo establecido en el manual de procedimientos que AGROCALIDAD tiene un plazo de 30 días hábiles de aceptación o negación de la inclusión en el registro.
4. Comprobante personalizado de pago, de acuerdo a lo establecido en el tarifario vigente de AGROCALIDAD.

VALORES A CANCELAR EN LAS ENTIDADES BANCARIAS

CÓDIGO	Extensión del cultivo	Valor USD	Periodicidad
03.01.001	Hasta 5 ha	5.00	2 años
03.01.002	5,1 – 20 ha	15.00	2 años
03.01.003	20,1 – 100 ha	50.00	2 años
03.01.004	100,1 – 500 ha	100.00	2 años
03.01.005	500,1 – 1000 ha	250.00	2 años
03.01.006	Más de 1000 ha	300.00	2 años
03.02.001	Recolectores productos silvestres	50.00	2 años
03.03.001	Procesadores y comercializadores	100.00	2 años

Requisitos para el Registro de Agencias Certificadoras de Productos Orgánicos

1. Solicitud de registro escrita dirigida al Director Ejecutivo de AGROCALIDAD.
2. Expediente del operador orgánico (Formularios No. 2, No. 4 y anexos establecidos en el Manual de Procedimientos del Sistema Nacional de Control de la Producción Orgánica Agropecuaria. Resolución No. 016) (ANEXO 14 Y 15).
3. Comprobante personalizado de pago, de acuerdo a lo establecido en el tarifario vigente de AGROCALIDAD.

VALORES A CANCELAR EN LAS ENTIDADES BANCARIAS

CÓDIGO	CONCEPTO	Valor USD	Periodicidad
03.04.002	Registro y supervisión de Agencias Certificadoras	150.00	1 año

Requisitos para el Registro de Inspectores Orgánicos

1. Solicitud de registro escrita dirigida al Director Ejecutivo de AGROCALIDAD.
2. Expediente del operador orgánico (Formularios No. 3, No. 13 y anexos establecidos en el Manual de Procedimientos del Sistema Nacional de Control de la Producción Orgánica Agropecuaria. Resolución No. 016) (ANEXO 16 Y 17).
3. Comprobante personalizado de pago, de acuerdo a lo establecido en el tarifario vigente de AGROCALIDAD.

VALORES A CANCELAR EN LAS ENTIDADES BANCARIAS

CÓDIGO	CONCEPTO	Valor USD	Periodicidad
03.04.001	Registro de inspectores	10.00	1 año

NOTA: Tiempo estimado del trámite: 30 días laborables.

Anexo N° 4: Cotización de servicios en el país de destino

Quito, lunes 22 de septiembre de 2014

Señores
PRODUCTORES DE QUINOA
Presente

TERMINO: DAT
QUANTITY: 1X20
COMMODITY: QUINOA ORGANICA

Origen	Destino	Tarifa	Equipo
OPCION 1			
GUAYAQUIL	MIAMI	USD 1675.00	1x20
THC/D		USD 155.00	USD 155.00 / CNTR
TOTAL		USD 1830.00	

TIEMPO DE TRANSITO: 11 DIAS APROX.
ruta: BALBOA - PANAMÁ

OPCION 2			
GUAYAQUIL	MIAMI	USD 1700.00	1x20
THC/D		USD 155.00	USD 155.00 / CNTR
TOTAL		USD 1855.00	

TIEMPO DE TRANSITO: 09 DIAS APROX.
ruta: BALBOA - PANAMÁ

GASTOS DE ORIGEN			
DELIVERY CHARGE		USD 400.00	USD 400.00 / CNTR
CHASIS FEE		USD 80.00	USD 80.00 /CNTR
FUEL SURCHARGE ON PICK UP		USD 140.00	35% PICK UP
HOMELAND SECURITY FEE		USD 35.00	USD 25.00/HAWB
HANDLING FEE		USD 100.00	USD 100.00/CNTR
TOTAL		USD 755.00	

LOCAL CHARGES			
MANIPULEO		USD 60.00	USD 60.00 /CNTR
CARTA DE AUTORIZACION DE SALIDA		USD 45.00	USD 45.00/CNTR
PROCESAMIENTO		USD 45.00	USD 45.00 /BL
MANEJO DE DOCUMENTACION		USD 45.00	USD 45.00/BL
SEGURO		USD 25.00	USD 25.00/CNTR
MANEJO DE PAGO LOCAL		USD 98.00	USD 98.00/CNTR
TOTAL		USD 318.00	+IVA

ADICIONAL			
DRY BAGS		USD 15.00	USD 15.00 CADA UNA

IMPORTANTE:

*En el caso de variar peso/vol. también variará nuestra cotización.

*El Tipo de Cambio usado se confirmará el momento de la facturación.

*Nuestra cotización no incluye costos por aforos/inspecciones aduanas o verificadora, almacenajes y Courier.

ESTEFANIA PALACIOS
Sales Customer Service
Departamento Comercial
Phone (593)22244360/2242556 / EXT 113
Fax (593)22254859
Email : customeruio.logunsa@grupoholco.com
Web Site: www.logunsa.com]

Anexo N° 5: Contacto de cliente en Miami - Estados Unidos

Cordial saludo,

Por medio del presente agradezco su interés en nuestra compañía.

Por favor indíqueme la siguiente información para poder iniciar un proceso de negociación con ustedes.

- Poseen certificación Orgánica de Productores y comercializadores en Ecuador para Exportar al mundo.
- Por favor confirmar el valor que me dan de \$200USD es por bulto de 50 KGS?
- Que análisis de inocuidad realizan al producto cuanto tiempo demoran en entregar resultados, realizan análisis de metales pesados y pesticidas?
- Luego de entregados los resultados y sean aprobados a conformidad con nuestros estándares cuanto tiempo demoran para alistar y despachar la carga de 25 toneladas inicialmente, a Miami – Estados Unidos.

Espero poder recibir esta información lo antes posible para iniciar un proceso de negociación, adicional por favor indíqueme por favor un número de teléfono fijo o celular para podernos comunicar más directamente. En espera de su pronta y positiva respuesta.

Cordialmente,

Randy Orjuela Rojas

International Trade Coordinator

Phone Number: 57 1 6915784 Ext. 108

Cel Number: [954.900.9665](tel:954.900.9665)

randy.orjuela@quinoasure.com

www.quinoasure.com

Skype: factoriaquinoa.assistant

Buenos días Jimena.

Muchas gracias por tu correo.

Tengo una inquietud, este precio es por quintal correcto? Sería USD 4 el kilo.

Necesitamos urgentemente 25 toneladas, y por favor para proceder con la OC hoy mismo si es posible o mañana, requerimos lo siguiente:

1. Certificación orgánica vigente del productor
2. Certificación orgánica vigente de ustedes como comercializador
3. Requerimos los siguientes análisis para el o los lotes de compra: metales pesados, hongos, coliformes, pesticidas. Por favor me confirmas si entregas la carga con estos análisis. Si no es así, por favor dime cuánto nos costaría y con qué laboratorio confiable para hacer estos análisis y en cuánto tiempo estarían disponibles los resultados.
4. Condiciones de pago.
5. Realizaremos un contrato de compra venta, de acuerdo a lo que se arregle anteriormente mencionado.
6. Envío de la factura proforma para poder pasar esta información para la importación por motivo que el trámite en Miami es más compleja.
7. Cuánto es el tiempo de entrega.

Gracias por tu amable oferta y respuesta.

Saludos,

Adriana Páez Lozano

International Trade Director

Tel Number: 6915784 - Fax 2578144

US Phone: [954.900.9665](tel:954.900.9665)

adriana.paez@quinoasure.com

Skype: factoriaquinoa.trade

ARTÍCULO CIENTÍFICO

La comercialización de quinua orgánica de la provincia de Chimborazo y la demanda en Estados Unidos



Sara Jimena Paspuel Puedmag
Egresada de la Escuela de Comercio Exterior y
Negociación Comercial (ECEYNCI)
Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC)
Av. Universitaria y Antisana
Tulcán - Ecuador

e-mail: jimena.paspuel@gmail.com

Resumen

La investigación se encamina a diagnosticar la comercialización de quinua orgánica desde Ecuador a Estados Unidos de esta manera identificar las dificultades y ventajas de llevar el producto al mercado, teniendo en cuenta la producción de la provincia de Chimborazo como las necesidades de los clientes – consumidores con la finalidad de que los agricultores tengan un panorama sobre la comercialización internacional.

Para la recopilación de información se realizó la aplicación de métodos, técnicas e investigación de campo, mediante el análisis cualitativo y cuantitativo permitió identificar la oferta como la demanda de quinua en Estados Unidos; finalmente se investigó aspectos relevantes que podrían contribuir a una eficiente comercialización en el mercado estadounidense.

Palabras clave: Keywords

Comercialización, demanda, producción, clientes – consumidores, oferta, contenido nutricional, productores.

Abstract

The research is intended to diagnose the marketing of organic quinoa from Ecuador to the United States and so identify the difficulties and advantages of bringing the product to market, taking into account the production in the province of Chimborazo and the needs of customers - consumers in order to give farmers an overview of international marketing.

The collection of information applying methods and techniques was performed to obtain field data, by applying a qualitative and quantitative analysis which identified the offer and also the demand for quinoa in the United States; finally relevant aspects that contribute to efficient marketing in the U.S. market was investigated.

1. Introducción

La investigación en Ecuador se enfocó a la determinación de la oferta de quinua orgánica, de la provincia de Chimborazo de acuerdo a la capacidad de producción; por otra parte logramos obtener la demanda insatisfecha en Estados Unidos así como también la participación de los competidores.

La comercialización internacional de quinua orgánica es importante para nuestros agricultores porque contribuye a que tengan oportunidades de negocios y por ende mejorar la calidad de vida de sus familias, adicionalmente se fomenta el cultivo de productos ancestrales que contienen alto contenido nutricional.

Se analizó información socioeconómica, política y legal de Estados Unidos – Ecuador con el objetivo de proveer el impacto que generan a la comercialización de quinua orgánica; el resultado fue positivo porque es factible exportar el cereal motivado por la creciente demanda, el hábito de consumo que alienta la exportación de quinua a este mercado.

De acuerdo a la investigación, Estados Unidos demanda quinua orgánica y la tendencia de consumo continua creciendo por el interés de los consumidores de alimentarse saludablemente y nuestro producto está acorde a los requerimientos del mercado. Complementando a lo anterior los productores de Chimborazo están en la capacidad de aumentar su producción en un 30% dentro de cinco años con el propósito de cubrir la demanda nacional e internacional y de esta manera tener oportunidades de explorar mercados exteriores que les ayude a obtener retribuciones económicas para cubrir sus necesidades básicas.

2. Materiales y métodos

La aplicación de la investigación descriptiva fue importante porque mediante su implementación se identificó características de la producción de quinua orgánica en la provincia de Chimborazo, el comportamiento del consumo en el país de destino y demás factores afectan a la comercialización en Estados Unidos. Con el análisis e interpretación de información se logró determinar la demanda y la oferta de quinua orgánica que son datos primordiales para poder comercializar a nivel internacional.

Adicionalmente, se realizó un análisis cuantitativo de los datos estadísticos de la producción de quinua orgánica de la provincia de Chimborazo, precios internacionales así como se estimó el consumo aparente en el país de destino, destino de las exportaciones de quinua ecuatoriana a Estados Unidos, llegando a comprender la situación actual del sector productor y los demandantes que son datos esenciales en la investigación, además se comparó el crecimiento o disminuciones generadas con el paso de los años para ampliar el conocimiento del comportamiento del mercado estadounidense y así abrir el panorama a los productores de manera que les permita tomar decisiones de incrementar o mantener el cultivo de quinua orgánica con miradas al mercado de Estados Unidos.

El uso del método científico aportó al correcto desarrollo de los procesos o etapas conforme a la planificación ayudando a analizar – comparar información relevante del tema de estudio. Así mismo, la modalidad cualitativa permitió determinar las características nutricionales de la quinua, estacionalidad, situación actual de nuestro país y de los productores, factores que afectan a la oferta de quinua.

Para complementar la investigación fue necesario obtener información de campo, que ayudó a diagnosticar lo que realmente ocurre en el sector productivo y de acuerdo a estos criterios proyectar la oferta exportable como los mecanismos adecuados para poder llegar al mercado estadounidense con un producto de calidad.

La aplicación del instrumento de investigación fue diseñado para el representante de COPROBICH que legalmente está constituido como productor y comercializador de quinua orgánica, por este motivo la obtención de la muestra fue innecesaria porque el número de entrevistados no sobrepasa a las treinta personas.

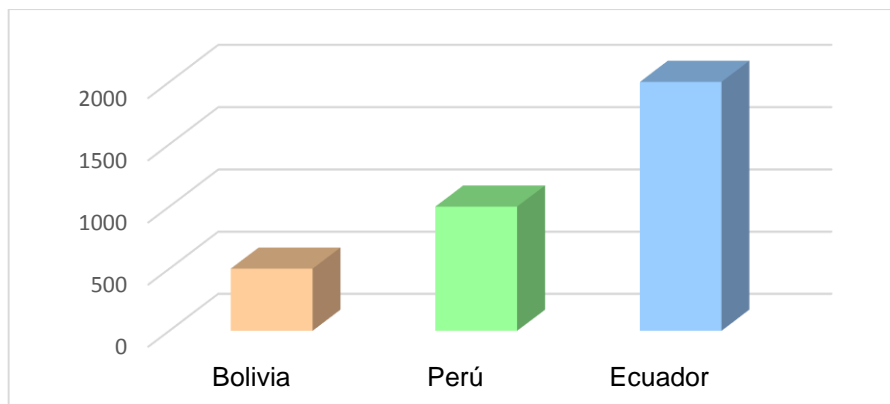
3. Resultados y discusión

La investigación está vinculada a la comercialización de quinua orgánica que se cultiva en la provincia de Chimborazo y la demanda en Estados Unidos, en la cual se ha encontrado problemas referentes a la falta de conocimiento del proceso de comercialización internacional acción que impide aprovechar oportunidades económicas para los pequeños productores chimboracenses.

Según la FAO (2013) en su artículo *Distribución y producción* el cultivo de quinua se localiza principalmente en Bolivia, Perú y Ecuador debido a que su producción en los últimos años se ha duplicado gracias a la demanda de Estados Unidos.

Por otra parte, Ecuador en la actualidad no cuenta con tratos comerciales con Estados Unidos para ingresar libre de aranceles a dicho mercado; sin embargo la demanda insatisfecha ayuda a que la quinua ecuatoriana se comercialice en el mercado cubriendo los costos y generando utilidad por la actividad comercial. Además, los productores de nuestro país puedan competir con Bolivia y Perú mediante la ventaja comparativa en el rendimiento de la producción teniendo en cuenta la siguiente información:

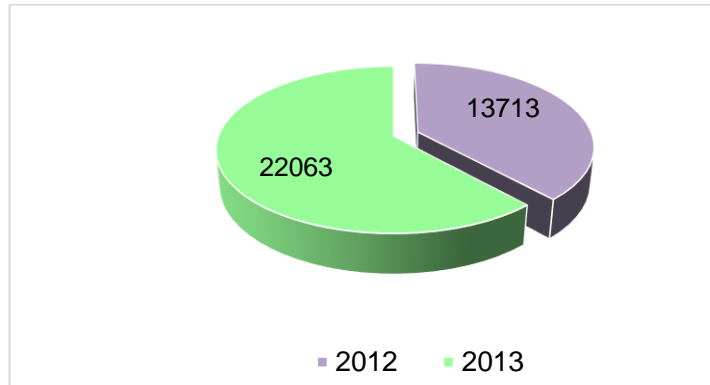
Gráfico N° 1: Rendimiento máximo de quinua en Kg/hectárea



Fuente: Eduardo Peralta (2013), Diario La República (20/04/2013) y El Tiempo (17/06/2012)
Elaborado por: Autora

Como se observa en el Gráfico N° 1 Ecuador tiene mayor rendimiento en su cultivo debido a la adaptabilidad de suelos, climas, tolerante al exceso de humedad y granizadas, (INIAP, 02/04/2013). Lo mencionado anteriormente facilita que la producción se incremente y pueda satisfacer necesidades del mercado estadounidense.

Gráfico N° 2: Importaciones en Tn. de quinua por Estados Unidos



Fuente: Trade Map (2013)
Elaborado por: Autora

La quinua en Estados Unidos es considerada como el súper alimento por su contenido nutricional que es imposible encontrar en otro cereal similar generando el incremento de la demanda en un 30% gracias a la declaración del año internacional de la quinua que se llevó a cabo en el año 2013 y promocionó el producto a nivel internacional. (Diario La Patria, 30/03/2013)

Uno de los factores que llama la atención en la investigación es la desaparición del cultivo de quinua en Estados Unidos debido a la falta de subsidios a este cultivo, no existe asignación de recursos para investigaciones, las instituciones financieras no brindan crédito para quinua y la existencia de plagas acabarían con el cultivo (Ana Quispe, 2013). Por las razones señaladas anteriormente las importaciones de quinua han aumentado notablemente dando oportunidad a los países andinos a beneficiarse de los precios internacionales.

Tabla N° 1: Características del consumidor de quinua

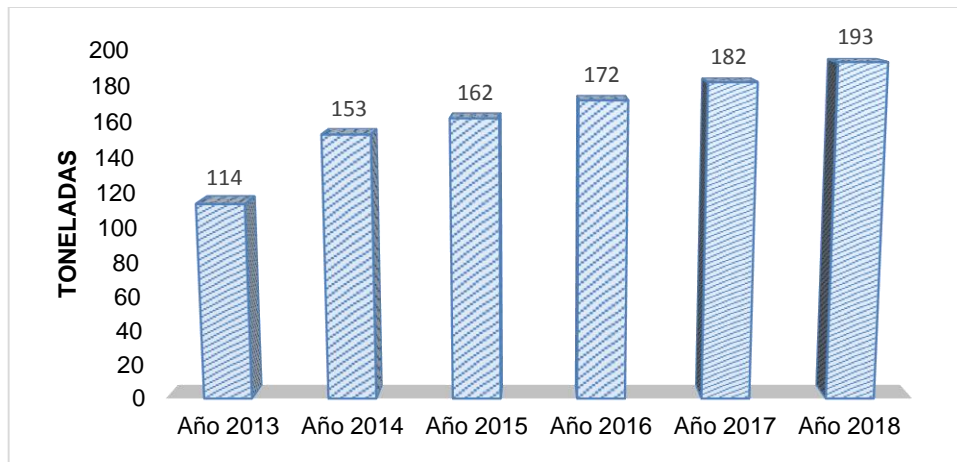
Perfil del consumidor estadounidense	
✓	Cuidan su salud.
✓	Consumo de productos orgánicos.
✓	Buscan calidad en los alimentos.
✓	Prefiere alimentos prácticos y fáciles de preparar.
✓	Les interesa la protección del medio ambiente.
✓	Pertenecen a la clase alta y media.
✓	Son consumidores informados sobre el contenido nutricional del producto.

Fuente: Pro Ecuador (2013)

Elaborado por: Autora

De acuerdo a la Tabla N° 1 los consumidores de quinua orgánica gustan de productos que aporten a su salud; en el mercado estadounidense la quinua es considerada como un producto gourmet porque están en posibilidad de comprarla preferentemente los de clase alta – media, por este motivo el cereal se encuentra principalmente en tiendas de alimentos orgánicos como restaurantes de comida vegetariana. La oferta exportable de quinua orgánica de la provincia de Chimborazo – Ecuador mostramos a continuación:

Gráfico N° 3: Oferta exportable de quinua orgánica



Fuente: Investigación de campo (2013)

Elaborado por Autora

Al analizar el Gráfico N° 3 la oferta exportable para el 2014 se provee que será de 153 toneladas debido a que los agricultores incrementarán su cultivo en un 30% a lo largo de los cinco años siguientes con ayuda de las autoridades gubernamentales que buscan intensificar la producción principalmente en Riobamba, Guano, Guamote y Colta donde actualmente se concentra la mayor producción a nivel nacional.

La demanda de un producto ancestral en los países desarrollados es importante para nuestros productores porque generan retribuciones económicas que podrían satisfacer las necesidades básicas de sus familias, conjuntamente se mantienen y rescatan las costumbres de nuestros pobladores.

El análisis de la demanda en el mercado estadounidense nos ayuda a comercializar quinua orgánica según las necesidades del mercado objeto de estudio, por ello mostramos la siguiente información que será sustento para la comercialización de quinua en Estados Unidos.

Tabla N° 2: Demanda insatisfecha de QUINUASURE en E.U.

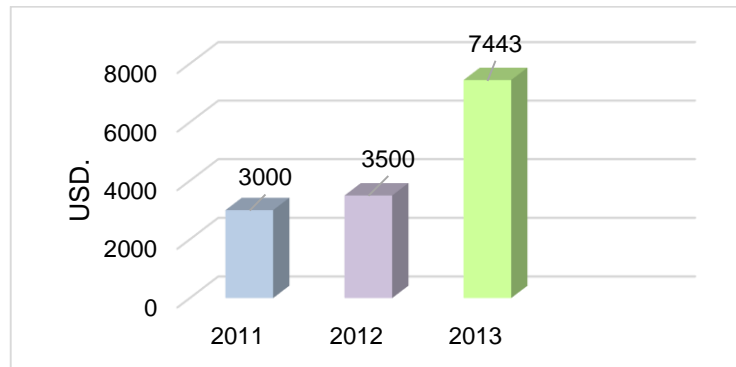
DATOS	AÑOS					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Oferta exportable COPROBICH (Tn)	144,00	152,64	161,80	171,51	181,80	192,70
Demanda insatisfecha del cliente	300	300	300	300	300	300
% de cobertura de la demanda	48%	50,88%	53,93%	57,17%	60,60%	64,23%

Fuente: Investigación de campo (2014)
Elaborado por: Autora

La demanda insatisfecha de QUINUASURE que se ubica en Estados Unidos necesita que los productores de COPROBICH cubran una demanda de 25 toneladas mensualmente que al año representan 300 toneladas, sin embargo es importante indicar que la industria estadounidense inicialmente necesita esta cantidad y la demanda para cada periodo puede incrementarse debido a que los

productos terminados que ofrecen está en crecimiento y la materia prima es la quinua orgánica.

Gráfico N° 4: Precios internacionales de la quinua orgánica la Tn.



Fuente: Diario La Razón (24/01/2014)
Elaborado por: Autora

Según el Consorcio de Exportadores de quinua de Bolivia (2013) el incremento de la demanda internacional, la falta de oferta exportable y el poder adquisitivo son las principales causas que ha ocasionado que el precio se duplique, sin embargo para los productores el precio ha sido un atractivo para incentivar el cultivo de quinua orgánica donde existen suelos aptos para la producción.

Finalmente, ningún país es autosuficiente y el comercio exterior cubre las necesidades de cada nación llegando a cubrir expectativas mutuas como es el caso de quinua orgánica que se produce principalmente en los países andinos cubriendo la demanda existente en Estados Unidos y de esta manera se complementan ambas regiones.

4. Conclusiones

- El canal de comercialización apropiado para los productores de COPROBICH es directo debido a la nula participación de intermediarios y el contacto es mediante productores e importador, consecuentemente se evitando que el mark up sea representativo.
- Una vez realizada la logística correspondiente el precio de cada saco de 50 kg para el cliente en Miami es de 226,81 dólares de acuerdo al término de negociación pactado con el importador; mientras que el tiempo para que la mercancía arribe al puerto marítimo de Miami será de 15 días contados a partir de la unitarización.
- Con la exportación de quinua orgánica a Miami – Estados Unidos se obtiene una rentabilidad misma que se representa en el 35% de la tasa interna de retorno, beneficiando a los productores de COPROBICH y sus familias.

5. Recomendaciones

- Se deben aprovechar los incentivos a las exportaciones que ofrece nuestro país y de esta manera tener oportunidades de explorar mercados internacionales con un producto de calidad que contribuye a la seguridad alimentaria a nivel mundial.
- Recomiendo producir quinua de forma orgánica para que se preserve el medio ambiente que es responsabilidad de todos los ecuatorianos (as), además es importante tener presente que el mercado de productos orgánicos está aumentando y debemos satisfacer estos requerimientos tratando de minimizar costos y tiempos.

- Se recomienda a los productores de COPROBICH destinar cierto porcentaje de la utilidad obtenida en la logística, para implementación de tecnología misma que aporte al desarrollo productivo.

6. Bibliografía y Linkografía

FAO (2013), *Distribución y producción* en: <http://www.fao.org/quinoa-2013/what-is-quinoa/distribution-and-production/es/>

MAGAP (2013), *Aumentará producción de la quinua para aprovechar sus bondades*, en:

<http://diariodigitalcentro.com/index.php/7105-magap-aumentara-produccion-de-la-quinua-para-aprovechar-sus-bondades>

Quispe A. (2013), *Por qué la quinua no conquista el mundo*, en: <http://anamariaquispe.com/2013/07/28/por-que-la-quinua-no-conquista-el-mundo/>

MAGAP (2013), *Chimborazo: MAGAP reactivará 2 mil hectáreas de quinua*, en: <http://www.agricultura.gob.ec/chimborazo-magap-reactivara-2-mil-hectareas-de-quinua/>

Diario La Patria (30/03/2013), *La quinua en el mercado mundial*, en:

<http://www.lapatriaenlinea.com/?t=la-quinua-en-el-mercado-mundial¬a=139326>

Diario La Razón (16/03/2014), *El precio externo de la quinua se duplica y afecta consumo interno*, en: http://www.la-razon.com/index.php?_url=/suplementos/financiero/externo-quinua-duplica-consumo-interno_0_2015198591.html

Consorcio de Exportadores de quinua de Bolivia (2013), *Economía de la quinua*, en: <http://www.quinuainternacional.org.bo/menu/pagina/20>