

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

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

**“Oportunidades de mercado en España y la comercialización de
harina de quinua desde el Cantón Bolívar”**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título
de Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación
Comercial Internacional

AUTORA: Karol Silvana Arciniegas Piscal

ASESORA: Dra. Cecilia Yacelga Rosero

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2015

CERTIFICADO.

Certifico que el/la estudiante Karol Silvana Arciniegas Piscal con el número de cédula 0401642996 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “Oportunidades de mercado en España y la comercialización de harina de quinua desde el Cantón Bolívar”.

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.

Dra. Cecilia Yacelga Rosero

Tulcán, 04 de Agosto del 2015

AUTORÍA DE TRABAJO.

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

Yo, Karol Silvana Arciniegas Piscal con cédula de identidad número 040164299-6 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

.....
Karol Silvana Arciniegas Piscal
Tulcán, 04 de Agosto del 2015

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.

Yo Karol Silvana Arciniegas Piscal, declaro ser autor 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, 04 de Agosto del 2015

Karol Silvana Arciniegas Piscal
CI 040164299-6

AGRADECIMIENTO.

Al culminar este trabajo primeramente quisiera agradecer a Dios y a la Virgencita, Nuestra Señora de las Lajas por bendecirme en cada momento y permitirme alcanzar otro objetivo más en mi vida, porque ellos fueron los que hicieron posible este sueño.

A mi padre, Omar Arciniegas, mi hermano Jhon Arciniegas y en especial a mi Madre Carmen Piscal quien con su sacrificio día a día supo sacarme adelante en mis estudios y estuvo siempre a mi lado con palabras de aliento.

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

A mi tutor de Tesis Doctora Cecilia Yacelga que con su experiencia, y su paciencia me ayudó a culminar con éxito mis estudios.

Y finalmente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi por darme la oportunidad de estudiar y poder ser una profesional.

DEDICATORIA

Todo el esfuerzo realizado se lo dedico primeramente a Dios y la Virgencita Nuestra Señora de las Lajas por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida, han sido mi guía, sabiduría y me han brindado perseverancia para seguir preparándome como profesional.

A mi Madre Carmen Piscal, mi Padre Omar Arciniegas, mi hermano Jhon Arciniegas por su apoyo, comprensión, consejos de aliento en los momentos más difíciles, siempre pensando por mi bienestar y educación, siendo mi fuerza para seguir adelante.

ÍNDICE

| | |
|---|--------|
| CERTIFICADO..... | ii |
| AUTORÍA DE TRABAJO..... | iii |
| ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO..... | iv |
| AGRADECIMIENTO..... | v |
| DEDICATORIA..... | vi |
| ÍNDICE..... | vii |
| RESUMEN EJECUTIVO..... | xv |
| INTRODUCCIÓN..... | xvii |
| I. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN..... | - 1 - |
| 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | - 1 - |
| 1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..... | - 3 - |
| 1.3. DELIMITACIÓN..... | - 3 - |
| 1.4. JUSTIFICACIÓN..... | - 3 - |
| 1.5. OBJETIVOS..... | - 5 - |
| 1.5.1. Objetivo General..... | - 5 - |
| 1.5.2. Objetivos Específicos..... | - 5 - |
| II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA..... | - 6 - |
| 2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS..... | - 6 - |
| 2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL..... | - 8 - |
| 2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA..... | - 9 - |
| 2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL..... | - 10 - |
| 2.5. VOCABULARIO TÉCNICO..... | - 13 - |
| 2.6. IDEA A DEFENDER..... | - 15 - |
| 2.7. VARIABLES..... | - 15 - |
| III. MARCO METODOLÓGICO..... | - 16 - |
| 3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN..... | - 16 - |
| 3.1.1. Cualitativo..... | - 16 - |
| 3.1.2. Cuantitativa..... | - 16 - |
| 3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN..... | - 16 - |

| | | |
|----------|---|--------|
| 3.2.1. | Documental..... | - 16 - |
| 3.2.2. | De campo..... | - 17 - |
| 3.3. | TIPO DE INVESTIGACIÓN..... | - 17 - |
| 3.3.1. | Descriptiva | - 17 - |
| 3.3.2. | Exploratoria..... | - 17 - |
| 3.4. | POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN..... | - 18 - |
| 3.5. | OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES..... | - 19 - |
| 3.6. | PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN..... | - 22 - |
| 3.7. | PROCESAMIENTO ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS | - 23 - |
| 3.7.1. | Análisis de Resultados - Mercado Internacional | - 23 - |
| 3.7.2. | Análisis de Factores externos..... | - 25 - |
| 3.7.2.1. | Factores socioeconómicos..... | - 25 - |
| 3.7.2.2. | Factores Políticos..... | - 34 - |
| 3.7.2.3. | Factores Legales..... | - 41 - |
| 3.8. | ANÁLISIS DE MERCADO..... | - 51 - |
| 3.8.1. | Perfil de consumidor de Estados Unidos | - 51 - |
| 3.8.2. | Demanda Actual..... | - 53 - |
| 3.8.3. | Demanda potencial | - 54 - |
| 3.9. | ANÁLISIS DE OFERTA | - 54 - |
| 3.9.1. | Competencia..... | - 57 - |
| 3.9.2. | Canal de Distribución | - 59 - |
| 3.10. | ANÁLISIS SITUACIONAL (Ecuador) | - 60 - |
| 3.10.1. | Factores Socio Económicos..... | - 60 - |
| 3.10.2. | Factores Político y legal | - 62 - |
| 3.10.3. | Factores Tecnológicos | - 65 - |
| 3.11. | ANÁLISIS DE MERCADO (Ecuador)..... | - 66 - |
| 3.11.1. | Ficha del Producto | - 66 - |
| 3.11.2. | Producción en Ecuador..... | - 68 - |
| 3.11.3. | Capacidad de producción por provincias | - 69 - |
| 3.11.4. | Productos sustitutos..... | - 71 - |

| | | |
|-----------|---|--------|
| 3.12. | ANÁLISIS FODA DEL SECTOR PRODUCTOR EN EL CANTÓN BOLÍVAR..... | - 71 - |
| 3.13. | ANÁLISIS PORTER..... | - 72 - |
| 3.14. | OFERTA EXPORTABLE..... | - 75 - |
| 3.15. | PROYECCIÓN DE ESTUDIO..... | - 75 - |
| 3.15.1. | Proyecciones de oferta..... | - 75 - |
| 3.15.2. | Proyecciones de demanda..... | - 76 - |
| 3.16. | VALIDACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER..... | - 76 - |
| IV. | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | - 78 - |
| V. | PROPUESTA..... | - 80 - |
| 5.1. | TÍTULO..... | - 80 - |
| 5.2. | ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA..... | - 80 - |
| 5.3. | JUSTIFICACIÓN..... | - 81 - |
| 5.4. | OBJETIVOS..... | - 82 - |
| 5.4.1. | Objetivo General..... | - 82 - |
| 5.4.2. | Objetivos Específicos..... | - 82 - |
| 5.5. | MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA..... | - 82 - |
| 5.5.1. | Tamaño de la empresa..... | - 82 - |
| 5.5.1.1. | Estimación de ventas..... | - 83 - |
| 5.5.2. | Macro localización..... | - 83 - |
| 5.5.3. | Micro localización..... | - 84 - |
| 5.5.4. | Cadena de valor..... | - 84 - |
| 5.5.5. | Descripción de Procesos..... | - 85 - |
| 5.5.6. | Estructura Organizacional..... | - 88 - |
| 5.5.6.1. | Funciones básicas del Talento Humano..... | - 88 - |
| 5.5.7. | Requerimiento de mano de obra..... | - 89 - |
| 5.5.8. | Distribución de la planta exportadora en el Cantón Bolívar..... | - 90 - |
| 5.5.9. | Requerimiento de maquinaria y equipo..... | - 90 - |
| 5.5.10. | Proceso para la Exportación..... | - 91 - |
| 5.5.11. | Proceso logístico..... | - 92 - |
| 5.5.11.1. | Cálculo de cubicaje..... | - 94 - |

| | |
|--|---------|
| 5.5.11.2. Empaque, Envase y embalaje | - 95 - |
| 5.5.11.3. Documentación | - 96 - |
| 5.5.11.4. Flete Interno | - 96 - |
| 5.5.11.5. Flete internacional..... | - 97 - |
| 5.5.11.6. Derechos Aduaneros | - 97 - |
| 5.5.11.7. Incoterms | - 98 - |
| 5.5.11.8. Matriz General | - 99 - |
| 5.5.12. Estudio Económico y Financiero..... | - 100 - |
| 5.5.12.1. Inversiones y Costos..... | - 100 - |
| 5.5.12.1.1. Activos Fijos..... | - 100 - |
| 5.5.12.1.2. Costos de producción y gastos operacionales..... | - 101 - |
| 5.5.12.1.3. Proyección de costos y gastos..... | - 103 - |
| 5.5.12.1.4. Capital de trabajo..... | - 104 - |
| 5.5.13. Financiamiento del proyecto | - 105 - |
| 5.5.14. Estados Financieros..... | - 106 - |
| 5.5.14.1. Balance General | - 107 - |
| 5.5.14.2. Estado de Resultados | - 107 - |
| 5.5.15. Flujo de efectivo, VAN, TIR..... | - 108 - |
| 5.5.16. Punto de Equilibrio | - 110 - |
| VI. BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA | - 112 - |
| ANEXOS..... | - 124 - |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|--------|
| Tabla 1: Delimitación | - 3 - |
| Tabla 2: Fundamentación Legal..... | - 8 - |
| Tabla 3: Fundamentación Teórica | - 9 - |
| Tabla 4: Operacionalización de Variables..... | - 19 - |
| Tabla 5: Países Importadores – Ecuador (2011-2014) | - 23 - |
| Tabla 6: Inflación..... | - 26 - |
| Tabla 7: Producto Interno Bruto | - 28 - |

| | |
|--|--------|
| Tabla 8: PIB Per cápita | - 29 - |
| Tabla 9: Tasa de desempleo..... | - 31 - |
| Tabla 10: Tasa de Interés | - 33 - |
| Tabla 11: Acuerdos Comerciales Vigentes | - 34 - |
| Tabla 12: Barreras Arancelarias | - 36 - |
| Tabla 13: Balanza Comercial (Millones de dólares FOB) | - 40 - |
| Tabla 14: Normativa Aduanera | - 41 - |
| Tabla 15: Normativa Ambiental..... | - 42 - |
| Tabla 16: Población | - 43 - |
| Tabla 17: Índice de desempeño Logístico | - 45 - |
| Tabla 18: Índice de la estabilidad Macroeconómica | - 46 - |
| Tabla 19: Índice de Eficiencia en el mercado de bienes | - 46 - |
| Tabla 20: Índice del Tamaño de Mercado..... | - 47 - |
| Tabla 21: Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio | - 48 - |
| Tabla 22: Características del consumidor de Quinoa | - 52 - |
| Tabla 23: Consumo Nacional Aparente | - 53 - |
| Tabla 24: Demanda potencial | - 54 - |
| Tabla 25: Principales países productores de Quinoa..... | - 55 - |
| Tabla 26: Mercados proveedores de importaciones de Estados Unidos | - 56 - |
| Tabla 27: Comercio bilateral entre Estados Unidos y Ecuador | - 57 - |
| Tabla 28: Producción mundial de Quinoa | - 58 - |
| Tabla 29: Exportación de harina de Quinoa a Estados Unidos..... | - 58 - |
| Tabla 30: Indicadores Económicos | - 60 - |
| Tabla 31: Balanza comercial Ecuador con el Mundo | - 61 - |
| Tabla 32: Principales Bloques Económicos a los que pertenece Ecuador ... | - 63 - |
| Tabla 33: Ficha técnica del producto | - 67 - |
| Tabla 34: Producción de quinua en el Ecuador | - 69 - |
| Tabla 35: Provincias variedades, rendimientos (qq/ha) | - 69 - |
| Tabla 36: Análisis FODA..... | - 71 - |
| Tabla 37: Empresas exportadoras de productos elaborados de quinua | - 73 - |
| Tabla 38: Comparación de valor nutricional de la harina de quinua | - 74 - |

| | |
|--|---------|
| Tabla 39: Proyección de la oferta | - 76 - |
| Tabla 40: Consumo nacional aparente de harina de quinua..... | - 76 - |
| Tabla 41: Oferta Exportable..... | - 83 - |
| Tabla 42: Estimación de ventas..... | - 83 - |
| Tabla 43: Datos básicos de la harina de quinua | - 93 - |
| Tabla 44: Datos básicos del embarque..... | - 93 - |
| Tabla 45: Información adicional | - 94 - |
| Tabla 46: Cubicaje pallets..... | - 95 - |
| Tabla 47: Cubicaje unidad de carga | - 95 - |
| Tabla 48: Envase de la harina de quinua..... | - 96 - |
| Tabla 49: Documentación | - 96 - |
| Tabla 50: Flete interno | - 97 - |
| Tabla 51: Flete internacional..... | - 97 - |
| Tabla 52: Derechos aduaneros..... | - 97 - |
| Tabla 53: Términos de negociación | - 98 - |
| Tabla 54: Matriz general | - 99 - |
| Tabla 55: Activos fijos tangibles..... | - 100 - |
| Tabla 56: Activos diferidos..... | - 101 - |
| Tabla 57: Costos de Producción | - 102 - |
| Tabla 58: Gastos administrativos..... | - 102 - |
| Tabla 59: Gastos de ventas | - 102 - |
| Tabla 60: Proyección del costo de producción | - 103 - |
| Tabla 61: Proyección de Gastos Administrativos..... | - 104 - |
| Tabla 62: Proyección gastos de ventas | - 104 - |
| Tabla 63: Capital de operación | - 105 - |
| Tabla 64: Total inversión inicial..... | - 105 - |
| Tabla 65: Estructura de capital | - 106 - |
| Tabla 66: Costo de capital promedio | - 106 - |
| Tabla 67: Balance general - Planta exportadora Cantón Bolívar | - 107 - |
| Tabla 68: Estado de Resultados - Planta exportadora Cantón Bolívar | - 108 - |
| Tabla 69: Flujo de efectivo | - 109 - |

| | |
|---|---------|
| Tabla 70: Indicadores financieros | - 109 - |
| Tabla 71: Punto de equilibrio | - 111 - |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|--------|
| Gráfico 1: Importadores | - 24 - |
| Gráfico 2: Inflación | - 26 - |
| Gráfico 3: PIB..... | - 28 - |
| Gráfico 4: PIB per cápita | - 30 - |
| Gráfico 5: Tasa de desempleo | - 31 - |
| Gráfico 6: Tasa de interés..... | - 33 - |
| Gráfico 7: Balanza Comercial | - 40 - |
| Gráfico 8: Población..... | - 43 - |
| Gráfico 9: Principales países Exportadores de Quinoa..... | - 55 - |
| Gráfico 10: Canal de Comercialización: Perú, Estados Unidos | - 59 - |
| Gráfico 11: Balanza Comercial Ecuador con el Mundo..... | - 61 - |
| Gráfico 12: Localización de la planta exportadora | - 84 - |
| Gráfico 13: Distribución del área de trabajo | - 90 - |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|--|--------|
| Cuadro 1: Negociación | - 85 - |
| Cuadro 2: Transformación del Producto | - 86 - |
| Cuadro 3: Exportación de quinua..... | - 87 - |
| Cuadro 4: Talento humano requerido | - 89 - |
| Cuadro 5: Infraestructura, maquinaria y equipo | - 91 - |

ÍNDICE DE ANEXOS

| | |
|--|---------|
| Anexo N° 1: Formato de Entrevista..... | - 124 - |
| Anexo N° 2: Amortización de la deuda | - 127 - |
| Anexo N° 3: Roles de pago..... | - 128 - |

| | |
|--|---------|
| Anexo N° 4: Datos sobre la producción de quinua en el Ecuador..... | - 130 - |
| Anexo N° 5: Oficio emitido al MAGAP | - 137 - |
| Anexo N° 6: Oficio emitido a la UNA..... | - 138 - |
| Anexo N° 7: Respuesta Gerente General de la UNA..... | - 139 - |
| Anexo N° 8: Memorando contestación de la UNA | - 140 - |
| Anexo N° 9: Certificado de Secretaría General..... | - 141 - |
| Anexo N° 10: Acta de sustentación de proyecto de grado | - 142 - |
| Anexo N° 11: Producción de quinua en el Cantón Bolívar | - 143 - |

RESUMEN EJECUTIVO.

La presente investigación está relacionada con la comercialización de harina de quinua desde el Cantón Bolívar y las oportunidades de mercado en España, para lo cual se realizó un análisis de nuevos nichos de mercado que demandan derivados de quinua.

La limitada comercialización local e internacional de harina de quinua desde el Cantón Bolívar radica en que los productores no cuentan con los conocimientos necesarios para la diversificación del producto, igualmente desconocen el proceso de exportación, desaprovechando la demanda existente a nivel internacional, por lo que se limitan únicamente a comercializar grano de quinua.

Para establecer el mercado objetivo, fue importante analizar tres entornos internacionales, donde se estudió factores socioeconómicos, políticos y legales, que apoyados en proyecciones permitió identificar que Estados Unidos es el principal demandante de productos elaborados a base de quinua.

Al determinar la existencia de demanda insatisfecha en Estados Unidos los productores del Cantón Bolívar podrán impulsar su producción y diversificación, aprovechando las condiciones favorables para exportar al mercado elegido, generando entradas de divisas, que contribuyan al desarrollo local y nacional, aportando a la vez al plan nacional del Estado enfocado al cambio de la matriz productiva.

ABSTRACT.

This research is related to the marketing of quinoa flour from the Canton of Bolivar and the market opportunities in Spain, for which an analysis of new market niches that demand derivatives from quinoa was performed.

The limited local and international marketing of quinoa flour from the Canton of Bolivar is due to a lack of the skills needed for the diversification of the product, on the part of the producers, as well as the lack of knowledge about the export process and the not making use of the existing international demand, since they are limited only to the selling of quinoa grain.

To set the target market, it was important to analyze three international environments, where socio-economic, political and legal factors, which depended on projections was studied. The study identified the United States as the main buyer of quinoa products.

By determining the existence of unmet demand in the United States, producers of the Canton of Bolivar could boost their production and diversification, taking advantage of the favorable conditions for export to the chosen market, generating foreign exchange earnings, which contribute to the local and national development, contributing as well, to the State national plan, focused on changing the productive matrix.

INTRODUCCIÓN

Desde tiempos aborígenes la quinua fue un alimento apreciado por nuestras poblaciones por sus cualidades alimenticias y medicinales convirtiéndose en uno de los productos más nutritivos, en nuestro país gracias a sus condiciones geográficas y climatológicas se hace posible su cultivo en donde ha crecido notablemente en el transcurso de los años siendo un producto apetecido en diferentes mercados. Para ello se ve la necesidad de diversificar su producción para mantenerse en el mercado y una alternativa es la de obtener harina de quinua.

Esta investigación tiene como objetivo determinar las oportunidades de mercados internacionales para la comercialización desde el Cantón Bolívar en donde existe la necesidad de incrementar su producción, para ello se inicia con un análisis primario que es obtenida por personas que cultivan este producto y a través, de Instituciones como es el MAGAP y la Unidad de almacenamiento de Quinua ubicadas en el cantón Bolívar, información secundaria por medio de páginas web, documentos, revistas relacionados a este tema.

En la provincia del Carchi existe limitada información de investigaciones realizadas sobre este tema, lo que motivó realizar un estudio de las posibles causas y efectos, que puede tener esta investigación, obteniendo información precisa para las personas que cultivan la quinua, quienes la aprovecharan como una oportunidad de incursionar en nuevos mercados y mejorar su economía.

El desarrollo de esta investigación contiene;

CAPÍTULO I.- Se elaboró el planteamiento y formulación del problema por el cual atraviesan los productores de quinua en el cantón Bolívar, además de establecer los objetivos generales y específicos.

CAPÍTULO II.- En este capítulo se desarrolla la fundamentación teórica que permitió establecer científicamente el estudio, tomando como referencia investigaciones anteriores incluidas en los antecedentes investigativos, conteniendo además los principales conceptos relacionados con el tema.

CAPÍTULO III.- Se establece la metodología utilizada para investigar el mercado, determinando la población y muestra, seleccionando información a través de entrevistas, logrando con esto un análisis e interpretación de la información, Adicionalmente se realiza un diagnóstico para identificar las oportunidades de mercados Internacionales en donde se recopiló información socioeconómica, política y legal de tres mercados, que con el respectivo análisis se determina un solo país que es Estados Unidos, para luego determinar perfil del consumidor, la demanda existente, oferta exportable, datos que favorece la comercialización de harina de quinua

CAPÍTULO IV.- Se elabora las conclusiones y recomendaciones sobre los hallazgos más importantes del estudio, que sirven de base para la toma de decisiones.

CAPÍTULO V.- Se realiza la propuesta, que consiste en el estudio de factibilidad para la comercialización de harina de quinua desde el Cantón Bolívar hacia el mercado de Estados Unidos que fue seleccionado a través del análisis POA que considera el estudio técnico, Estudio financiero y Proceso logístico.

I. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

“Ecuador es uno de los países con mayor aptitud para el cultivo de quinua en las provincias de Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar y Cañar.” INIAP (2013). Según datos de PRO ECUADOR (2013), actualmente el país ocupa el tercer lugar en la lista de mayores productores y exportadores de quinua, ya que en 2012 vendió principalmente a Estados Unidos y Alemania, siendo un producto que en el transcurso del tiempo tiene acogida en mercados internacionales, por tal motivo se pretende incentivar su producción y consumo debido a su gran valor nutritivo, como manifiesta la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura - FAO (2013) “la quinua es un alimento que contiene alto grado de proteína, vitaminas, y minerales” (párr. 3), por ello se pretende dar un valor agregado a la quinua transformándola a harina de quinua que contenga las mismas características para su consumo, por otro lado el periódico Jardinerio (2014) manifiesta que en la provincia del Carchi existen incentivos para la siembra de este producto “La provincia del Carchi cuenta con 900 Hectáreas se encuentran cultivadas de quinua en el Carchi en la actualidad. Para el cultivo de quinua con mayor potencialidad en los cantones de Bolívar y Espejo” (párr. 4).

La problemática de este estudio radica en que, no se conoce cómo inciden las oportunidades de mercados internacionales, en la comercialización de harina de quinua desde el cantón Bolívar, lo cual es generado por causas como, la utilización de tecnología incipiente lo cual da como efecto que el cultivo de quinua se realice de manera artesanal, obstaculizando la producción industrializada que de valor agregado a este producto. Además los productores carecen de conocimientos técnicos sobre comercialización lo que motiva a que se venda como primario (en grano) únicamente para satisfacer el mercado local.

El desconocimiento de las necesidades y preferencias de los consumidores limitan que se incursione en nuevos nichos de mercado, impidiendo que se aproveche al máximo su capacidad de producción. Otra de las causas que afectan a este problema es la escasa investigación sobre este tema en la provincia lo cual da como efecto que los productores desconozcan cuanto se debe invertir para poder diversificar su producto.

Además, se podrá difundir todas las propiedades beneficiosas que tiene al consumir harina de quinua como manifiesta El Instituto Boliviano Del Comercio Exterior (2011) “La harina de quinua es rica en hidratos de carbono, proteínas de alto valor biológico que contienen todos los aminoácidos esenciales, grasas insaturadas, minerales y vitaminas” (párr. 4) Con el desarrollo de este proyecto para el cantón Bolívar en donde se ha visto la necesidad de incentivar su producción, se espera que se beneficien los productores ya que identificando las necesidades de consumo de harina de quinua en España y estableciendo estrategias para que el producto ingrese al mercado, puedan mejorar su niveles de rentabilidad y producción.

Como se afirma en el Plan Nacional Del Buen Vivir (2009-2013) “Diversificar la producción es un eje importante para asegurar las cadenas cortas y el retorno de los flujos de riqueza a los espacios rurales, haciendo la economía local menos dependiente de flujos de mercados locales, nacionales e internacionales.” (p. 61), de esta manera se pretende aprovechar de mejor manera a la quinua procesándola para obtener harina de quinua logrando así identificar nuevas oportunidades de mercados a través del desarrollo de estrategias de comercialización, generando un impacto socio-económico con la generación de nuevos empleos, mayores ingresos y mejor estilo de vida para los productores del Cantón Bolívar.

De acuerdo a lo anterior se plantea las siguientes preguntas:

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

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Cómo inciden las oportunidades de mercado internacional, en la comercialización de harina de quinua desde el Cantón Bolívar?

1.3. DELIMITACIÓN.

| Tabla 1: Delimitación | |
|------------------------------|---------------------------------------|
| Objeto de estudio | Oportunidades de mercado |
| Sujeto de estudio | Comercialización de harina de quinua |
| Área geográfica | Provincia del Carchi – Cantón Bolívar |
| Tiempo | 12 meses |
| Grupo social | Demandantes / ofertantes |

1.4. JUSTIFICACIÓN.

Esta investigación es importante debido a que los productores del Cantón Bolívar desconocen las estrategias de comercialización llegando afectar su rentabilidad y producción; el estudio investigativo está orientado a conocer las preferencias de consumo en diferentes mercados, a la diversificación del

producto, y al conocimiento por parte de los productores de la existencia de mercados internacionales para el consumo de harina de quinua que básicamente utiliza los granos de quinua que se tuestan y con ellos se hace harina, para la elaboración de distintos tipos de panes, pasteles y galletas como también es usada como cereal, por su gran aporte nutricional, se convierte en un componente para combatir la desnutrición en poblaciones con difícil acceso a nutrientes básicos esenciales. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura – FAO, 2013, párr. 2)

Se realiza ésta investigación para identificar las oportunidades de negocios existentes en mercados internacionales, conocer los aspectos más relevantes sobre estrategias comerciales para ingresar a un nuevo mercado y buscar el incremento económico para que los productores diversifiquen su producción obteniendo beneficios directos y generando un impacto sobre la economía regional. Este proyecto genera un impacto socio económico ya que busca incentivar la producción de harina de quinua en las personas que cultivan este producto en el Cantón Bolívar con esto se pretende generar empleo, un mejor nivel de vida y aportar con el desarrollo productivo en la provincia del Carchi.

El proyecto tiene una factibilidad técnica ya que se tiene acceso a tecnología adecuada para la realización de la investigación. Como también existe factibilidad bibliográfica debido a que la información requerida la encontramos en la biblioteca de la institución, en sitios web, y en documentos publicados por instituciones públicas y privadas. Así como también el proyecto servirá como guía de consulta para el desarrollo de nuevas investigaciones.

1.5. OBJETIVOS.

1.5.1. Objetivo General.

Determinar las oportunidades de mercado internacional para comercialización de harina de quinua desde el Cantón Bolívar.

1.5.2. Objetivos Específicos.

- Fundamentar documentalmente las oportunidades de mercado internacional y la comercialización.
- Determinar las oportunidades de mercado internacional que permitan la comercialización de harina de quinua desde el Cantón Bolívar
- Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de harina de quinua desde el Cantón Bolívar al mercado internacional.

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.

Según fuentes investigadas existen algunos antecedentes investigativos acerca del tema de harina de quinua misma que permitirán una orientación en el tema a investigar:

De esta manera se han encontrado algunas investigaciones referentes al tema, en primera la Escuela Politécnica de Chimborazo con el tema Utilización De Harina De Quinua Para La Elaboración De Galletas cuyo objetivo primordial es “incentivar el consumo de este producto en los niños de parvulario de la escuela de Chimborazo” (Llerena, 2010, pág. 4) Lo que hace referencia a impulsar el consumo de este producto en nuestro país.

Segundo en la Universidad Tecnológica Equinoccial se encontró una tesis con tema de “proyecto de pre factibilidad para la exportación de quinua orgánica al mercado norteamericano” cuyo objetivo es “crear una Sociedad Anónima, y la Exportación de Quinua Orgánica.” (Figuroa, 2006, pág. 23) las personas miran a futuro y desean no solo exportar el producto si no también asociarse con corporaciones, fundaciones nacionales o extranjeras y formar una empresa reconocida.

Tercero la Universidad Tecnológica Equinoccial con tema de “proyecto de pre factibilidad para la exportación y comercialización de quinua al mercado español, durante el periodo 2006-2015” Su objetivo es “apoyar el desarrollo de las zonas rurales pobres de las provincias mencionadas, a través del fomento de los cultivos autóctonos y la diversificación de la producción con otros cereales para mejorar la calidad de los cereales e incrementar los ingresos económicos de la población rural, complementando con la capacitación en todas las fases de la agro-cadena.” (Toapanta, 2006 pág. 15) esta

investigación es la más relacionada con mi proyecto de investigación debido a que ayuda a productores nacionales a la diversificación del producto y a encontrar oportunidades de negocios en otro país.

Cuarto en la Universidad Tecnológica Equinoccial se encuentra una tesis con el nombre de “Estudio de pre factibilidad para la exportación de harina de quinua al mercado estadounidense para el período 2005 – 2014” su objetivo es Determinar la factibilidad y rentabilidad de la exportación de harina de quinua a Estados Unidos (Rosas, 2005 pág. 4) esta tesis se relaciona con mi investigación y servirá de referencia para el estudio de la investigación.

Quinto la Universidad Nacional Agraria La Molina del país de Perú-Puno nos publica un documento que habla acerca “post cosecha y transformación de quinua” en donde se detallan el proceso de transformación del grano de quinua a harina de quinua que será de mucha ayuda en mi investigación. (Calla, Cortez, 2011)

Y por último algunas publicaciones en el instituto Nacional autónomo de investigaciones agropecuarias (INIAP, 2011) se encontró un documento que habla “sobre el potencial agroindustrial de la quinua” en donde habla sobre las cualidades que tiene la quinua como también la diversidad de productos que podemos elaborar con este producto. Este documento será de gran ayuda para mi investigación para saber cómo diversificar el producto.

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

| Tabla 2: Fundamentación Legal | |
|---|--|
| NORMATIVA | DESCRIPCIÓN |
| Constitución De La Republica 2008 | Art. 276.- Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable |
| Código Orgánico de la Producción. | Art. 69.- La transformación productiva buscará dinamizar todos los territorios del país Art. 72.- literal s). Promover exportaciones e importaciones ambientalmente responsables. Art. 93.- Fomento a la exportación.- El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá |
| Plan Nacional del Buen Vivir 2013 -2017. Objetivo 10 "Impulsar la transformación de la Matriz Productiva" | Fomentar la generación de capacidades técnicas y de gestión en los servicios, para mejorar su prestación y contribuir a la transformación productiva. Promover espacios de desarrollo de las actividades de servicios ambientales, bajo esquemas de competitividad y productividad en su prestación, para la generación de mayor valor agregado. |
| Acuerdos y Convenios Internacionales unión Europea | Firmaron acuerdos con Pro Ecuador y el ICEX para favorecer las líneas de cooperación, dará asistencia técnica y facilitará el fortalecimiento comercial. Programas de exportación de pequeñas y medianas empresas, consorcios, entre otros. Promover la creación de una unidad autónoma de formación online dentro de Pro Ecuador. |
| Agenda Territorial Zona 1 | La agenda territorial es un instrumento de trabajo que permite supervisar y mejorar la calidad del servicio de las empresas públicas mediante el fortalecimiento de los Sectores Estratégicos en la provincia. |
| Fuente: Constitución de la Republica 2008, COPCI, Plan Nacional del Buen Vivir 2013 -2017, Unión Europea y Agenda Territorial Zona 1 | |
| Elaborado: Karol Arciniegas | |

2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

| Tabla 3: Fundamentación Teórica | | |
|--|---|--|
| Teoría | Resumen | Análisis |
| Teoría de la Ventaja Comparativa (David-Ricardo) | David-Ricardo manifiesta que a pesar de que un país produzca varios productos debe desarrollar aquel que produce mejor y tomar ventaja frente a su competencia. | Esta teoría manifiesta impulsar la producción dándole valor agregado a los productos y así crear nuevos sectores productivos y no depender de otros países, por lo tanto se debe considerar que se debe aprovechar la ventaja comparativa de nuestro país como también entrar en nuevos sectores que permitirán el desarrollo productivo generando la diversificación constante. |
| Teoría de la ventaja Competitiva (Michael Porter) | Michael Porter manifiesta en esta teoría que se debe analizar el entorno de la empresa internacional tomando en cuenta factores como: Amenaza de nuevos Participante. -Amenaza de productos o servicios sustitutivos. -Poder de negociación de consumidores. -Poder de negociación de proveedores. -Rivalidad entre competidores existentes. El correcto análisis de estos factores permitirá a un país o empresa y permitirá desarrollar su capacidad de innovar y actualizarse. | La aplicación de los factores de esta teoría es necesaria para el mejoramiento del sistema productivo del País porque permite la innovación y desarrollo de nuevos productos generando la diversificación constante dentro de los mercados. |
| Teoría de la ventaja absoluta (Adam Smith) | Adam Smith manifiesta que se debe especializarse en producir esas mercancías que podrían ser lo más eficientemente posible. Algunos de éstos serían exportados a la paga para las importaciones de las mercancías que se podrían producir más eficientemente a otra parte. | Cada país se especializa en producir mercancías para las que tenga ventaja absoluta, De este modo, al seguir este principio todos los países saldrían ganando con el comercio y se lograría la misma eficiencia a nivel internacional. |

| Teoría | Resumen | Análisis |
|--|---|---|
| <p>La Nueva Teoría del Comercio Internacional (Paúl Krugman)</p> | <p>La teoría de Paúl Krugman contiene a las economías a escala; como también a la comercialización entre países por sus diferencias entre sí y a la diferenciación del producto de una empresa con el producto de otra, es decir la competencia. Una nación tendría que comprar todos los bienes que no produce, para satisfacer sus necesidades.</p> | <p>Con esta teoría se pretende dar una diferenciación al producto como lo es la harina de quinua debido a que nuestro país cuenta con una diversidad de climas y un suelo apto para cultivos, que facilita la producción de quinua.</p> |
| <p>Fuente: Juan B. García, Introducción al Comercio Internacional (2008), Paul Krugman y el Nuevo Comercio Internacional (2008) Elaborado: Karol Arciniegas</p> | | |

2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.

Se describen cada uno de las variables que vamos a estudiar:

2.4.1. Mercado

Es la puerta de entrada de un nuevo producto donde se lleva a cabo las ofertas, demandas, compras y ventas, como afirman los autores (Rivera y Garcillán, 2008, pág. 69) “El mercado es el lugar físico o virtual en el que se produce una relación de intercambio entre individuos y organizaciones” para adquirir un producto o servicio determinado y así satisfacer las expectativas del comprador.

2.4.2. Oportunidades de Mercado

Las oportunidades de negocios son una forma de incursionar en el mercado internacional en donde “el vendedor brinda un bien o servicio a cambio de una cuota inicial para adquirir los materiales necesarios que lleva a empezar un negocio” (Ugarte et al., 2003), o un plan de comercialización permitiendo que un producto se posicione en el mercado internacional. Dentro de las oportunidades

de negocios se identifica un bien o servicio que se pueda brindar al mercado internacional, como factor importante para incursionarnos en nuevos mercados, detallando claramente el producto que se ofrece y los mercados a los cuales puede ser introducido.

Por otro lado se define a las oportunidades de mercado "una determinada situación en la que existen personas, empresas u organizaciones con una necesidad o deseo, y disposición para comprar a cambio de obtener un beneficio o utilidad" (Kotler, 1999, Pág. 59), entonces se puede decir que las oportunidades de mercado relacionan la necesidad de adquirir un bien o servicio y la probabilidad de obtener un beneficio.

2.4.3. Oportunidades de Mercados Internacionales

Los mercados internacionales permiten el "adelanto de las economías, puesto que estas pueden producir distintos bienes y colocarlos en estos mercados para ser adquiridos por aquellos países donde no se pueden producir de una manera eficiente como el país oferente del bien", (Metzger y Donaire, 2007, p. 2) y este a su vez puede beneficiarse de los demás bienes o servicios en los cuales los otros países tienen una mejor ventaja competitiva.

2.4.4. Comercialización

Según Ugarte et al. (2003) "Es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios" (párr. 3); es una forma de planear y organizar las actividades necesarias para poner en el sitio y momento indicado una mercancía, logrando aceptación de los clientes en el mercado. La comercialización se ocupa de todo aquello que los clientes requieran para satisfacer una necesidad; es importante ofrecer un producto o servicio fuera o dentro del país tomando en cuenta la mejor vía de distribución, en esta

investigación el producto a comercializar será la harina de quinua aplicando una distribución física internacional eficiente.

2.4.5. Quinua

La quinua es un producto rico en nutrientes y minerales, tal como lo menciona en la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO] (2013, párr. 6) “es una planta autóctona de los Andes y su origen se remonta alrededor del lago Titicaca. Se lo denomina el “grano de los Incas”, un producto en donde es cultivado en tres países principalmente en Bolivia seguido de Perú y Ecuador. De acuerdo al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (2013) “la quinua cuenta con mayor contenido de minerales como fósforo, potasio, magnesio, y calcio entre otros minerales”, (párr. 6) que ayudan a la nutrición de niños y adultos. A este producto se lo pretende diversificar a harina de quinua con la que se puede preparar galletas, coladas, fideos, pasteles, y todo tipo de platos “La harina de quinua es rica en hidratos de carbono, proteínas de alto valor biológico que contienen todos los aminoácidos esenciales, grasas insaturadas, minerales y vitaminas” (Instituto Boliviano del Comercio Exterior, 2011, párr. 4).

2.4.6. La quinua en el mundo

La quinua conocida con su nombre *Chenopodium quinua* Willd constituyó un “componente importante en la dieta alimenticia de los pueblos prehispánicos en las tierras altas de los Andes desde Colombia hasta Argentina y Chile” según manifiesta la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura - FAO (2013) “es un producto muy apetecido en aquella época debido a su gran valor nutritivo que desde muchos años atrás lo consumían y en la actualidad se pretende retomar su consumo” (párr. 4); según Tapia (1999) “la distribución de este grano andino, es la tradición que existe en el consumo de este grano en Colombia, Ecuador Perú, Bolivia, norte de Chile y Argentina”

(párr. 3), y que se usa en la preparación de diferentes platos, bebidas, así como los alimentos procesados.

2.4.7. La quinua en el Ecuador

En el Ecuador el rescate de este grano andino se inició en el año 1983 con la recolección de la viabilidad nacional y la formación del banco de germoplasma del INIAP (2013) e inicio de las primeras investigaciones, siendo esta una reseña histórica que nuestro país desde hace años viene promoviendo su cultivo, consumo y diversificación. Según el Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca [MAGAP] (2013) el Ecuador es un país que cuenta con un diverso clima y suelo para el cultivo, con un Área cultivada de 2.000 hectáreas de sistemas de producción diversificados, de la más alta calidad que puede ayudar a la soberanía alimentaria.

2.5. VOCABULARIO TÉCNICO

- a. Comercialización:** “es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y maneras de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución”. (Ugarte et al., 2003)

- b. Demanda:** “Es la cantidad de un bien o servicio que las personas están dispuestas a comprar a distintos precios. Cuanto más alto sea el precio, tanto menor será la cantidad demandada y viceversa” (Gitman y McDaniel, 2007, p. 60).

- c. Exportación:** Consisten en la salida de mercancías, capitales y servicios con destino al mercado exterior. Es necesario observar los acuerdos

internacionales, requisitos arancelarios o paraarancelarios del país de origen y de destino. Según el Art. 158 del Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2011), exportación “Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal.” (p. 34)

d. Intercambio comercial: Es la compra o venta de mercancías como materias primas o productos terminados entre países, bloques económicos o regiones.

e. Mercado Meta: Se lo considera al público final demandante del producto que deseamos comercializar, es decir los potenciales consumidores.

Es el grupo específico de consumidores hacia el cual la empresa dirige sus actividades de marketing después de seleccionarlo en el mercado general. La identificación de un mercado meta ayuda a una organización a dirigir las actividades de marketing hacia aquellas personas que tienen más probabilidades de comprar sus productos o servicios. (Gitman y McDaniel, 2007, p. 424)

f. Mercadeo: “es una función organizacional, y un conjunto de procesos para crear, comunicar y brindar valor a los clientes, y para gestionar las relaciones con los clientes en formas que benefician a la organización y sus interesados”. (Metzger y Donaire, 2007, p. 2)

g. Negociación: consiste en desarrollar y concretar mejores alternativas para cumplir un acuerdo entre las partes, en este caso el acuerdo de comercializar internacionalmente la harina de quinua entre Ecuador y Estados Unidos.

h. Producto: “es algo que se puede ofrecer al mercado para ser adquirido, usado o consumido, para satisfacer un deseo o una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas”. (Grande, 2005, p. 26)

2.6. IDEA A DEFENDER.

El estudio de oportunidades de mercados internacionales permitirá identificar la mejor opción para la comercialización de harina de quinua desde el Cantón Bolívar.

2.7. VARIABLES.

a) Variable Dependiente: Comercialización de harina de quinua desde el Cantón Bolívar.

Es la variable dependiente ya que para aplicar procesos comerciales deben existir oportunidades de negocio.

b) Variable Independiente: Oportunidades de mercado

Es la variable independiente ya que en el mercado siempre existirán necesidades que nosotros no podemos controlar por lo tanto siempre habrán oportunidades de negocio que permitan satisfacer esas necesidades.

III. MARCO METODOLÓGICO.

3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1.1. Cualitativo

Este estudio de investigación se enfoca en un análisis cualitativo que según Pozo (2009) se trata de un método de recolección de información que busca explicar las razones del porque se da un comportamiento frente a ciertos hechos. De esta manera se pretende determinar las características, cualidades, beneficios como también los gustos y preferencias del consumidor.

3.1.2. Cuantitativa

Tiene una modalidad cuantitativa ya que se estudia datos estadísticos de demanda, oferta, análisis de tablas, cuadros como también el establecimiento de volúmenes de producción que se generan para determinar la situación presente del mercado y la proyección técnica.

3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1. Documental

La presente investigación es de tipo bibliográfico documental porque se necesita hacer uso de documentos, libros físicos y virtuales, revistas, noticias periódicas que permitan profundizar, en aquellos conceptos que se relacionan con el tema de investigación, logrando hacer un mejor análisis de acuerdo a la realidad del entorno y apoyándose para sustentar en la información obtenida.

3.2.2. De campo

Se aplica este tipo de investigación porque permite recopilar información de la realidad del cultivo y comercialización de la quinua en la provincia del Carchi Cantón Bolívar, mediante la técnica de entrevista. La investigación de campo permitió comprender la situación actual del cultivo de quinua, necesidades o problemas de los productores y la comercialización al mercado exterior.

3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.3.1. Descriptiva

Esta investigación es de tipo descriptiva, que según Bernal (2006) consiste en la descripción de un fenómeno social indicando sus rasgos más sobresalientes, y así poder analizar y procesar la información. Con el desarrollo de la investigación y sobre los aspectos analizados se llegó a describir os hechos relacionados con la producción y exportación de harina de quinua, desde la fase diagnóstica tanto en el país de destino como en el de origen, la identificación de alternativas favorables para el proyecto, hasta la descripción del proceso requerido para la puesta en marcha del proyecto de exportación al mercado internacional que permita dar solución a la problemática existente.

3.3.2. Exploratoria

Facilitó la recolección de datos que sustentan el marco teórico y analizar factores relevantes del problema investigado.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.

Para desarrollar la investigación que tiene como objetivo determinar la existencia de oportunidades de mercados internacionales, se recurrió al análisis de información secundaria de instituciones como: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, Unidad Nacional de Almacenamiento, Gobierno Provincial del Carchi, referente a registros, documentos, datos históricos actuales sobre capacidad de producción y comercialización de quinua en el Cantón Bolívar provincia del Carchi; no se aplicó ningún tipo de muestreo porque la indagación se llevó a cabo directamente en la Unidad de Almacenamiento, MAGAP, entre otros, que en función de una base de datos se analizó el cultivo y producción de quinua en el Ecuador como también en la provincia del Carchi.

Según los fines de la investigación también se aplicó la entrevista focalizada a tres productores del cantón Bolívar quienes proporcionaron la información del producto, para determinar las condiciones actuales de la producción de quinua en ese Cantón y determinar además la oferta exportable.

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

| Tabla 4: Operacionalización de Variables | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| Idea a defender: El estudio de oportunidades de mercados internacionales permitirá identificar la mejor opción para la comercialización de harina de quinua desde el Cantón Bolívar. | | | | | |
| TEMA | PROBLEMA | OBJETIVOS | VARIABLES | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL |
| Oportunidades de mercado Internacionales y la comercialización de harina de quinua desde el Cantón Bolívar - Carchi - Ecuador | ¿Cómo inciden las oportunidades de mercados internacionales en la comercialización de harina de quinua desde el Cantón Bolívar - Carchi - Ecuador? | <p>General: Fundamentar documentalmente las oportunidades de mercado internacional y la comercialización</p> <p>Específicos: Fundamentar documentalmente las oportunidades de mercado internacional y la comercialización.</p> <p>Determinar las oportunidades de mercado internacional que permitan la comercialización de harina de quinua desde el Cantón Bolívar</p> <p>Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de harina de quinua desde el Cantón Bolívar al mercado internacional.</p> | <p>VI: Las oportunidades de mercado es una variable independiente ya que en el mercado siempre existirán necesidades que nosotros no podemos controlar por lo tanto siempre habrán oportunidades de negocio que satisfagan esas necesidades.</p> | <p>Las oportunidades de negocios son una forma de incursionar en el mercado internacional en donde “el vendedor brinda un bien o servicio a cambio de una cuota inicial para adquirir los materiales necesarios que lleva a empezar un negocio” (Ugarte et al., 2003),</p> | <p>Las oportunidades de mercado para nuestra provincia y para nuestro país es muy importante debido a que se abren nuevos mercados a los cuales podemos ingresar con productos innovadores que no solo sea generador de materias primas sino que le de valor agregado a los productos.</p> |
| | | <p>Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de harina de quinua desde el Cantón Bolívar al mercado internacional.</p> | <p>VD: La comercialización es dependiente ya que para aplicar procesos comerciales deben existir oportunidades de negocio.</p> | <p>La comercialización es el proceso que se aplica cuando alguien quiere adquirir un producto o un servicio a cambio de una cantidad de dinero cuyo proceso puede ser sencillo o complejo dependiendo de la transacción.</p> | <p>La comercialización de harina de quinua es una gran oportunidad de negocios debido a que en nuestra provincia existen algunos productores que no saben cómo diversificar el producto por ello se pretende incentivar su producción y darle un valor agregado al producto.</p> |

| VARIABLES | ÍNDICES | INDICADORES | ÍTEMS | TÉCNICA | INSTRUMENTO | INFORMANTE |
|------------------------------|--|--------------------------|---|--|-------------|---|
| VI: Oportunidades de mercado | ENTORNO (PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO) | Factores Políticos | <p>¿Cuál es la política comercial en España, Colombia, Estados Unidos?</p> <p>¿Existen barreras arancelarias en España, Colombia, Estados Unidos?</p> <p>¿Existen barreras no arancelarias en España, Colombia, Estados Unidos?</p> <p>¿Cuál es la Balanza comercial de España, Colombia, Estados Unidos?</p> <p>¿Qué acuerdos comerciales existen entre Ecuador, España, Colombia, Estados Unidos?</p> | Fichaje (Análisis linkográfico, bibliográfico) | Fichas | <p>Sitios web: Banco Central del Ecuador, Banco Mundial, Pro Ecuador, Santander Trade, Agencia Tributaria de España, DIAN, OMPI, SIAC, Gobierno De España, World Economic Forum</p> <p>Acervo documental: libros, revistas, catálogos, periódicos, etc.</p> |
| | | Factores Socioeconómicos | <p>¿Cuál es la situación del PIB en España, Colombia, Estados Unidos?</p> <p>¿Cuál es el índice del PIB per-capital de España, Colombia, Estados Unidos?</p> <p>¿Cuál es el índice inflacionario de España, Colombia, Estados Unidos?</p> <p>¿Cuál es la tasa de interés de España, Colombia, Estados Unidos?</p> <p>¿Cuál es la tasa de desempleo de España, Colombia, Estados Unidos?</p> | | | |
| | | Factores Legales | <p>¿Cuál es la Normativa Aduanera de España, Colombia, Estados Unidos?</p> <p>¿Cuál es la Normativa Ambiental de España, Colombia, Estados Unidos?</p> | | | |
| | | Factores Geográficos | <p>¿Cuál es la Población total de España, Colombia, Estados Unidos?</p> <p>¿Cuál es el índice de desempeño logístico de España, Colombia, Estados Unidos? ?</p> <p>¿Cuál es el índice de competitividad global de España, Colombia, Estados Unidos?</p> | | | |

| | | | | | | |
|---|----------|--|---|--|--|---|
| | | | <p>¿Cuál es el perfil del consumidor? ¿Cuáles son los potenciales consumidores? ¿Cuál es el nivel de aceptación de productos importados? ¿Cuál es el nivel de aceptación de productos ecuatorianos?</p> | | | |
| | MERCADO | Demanda | | | | |
| | | Oferta | <p>¿Cuál es la situación actual de las importaciones y exportaciones? ¿Existe producción nacional / local? ¿Cuál es la demanda insatisfecha? ¿Cuál es el precio referencial del producto en el mercado de destino? ¿Cuál es el Canal de distribución?</p> | | | |
| VD: COMERCIALIZACIÓN | ENTORNO | Factores Socioeconómicos | <p>¿Cuál es la situación actual del Ecuador? ¿Cuál es la situación actual del sector ofertante? ¿Cuáles son los sectores ofertantes?</p> | Fichaje Observación Entrevista (Análisis linkográfico, bibliográfico) | Fichas cuestionario, guía de entrevistas | Internet: archivos, sitios web. Acervo documental |
| | | Factores Políticos | <p>¿Cuál es la política económica/ Comercial del Ecuador? ¿Cuál es la Política frente a las Exportaciones? ¿Cuál es la Balanza comercial del Ecuador?</p> | | | |
| | | Factores Legales | <p>¿Cuáles son las salvaguardias que aplica Ecuador?</p> | | | |
| | PRODUCTO | Producción Variedad del producto Cantidad Precio Nutrición | <p>¿Cuál es la producción de quinua? ¿Cuál es la Variedad de quinua que se produce? ¿Cuál es la cantidad de quinua que se destina a nivel nacional? ¿Cuál es el precio de la quinua actualmente? ¿Cuáles son los valores nutritivos de la quinua?</p> | Fichaje Observación | Fichas, Páginas Web | Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca, Unidad Nacional de Almacenamiento. Gobierno Provincial del Carchi |
| ESTUDIO DE FACTIBILIDAD | | Estudio técnico Estudio financiero Proceso logístico | PROPUESTA | | | |
| <p>Fuente: UPEC Elaborado por: Karol Arciniegas,</p> | | | | | | |

3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

Para la recolección de información se obtuvo ayuda del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, Unidad Nacional de Almacenamiento, Gobierno Provincial del Carchi, que a través de una base de datos se obtuvo información relevante sobre la producción y comercialización de quinua en el Ecuador, provincia del Carchi y cantón Bolívar.

Además se realizó la entrevista a 3 productores de quinua en el Cantón Bolívar para evidenciar datos relacionados a la capacidad de producción del grano como el análisis de perspectivas de los productores ante la demanda internacional, datos que contribuyeron al cálculo de oferta actual y futura.

La información se la realizó de la siguiente manera:

- Se identificó la población y muestra de estudio.
- Se elaboró el instrumento de investigación.
- Se elaboró el cronograma de trabajo.
- Se aplicó el instrumento.
- Se consolidó y analizó la información.

3.7. PROCESAMIENTO ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.7.1. Análisis de Resultados - Mercado Internacional

3.7.1.1 Posición arancelaria

Sección II: PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL

Capítulo 11: Productos de la molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo.

Partida Sist. Armonizado 1102: Harina de cereales, excepto de trigo o de morcajo (tranquillón)

Sub Partida Regional 11029000: - Las demás

Sub Partida Nacional 1102900000: LAS DEMÁS

3.7.1.2. Principales países importadores

| Tabla 5: Países Importadores – Ecuador (2011-2014) | | | | | |
|---|--------------------------------|-------------------|------------------|------------------------|--------------------------------------|
| Partida: 110290 las demás harinas de cereales, excepto de trigo o de morcajo o tranquillón | | | | | |
| SUB PARTIDA NANDINA | DESCRIPCIÓN NANDINA | PAÍS | TONELADAS | FOB - DÓLAR | % / TOTAL FOB – DÓLAR |
| 1102900000 | LAS DEMÁS | COLOMBIA | 292.37 | 82.45 | 26.33 |
| | | ESPAÑA | 27.87 | 61.31 | 19.58 |
| | | ESTADOS UNIDOS | 25.15 | 42.26 | 13.5 |

Gráfico 1: Importadores



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Karol Arciniegas

La harina de Quinua se la clasifica dentro de la partida arancelaria 110290 en donde se encuentran todas las harinas de cereales excepto la de trigo según datos del Banco Central del Ecuador las exportaciones se las realiza a 3 diferentes países como son Colombia con un 44%, España con el 33% y Estados Unidos 23%. Siendo estos los principales países importadores del producto a Exportar como también serán los países que estudiaremos para identificar las oportunidades de mercado.

Se analizó los factores socioeconómicos, políticos, legales, geográficos para determinar el mejor mercado con mayor aceptación del producto, conociendo tanto sus características cualitativas, cuantitativos, y determinar cuál de los tres países es factible exportar el producto.

3.7.2. Análisis de Factores externos.

3.7.2.1. Factores socioeconómicos

“Los elementos socioeconómicos son de los más importantes en el entorno del marketing internacional; en ellos tiene que operar la empresa para desarrollarse y lograr sus objetivos por lo que, si cambian, la empresa debe adecuarse a las situaciones económicas lo antes posible” (Lerma y Márquez, 2010, párr. 21)

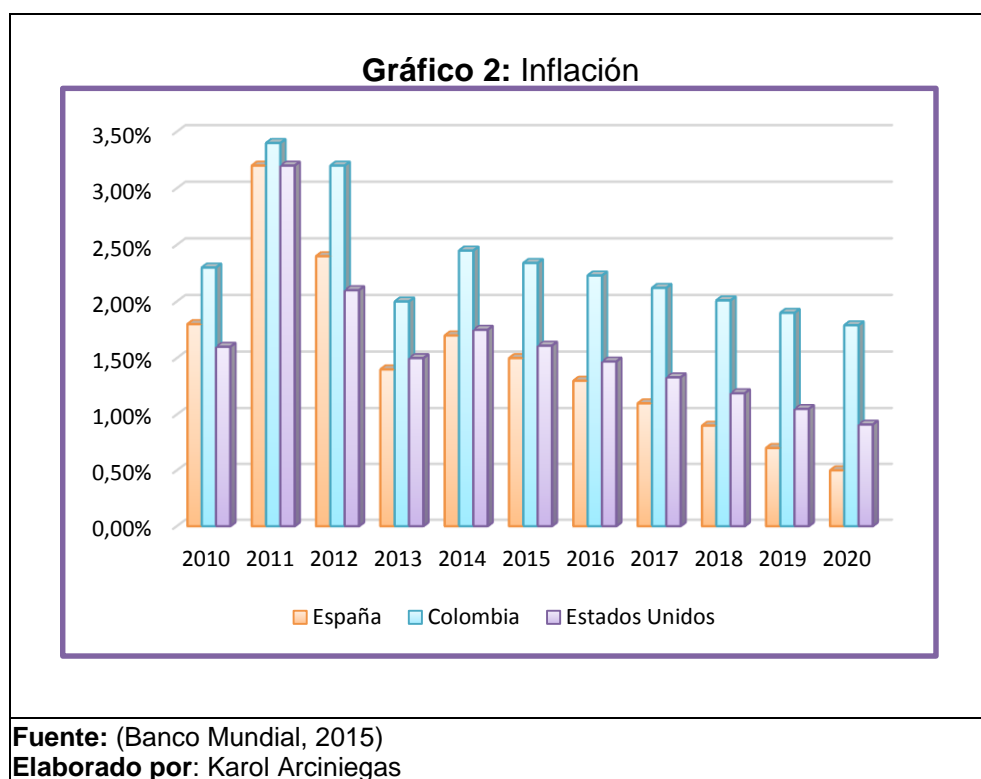
a. Inflación

“Es la situación económica que se caracteriza por un incremento permanente en los precios o una disminución progresiva en el valor de la moneda”. (Lerma y Márquez, 2010, párr. 21) la inflación sirve para determinar el aumento generalizado y sostenido de los precios de bienes y servicios en un país, se lo mide a través de índices, que reflejan el crecimiento porcentual de una canasta de bienes ponderada.

La inflación afecta las relaciones externas del país, cuando hay alta inflación en un país sus productos se vuelven relativamente más caros con relación a los precios de los productos de países con menor inflación. Esto hace que el país con inflación más elevada se le haga cada vez más difícil exportar.

Sin embargo, España Colombia y Estados Unidos tienen una tasa de inflación que se encuentra en el rango del 1 al 3 donde las personas cuentan con una capacidad de compra de bienes y servicios.

| Tabla 6: Inflación | | | |
|-----------------------------------|---------------|-----------------|-----------------------|
| Proyecciones (2014 - 2020) | | | |
| Años | España | Colombia | Estados Unidos |
| 2010 | 1,80% | 2,30% | 1,60% |
| 2011 | 3,20% | 3,40% | 3,20% |
| 2012 | 2,40% | 3,20% | 2,10% |
| 2013 | 1,40% | 2,00% | 1,50% |
| 2014 | 1,70% | 2,45% | 1,75% |
| 2015 | 1,50% | 2,34% | 1,61% |
| 2016 | 1,30% | 2,23% | 1,47% |
| 2017 | 1,10% | 2,12% | 1,33% |
| 2018 | 0,90% | 2,01% | 1,19% |
| 2019 | 0,70% | 1,90% | 1,05% |
| 2020 | 0,50% | 1,79% | 0,91% |



Según las proyecciones presentadas desde el año 2014 al 2020 nos muestran una inflación variable para los tres países; España presentará la inflación más baja que genera la caída de los precios por las rebajas y el ingreso de nuevos productos de temporada a precios bajos. Para Colombia se proyecta una

inflación estable en el 2013 fue del 2%. Sin embargo se aspira obtener un porcentaje superior para el año 2014, nivel que se halla dentro de los parámetros deseados del 1% y 3%, por ende la inflación de Colombia se mantiene estable, siendo una buena medida favorable para la economía del país. Estados Unidos tiene una inflación de 1,75% para el año 2014, en donde, su economía es estable, lo que facilita que los consumidores puedan comprar bienes o servicios.

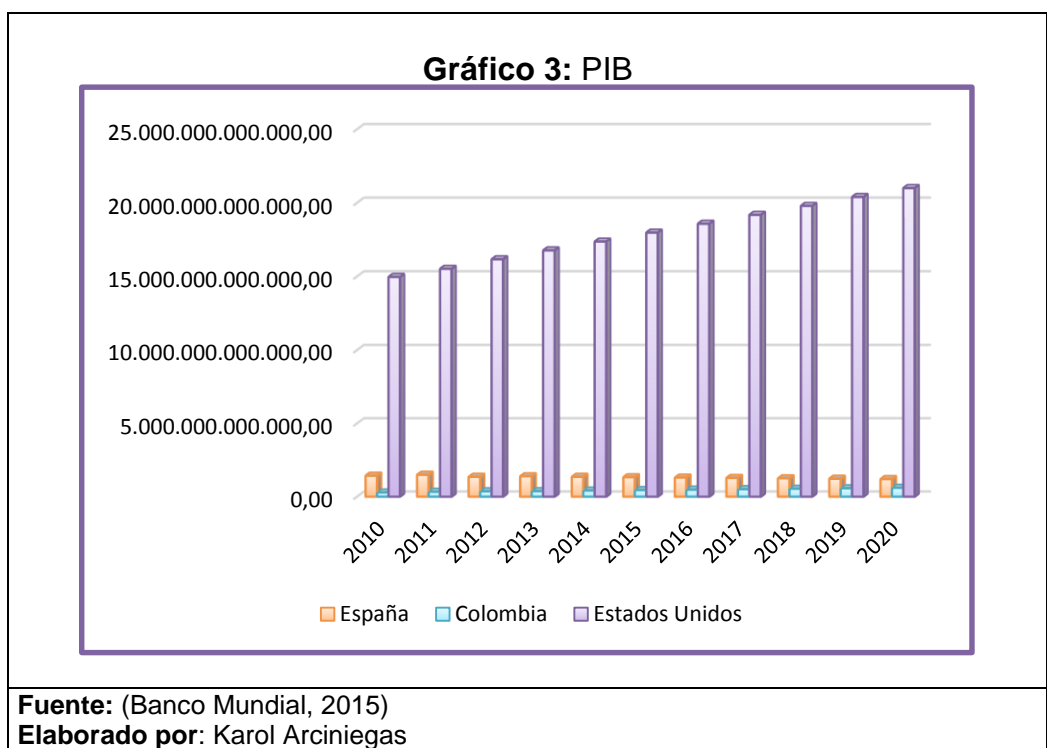
Considerando que Estados Unidos es un país con alta demanda de Quinua y sobre todo de productos dietéticos y elevada población, resulta interesante comercializar a ese país que con una inflación baja promueve el uso eficiente de los recursos productivos.

b. Producto Interno Bruto (PIB)

“Es el valor total de los bienes y servicios producidos en el territorio de un país en un periodo determinado; por lo general se presenta trimestral o anualmente”. (Lerma y Márquez, 2010, párr. 22). El PIB es un indicador que ayuda a determinar la suma del valor de los bienes y servicios producidos por un país en un periodo de tiempo.

España cuenta un PIB bajo a relación de los demás países durante los 3 últimos años, Colombia cuenta con una economía estable se podría decir ya que durante los 3 años ha ido evolucionando su PIB dando como resultado un alto crecimiento económico que significa oportunidades y más empleo permitiendo así reducir la pobreza en el país. Para Estados Unidos ha sido mucho más alto su crecimiento económico durante los últimos años debido a que este país es una potencia mundial.

| Tabla 7: Producto Interno Bruto | | | |
|--|----------------------|--------------------|-----------------------|
| Proyecciones (2014 - 2020) | | | |
| Años | España | Colombia | Estados Unidos |
| 2010 | 1.431.587.612.302,30 | 287.018.184.637,50 | 14.964.400.000.000,00 |
| 2011 | 1.494.598.106.576,40 | 335.415.156.702,20 | 15.517.900.000.000,00 |
| 2012 | 1.355.732.589.969,30 | 370.328.075.210,10 | 16.163.200.000.000,00 |
| 2013 | 1.393.040.177.013,70 | 378.415.326.790,10 | 16.768.100.000.000,00 |
| 2014 | 1.355.112.665.847,20 | 420.070.272.076,40 | 17.367.500.000.000,00 |
| 2015 | 1.329.661.883.599,91 | 450.980.706.572,97 | 17.973.140.000.000,00 |
| 2016 | 1.304.211.101.352,62 | 481.891.141.069,54 | 18.578.780.000.000,00 |
| 2017 | 1.278.760.319.105,33 | 512.801.575.566,11 | 19.184.420.000.000,00 |
| 2018 | 1.253.309.536.858,04 | 543.712.010.062,68 | 19.790.060.000.000,00 |
| 2019 | 1.227.858.754.610,75 | 574.622.444.559,25 | 20.395.700.000.000,00 |
| 2020 | 1.202.407.972.363,45 | 605.532.879.055,82 | 21.001.340.000.000,00 |



Según los datos proyectados desde el año 2014 al 2020 España no cuenta con un valor positivo para los siguientes años su valor según las proyecciones disminuirá. El Producto Interno Bruto (PIB) de Colombia ha mantenido una variación constante en los últimos años, sin embargo de acuerdo a los datos proyectados mantiene una tendencia a incrementar en los próximos años, lo

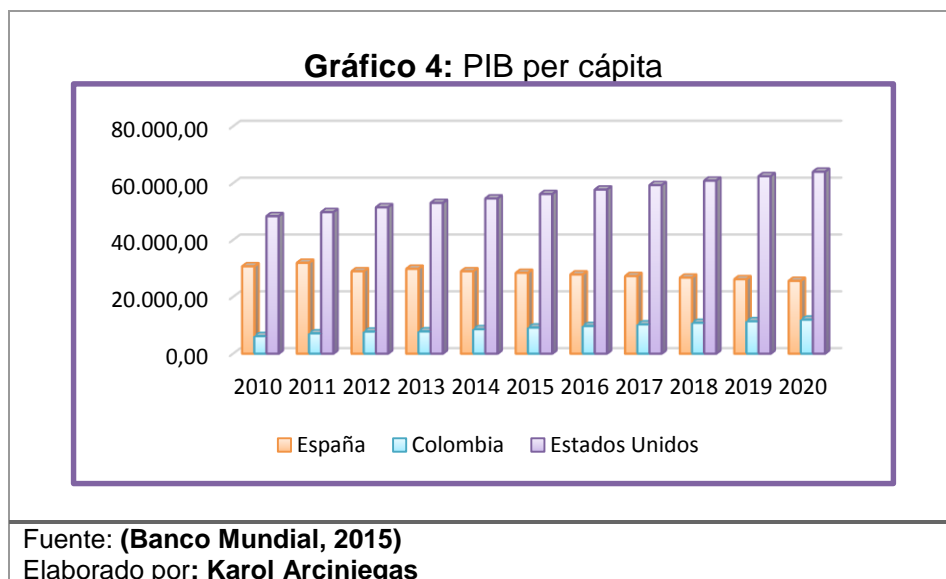
cual significa una estabilidad económica a largo plazo, como sucede también para Estados Unidos un incremento constante según las proyecciones esto generara alternativas de desarrollo económico para la población.

Su evolución es significativa para Colombia y Estados Unidos ya que representa el crecimiento de bienes y servicios, contando con una economía relevante, debido al constante crecimiento en sectores de industria, servicios y agricultura, teniendo así una economía estable.

c. PIB per cápita

“Es el valor total de los bienes y servicios producidos en el territorio de un país en un periodo determinado dividido entre los habitantes”. (Lerma y Márquez, 2010, pág. 22). Por medio de este indicador se conoce la capacidad de compra de determinado mercado para adquirir bienes y servicios.

| Tabla 8: PIB Per cápita | | | |
|-----------------------------------|---------------|-----------------|-----------------------|
| Proyecciones (2014 - 2020) | | | |
| Años | España | Colombia | Estados Unidos |
| 2010 | 30.736,00 | 6.179,80 | 48.377,40 |
| 2011 | 31.975,00 | 7.124,50 | 49.803,50 |
| 2012 | 28.992,60 | 7.763,00 | 51.495,90 |
| 2013 | 29.863,20 | 7.831,20 | 53.042,00 |
| 2014 | 28.991,50 | 8.622,80 | 54.601,25 |
| 2015 | 28.431,42 | 9.182,07 | 56.169,87 |
| 2016 | 27.871,34 | 9.741,34 | 57.738,49 |
| 2017 | 27.311,26 | 10.300,61 | 59.307,11 |
| 2018 | 26.751,18 | 10.859,88 | 60.875,73 |
| 2019 | 26.191,10 | 11.419,15 | 62.444,35 |
| 2020 | 25.631,02 | 11.978,42 | 64.012,97 |



Según el gráfico cuenta con proyecciones bajas pero con tendencia a subir; el PIB per cápita de España es considerable y una variación de crecimiento muy lento en altas y bajas para los próximos años, para Colombia el PIB per cápita tiene una variación decreciente en los años 2010 y 2012. Sin embargo, en los próximos años mantiene una tendencia de crecimiento a futuro, Estados Unidos desde el año 2010 ha mantenido un constante crecimiento hasta el 2014, por lo cual la capacidad de compra es alta, y las personas pueden gastar más, estabilizando la economía.

Los tres países muestran un adecuado nivel de vida y poder adquisitivo, debido los abundantes recursos naturales que tiene cada país, una infraestructura desarrollada y una alta productividad, generando así oportunidades de ingresar a estos mercados con nuevos productos.

d. Tasa de desempleo

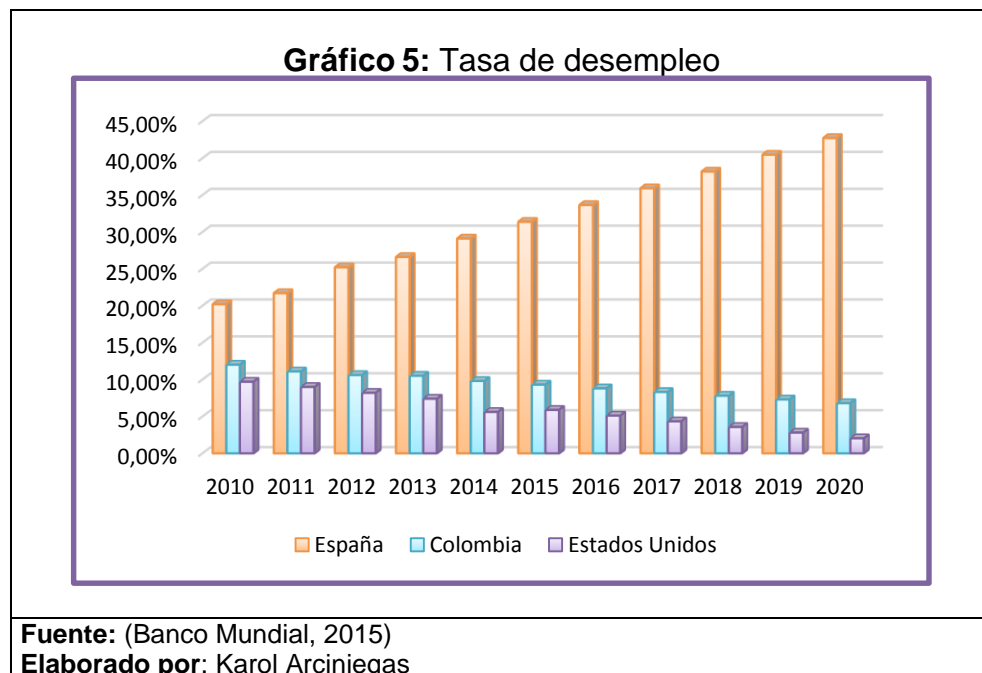
Corresponde a aquellas personas de 16 o más años que están sin trabajo, disponibles para trabajar y buscando empleo activamente. (datosmacro.com, 2015). La Tasa de Desempleo se calcula como el número de personas desocupadas dividido la Población Económicamente Activa siendo esta la

población o en edad de trabajar que en el período de referencia o bien tienen una ocupación en la que producen bienes o servicios económicos (Ocupados) o bien sin tenerla la buscan activamente (Desocupados). (ALADI, 2015).

Tabla 9: Tasa de desempleo

Proyecciones (2014 - 2020)

| Años | España | Colombia | Estados Unidos |
|-------------|---------------|-----------------|-----------------------|
| 2010 | 20,20% | 12,00% | 9,70% |
| 2011 | 21,70% | 11,10% | 9% |
| 2012 | 25,20% | 10,60% | 8,20% |
| 2013 | 26,60% | 10,50% | 7,40% |
| 2014 | 29,10% | 9,80% | 5,60% |
| 2015 | 31,37% | 9,30% | 5,88% |
| 2016 | 33,64% | 8,80% | 5,11% |
| 2017 | 35,91% | 8,30% | 4,34% |
| 2018 | 38,18% | 7,80% | 3,57% |
| 2019 | 40,45% | 7,30% | 2,80% |
| 2020 | 42,72% | 6,80% | 2,03% |



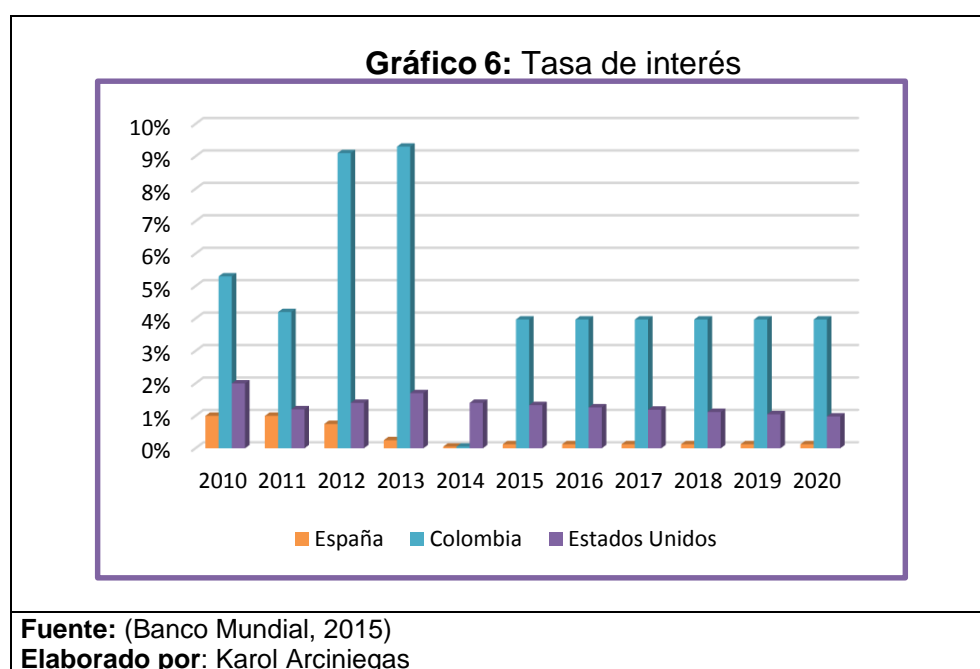
La tasa de desempleo es un problema en diferentes países que no cuentan con una economía estable según los datos del Banco mundial para los tres países muestran datos altos como bajos en la tasa de desempleo, España debido a la crisis económica que se enfrenta hoy en día y que poco a poco se está recuperando, muestra un alto porcentaje de desempleo con tendencia creciente para los próximos años, lo que significa un problema, debido a esto puede causar inestabilidad política y económica del país.

El desempleo en Colombia está disminuyendo para los siguientes años, lo cual significa que se encuentra en un nivel estable, generando mayor productividad e ingresos económicos. La tasa de desempleo de Estados Unidos es más baja, tomando como referencia el 5,6% del año 2014, donde “la consolidación de la mejoría en el mercado laboral esta cifra refleja que el país es la primer economía mundial que generó 2,95 millones de nuevos empleos, lo que supone el mayor incremento anual desde los 3,2 millones creados hace 15 años, según la información del Departamento de Trabajo”. (Mike Blake, 2015, párr. 6).

e. Tasa de interés

Es la valoración del costo del uso del dinero de un crédito; “un incremento de la tasa de interés reducirá el consumo de bienes y servicios y fomentará el ahorro, por el contrario, una reducción de la tasa de interés estimula el consumo de bienes y servicios, así como la producción”. (Lerma & Márquez, 2010, pag. 21). La tasa de interés en diferentes países influye mucho en el crecimiento económico facilitando su consumo y por ende la demanda de los productos.

| Tabla 10: Tasa de Interés | | | |
|-----------------------------------|--------------------|-----------------|-----------------------|
| Proyecciones (2014 - 2020) | | | |
| Años | España (UE) | Colombia | Estados Unidos |
| 2010 | 1% | 5,30% | 2,00% |
| 2011 | 1% | 4,20% | 1,20% |
| 2012 | 0,75% | 9,10% | 1,40% |
| 2013 | 0,25% | 9,30% | 1,70% |
| 2014 | 0,05% | 0,05% | 1,40% |
| 2015 | 0,05% | 3,97% | 1,33% |
| 2016 | 0,05% | 3,97% | 1,26% |
| 2017 | 0,05% | 3,97% | 1,19% |
| 2018 | 0,05% | 3,97% | 1,12% |
| 2019 | 0,05% | 3,97% | 1,05% |
| 2020 | 0,05% | 3,97% | 0,98% |



España (UE) muestra una tendencia a bajar el interés para los años siguientes a partir del 2014 esto debido a las estrategias que aplica con el fin de combatir con la deflación y el crecimiento económico. De acuerdo a lo manifestado por el Banco Central de Europa, la tasa de interés bajará para los años siguientes haciendo que la actividad económica del euro se recupere lentamente. Colombia durante los años 2011 al 2013, según datos del Banco Mundial el

interés es muy alto a diferencia de los demás países, sin embargo en los años proyectados el porcentaje se mantendrá constante. Estados Unidos mantiene una tasa de interés baja, con tendencia decreciente, por lo cual existe mayor oportunidad de adquirir préstamos e invertir.

3.7.2.2. Factores Políticos

“Los factores políticos se debe al conjunto de leyes e instituciones que regulan y limitan las conductas sociales y económicas de un país y que inciden en el comercio (al promover o impedir las exportaciones o importaciones) y la inversión. Esta influencia se ha acentuado más en las últimas décadas como consecuencia de los procesos de transformación que se viven en el mundo, al punto de que ciertos países abren o cierran sus mercados a las importaciones de ciertos bienes y servicios para proteger a su industria, equilibrar su intercambio comercial con el exterior, proteger las fuentes de empleo, evitar conflictos de orden social”. (Lerma y Márquez, 2010,)

a. Acuerdos comerciales

Los acuerdos comerciales son un contrato que provee un conjunto de reglas aplicables a sus miembros, que entregan estabilidad y credibilidad a las políticas internas reduciendo costos de transacción. CEPAL (2011). Los acuerdos comerciales nos ayudan a obtener beneficios en las preferencias arancelarias total o parcial para el ingreso de producto a un país.

| Tabla 11: Acuerdos Comerciales Vigentes | | |
|---|---|---|
| España | Colombia | Estados Unidos |
| <p>Acuerdo Marco de Cooperación.</p> <p>Programa de canje de deuda entre España y Ecuador.</p> <p>Convenio para evitar la doble imposición y prevenir la evasión fiscal en materia de impuestos sobre la renta y el patrimonio entre España y Ecuador.</p> <p>Ley de preferencias arancelarias SPG+</p> | <p>Acta de la Reunión del Comité Técnico Binacional de Asuntos Económicos y Comerciales en el marco de la Comisión de Vecindad e Integración Colombo-Ecuatoriana.</p> <p>Acuerdo de Reconocimiento Mutuo.</p> <p>Colombia concede trato preferencial a todas las importaciones procedentes del Estado Plurilateral de Bolivia, el Ecuador y el Perú, siempre que cumplan los criterios de origen de la Comunidad Andina</p> | <p>Sistema general de preferencias arancelarias</p> |
| <p>Fuente: Pro Ecuador- Guía comercial de España (2014), Colombia (2013), Estados Unidos (2014), Ministerio de comercio Exterior (2015)</p> <p>Elaborado por: Karol Arciniegas</p> | | |

b. Política Económica

“Acciones emprendidas por los gobiernos para promover o impedir las exportaciones o importaciones de bienes y servicios”. (Lerma y Márquez, 2010, pág. 24). Este indicador nos muestra el crecimiento económico para favorecer la estabilidad de precios, la política económica lo establece cada país con base a su normativa.

c. Barreras Arancelarias

“Tienen como fin impedir o desalentar el ingreso de determinadas mercancías y servicios a un país por medio del establecimiento de impuestos a la importación, ya que cuanto más alto sea el monto de los aranceles será más difícil que ingresen y compitan contra la producción local las mercancías de otro país”. (Lerma & Márquez, 2010, pág. 27) es decir “son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salida de las mercancía.” (Proecuador, 2014, parr.1) Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia son miembros de la Comunidad Andina (CAN), por lo que el comercio entre ellos aplica en su mayoría 0%.

España, “como muchos otros países europeos, se caracteriza por una amplia apertura comercial, a partir del 1 de enero de 2014 tendrían preferencias adicionales a través del Régimen especial de Estímulo del Desarrollo Sostenible y la Gobernanza”. (Gobierno de España, 2015, párr. 2), en tal sentido Ecuador es beneficiario del Sistema General de Preferencias SGP con arancel 0% que se aplica a la mayoría de productos que ingresan a la Unión Europea. Con Estados Unidos se ha renovado la Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de Drogas (ATPDEA) con que le permite a Ecuador llegar en condiciones preferenciales con sus productos.

| Tabla 12: Barreras Arancelarias | | |
|---|-------------------------------------|-----------------------------|
| España | Colombia | Estados Unidos |
| Arancel 0%. IVA 21% OF (CIF + DUTY + EXCISE) | Arancel 0%. IVA 5% OF (CIF+DUTY) | Arancel 0% OF FOB ATPDEA |
| Fuente: (Guia Comercial de España, 2015), (Pro-Ecuador, 2015), (Gobierno de España, 2015), (Santander Trade, 2015) | | |
| Elaborado por: Karol Arciniegas | | |

d. Barreras no Arancelarias

“Se refiere a las disposiciones gubernamentales que obstruyen el ingreso libre de mercancías a un país determinado, poniendo requisitos de ingreso a los productos o servicios como: determinadas reglas o ciertas características.” (Pro-Ecuador, 2015, parr.1)

Los exportadores para ingresar sus productos a España deben cumplir con los siguientes requisitos:

- ✓ **Requisitos Pararancelarios.-** “se mantienen los requisitos para arancelarios para las, Drogas, Seguridad alimentaria, Agricultura, Medio ambiente, Pesca, Salud pública, Protección al consumidor, Energía. La Unión Europea presiona, cada vez más, en materia de comercio exterior, para que sus suplidores se ajusten a estándares relacionados con medio ambiente y responsabilidad ética empresarial” (Guia Comercial de España, 2015, pag. 15)
- ✓ **Requisitos Fitosanitarios.-** “La introducción de vegetales y productos vegetales en el ámbito territorial de la Unión Europea, está regulado fitosanitariamente mediante la Directiva de la Comisión Europea” (Proecuador, 2014, pag.14).
- ✓ **Normas y Reglamentos Técnicos.-** Todos los importadores de vegetales y productos vegetales, nativos de terceros países, deberán estar inscritos en

un Registro Oficial de Importadores del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medioambiente.

- ✓ **Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado.-** El empaque que se regula debe ser a madera para prevenir cualquier tipo de introducción y la diseminación de organismos nocivos, “El etiquetado está bajo el control de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad” (Proecuador, 2014, pàg 12) en lo que se aplica la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios.

Los exportadores para ingresar sus productos a Colombia deben cumplir con los siguientes requisitos:

- ✓ **Productos de Prohibida importación.-** Colombia es un país que continúa prohibiendo las importaciones de ciertos bienes para la protección de la salud como también del medio ambiente entre estos bienes están las armas químicas, biológicas y nucleares. Sin embargo estas prohibiciones pueden ser temporalmente. (Pro-Ecuador, 2015. pàg, 20)
- ✓ **Licencias, registro y otros requisitos.-** En Colombia aplican dos licencias automáticas, denominado de "libre importación" en donde se realiza un control adecuado sobre la salud animal vegetal y humana como también un sistema de licencias no automáticas, denominado de "licencia previa" que permite controlar las importaciones que por su naturaleza requieren de control especial de importación. (Pro-Ecuador, 2015, pàg, 20)
- ✓ **Normas y reglamentos técnicos.-** “El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MCIT), coordina el Sistema Nacional de la Calidad (SNC), el cual tiene como objetivos fundamentales promover en los mercados la seguridad, la calidad y la competitividad del sector productivo o importador de bienes y

servicios y proteger los intereses de los consumidores.” (Pro-Ecuador, 2015 pàg, 20)

- ✓ **Normalización.-** “La actividad de normalización en Colombia es realizada por el ICONTEC realiza labores de evaluación de la conformidad (certificación) de alcance mundial a través de su vinculación a la Red Internacional de Certificación, IQNet, y de gestión de la calidad en Colombia, Centroamérica y Sudamérica.” (Pro-Ecuador, 2015 pàg, 20)

- ✓ **Reglamentos Técnicos.-** Son aquellos reglamentos de carácter legal a través de decretos, resoluciones y en casos excepcionales a través de leyes. La mayor parte de los Reglamentos Técnicos está basada en normas internacionales.

- ✓ **Medidas Sanitarias y Fitosanitarias.-**

Colombia aplica las normas sanitarias y fitosanitarias regionales andinas y ha participado con los otros países de la CAN en esfuerzos para armonizar normas fitosanitarias y procedimientos sanitarios y fitosanitarios en el comercio intrarregional andino y con terceros países A nivel regional andino, se han adoptado procedimientos comunes para expedir permisos y certificados Fito y zoosanitarios, así como normas para el registro, control, comercialización y uso de productos veterinarios. (Pro-Ecuador, 2015 pàg, 21)

Los exportadores para ingresar sus productos a Estados Unidos deben cumplir con los siguientes requisitos:

Estados Unidos cuenta con una barrera no arancelaria conocida como “Protección de la salud y seguridad alimentaria en alimentos” que es parte de la categoría de obstáculos técnicos La norma fue expedida por el Senado y el Congreso de los Estados Unidos y ejecutada por la Agencia de Alimentos y Medicamentos FDA. La Ley se articula en base a tres ejes principales que abarcan aspectos relacionados con salud, economía y seguridad alimentaria. En temas de la protección de la salud, la norma establece que todos los

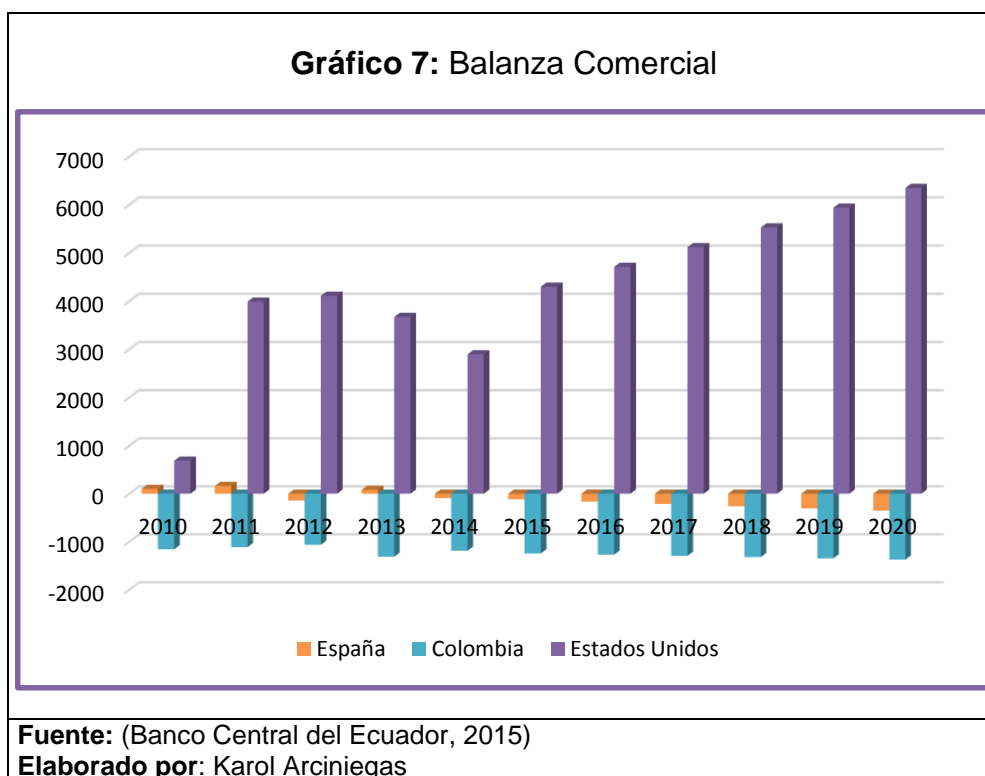
alimentos que se exporten a EEUU deberán cumplir las normas que los productos estadounidenses cumplen. Además, los productos de carácter alimenticio que se exporten a los Estados Unidos deben estar libres de declaraciones falsas o engañosas que busquen ocultar daños a la salud de los consumidores. (Todo comercio exterior, 2014)

e. Balanza comercial

Se refiere a las “importaciones y exportaciones de mercancías o bienes tangibles. Se utiliza para registrar el equilibrio o desequilibrio en el que se encuentran estas transacciones respecto al exterior y se expresan en déficit, cuando son mayores las importaciones, o superávit, cuando son mayores las exportaciones”. (Lerma & Márquez, 2010, pag. 22) convirtiéndose en un registro dentro de un periodo de tiempo que muestra su rendimiento económico, año tras año.

España, su balanza comercial en el 2012 registró un déficit inferior al registrado en 2011, su diferenciación se debe a que se ha producido un declive de las importaciones y un incremento de las exportaciones. Colombia registró un déficit en su Balanza comercial en el año 2013, entonces de acuerdo a estos datos la balanza comercial muestra una diferenciación debido al declive de las importaciones, al igual que ha ocurrido con sus exportaciones.

| Tabla 13: Balanza Comercial (Millones de dólares FOB) | | | |
|--|---------------|-----------------|-----------------------|
| Proyecciones (2015 - 2020) | | | |
| Años | España | Colombia | Estados Unidos |
| 2010 | 101,067361 | -1.156,9 | 687,60 |
| 2011 | 161,511193 | -1.116,1 | 3.988,27 |
| 2012 | -141,794552 | -1.065,8 | 4.109,66 |
| 2013 | 78,751904 | -1.312,7 | 3.670,40 |
| 2014 | -91,632722 | -1.186,9 | 2.894,61 |
| 2015 | -118,8671997 | -1244,6 | 4.298,96 |
| 2016 | -165,6831452 | -1270,3 | 4.708,57 |
| 2017 | -212,4990907 | -1296,0 | 5.118,19 |
| 2018 | -259,3150362 | -1321,6 | 5.527,80 |
| 2019 | -306,1309817 | -1347,3 | 5.937,42 |
| 2020 | -352,9469272 | -1372,9 | 6.347,04 |



España según los datos de proyección registra un déficit en los siguientes años; Colombia se mantiene con una Balanza comercial negativa en los siguientes años y Estados Unidos siendo un mercado potencial se verifica que ha realizado un número mayor de exportaciones a Ecuador, por lo cual genera

una amenaza ya que los productos ecuatorianos no son tan relevantes en este mercado.

Por tanto la balanza comercial de Estados Unidos en los últimos años se ha mantenido constante, sin embargo existe una tendencia a incrementar en los próximos años.

3.7.2.3. Factores Legales

“El entorno legal consiste en todas las leyes, decretos, reglamentos y normas de un país a otro y afecta a la distribución de productos, la promoción, las especificaciones técnicas y de seguridad del producto, las normas relativas al envase, embalaje, etiquetado, marcas comerciales, idioma”. (Lerma y Márquez, 2010, pág. 23)

a. Normativa Aduanera

La normativa aduanera es el conjunto de disposiciones legales que la Aduana está encargada de aplicar. (Portal de comercio Exterior, 2015) Cada país cuenta con una normativa aduanera diferente para la regulación del despacho de mercancías, en esta norma se establece el cumplimiento de las funciones de cada una de las aduanas, se debe tomar en cuenta su funcionamiento y los procedimientos para una revisión de mercancías por ejemplo que tiene que ser declarada en la aduana de un país.

| Tabla 14: Normativa Aduanera | | |
|---|------------------------------|--|
| España | Colombia | Estados Unidos |
| Código Aduanero Comunitario | Estatuto Aduanero colombiano | Código de Reglamentaciones Federales (CFR) |
| Fuente: (Agencia Tributaria de España, 2015), (DIAN, 2015), (OMPI, 2015) Elaborado por: Karol Arciniegas | | |

b. Normativa Ambiental

“La norma es el modo como se concibe y expresa el derecho ambiental, es decir; se refiere a una regla de conducta “obligatoria” o no, que se proporciona para un uso racional y sustentable de los recursos naturales y el medio ambiente.” (Ministerio del Ambiente, 2015, párr. 5) La normativa ambiental se aplica debido a la necesidad de responder ante la sociedad a los problemas ambientales que se presentan, ya que el ser humano siempre ha pretendido destruir y dominar la naturaleza. Por ende varios países hacen referencia a la protección del medio ambiente cumpliendo con normas específicas para el cuidado de la biodiversidad.

| Tabla 15: Normativa Ambiental | | |
|--|---|---|
| España | Colombia | Estados Unidos |
| El Sistema comunitario de gestión y auditoría medioambientales (EMAS III) | Sistema de información ambiental de Colombia (SIAC) | Ley nacional de política ambiental (NEPA) |
| Fuente: (OMPI, 2015), (Tu Europa, 2015), (SIAC, 2015) Elaborado por: Karol Arciniegas | | |

3.7.2.4. Factores Geográficos

“Los factores geográficos comprenden el medio físico, el clima, los suelos, estos factores tienen influencia en las condiciones que caracterizan al mercado y se manifiestan en los aspectos relativos a la adecuación del producto, la producción, la obtención de materias primas y los recursos naturales” (Lerma, 2010, pág. 30)

a. Población

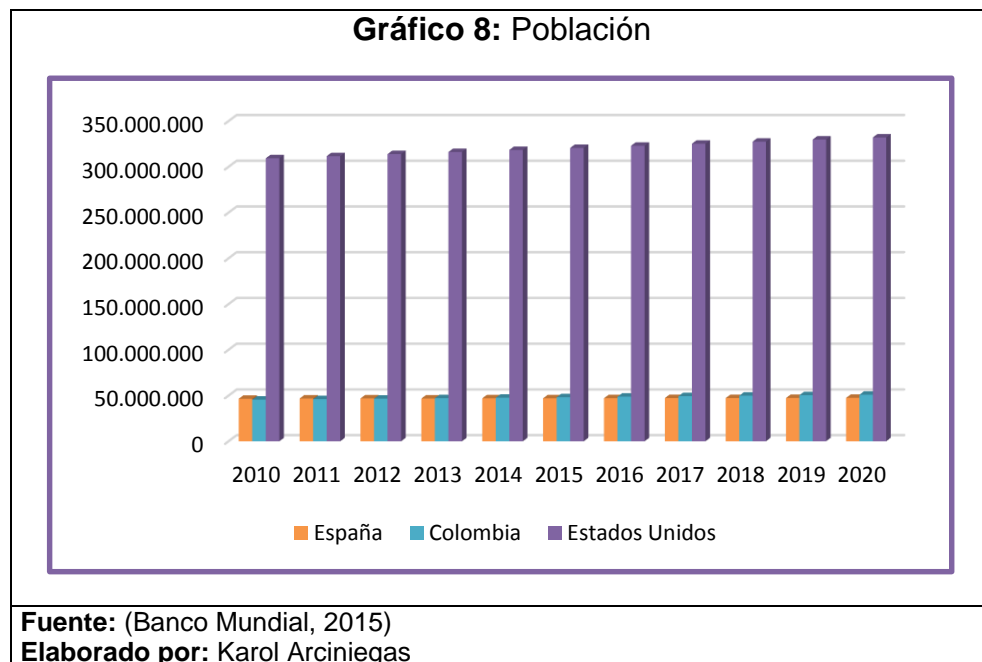
“Es el total de habitantes de un área específica (ciudad, país o continente) en un tiempo determinado. Este indicador es muy importante porque proporciona

datos sobre el número de posibles consumidores”. (Lerma & Márquez, 2010, pág. 22), a través de este indicador se podrá identificar el crecimiento de la población en los últimos años y los cambios a los que se enfrentan estos países.

Tabla 16: Población

Proyecciones (2014-2020)

| Años | España | Colombia | Estados Unidos |
|------|------------|------------|----------------|
| 2010 | 46.486.621 | 45.509.580 | 309.326.295 |
| 2011 | 46.667.175 | 46.044.600 | 311.582.564 |
| 2012 | 46.818.216 | 46.581.820 | 313.873.685 |
| 2013 | 46.727.890 | 47.121.090 | 316.128.839 |
| 2014 | 46.893.688 | 47.657.210 | 318.402.534 |
| 2015 | 46.981.172 | 48.194.385 | 320.672.409 |
| 2016 | 47.068.657 | 48.731.560 | 322.942.285 |
| 2017 | 47.156.142 | 49.268.735 | 325.212.160 |
| 2018 | 47.243.627 | 49.805.910 | 327.482.035 |
| 2019 | 47.331.112 | 50.343.085 | 329.751.911 |
| 2020 | 47.418.596 | 50.880.260 | 332.021.786 |



España, Colombia y Estados Unidos son mercados que cuentan con un alto nivel de población, aunque para Estados Unidos el número de habitantes es mayor por ser una gran potencia mundial, por lo cual existe un mayor consumo de productos. Según las tendencias para los tres países en los próximos años tienden a crecer, lo que significa mayor oportunidad de consumo de bienes y servicios.

b. Índice de desempeño Logístico

Este indicador refleja “la eficiencia del proceso del despacho de aduana, la calidad de la infraestructura relacionada con el comercio y el transporte, la facilidad de acordar embarques a precios competitivos, la calidad de los servicios logísticos, la capacidad de seguir y rastrear los envíos, y la frecuencia con la cual los embarques llegan al consignatario en el tiempo programado”. (Banco Mundial, 2015, párr. 1). El índice de desempeño logístico se lo calcula de 1 a 5 en donde uno significa un porcentaje bajo es decir un mal desempeño logístico de ese país y 5 significa un buen desempeño logístico.

España, Colombia y Estados Unidos nos muestran un índice de desempeño logístico medio, aunque España y Estados Unidos supera a Colombia por lo que se puede decir que cuentan con un índice de desempeño alto esto se debe a que estos dos países cuentan con una “infraestructura y un control fronterizo bastante organizado, generando mayores avances en los servicios de logística y, en especial, de la subcontratación de las funciones especializadas, como es el caso del transporte, el despacho de cargas y el almacenamiento” (El Banco Mundial, 2014, párr. 1). En cambio Colombia cuenta con un índice bajo debido a que no cuentan con mejoras de infraestructura como también reformar un organismo de aduanas, pero creciente, que implica “mejorar la eficiencia en otros organismos con presencia en las fronteras, incluidos los que son responsables de los controles sanitarios y fitosanitarios”. (Banco Mundial, 2014,

párr. 1), a tales efectos, a menudo se requiere una combinación de enfoques para llevar un buen desempeño logístico.

| Tabla 17: Índice de desempeño Logístico | | |
|---|-----------------|-----------------------|
| España | Colombia | Estados Unidos |
| 3,63 (2010) | 2,77 (2010) | 3,86 (2010) |
| 3,70 (2012) | 2,87 (2012) | 3,93 (2012) |
| 3,72 (2014) | 2,64 (2014) | 3,92 (2014) |
| Fuente: (Banco Mundial, 2015) (Gobierno de España, 2015) | | |
| Elaborado por: Karol Arciniegas | | |

c. Índice de desempeño Global

EL índice de competitividad está formado por 12 pilares fundamentales que miden algunos factores y aspectos de la competitividad según (Velázquez, 2004, pág. 30) “la competitividad es la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población” por otro lado el economista (Fonseca, 2015, pág. 13) manifiesta que el índice de competitividad de un país se compone de cuatro elementos “la eficiencia de los negocios, el desempeño económico; la eficiencia del gobierno, y, la infraestructura, entre otros”. Esto permite tener un marco comprensivo para entender el entorno de la competitividad en diferentes países en los que se detallarán a continuación los más relevantes en esta investigación.

d. Estabilidad Macroeconómica

La estabilidad del entorno macroeconómico es importante para las empresas de un país; “El gobierno no puede prestar servicios de manera eficiente si se tiene que hacer alto los pagos de intereses sobre las deudas de su pasado, la economía no puede crecer a menos que el entorno macroeconómico sea estable”. (Castañeda, 2014, pág 2)

Según los datos disponibles con relación a la estabilidad macroeconómica de los tres países el mejor puntaje es de Colombia, sin embargo en relación a España y Estados Unidos se muestra una diferencia mínima, por tanto los tres países se encuentran en un rango económico aceptable.

| Tabla 18: Índice de la estabilidad Macroeconómica | | |
|---|-----------------|-----------------------|
| España | Colombia | Estados Unidos |
| 3.8 | 5.6 | 4.0 |
| Fuente: (World Economic Forum, 2015) Elaborado por: Karol Arciniegas | | |

e. Eficiencia en el Mercado de bienes

Según este índice es importante que los mercados sean eficientes Según Castañeda (2014) “La eficiencia del mercado depende también de las condiciones de la demanda, tales como orientación al cliente y la sofisticación del comprador” (pág. 2), España, Colombia, Estados Unidos muestran un índice de Eficiencia en el mercado mínimo de diferencia, garantizando un nivel de eficiencia considerable en la productividad tomando en cuenta que Estados Unidos lleva un alto nivel a relación a los dos países, es esto debido a que este país es una potencia mundial sin embargo los tres garantizan mercados saludables dentro de la competencia.

| Tabla 19: Índice de Eficiencia en el mercado de bienes | | |
|---|-----------------|-----------------------|
| España | Colombia | Estados Unidos |
| 4.3 | 4.0 | 5.1 |
| Fuente: (World Economic Forum, 2015) Elaborado por: Karol Arciniegas | | |

f. Tamaño de Mercado

Castañeda (2014) indica que “El tamaño del mercado afecta la productividad, ya que los grandes mercados permiten a las empresas aprovechar economías de escala”. (pág. 4). En cuanto al índice del tamaño de mercado el mejor puntaje es de Estados Unidos, sin embargo España y Colombia cuentan con un porcentaje similar reflejando condiciones aceptables, donde cada país aprovecha las economías de escala, factores que hacen que el costo de un producto disminuya a medida que la producción aumente por lo que se genera un mayor beneficio económico.

| Tabla 20: Índice del Tamaño de Mercado | | |
|---|-----------------|-----------------------|
| España | Colombia | Estados Unidos |
| 5.4 | 4.7 | 6.9 |
| Fuente: (World Economic Forum, 2015) Elaborado por: Karol Arciniegas | | |

3.7.2.5. Matriz POAM

| Tabla 21: Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio | | | | | | | | | | | | |
|---|--------------------|------------|----------------|------------|--------------------|------------|----------------|------------|-----------------------|------------|----------------|------------|
| Tabulación | España | | | | Colombia | | | | Estados unidos | | | |
| | Oportunidad | | Amenaza | | Oportunidad | | Amenaza | | Oportunidad | | Amenaza | |
| Factores socioeconómicos | Nivel | Pts | Nivel | Pts | Nivel | Pts | Nivel | Pts | Nivel | Pts | Nivel | Pts |
| Tasa de inflación | Medio | 2 | | | Bajo | 1 | | | Medio | 2 | | |
| Producto interno bruto (PIB) | Bajo | 1 | | | Medio | 2 | | | Alto | 3 | | |
| PIB per cápita | Medio | 2 | | | Bajo | 1 | | | Alto | 3 | | |
| Tasa de desempleo | | | Alto | 3 | | | Medio | 2 | | | Bajo | 1 |
| Tasa de interés | Alto | 3 | | | Bajo | 1 | | | Medio | 2 | | |
| Promedio | | 2,0 | | 3,0 | | 1,3 | | 2,0 | | 2,5 | | 1,0 |
| Factores políticos | Nivel | Pts | Nivel | Pts | Nivel | Pts | Nivel | Pts | Nivel | Pts | Nivel | Pts |
| Acuerdos comerciales | Medio | 2 | | | Alto | 3 | | | Bajo | 1 | | |
| Barreras arancelarias | Bajo | 1 | | | Medio | 2 | | | Alto | 3 | | |
| Barreras no arancelarias | | | Medio | 2 | | | Medio | 2 | | | Medio | 2 |
| Balanza comercial | Bajo | 1 | | | Medio | 2 | | | Alto | 3 | | |
| Promedio | | 1,3 | | 2,0 | | 2,3 | | 2,0 | | 2,3 | | 2,0 |
| Factores legales | Nivel | Pts | Nivel | Pts | Nivel | Pts | Nivel | Pts | Nivel | Pts | Nivel | Pts |
| Normativa aduanera | | | Bajo | 1 | | | Bajo | 1 | | | Bajo | 1 |
| Normativa ambiental | | 0 | Bajo | 1 | | 0 | Bajo | 1 | | 0 | Bajo | 1 |
| Promedio | | 0,0 | | 1,0 | | 0,0 | | 1,0 | | 0,0 | | 1,0 |

| Tabulación | España | | | | Colombia | | | | Estados unidos | | | |
|------------------------------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|----------------|------------|--------------|------------|
| | Nivel | | Pts | | Nivel | | Pts | | Nivel | | Pts | |
| Población | Bajo | 1 | | | Medio | 2 | | | Alto | 3 | | |
| Índice de desempeño logístico | Medio | 2 | | | Bajo | 1 | | | Alto | 3 | | |
| Estabilidad macroeconómica | Bajo | 1 | | | Alto | 3 | | | Medio | 2 | | |
| Eficiencia en el mercado de bienes | Medio | 2 | | | Medio | 2 | | | Alto | 3 | | |
| Tamaño de mercado | Medio | 2 | | | Bajo | 1 | | | Alto | 3 | | |
| Promedio | | 1,6 | | 0 | | 1,8 | | 0 | | 2,8 | | |
| Factores geográficos | Nivel | Pts | Nivel | Pts | Nivel | Pts | Nivel | Pts | Nivel | Pts | Nivel | Pts |

| | España | | Colombia | | Estados unidos | |
|---------------------------------|--------------|-------------|-------------|-------------|----------------|-------------|
| | Oportunidad | Amenazas | Oportunidad | Amenazas | Oportunidad | Amenazas |
| Factores socioeconómicos | 2 | 3 | 1,25 | 2 | 2,5 | 1 |
| Factores políticos | 1,3 | 2,0 | 2,3 | 2,0 | 2,3 | 2,0 |
| Factores legales | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| Factores geográficos | 1,6 | 0 | 1,8 | 0 | 2,8 | 0 |
| Promedio | 1,23 | 1,50 | 1,35 | 1,25 | 1,91 | 1,00 |
| Diferencia | -0,27 | | 0,10 | | 0,91 | |

Fuente: Diagnóstico

Elaborado por: Karol Arciniegas

3.7.2.6. ANÁLISIS DE PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO

a. Factores socioeconómicos

España, Colombia y Estados Unidos indican factores socioeconómicos muy relevantes los cuales podemos mencionar el PIB en donde Estados Unidos cuenta con un alto porcentaje seguido de Colombia y España. Este índice es muy importante para tomar las mejores decisiones, otro de los factores es la inflación donde sobresale de igual manera Estados Unidos en donde cuenta con una alta capacidad de compra seguido de Colombia y España, asimismo se puede analizar la tasa de desempleo en los tres países que igualmente se lo considera importante en el cual Estados Unidos cuenta con un bajo porcentaje y España un alto porcentaje de desempleo debido a la crisis que afecta a este país.

b. Factores políticos

Colombia sobresale en los acuerdos comerciales que mantenemos hoy en día que eso es una ventaja seguido de Estados Unidos en donde aún se cuenta con las preferencias arancelarias, otro de los factores analizados son las barreras arancelarias que en este caso para los tres países contamos con preferencias arancelarias y la oportunidad de ingresar al mercado con el 0% de arancel para el producto que es la Quinoa, Ecuador mantiene una balanza comercial equilibrada con Estados Unidos podríamos decir, que para Colombia mantiene un déficit en los últimos años.

c. Factores legales

De acuerdo a los factores legales esta la normativa aduanera y la normativa ambiental en donde estos dos factores no los hemos calificado en el POA debido a que cada país cuenta con una ley en específico y para ingresar un

producto a dicho país debemos someternos a cumplir todas las leyes y reglamentos para realizar una exportación.

d. Factores geográficos

Estados Unidos es una potencia mundial que cuenta con una alta población, seguida de Colombia y España, debido a la crisis y despoblación que sufre este país poco a poco muchos de los emigrantes están regresando a su país de origen. Otro indicador es la competitividad logística, también sobre sale Estados Unidos y España debido a la infraestructura, desarrollo logístico y tecnológico.

Según el análisis realizado a los tres países se concluye que el mejor país para exportar harina de quinua es Estados Unidos.

3.8. ANÁLISIS DE MERCADO

3.8.1. Perfil de consumidor de Estados Unidos

“El consumidor estadounidense se muestra muy abierto a adquirir productos extranjeros (...). Valoran la comodidad en casa, la alimentación y los coches. Sin embargo, la recesión ha cambiado el paisaje económico y parece que ha modificado radicalmente el comportamiento de los numerosos consumidores de EE.UU., que ahora están aprendiendo a vivir sin los productos caros”. (Santander Trade, 2015, párr. 3)


“En los Estados Unidos tres sectores muestran los índices de crecimiento más agresivos y prósperos: informática, matemática, comunidad, servicios sociales y empleos de prácticas en salud, que se prevé que crezcan más del 20% en las próximas décadas”. (Santander Trade, 2015, párr. 5)

Los hábitos de consumo están cambiando y la compra de productos sanos y con alto valor nutricional está aumentando, “La quinua ha sorprendido al mercado estadounidense que la acoge situándola en un nuevo nivel, casi inesperado en el mercado, en razón de sus altas cualidades nutricionales y

variedad de usos. La quinua es vista como un producto valioso, por lo que ocupa un lugar privilegiado en la lista de Súper Alimentos o Super Foods”. (PRO ECUADOR, 2011, pág. 9)

Varios puntos de venta en los Estados Unidos lo venden en distintas presentaciones como: “Galletas, pastas, túbulo, harina en grano, etc. El mercado americano todavía se está acostumbrando al consumo de este grano por lo que se encuentran disponibles muchas recetas para poder disfrutar de diversas formas”. (PRO ECUADOR, 2015, pág 24)

En California – Estados Unidos se consumen más derivados de quinua debido a que muchas de las personas prefieren cuidar su salud y muchas de ellas cuentan con sobrepeso y obesidad. (PRO ECUADOR, 2015), el 17% de la población de California consumen productos elaborados a base de quinua.

| Tabla 22: Características del consumidor de Quinua | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Se preocupan por su salud en un 97% • Promocionan el producto bajo una campaña de salud en la cual educan a la gente, a como comer más sano. • La quinua y sus derivados son muy populares en Estados Unidos. • Los productos se encuentran en puntos de ventas especializados como Whole Foods y Trader Joe’s. Whole Foods cadenas de supermercados más importantes en este país. • Prefieren consumir saludable para evitar sobrepeso. |  |
| <p>Fuente: (PRO ECUADOR, 2015) Elaborado por: Karol Arciniegas</p> | |

Los consumidores de los Estados Unidos lo consideran un producto gourmet porque es apetecido en restaurantes de clase alta – media por su valor nutritivo extendiéndose a varios supermercados y restaurantes vegetarianos.

En varios supermercados ya se encuentra la quinua ecuatoriana según (PRO ECUADOR, 2015, pàg 11) “existen varias presentaciones de la quinua en grano y harina que es utilizado para la elaboración de pasteles, muffins, brownies, tortas, etc. La harina viene en fundas de entre 16 onzas y 24 onzas”.

3.8.2. Demanda Actual

Para el análisis de la demanda de harina de quinua se tomó en cuenta el consumo nacional aparente, que es el consumo de un determinado producto que un país o región puede adquirir. Para el cálculo del consumo nacional aparente se debe conocer la producción, importaciones y exportaciones que ha realizado Estados Unidos en los últimos años.

$$\text{CNA} = \text{PN} + \text{M} - \text{X}$$

CNA = consumo nacional aparente

PN = producción nacional

M = importaciones

X = exportaciones

| AÑO | Quinoa en grano | | | | | | Harina de quinua | | | | |
|------|-----------------|--------|-----------|------------------------|--------------|--------------------|------------------------------|--|--------|--------|--------|
| | M | X | Excedente | Consumo por persona kg | 5% población | Consumo per cápita | Disponible para la industria | Rendimiento de quinua convertida en harina 80% | M | X | CNA |
| 2012 | 13.712 | 3.356 | 10.356 | 3 | 1.572.010 | 4.716 | 5.640 | 4.512 | 37.696 | 27.612 | 14.596 |
| 2013 | 21.883 | 5.419 | 16.464 | 3 | 1.572.010 | 4.716 | 11.748 | 9.398 | 39.028 | 32.858 | 15.568 |
| 2014 | 26.137 | 12.067 | 14.070 | 3 | 1.572.010 | 4.716 | 9.354 | 7.483 | 30.848 | 91.861 | - |
| 2015 | 33.002 | 6.983 | 26.019 | 3 | 1.572.010 | 4.716 | 21.303 | 17.043 | 35.832 | 51.032 | 53530 |

Fuente: Trademap, 2015

Elaborado por: Karol Arciniegas

De acuerdo a la tabla anterior se determina que existe demanda de quinua en el mercado de Estados Unidos.

Se estimó en base de la quinua importada en grano y el consumo local relacionando que el excedente de lo no consumido se destina a la industria que importa y procesa harina, sumado a lo que el mercado de Estados Unidos importa, se obtuvo el consumo aparente o demanda en ese mercado.

3.8.3. Demanda potencial

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

| Año | Rendimiento por ha | Hectáreas cultivadas | Producción semestral quintales | Producción anual Tn | % de rendimiento de harina por Tn | harina Tn | % destinado a otro proyecto | Oferta exportable |
|------|--------------------|----------------------|--------------------------------|---------------------|-----------------------------------|-----------|-----------------------------|-------------------|
| 2014 | 40 | 20 | 800 | 72 | 80% | 57,6 | 50% | 29 |
| 2015 | 40 | 26 | 1040 | 94 | 80% | 74,88 | 50% | 37 |

Para el cálculo se consideraron las hectáreas cultivadas y el rendimiento por hectárea, tomando en cuenta además el rendimiento de quinua a harina de quinua y el respectivo porcentaje que los productores podrían destinar al nuevo proyecto sin desabastecer al mercado actual.

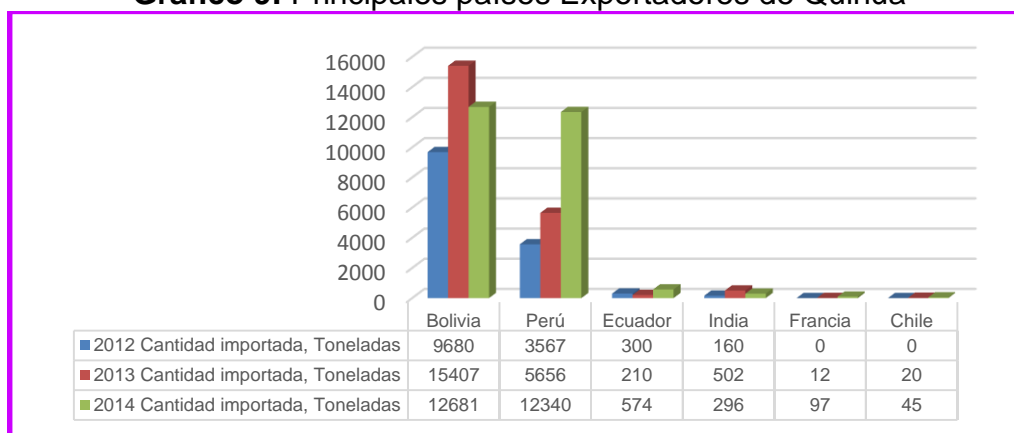
3.9. ANÁLISIS DE OFERTA

Según (El Telegrafo, 2015) “La zona Andina es propicia para el cultivo de quinua, pues el grano se desarrolla mejor sobre los 1800 metros de altura” en donde los líderes sudamericanos de cultivo de quinua son: Perú, Bolivia y Ecuador.

| Tabla 25: Principales países productores de Quinua | | | |
|--|-----------------------|-----------------------|----------------------|
| | Ton Producidas | Ton Exportadas | |
| Perú | 95.000 | 25.230 | |
| Bolivia | 84.000 | 23.261 | |
| Ecuador | 7.600 | 969 | a noviembre del 2014 |
| Fuente: (El Telegrafo, 2015) (Ministerio de Agricultura, Ganadería Acuacultura y Pesca, 2015) | | | |
| Elaborado por: Karol Arciniegas | | | |

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), en los últimos años el aumento de quinua en los 3 países ha sido progresivo se estima que el 80% de la producción mundial se concentran en Bolivia, Perú y Ecuador, debido a que en estos países cuenta con una amplia variabilidad agroecológica a la cual puede adaptarse la quinua sin problemas.

Grafico 9: Principales países Exportadores de Quinua



Fuente: Trademap (2015)
Elaborado por: Karol Arciniegas

En el gráfico se muestran las exportaciones de Quinua realizadas durante los 3 últimos años donde Ecuador ocupa el tercer lugar con un valor de 574 toneladas de quinua exportada, aquí se refleja el constante crecimiento de las exportaciones que ha tenido el país, esto demuestra también que los productos

ecuatorianos son bien aceptados en otros países y por qué no decir de la quinua un producto que está siendo muy demandado en los Estados Unidos.

La siguiente tabla muestra las importaciones de harina de quinua que realiza Estados Unidos, es uno de los factores importantes que se debe tomar en cuenta ya que es la parte de la demanda que tiene el país.

Tabla 26: Mercados proveedores de importaciones de Estados Unidos
Producto: 1102 harina de cereales, excepto de trigo o de morcajo (tranquillón)

| Exportadores | Valor importada en 2010 | Valor importada en 2011 | Valor importada en 2012 | Valor importada en 2013 | Valor importada en 2014 |
|-------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| México | 31898 | 32979 | 36564 | 44036 | 41805 |
| Canadá | 15050 | 16460 | 16485 | 16855 | 13207 |
| Colombia | 3334 | 4122 | 4394 | 5346 | 5188 |
| Perú | 80 | 179 | 53 | 45 | 239 |
| Brasil | 514 | 292 | 436 | 250 | 212 |
| Ecuador | 67 | 74 | 117 | 76 | 33 |
| Guatemala | 91 | 92 | 58 | 13 | 28 |
| Bolivia | 12 | 5 | 11 | 44 | 26 |
| Honduras | 68 | 268 | 0 | 19 | 5 |
| Costa Rica | 0 | 102 | 56 | 0 | 0 |

Fuente: (Trademap, 2015)
Elaborado por: Karol Arciniegas

Como se puede observar en el cuadro la compra de harina de quinua desde los Estados Unidos han aumentado como también han disminuido en los últimos años según estos datos Ecuador tiene muchas oportunidades de que se fortalezca en el mercado.

| Tabla 27: Comercio bilateral entre Estados Unidos y Ecuador | | |
|---|-------------------------|-----------------------------|
| Producto: 1102 harina de cereales, excepto de trigo o de morcajo (tranquillón) | | |
| Años | Millones dólares | Importaciones / Ton. |
| 2012 | 117 | 30 |
| 2013 | 76 | 18 |
| 2014 | 33 | 16 |
| Fuente: (Trademap, 2015) | | |
| Elaborado por: Karol Arciniegas | | |

Las importaciones de harina de quinua realizadas por los Estados Unidos desde Ecuador han sido muy pocas en el último año en donde solo 16 toneladas han sido exportados por nuestro país aunque Ecuador ocupa el tercer lugar en exportaciones de harina de quinua existe demanda de este producto que ha sido muy apetecido por sus altos valores nutritivos. Según (Pro Ecuador, 2015)

“La quinua de nuestro país el Ecuador, tiene la potencialidad de generar subproductos como la harina de quínoa, con la cual se pueden y se están desarrollándose productos como los suplementos alimenticios. La apuesta en el Ecuador es exportar quinua no en grano sino en productos de valor agregado, el cual lleva ventaja en el momento del consumo por la rapidez y facilidad de preparación de éste rico súper alimento andino.” (Pro Ecuador, 2015, pág. 14)

3.9.1. Competencia

Según datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO] (2015), Perú es en la actualidad el principal productor y exportador mundial de quinua debido a que ha experimentado un crecimiento de la producción y exportación de quinua, superando a cualquier otro país.

| Tabla 28: Producción mundial de Quinua (Miles de Toneladas) | | | |
|--|-------------|-------------|-------------|
| | 2011 | 2012 | 2013 |
| Perú | 41.2 | 44.2 | 52.1 |
| Bolivia | 40.90 | 45.8 | 50.5 |
| Otros | 0.8 | 0.8 | 0.8 |
| Mundial | 82.90 | 90.8 | 103.4 |
| % Perú / Mundo | 49.7% | 48.7% | 50.4% |
| Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2015) Elaborado por: Karol Arciniegas | | | |

De acuerdo a las cifras proporcionadas por Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO] (2015), Perú se ha convertido en el principal productor mundial de quinua en el mundo, debido a que los últimos años ha experimentado un crecimiento exponencial de la producción y exportación de quinua, superando a cualquier otro país, “el volumen de ventas al exterior en el 2014 de quinua peruana alcanzó las 33,104 toneladas, pasando largamente las 18,250 toneladas registradas en el 2013, lo que representa un aumento de 81%”, Bolivia en cambio ha sufrido un decaimiento en las exportaciones en el 2013 fue de 34,745 a 29,505 toneladas métricas con respecto al 2013, lo que significó un descenso de 15%. (párr. 5)

De igual manera para la harina de quinua existen los mismos competidores en donde Perú es el mayor exportador a Estados Unidos.

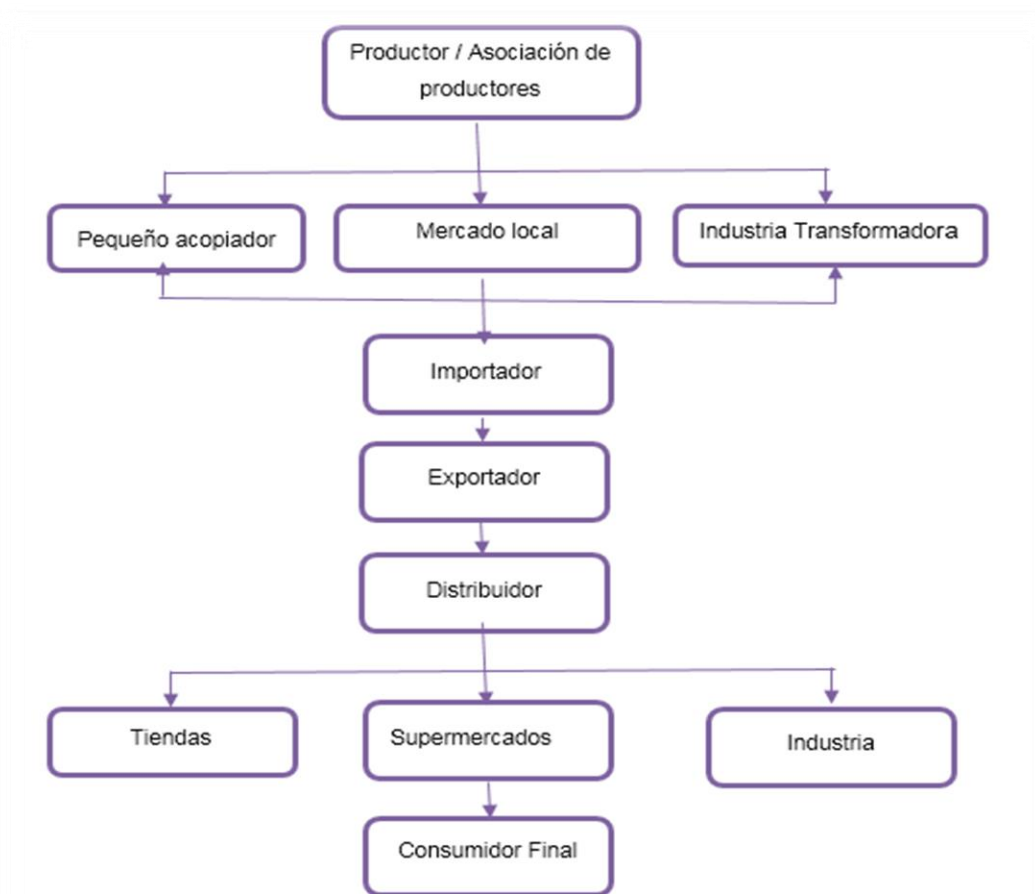
| Tabla 29: Exportación de harina de Quinua a Estados Unidos Millones de dólares | | |
|---|-------------|-------------|
| | 2013 | 2014 |
| Perú | 177 | 424 |
| Bolivia | 15 | 84 |
| Colombia | 61 | 240 |
| Ecuador | 19 | 31 |
| Fuente: (El Telegrafo, 2015) (Ministerio de Agricultura, Ganadería Acuicultura y Pesca, 2015) (TRADEMAP, 2015) Elaborado por: Karol Arciniegas | | |

La harina de quinua ha sido muy apetecida en muchos países como los Estados Unidos que en el mercado se impulsa para la elaboración de pasteles, muffins, brownies, tortas, etc.

3.9.2. Canal de Distribución

El canal de distribución que actualmente utiliza Ecuador hacia los Estados Unidos para la exportación de harina es la siguiente:

Gráfico 10: Canal de Comercialización: Perú, Estados Unidos



Fuente: Estudio de identificación de canales de comercialización y distribución de productos, 2011

Elaborado por: Karol Arciniegas

Según el gráfico muestra el canal de comercialización que utiliza el país de Perú para la exportación de productos elaborados a base de quinua en donde

su distribución la realiza a través de intermediarios (agente, bróker), se considera que es la mejor forma de llegar al Mercado de Estados Unidos y por ende al consumidor final.

3.10. ANÁLISIS SITUACIONAL (Ecuador)

3.10.1. Factores Socio Económicos

Es importante analizar los aspectos socioeconómicos básicos del país ofertante que es Ecuador para entender las situaciones en la que el país atraviesa últimamente como son la inflación, el PIB, pobreza, nivel de desempleo que nos permita a través de esta investigación elevar aquellos indicadores como lo es la Balanza de pagos impulsando las exportaciones como también incentivando a la transformación de la matriz productiva generando así fuentes de empleo y mejorar el nivel de vida de los involucrados en el proyecto.

Dentro de los factores socio-económicos encontramos:

| Tabla 30: Indicadores Económicos | |
|--|-------------------------|
| INDICADOR: | DATOS |
| País | Ecuador |
| Capital | Quito |
| Producto Interno Bruto (PIB) | 94.472.679 (2013) |
| PIB per cápita | 6.002,9 (2013) |
| Tasa de Crecimiento del PIB (anual) | 3.5%(2014) |
| Pobreza | 25.6% (2013) |
| Inflación | 3.76 % (Marzo-2015) |
| Población Total | 15.775.000 (2013) |
| Tasa de interés | 8.09% (Abril - 2015) |
| Tasa de desempleo | 4.54 % (Diciembre-2014) |
| Fuente. Pro Ecuador, CEPAL 2014, INEC 2014. (Banco Central del Ecuador, 2015) | |
| Elaborado por: Karol Arciniegas | |

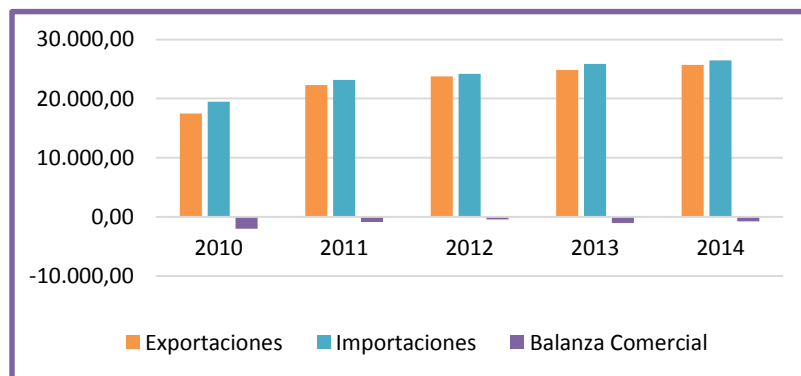
Según los datos que se muestran en la tabla, Ecuador ha mostrado un fuerte y continuado crecimiento en los últimos años, de acuerdo a los datos , cuenta con 94.472.679 mil millones de dólares de producto Interno bruto al finalizar el año

2013, según datos mostrados en la CEPAL manifiestan un crecimiento. De 3,5% un PIB per cápita de USD. 6.002,9, la inflación de 3,76% que nos detalla un índice de precios al consumidor con un incremento razonable en los precios de la canasta básica. La economía ecuatoriana, se ha convertido en un gran desarrollo empresarial orientada a reunir los recursos y esfuerzos a la producción de productos no tradicionales generando gran aceptación en el mercado internacional como lo es la quinua. Según la Guía de inversiones, Pro Ecuador (2015) “Ecuador es la tercera mejor economía de América Latina, con una tasa de crecimiento anual del PIB del 7% y con una economía dolarizada” (pág. 21), los diferentes índices que se miran en la tabla nos muestra un país económicamente estable en los últimos años lo que denota seguridad a la hora de realizar un proyecto, una inversión o algunas determinadas actividades económicas.

Tabla 31: Balanza comercial Ecuador con el Mundo

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|--------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Exportaciones | 17.489,93 | 22.322,35 | 23.764,76 | 24.847,85 | 25.732,27 |
| Importaciones | 19.468,65 | 23.151,86 | 24.205,37 | 25.888,84 | 26.459,29 |
| Balanza Comercial | -1.978,73 | -829,50 | -440,61 | -1.040,99 | -727,02 |

Gráfico 11: Balanza Comercial Ecuador con el Mundo



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2015)

Elaborado por: Karol Arciniegas

Como se observa en la balanza comercial desde el año 2010 al 2014 Ecuador ha realizado más importaciones que exportaciones, en donde presenta saldos negativos durante los últimos cinco años, en el año 2010 alcanzó los USD 1.978 millones y para el 2012 hubo una recuperación considerable llegando a los USD 440 millones, volviendo a incrementarse en el 2013 en USD 1.040 millones y para el año 2014 en USD 727 millones.

3.10.2. Factores Político y legal

Durante los últimos años el Ecuador ha tenido diversos cambios políticos como administrativos actualmente cuenta con un gobierno representado por el presidente Rafael Correa que trata de impulsar el desarrollo tanto económico como político a través de la Constitución de la República, que se reformó en el mes de septiembre del año 2008, también se implementa el Plan Nacional del Buen Vivir, en el que prevalece la visión y desarrollo del país; a través del cambio de la matriz productiva para ello, establecen normas para alcanzar los objetivos propuestos.

Otro de los pilares importantes en el País Ecuatoriano es el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, que involucra tanto a personas “naturales, como personas jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen todo tipo de actividad productiva. Entendiéndose a la misma como aquella que transforma insumos en bienes y servicios” (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2015, párr. 3) como también la Ley de Economía Popular y Solidaria y del Sistema Financiero Popular y solidario que fue establecido en mayo del 2011 que según el gobierno esta ley ayudará a promover y mejorar ese sector económico y establecer un marco legal para quienes lo integran.

Estos cambios estratégicos en la normativa del país relacionada con el desarrollo económico, permite divisar un futuro de seguridad y promoción de exportaciones no tradicionales especialmente, puesto que promueve incentivos

a la inversión nacional y extranjera, tal es el caso de la propuesta que se plantea en este documento; considerando los objetivos de sustituir las importaciones, incrementar las exportaciones, diversificar la producción y generar valor agregado. En cuanto a las Políticas Comerciales, el Comité de Comercio Exterior (COMEX) resuelve en su artículo 1 “Aprobar como política general el incentivo arancelario a las nuevas inversiones que se instalen en el país”. (COPCI, 2012, párr. 2) Este incentivo consiste en reducciones totales o parciales del pago de aranceles, y establece medidas para contrarrestar el comercio desleal; así mismo aprueba el plan de promoción de exportaciones.

La política comercial del Ecuador intenta y promueve una inserción estratégica en la economía mundial, es así, que forma parte de acuerdos regionales como:

| Tabla 32: Principales Bloques Económicos a los que pertenece Ecuador | |
|---|----------|
| Asociación Latinoamericana de Integración. | ALADI |
| Comunidad Andina de Naciones | CAN |
| Alternativa Bolivariana para las Américas | ALBA |
| Unión de Naciones Suramericanas | UNASUR |
| Asociado del Mercado Común del Sur | MERCOSUR |
| Fuente: PRO ECUADOR, 2013 | |
| Elaborado por: Karol Arciniegas | |

Estos convenios o acuerdos le permite a nuestro país ingresar diferentes productos libremente a mercados pertenecientes a los bloques mencionados anteriormente; definiendo ejes de acción como la diversificación de mercados, diversificación de productos, complementariedad económica, la reducción de asimetrías y el desarrollo endógeno. (PRO ECUADOR, 2013) desarrollando relaciones mucho más firmes que les permita cada día ir creciendo no solo económicamente sino también socialmente; porque ningún país puede vivir aislado del mundo, ya que se necesitan unificar esfuerzos que vayan encaminados al bienestar mancomunado. “Con el objetivo de diversificar los

mercados de exportación de los productos ecuatorianos, el Ecuador impulsa la firma de acuerdos comerciales para el desarrollo y de cooperación con nuevos socios a nivel mundial” (PRO ECUADOR, 2013, pág. 12)

3.10.2.1. Barreras Arancelarias

“Son tarifas especiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salida de las mercancías”. (PRO ECUADOR, 2015, pag 18) Las barreras arancelarias aplicadas en el Ecuador son tarifas impuestas por el gobierno para las importaciones de productos o servicios, para el caso de cualquier producto que sea exportado no existe ninguna tarifa, debido a que el gobierno induce el consumo nacional como el cambio de la matriz productiva para resguardar la industria y generar oferta exportable.

3.10.2.2. Salvaguardias

El Ecuador aplica una salvaguardia cambiaria o derecho aduanero advalorem equivalente al 7% para los productos originarios del Perú y del 21% para aquellos provenientes de Colombia, según el Comité de Comercio Exterior Comex, 2015) que la medida tendrá el carácter de emergente y temporal, que será aplicada para las mercancías cuyas declaraciones aduaneras sean presentadas desde el 5 de enero de 2015 en adelante.

3.10.2.3. Actividad Económica de los oferentes

La provincia del Carchi está ubicada al extremo norte del país, en las Hoyas del Carchi y del Chota. Limita al Norte, con la República de Colombia, al Sur, con Imbabura, al Este, con la provincia de Sucumbíos y al Oeste, las provincias de Esmeraldas e Imbabura, cuenta con una superficie de 3,783 km² y con una población de 171,943 hab.

Carchi es una región muy bien dotada para la agricultura debido a que sus suelos son fértiles, los cultivos agrícolas más importantes es la papa que ocupa uno de los primeros lugares en la producción nacional. Otros cultivos importantes son: Maíz, trigo, arveja, fréjol, haba, mellocos y la quinua. Su comercio se sustenta principalmente en el comercio fronterizo con el departamento de Nariño Colombia.

El cantón Bolívar cuenta con una población de 13.898 habitantes y una extensión de 36.056 km², es muy productivo y muchos de los moradores se dedican a la microempresa fortaleciendo la economía del Cantón.

3.10.3. Factores Tecnológicos

La tecnología en el Ecuador se enfoca en el uso del internet que permite el fácil acceso a la información convirtiéndose en el principal medio de comunicación a nivel mundial.

En el 2013, 66 de cada 100 personas usaron la Internet. Esta cifra es 11 veces mayor a la registrada en el 2006, donde tan solo eran 6 de cada 100 usuarios En el Ecuador, de acuerdo con el INEC, más hombres que mujeres, que usa la red principalmente para comunicarse, informarse, educarse y trabajar. Además, se conecta desde su hogar, un acceso público, instituciones educativas y trabajo. En el 2014, Ecuador mejoró su posicionamiento en el Índice de Disponibilidad de Tecnología (NRI) en red, ocupando, actualmente, el puesto 82 entre 144 países estudiados. La mayoría de usuarios son jóvenes entre 16 y 24 años. (Diario El Comercio, 2014, Párr. 10).

También podemos mencionar la telefonía celular que cada día aumenta en el país según datos de Instituto Nacional de Estadísticas

“En el 2013, el 51,3% de la población (de 5 años y más) tiene por lo menos un celular activado. El Ecuador en dos años ha incrementado de 14 a 16 millones de suscripciones a móviles, del 7% de usuarios de banda ancha a 11% a pesar de que el 83% son prepago” Estas cifras reflejan la importancia que tiene en el país las TIC (Tecnología de la Información y Comunicación) para el trabajo o estudio. (INEC, 2015, párr. 5)

Según la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, manifiesta que es muy importante generar nuevas propuestas en el campo agrícola con la implementación de tecnología e investigación debido a que el Ecuador es un país considerado viviente en el tema agrícola por ende se busca la diversificación de los productos alimenticios para posicionarse en el mercado mundial.

“El Ecuador tiene un gran potencial en el tema agrícola y con estos talleres de discusión buscamos establecer las bases para que a través de la investigación científica y el desarrollo tecnológico, el Ecuador cuente con un Centro de Investigación que pueda desarrollar nuevas alternativas alimenticias, considerando productos locales como la quinua, para que pueda generar impacto en el mercado internacional” (Secretaría de Educación superior, Ciencia y tecnología e innovación, 2014, párr. 5)


“Es importante usar la tecnología para optimizar los procesos y para eso se debe mejorar la producción basándose en el conocimiento. Ecuador tiene potencial agrícola y eso debe ser aprovechado (Secretaría de Educación superior, Ciencia y tecnología e innovación, 2014, párr. 7)

3.11. ANÁLISIS DE MERCADO (Ecuador)

3.11.1. Ficha del Producto

La siguiente ficha detalla las cualidades y valor nutritivo que posee la harina de quinua que al ser un producto natural concientiza a los consumidores hacia un estilo de vida saludable incluyendo en la dieta diaria en niños y mayores de edad, cuenta con certificación INEN NTP 011.451:2013 Granos Andinos. Harina de quinua. Requisitos 1° Edición esta norma se aplica a todo alimento procesado, empacado y etiquetado que se ofrece como tal para la venta directa al consumidor comprende solo la declaración de nutrientes y no obliga a declarar la información complementaria incluye para (Harina de amaranto, arroz, cebada, trigo, maíz, quinua)” (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2011)

Tabla 33: Ficha técnica del producto

| | | |
|--|---|---|
| Denominación | Harina de Quinoa |  |
| Partida arancelaria Ecuador | Sección II : PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL Capítulo 11 : Productos de la molinería; malta; almidón y fécula; inulina; gluten de trigo Partida Sist. Armonizado 1102 : Harina de cereales, excepto de trigo o de morcajo (tranquillón) Sub Partida Regional 11029000 : - Las demás Sub Partida Nacional 1102900000 : LAS DEMÁS | |
| Variedad de Quinoa | Tunkahuan | |
| Partida arancelaria Estados Unidos | 1102906000 | |
| Contenido Nutricional | Contenido en 100 gr. de harina de quinoa: ➤ Calorías (cal) 341 ➤ Agua (g) 13.7 ➤ Proteínas (g) 9.1 ➤ Grasas (g) 2.6 ➤ Carbohidratos (g) 72.1 ➤ Fibra (g) 3.1 ➤ Ceniza (g) 2.5 ➤ Calcio (mg) 181 ➤ Fosforo (mg) 61 ➤ Hierro (mg) 3.7 | |
| Beneficios | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Producto de alto valor nutritivo, que brinda energía, ➤ Alta cantidad de calcio ➤ Evita la descalcificación y la osteoporosis, ➤ Es un producto completamente natural y no presenta en su consumo ninguna contraindicación ➤ Contiene Litio, el cual es esencial para mejorar los estados depresivos. ➤ Es un alimento simple y rápido de preparar, muy versátil, puede sustituir a otras harinas. ➤ Se lo puede usar en sopas, coladas, postres, bebidas, pan y galletas. ➤ Libre de gluten | |
| Fuente: (Quinoa.pe, 2013) Elaborado por: Karol Arciniegas | | |

3.11.2. Producción en Ecuador

La población ecuatoriana poco ha valorado el consumo de quinua, solo 24 gramos es consumido en el mercado nacional al año. Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAGAP] (2015), a pesar de esto los mercados internacionales aprecian mucho la quinua ecuatoriana, por lo que se pretende incrementar la producción y consumo de quinua en el Ecuador, para ello lleva adelante el Plan de Mejora Competitiva (PMC) de este producto. En el 2014 se invirtieron más de \$ 6 millones y para este año se piensa duplicar dicha inversión para poner en marcha de 16 mil hectáreas ubicadas en las provincias de Carchi, Chimborazo, Imbabura y Pichincha.

Según el diario (El Telégrafo, 2015, párr. 7) “El 95% se exporta a EE.UU., Reino Unido, Francia, España, Alemania, Israel, entre otros. Cifras del Banco Central del Ecuador (BCE) indican que el país exportó \$ 4,5 millones en quinua entre enero y noviembre de 2014, \$ 3,4 millones más que en el mismo período de 2013 (\$ 1,1 millones)”. En donde la variedad más cultivada de quinua en el país es la tunkahuan, por la disponibilidad de semilla. “La quinua es un producto que cada vez tiene más demanda a nivel mundial, ya que su comercialización se la realiza a través del comercio justo que se aplica en algunos países europeos, y con el apoyo del Gobierno ya se cuenta con un centro de acopio” (Glas, 2015). Varias instituciones ayudan al gobierno a incrementar la producción de quinua como también la comercialización de sus derivados en el marco del cambio de la matriz productiva. Por lo cual existe un acopio o institución denominada Unidad de Almacenamiento EP (Empresa Pública) que se encarga del Almacenamiento y comercialización de productos agropecuarios que se encuentra en diferentes provincias del Ecuador.

En el año 2017, Ecuador proyecta producir quinua en 16 mil hectáreas, ubicadas en las provincias de Carchi, Chimborazo, Imbabura y Pichincha,

afirmó el viceministro de Desarrollo Rural del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) Jamil Ramón.

| Tabla 34: Producción de quinua en el Ecuador | | | | | |
|---|---------------------------------|-----------------------------------|--------|---------|-------|
| Provincia | Área sembrada por provincia (%) | Área total de siembra (ha) aprox. | Actual | Siembra | |
| | | | | 2013 | 2014 |
| Carchi | 24% | 2400 | 470 | 1500 | 2000 |
| Imbabura | 10% | 1200 | 250 | 750 | 1500 |
| Pichincha | 10% | 1200 | 70 | 500 | 1200 |
| Cotopaxi | 5% | 700 | 150 | 500 | 582 |
| Tungurahua | 2% | 200 | 40 | 750 | 873 |
| Chimborazo | 40% | 3000 | 817 | 2730 | 3179 |
| Bolívar | 2% | 400 | 20 | 100 | 117 |
| Cañar | 2% | 300 | 20 | 300 | 349 |
| Azuay | 3% | 400 | 16 | 50 | 100 |
| Loja | 2% | 200 | 0 | 50 | 100 |
| Total superficie invertida | | 10000 | 1853 | 7230 | 10000 |

Fuente: Direcciones Provinciales
Elaborado: (Subsecretaría de Agricultura, 2015)

3.11.3. Capacidad de producción por provincias

| Tabla 35: Provincias variedades, rendimientos (qq/ha) | | |
|--|---|---|
| Provincias | Variedades | Rendimientos |
| Carchi | Tunkahuan (6 meses) +; Pata venado (4 meses) | 40-60 |
| Imbabura | Tunkahuan | 30 |
| Pichincha | Variedad Chaucha, amarga y variedad dulce. | |
| Cotopaxi | Variedad Chaucha, amarga ya no | 30 |
| Tungurahua | Tunkahuan | 15 |
| Chimborazo | Tunkahuan, Pata de venado, Amarga blanca (Cochasqui) (+). | 15 -20 qq/Ha (MCCH); 30-40 qq/Ha (coprobich) |
| Cañar | Tunkahuan, Pata de Venado | 30 qq/Ha |
| Azuay | La Morada y La Blanca | 10 - 16 qq/ Ha |

Fuente: Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca (MAGAP, 2015)
Elaborado por: Karol Arciniegas

La tabla anterior muestra el área sembrada por provincia durante el año 2013 y 2014 como también el total de hectáreas aproximadas que cuenta cada provincia.

La producción de quinua en la provincia del Carchi está siendo muy acogida por los agricultores siendo esta provincia líder en el cultivo de este cereal, en los seis cantones de la provincia hay hectáreas del grano cultivado según manifiesto Fernando Chulde, técnico del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAGAP), debido a que este producto se adapta fácilmente en todo piso climático, sin embargo las zonas de mayor producción son en el Cantón Bolívar y Espejo.

En el 2014 en la provincia del Carchi se cultivó más de 1.500 hectáreas de quinua y en este año se aspira a incrementar la superficie sembrada a 2.000 hectáreas. por lo que varios agricultores se sienten inspirados para este cultivo debido al apoyo que tienen por parte del Gobierno Provincial del Carchi y el Ministerio de Agricultura Ganadería y pesca MAGAP quienes en este año impulsaron el Programa Nacional de Quinua con más de 150 productores de los diferentes cantones de la provincia del Carchi. Cuyo objetivo primordial de este programa es “El objetivo del Programa Nacional de Quinua es recuperar un cultivo histórico y ancestral en el país para el bienestar de la población.” (MAGAP, 2015)

En el cantón Bolívar existe la Unidad de Almacenamiento, institución QUE trabaja conjuntamente con el MAGAP “es la encargada de la compra de las cosechas a los productores en el Carchi para ello el producto debe tener, al momento de la venta, un 12% de humedad y 1% de impurezas. Que son los parámetros que garantizan el consumo”. (MAGAP, 2015)

3.11.4. Productos sustitutos

La harina de quinua contiene varios componentes nutricionales que ayudan a la salud del ser humano y puede ser también remplazado por la harina de trigo, cebada, maíz y la avena.

En los Estados Unidos, específicamente en California, se puede observar en el mercado que la quinua es más bien el producto sustituto por excelencia de otros tradicionales que ya tienen una fuerte presencia y posicionamiento en el mercado, como son el trigo, la avena, el arroz, maíz y sus elaborados. Tal es el caso de las pastas hechas con harina de quinua, que son una alternativa más saludable a la pasta tradicional de trigo. La pasta de quinua es inclusive sustituta de la pasta de harina de arroz. (Pro Ecuador, 2011, pàg 15)

Según (Pro Ecuador, 2011, pàg.16) la harina de quinua ocupa un lugar importante, al competir a la par con harinas elaboradas a base de almendra, de arroz, de trigo, de soya, de coco, entre otras, debido al alto valor nutritivo que tiene la quinua aun procesada sus componentes nutricionales se mantienen convirtiéndose en un producto apetecido en los Estados Unidos.

3.12. ANÁLISIS FODA DEL SECTOR PRODUCTOR EN EL CANTÓN BOLÍVAR

| Tabla 36: Análisis FODA | |
|---|---|
| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Producto nutritivo ✓ Entrega de kits con insumos agrícolas a 170 productores para el fomento de la producción de la quinua en diferentes sectores del Carchi. ✓ Conocimiento de cultivo de quinua ✓ Existe la Unidad de Almacenamiento en Cantón Bolívar. ✓ Aumento de producción anual | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Alta demanda potencial y apertura de nuevos mercados ✓ Óptimas condiciones de clima para el cultivo en el Cantón Bolívar ✓ Instituciones como gobiernos provinciales y MAGAP financian a productores para su cultivo ✓ Diversificación del producto ✓ Existe programa nacional de Quinua. |
| DEBILIDADES | AMENAZAS |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Consumo y comercialización nacional / local ✓ No existen empresas procesadoras en la provincia del Carchi ✓ Limitada tecnología para su procesamiento ✓ Desconocimiento en el área de comercio internacional. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Consumo de productos sustitutos ✓ Desconocimiento de valores nutritivos ✓ Mayor producción por parte de los países competidores ✓ Falta de acuerdos comerciales |
| <p>Fuente: Investigación de Campo Elaborado por: Karol Arciniegas</p> | |

La matriz FODA es una herramienta que ayuda a determinar la comercialización de la harina de quinua desde la provincia del Carchi - cantón Bolívar es decir el desempeño que se puede adquirir en el presente o futuro de la empresa y su mercado, disminuyendo riesgos y maximizando oportunidades para la toma de decisiones. Para ello se realiza un diagnóstico tanto interno como externo para establecer las adecuadas estrategias que podrían en cierta parte tener éxito en el mercado de Estados Unidos.

3.13. ANÁLISIS PORTER

Se refiere a las cinco fuerzas de Michael Porter desarrolladas para conocer el grado de competencia que existe en una industria y, en el caso de una empresa dentro de ella, realizando un análisis externo que sirva como base para formular estrategias destinadas a aprovechar las oportunidades y hacer frente a las amenazas detectadas.

3.13.1. Rivalidad y competencia del mercado

Nuestros principales competidores son Bolivia y Perú quienes ya producen Harina de quinua y más derivados de este producto y exportan a Estados Unidos que se encuentran en diferentes supermercados del país que son apetecidos por su calidad y presentación del mismo.

Como también en nuestro país existen empresas que exportan productos elaborados a base de quinua que están ubicadas en la ciudad de Quito, Riobamba, Cotopaxi, quienes con el apoyo y asistencia técnica de Pro Ecuador formaron un Consorcio Ecuatoriano de Exportadores de Quinua que está ubicado en la ciudad de Quito según (Pro Ecuador, 2013, pág. 19) elaboran productos como “harina de quinua, sopa, pasta, colada, barras energéticas, muesli, galletas, snacks, hojuelas, chocolate con quinua. Este consorcio es una alianza creada para explorar mercados, especialmente de Estados Unidos, España, Italia, Francia y Reino Unido”.

| Tabla 37: Empresas exportadoras de productos elaborados de quinua | |
|--|------------------|
| Urcupac Trading | Quito |
| Cereales Andinos | Quito |
| Fundamyf | Quito |
| Fundación Maquita | Quito / Riobamba |
| Rogete & Franco | Quito |
| Fuente: (Pro Ecuador, 2013) Elaborado por: Karol Arciniegas | |

3.13.2. Poder de negociación de los compradores

El principal comprador de harina de quinua Ecuatoriana ha sido el mercado de Estados Unidos debido al interés que tiene de alimentarse saludablemente, sin embargo el Ecuador trata de incentivar el cultivo para incrementar la oferta exportable a través de proyectos establecidos por el gobierno.

La demanda de quinua también se extiende por otros mercados Europeos convirtiéndose en un producto muy apetecido.

3.13.3. Poder de negociación de los proveedores

En la provincia del Carchi – Cantón Bolívar el cultivo de quinua ha sido un pilar importante para los agricultores debido a que tanto el gobierno Provincial como el Ministerio de Agricultura, Acuacultura y Pesca (MAGAP) otorgan Kits agrícolas que son semillas certificadas para la siembra, con esto se logra el incremento de la producción. Adicionalmente las instituciones gubernamentales conjuntamente con el MAGAP capacitan a los productores en temas de siembra para sus propios cultivos, de esta manera optimizan recursos económicos en la producción.

3.13.4. Amenaza de entrada de nuevos competidores

La quinua y varios productos con valor agregado han sido comercializados a nivel nacional como internacional, es por ello que en los últimos años se ha incrementado e incentivado la producción de quinua generando rentabilidad para los productores, sin embargo en la provincia del Carchi no existen empresas procesadoras para la exportación de harina de quinua a mercados internacionales por ello se establecen nuevas alternativas como la implementación de maquinaria, tecnología y capacitación técnica para poder llegar a nuevos nichos de mercados.

Los competidores principales son Perú y Bolivia quienes cuentan con una alta producción de quinua y elaboración de productos terminados “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” (Paspuel, 2014, pág. 66) cuenta con certificación y es conocida por los demandantes.

3.13.4.1. Amenazas de productos sustitutos

| Tabla 38: Comparación de valor nutricional de la harina de quinua | | | |
|--|-------------------------|------------------------|-----------------------|
| Componentes | Harina de quinua | Harina de Trigo | Harina de maíz |
| Ø Calorías (cal) | 341 | 341 | 343 |
| Ø Agua (g) | 13.7 | 14.10 | 13.20 |
| Ø Proteínas (g) | 9.10 | 8.86 | 8.29 |
| Ø Grasas (g) | 2.6 | 1.20 | 2.82 |
| Ø Carbohidratos (g) | 72.1 | 70.90 | 66.30 |
| Ø Fibra (g) | 3.1 | 4.28 | 9.42 |
| Ø Calcio (mg) | 18.10 | 17.00 | 18.00 |
| Ø Fosforo (mg) | 61 | 0.00 | 0.00 |
| Ø Hierro (mg) | 3.70 | 3.33 | 2.40 |

Fuente: (INIAP,2013), (Alimentos,org, 2013)
Elaborado por: Karol Arciniegas

Los productos sustitutos que tiene la harina de quinua es la de trigo y maíz debido a que los valores nutricionales son similares sin embargo la harina de quinua contiene más vitaminas y proteínas que los demás productos sustitutos. El desconocimiento del valor nutritivo hace que la población no consuma constantemente la harina de quinua en los hogares ecuatorianos.

3.14. OFERTA EXPORTABLE

Para determinar la oferta exportable se procedió a la obtención de datos directos otorgados por la Unidad de almacenamiento ubicada en el cantón Bolívar quien es la encargada del almacenamiento de quinua, esta institución conjuntamente con el MAGAP motivan al cultivo en varios cantones de la provincia para incrementar la producción de quinua como grano y comercializar sus derivados, en el marco del cambio de la matriz productiva. La provincia del Carchi cuenta actualmente con 1.575 hectáreas que rinde un total de 2.156 toneladas, con un porcentaje del 32% de la producción nacional, obteniendo de cada hectárea 10 a 15 quintales de quinua, gracias al aprovechamiento de los suelos de varias partes del cantón Bolívar. Según la Unidad Nacional de Almacenamiento (UNA EP), entre los años 2013 y 2014, la exportación de quinua pasó de 100 a 400 toneladas métricas.

3.15. PROYECCIÓN DE ESTUDIO

3.15.1. Proyecciones de oferta

Para la proyección se consideró la información obtenida de la entrevista, donde los productores manifiestan que están en capacidad de incrementar su producción en dos hectáreas cada año, bajo el mismo criterio de 40 toneladas de quinua por hectárea, el 80% al procesar y obtener harina; finalmente el 50% de la producción excedente destinada para este proyecto.

| Año | Oferta exportable |
|------------|--------------------------|
| 2016 | 40 |
| 2017 | 43 |
| 2018 | 46 |
| 2019 | 49 |
| 2020 | 52 |

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Karol Arciniegas

3.15.2. Proyecciones de demanda

| AÑO | Quinua en grano | | | | | | | Harina de quinua | | | |
|------------|------------------------|----------|-------------------|-------------------------------|---------------------|---------------------------|-------------------------------------|---|----------|----------|------------|
| | M | X | Exce-dente | Consumo por persona kg | 5% Población | Consumo per cápita | Disponible para la industria | Rendimiento de quinua convertida en harina 80% | M | X | CNA |
| 2.016 | 39.215 | 7.700 | 31.515 | 3 | 1.572.010 | 4.716 | 26.799 | 21.439 | 35.313 | 56.168 | 585 |
| 2.017 | 45.427 | 8.285 | 37.142 | 3 | 1.572.010 | 4.716 | 32.426 | 25.941 | 34.889 | 60.364 | 466 |
| 2.018 | 51.640 | 8.780 | 42.859 | 3 | 1.572.010 | 4.716 | 38.143 | 30.515 | 34.530 | 63.912 | 1.133 |
| 2.019 | 57.852 | 9.209 | 48.643 | 3 | 1.572.010 | 4.716 | 43.927 | 35.142 | 34.220 | 66.986 | 2.376 |
| 2.020 | 64.065 | 9.588 | 54.477 | 3 | 1.572.010 | 4.716 | 49.761 | 39.809 | 33.946 | 69.697 | 4.058 |

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Karol Arciniegas

Observamos que el consumo nacional aparente es incremental por lo que se justifica la existencia de demanda en Estados Unidos.

3.16. VALIDACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER

De acuerdo al análisis del Perfil de Oportunidades del Medio, se determinó en el país que más destaca en los diferentes factores es Estados Unidos, por ejemplo en los factores socioeconómicos los altos niveles de PIB e ingreso per cápita, le hace un país atractivo para comercializar productos que sus consumidores buscan para combatir la obesidad y mantener una dieta saludable.

En cuanto a los factores políticos, la ventaja sobre los demás mercados analizados corresponde a las barreras arancelarias, ya que el Arancel es cero y no genera IVA, ya que se trata de un producto de importancia para sus consumidores y puesto que dicho país no lo produce debe importarlo.

Además en lo que respecta a los factores geográficos, por ejemplo el mejor indicador es el número de habitantes, directamente proporcional con el tamaño de mercado requerido para que una inversión sea rentable, sumado a los indicadores de desempeño logístico y la eficiencia de mercado de bienes, que genera una perspectiva alentadora para procesar y comercializar la harina de quinua a dicho país desde el Cantón Bolívar.

Finalmente las importaciones crecientes de Estados Unidos y la prioridad que dicho país le da al producto lo convierte en el más importante importadores de quinua del mundo, “más de la mitad del comercio mundial de quinua tiene como destino los Estados Unidos (53%). En segundo lugar, (...) Canadá con un 15% de las compras mundiales. Finalmente le siguen Francia (8%), Holanda (4%), Alemania (4%), ALADI (3%), Australia (3%) y Reino Unido (2%)”. (FAO-ALADI, 2014, p. 7), que sustenta la realización del estudio de factibilidad para un proyecto de comercialización de harina de quinua.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

4.1. CONCLUSIONES

- Después de haber analizado mediante datos proyectados desde 2010 al 2020, la evolución de tres mercados internacionales a través de un análisis socioeconómico, político y social se concluye que el mejor mercado para realizar la exportación de harina de quinua es Estados Unidos.
- La Unidad de Almacenamiento es la encargada de comprar quinua a los productores de la provincia del Carchi, lo que permite que su oferta sea amplia para cubrir parte de la demanda existente en el mercado de Estados Unidos – California.
- El estudio de mercado realizado permitió conocer las leyes y normativas para el ingreso de productos elaborados, además de determinar la existencia de la demanda en California en donde actualmente el producto a ser exportado es muy apetecible.
- En el perfil del consumidor se identificó que el 17% de la población de California consumen productos elaborados a base de quinua, tienen tendencia al consumo de productos nutritivos y bajos en grasa con el propósito de disminuir el índice de sobrepeso.
- Según datos de la FAO el consumo de quinua y sus derivados es de 0.05 kilogramos por persona; un valor importante que demandan parte de los consumidores de California, que prefieren alimentos saludables y nutritivos para contrarrestar los índices de sobrepeso y obesidad para afirmar lo anteriormente dicho se analizó el perfil del consumidor estadounidense en donde se determinó los gustos y preferencias.
- Según la UNA el 32% de la producción de quinua la hallamos en la provincia del Carchi, por ellos los agricultores cuentan con altas expectativas de incrementar su producción siendo este porcentaje favorable para el proyecto.

4.2. RECOMENDACIONES.

- Se recomienda realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de harina de quinua al mercado de Estados Unidos debido a su buena condición económica, política y social, como también por el alto consumo de quinua en ese país debido a la tendencia de las personas a cuidar su salud.
- Se debe aprovechar los aspectos económicos, políticos del país, sus leyes y reglamentos, debido a que Estados Unidos es un mercado potencial que gracias a los diferentes acuerdos comerciales genera una opción importante de negocios.
- Se debe ejecutar el proyecto de comercialización de harina de quinua a Estados Unidos cuyo mercado cuenta con una estabilidad económica, que reporte los beneficios económicos que el estado ecuatoriano busca con el cambio de la matriz productiva para que no solo se exporte el producto en grado sino con valor agregado, creando una empresa procesadora en la provincia para impulsar la estabilidad económica del sector.
- Los agricultores de la provincia del Carchi deben aprovechar la oportunidad de diversificar la quinua, comercializarla ya en un producto terminado debido a que varias instituciones motivan a su cultivo y consumo.
- Los productores deben aprovechar los estímulos del estado ecuatoriano y las condiciones favorables de acceso de harina de quinua al mercado de Estados Unidos, ya que si es posible dar cumplimiento a las barreras arancelarias y no arancelarias para dicho producto.

V. PROPUESTA

5.1. TÍTULO.

Estudio de factibilidad para la comercialización de harina de quinua desde el Cantón Bolívar al mercado internacional.

5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.

Este estudio nace luego de identificar como problema que el desconocimiento de las oportunidades de mercados internacionales incide en la comercialización de harina de quinua desde el Cantón Bolívar, provincia del Carchi, generado por la escasa investigación que oriente a obtener una producción industrializada con valor agregado a este producto en la provincia, el desconocimiento de las necesidades y preferencias de los consumidores, desconocimiento de cuanto se debe invertir para poder diversificar su producción, que les limita a incursionar en nuevos nichos de mercado para aprovechar al máximo su capacidad de producción de materia prima, misma que, por el desconocimiento de estrategias de comercialización es vendido como insumo para empresas industrializadoras o intermediarios que se llevan el mayor porcentaje de ganancias.

Es importante destacar que dicho proyecto permitirá identificar los requerimientos técnicos, logísticos y económicos para generar una producción con valor agregado, que tenga como destino consumidores internacionales que requieran aprovechar las propiedades nutritivas de la harina de quinua.

La información obtenida del estudio de mercado muestra la existencia de una demanda insatisfecha en el mercado de Estados Unidos, que previo análisis de tres mercados alternativos permitió identificar a través del análisis POAM, que éste era el mejor mercado para el proyecto; de esta manera continuar con el

estudio hasta determinar si es factible financieramente la exportación de harina de quinua desde el Cantón Bolívar.

Este conocimiento de la existencia de demanda incide directamente en la posibilidad de incrementar la producción y a la vez incorporar procesos industriales para obtener un producto transformado que satisfaga las necesidades del consumidor, logrando al mismo tiempo generar fuentes de trabajo, mejores ingresos y calidad de vida de los involucrados en el proyecto y específicamente los productores de quinua del Cantón Bolívar en la provincia del Carchi.

5.3. JUSTIFICACIÓN.

Los productores del cantón Bolívar provincia del Carchi han desarrollado una producción artesanal, empírica y de baja escala, a partir del impulso dado por el gobierno ecuatoriano que impulsa la producción y consumo de quinua dichos productores han incrementado su producción obteniendo grandes resultados.

Es así que con el desarrollo del proyecto se ha logrado obtener y analizar información del mercado que sustenta la posibilidad de exportar harina de quinua. Dado que el mercado de destino da al producto múltiples usos por sus propiedades nutricionales, el mismo será de destino industrial, para generar productos adicionales.

La información obtenida de esta investigación se constituye en una herramienta para futuros estudios o para inversionistas que deseen incursionar en emprendimientos que se orienten a los objetivos nacionales dirigidos al cambio de la matriz productiva, generación de empleo y sobre todo llevar a la práctica conocimientos científicos en beneficio de una carrera profesional de calidad.

5.4. OBJETIVOS.

5.4.1. Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de harina de quinua desde el Cantón Bolívar - Carchi - Ecuador hacia Estados Unidos.

5.4.2. Objetivos Específicos

- Establecer los requerimientos técnicos para comercialización de harina de quinua desde el Cantón Bolívar - Carchi - Ecuador hacia Estados Unidos.
- Determinar el plan logístico para la comercialización de harina de quinua desde el Cantón Bolívar - Carchi - Ecuador hacia Estados Unidos.
- Evaluar financieramente la inversión requerida para comercialización de harina de quinua desde el Cantón Bolívar - Carchi - Ecuador hacia Estados Unidos.

5.5. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.

5.5.1. Tamaño de la empresa

El tamaño del proyecto de comercialización de harina de quinua desde el Cantón Bolívar hacia los mercados internacionales depende de la demanda existente en California – Estados Unidos y de la oferta exportable disponible de los productores de quinua en el Cantón Bolívar, que de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 41: Oferta Exportable

| Datos | Años | | | | |
|-------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Demanda potencial (Tn) | 40 | 43 | 46 | 49 | 52 |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karol Arciniegas

Tal estimación de ventas permite identificar las instalaciones, proceso de producción, así como requerimientos de maquinaria, insumos y talento humano que transforme y comercializa la harina de quinua.

5.5.1.1. Estimación de ventas

Se establece un volumen de ventas estimado en función de la unidad comercial (sacos de 50 kg), que se venderán cada año con una frecuencia semestral.

Tabla 42: Estimación de ventas

| Producto | Proyección de Ventas Anuales en sacos | | | | |
|------------------|---------------------------------------|------------|------------|------------|--------------|
| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Harina de Quinua | 800 | 860 | 920 | 980 | 1.040 |
| TOTAL | 800 | 860 | 920 | 980 | 1.040 |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karol Arciniegas

5.5.2. Macro localización

El proyecto estará localizado en Ecuador, provincia del Carchi, cantón Bolívar, con ubicación geográfica 0°30'26"N 77°51'45"O y altitud de 2.980 msnm.

Limita al norte con el Cantón Montúfar, al sur con Imbabura, al este con Sucumbíos y al oeste con el cantón Mira.

Gráfico 12: Localización de la planta exportadora

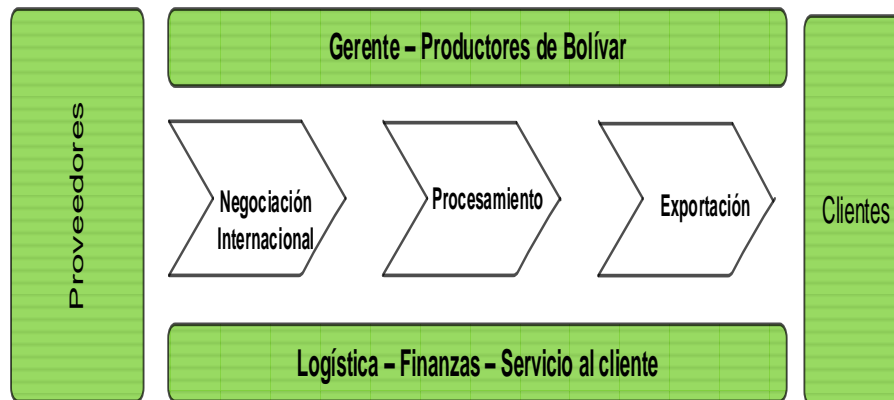


Fuente: Google maps
Elaborado por: Karol Arciniegas

5.5.3. Micro localización

El Cantón Bolívar se encuentra ubicado norte de Ecuador y al sur oeste de la provincia del Carchi, limita al nor-este con el Cantón Montúfar; al nor-oeste: con el Cantón Espejo; al sur-este con la Provincia de Sucumbíos y al sur con la provincia de Imbabura. Tiene una superficie de 344,5 km², una población de 14.347 habitantes. Su economía se desarrolla en la producción de huertos hortícolas, granjas integrales, sistemas silvopastoriles e industrialización de la cebada y quesos. (Gobierno Autónomo de la Provincia del Carchi, 2015)

5.5.4. Cadena de valor



Elaborado por: Karol Arciniegas

Son los procesos esenciales, gobernantes y de apoyo, que se deben realizar para la comercialización de harina de quinua a California – Estados Unidos, que incluyen al proveedor y al cliente.

5.5.5. Descripción de Procesos

Cuadro 1: Negociación

| | | | | |
|--|---|----------------------------|--------------------------------|--------------------|
| Comercialización de harina de quinua | NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL | Código: | NI-001 | |
| | | Versión: | 001 | |
| | | Páginas: | 1/1 | |
| Responsable: | Presidente productores de Bolívar – Gerente | | | |
| Objetivo: | Establecer el tipo de negociación con el cliente en Estados Unidos. | | | |
| Alcance: | Contacta al importador y acordar la negociación. | | | |
| Detalle: | | Documento: | | |
| 1. Contactar al cliente en California - Estados Unidos. | | Teléfono | | |
| 2. Especificar condiciones de negociación. | | Correo electrónico | | |
| 3. Establecer las cláusulas del contrato. | | Fax - mail | | |
| 4. Cierre de la negociación. | | Catálogo de | | |
| 5. Firmar el contrato. | | producto | | |
| 2. Flujo grama | | | | |
| <pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Contactar[Contactar al cliente] Contactar --> Preparacion[Preparación de la negociación] Preparacion --> Clausulas[Establecer cláusulas de contrato] Clausulas --> Acuerdo{Acuerdo} Acuerdo -- SI --> Cierre[Cierre de la negociación] Cierre --> Firma([Firma de contrato]) Acuerdo -- NO --> Preparacion </pre> | | | | |
| Medición y seguimiento del proceso | | | | |
| Indicador | Forma de cálculo | Estándar/meta | Periodicidad de cálculo | Responsable |
| # de negociaciones | # contactos / # negociaciones acordadas | 100% | Semestral | Gerente |
| Determinación de recursos relacionados con el proceso | | | | |
| Recurso humano | Infraestructura | Ambiente de trabajo | | |
| Gerente | Equipos informáticos, suministros de oficina | Ningún riesgo | | |
| Elaborado | Aprobado | Fecha | | |
| Gerente | Presidente | 2/julio/2015 | | |

Cuadro 2: Transformación del Producto

| | | | | |
|--|---|-------------------------------|--------------------------------|--------------------|
| Comercialización de harina de quinua | PROCESAMIENTO | Código: | TP - 001 | |
| | | Versión: | 001 | |
| | | Páginas: | 1/1 | |
| Responsable: | Presidente. | | | |
| Objetivo: | Acopiar el producto y procesarlo para su posterior exportación. | | | |
| Alcance: | Moler la quinua para obtener harina | | | |
| Detalle: | | Documento | | |
| 1. Recepción de la quinua en la planta procesadora. | | Check list del proceso Kárdex | | |
| 2. Lavado. | | | | |
| 3. Cocción. | | | | |
| 4. Secado. | | | | |
| 6. Molienda y tamizado. | | | | |
| 7. Envasado y almacenamiento. | | | | |
| 2. Flujo grama | | | | |
| <pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Recepcion[Recepción de la quinua] Recepcion --> Lavado[Lavado] Lavado --> Coccion[Cocción] Coccion --> Secado[Secado] Secado --> Molienda[Molienda] Molienda --> Tamizado[Tamizado] Tamizado --> Envasado[Envasado] Envasado --> Almacenamiento([Almacenamiento]) </pre> | | | | |
| Medición y seguimiento del proceso | | | | |
| Indicador | Forma de cálculo | Estándar/meta | Periodicidad de cálculo | Responsable |
| Eficiencia | % de desperdicios | 0% | Semestral | Gerente |
| Determinación de recursos relacionados con el proceso | | | | |
| Recurso humano | Infraestructura | Ambiente de trabajo | | |
| Gerente, obreros | Maquinaria, suministros e insumos | Riesgo bajo | | |
| Revisado | Aprobado | Fecha | | |
| Gerente | Presidente | 2/julio/2015 | | |

Fuente: Seminario CEYNCI

Elaborado por: Karol Arciniegas

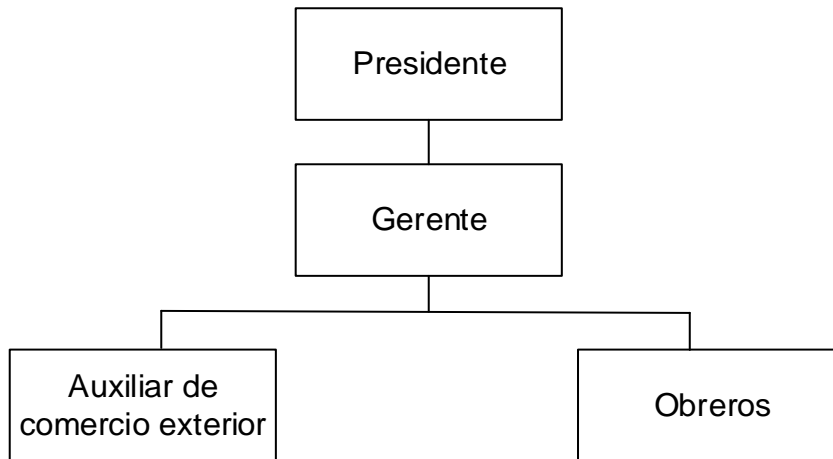
Cuadro 3: Exportación de quinua

| | | | | |
|---|--|----------------------|--|-------------------------------|
| Comercialización de harina de quinua | EXPORTACIÓN | Código: | EQ-001 | |
| | | Versión: | 001 | |
| | | Páginas: | 1/1 | |
| Responsable: | Auxiliar de Comercio Exterior | | | |
| Objetivo: | Preparar la exportación de harina de quinua. | | | |
| Alcance: | Obtener toda la documentación para la exportación. | | | |
| Detalle: | | | Documento: | |
| 1. Elaborar factura comercial. | | | Documentos de acompañamiento. Correo electrónico. Fax. | |
| 2. Obtener certificaciones de calidad y fitosanitarias. | | | | |
| 3. Obtener certificado de origen. | | | | |
| 4. Elaborar lista de empaque. | | | | |
| 5. Envío electrónico a la Aduana. | | | | |
| 6. Flete interno. | | | | |
| 7. Contactar importador. | | | | |
| 8. Descarga franco a bordo. | | | | |
| 2. Flujo grama | | | | |
| <pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> A[Elaborar factura comercial] A --> B[Obtener certificaciones de calidad y fitosanitarias] B --> C[Obtener certificado de origen] C --> D[Elaborar lista de empaque] D --> E[Envío electrónico a la aduna] E --> F[Flete interno] F --> G[Contactar al importador] G --> H([Descargar franco a bordo]) </pre> | | | | |
| Medición y seguimiento del proceso | | | | |
| Indicador | Forma de cálculo | Estándar/meta | Periodicidad de cálculo | Responsable |
| Documentos de exportación | Total de documentos requeridos | 1 día | Semestral | Auxiliar de comercio exterior |
| Determinación de recursos relacionados con el proceso | | | | |
| Recurso humano | Infraestructura | | Ambiente de trabajo | |
| Auxiliar de comercio exterior | Equipo informático. | | Ningún riesgo | |
| Revisado | Aprobado | | Fecha | |
| Gerente | Presidente | | 2/julio/2015 | |

Fuente: Seminario CEYNCI

Elaborado por: Karol Arciniegas

5.5.6. Estructura Organizacional



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Karol Arciniegas

Es importante que dentro de una empresa se establezca un organigrama para delegar las funciones que deberá desempeñar cada funcionario en el proceso de comercialización.

5.5.6.1. Funciones básicas del Talento Humano

El gerente tiene como funciones principales:

- a. Dirigir a los diferentes procesos comerciales y productivos.
- b. Gestionar el talento humano.
- c. Tomar decisiones.
- d. Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de los accionistas.
- e. Establecer estrategias comerciales con los clientes.
- f. Establecer políticas internas.

El auxiliar de comercio exterior tiene las siguientes funciones:

- a. Preparar la documentación para el proceso de exportación.

- b. Desarrollar el proceso logístico óptimo para la producción y comercialización de quinua.
- c. Determinar las necesidades del cliente.
- d. Cumplir las leyes y formalidades aduaneras.
- e. Mantener contacto con proveedores de transporte y clientes en el proceso de comercialización.

Los obreros tienen como funciones principales:

- a. Cumplir con las políticas internas de la planta.
- b. Obtener la producción de acuerdo a la planificación comercial.
- c. Ejecutar el proceso productivo bajo estándares sanitarios y de calidad requeridos para la comercialización internacional.

5.5.7. Requerimiento de mano de obra

Una vez descrito el análisis de la cadena de valor y el establecimiento de la estructura organizativa se establece que es necesario crear cuatro fuentes de trabajo para la transformación y comercialización del producto.

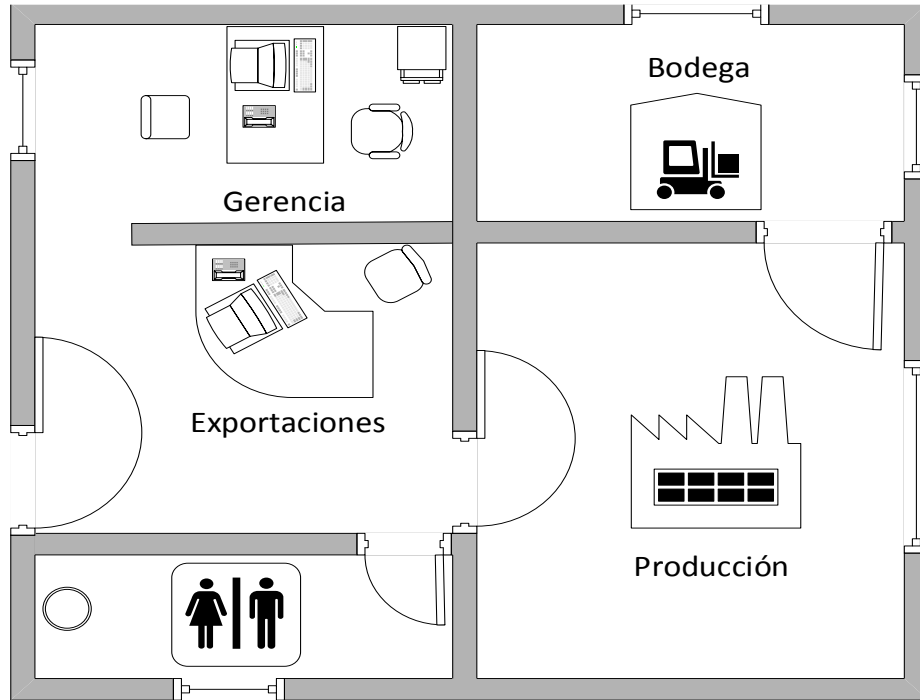
Cuadro 4: Talento humano requerido

| Función | # de empleados |
|-------------------------------|-----------------------|
| Gerente | 1 |
| Auxiliar en comercio exterior | 1 |
| Obreros | 2 |
| Total | 3 |

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Karol Arciniegas

5.5.8. Distribución de la planta exportadora en el Cantón Bolívar

Gráfico 13: Distribución del área de trabajo



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Karol Arciniegas

Para el desarrollo del proyecto se requiere que las instalaciones ubicadas en el acceso a la ciudad de Bolívar y carretera panamericana, con una extensión de 300 m², esté distribuido en 4 áreas, Comercial, Gerencia, Producción y Bodega. Cada espacio dispone de equipos y suministros para desarrollar un proceso comercial y productivo eficiente.

5.5.9. Requerimiento de maquinaria y equipo

Es necesario que este proyecto disponga de los siguientes activos fijos, que constituyen parte de la inversión inicial para dicho emprendimiento que será desarrollado por los productores de quinua del cantón Bolívar:

Cuadro 5: Infraestructura, maquinaria y equipo

| Concepto | Cantidad |
|------------------------------------|----------|
| Edificios - Infraestructura | |
| Terreno m ² | 300 |
| Construcción m ² | 200 |
| Maquinaria y Equipo | |
| Mallas metálicas | 1 |
| Tamices vibratorios | 1 |
| Tinas | 2 |
| Molinos de martillo | 1 |
| Selladora de sacos | 1 |
| Ventilador industrial | 1 |
| Silos cilíndricos | 1 |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karol Arciniegas

5.5.10. Proceso para la Exportación

a. Registro en el ECUAPASS

De acuerdo a PRO ECUADOR (2013) para registrarse en la Ventanilla Única del ECUAPASS, se debe realizar lo siguiente:

1. Escribir dirección electrónica del Banco Central del Ecuador:
<http://www.eci.bce.ec/web/guest/>

Llevar la siguiente documentación (también en formato PDF):

- Copia de Cédula o pasaporte a Color
- Copia de Papeleta de votación actualizada.
- Copia de la última factura de pago de luz, agua o teléfono.
- Cancelar el valor de USD 53,00.
- Llenar el formulario de solicitud y enviarlo por internet:

2. Ingresar a la página del ECUAPASS:

<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>

- Dar clic en Solicitud de uso.
- Crear Usuario y Contraseña (con ella se creará un correo electrónico para recepción de notificaciones).
- Ingresar la Identificación Única de Certificado Digital (podemos acceder a la VUE y elaborar los certificados de origen emitidos por MIPRO).

3. Obtención de documentos para la exportación

Adicional es necesario obtener el certificado de origen (en el Ministerio de Industrias y Competitividad MIPRO o en las Cámaras de Comercio, Industrias y Producción), equivalente a 12,00 USD. Este documento permitirá acogerse al Acuerdo entre Ecuador y Estados Unidos para ser beneficiario del SGP

El certificado fitosanitario es necesario para la exportación de productos procesados (se lo obtiene en la Agencia de Aseguramiento y Control de la Calidad del Agro AGROCALIDAD), ya que garantiza que el producto se sujeta a normas de calidad y es apto para consumo humano. Este documento tiene un valor de 50 USD.

5.5.11. Proceso logístico

Para determinar la factibilidad del proyecto es necesario un análisis logístico que incluyen factores como: costos de transformación y exportación de la harina de quinua, tiempos del proceso, canal de distribución, términos de negociación, características del producto especificados a continuación:

Es necesario conocer la información básica del producto para establecer estadísticamente los indicadores de ingreso al mercado de Estados Unidos, así

como la unidad de comercialización en valor FOB que permita establecer relaciones respecto del precio de venta cuando se hayan incluido otros costos y gastos administrativos y de ventas.

Tabla 43: Datos básicos de la harina de quinua

| INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO: | | | | | | | |
|--|------------------|--------|-----------|--------|--------|--------|------|
| Nombre técnico o comercial del producto | Harina de Quinua | | | | | | |
| Posición arancelaria en el país exportador | 1102.90.00.00 | | | | | | |
| Posición arancelaria en el país importador | 1102.90.60.00 | | | | | | |
| Unidad comercial de venta | Sacos | | VALOR EXW | | | | |
| Moneda de transacción. | USD | | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Valor ex-work de la unidad comercial. | 103,08 | 108,81 | 111,74 | 114,91 | 118,33 | 123,44 | |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karol Arciniegas

En la tabla anterior se detallan factores importantes que debemos conocer para llevar el producto al punto de destino, cumpliendo con las especificaciones aduaneras requeridas. A continuación se detalla información del embarque en cuanto a unidades, valor del embarque, tipo y número de unidades de transporte.

Tabla 44: Datos básicos del embarque

| INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE | | | | | | |
|---|----------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| País de origen | Ecuador | | | | | |
| Ciudad de punto de embarque | Tulcán | | | | | |
| País de destino | Estados Unidos | | | | | |
| Ciudad de punto de destino | California | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Nº de unidades comerciales por embarque | 370 | 400 | 430 | 460 | 490 | 520 |
| Valor inicial del embarque (EXW) | 38.140 | 43.525 | 48.047 | 52.857 | 57.981 | 64.189 |
| Tipo de embalaje | Sacos | | | | | |
| Tipo de unidad de carga | Pallet | | | | | |
| Nº total de embalajes | 370 | | | | | |
| Nº total de unidades de carga | 1 | | | | | |
| Frecuencia de envío | Semestral | | | | | |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karol Arciniegas

Más adelante encontramos información referente a la forma de pago el tipo y término de negociación, para comprender las responsabilidades que asumirán las partes hasta que llegue la mercancía al destino.

Tabla 45: Información adicional

| INFORMACIÓN ADICIONAL | |
|--|--------------|
| Termino de negociación | FOB |
| Forma de pago | Giro directo |
| Plazo | X |
| Tipo de Cambio | 1 |
| % de tasa de seguro | 3% |
| Porcentaje de tasa pasiva de interés anual | 8,00% |
| Tasa promedio de inflación anual | 3,64% |
| Inflación anual país de destino | 1,60% |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karol Arciniegas

5.5.11.1. Cálculo de cubicaje

Para la distribución adecuada del espacio físico del producto en la unidad de carga es necesario establecer las medidas: largo, ancho, alto y peso (del envase, embalaje, la unidad de carga) que permita estimar los rubros correspondientes al flete del traslado de la harina de quinua hasta el lugar de destino.

Es así que se identifica que el producto será trasladado en un vehículo de una capacidad de carga de 30 ton, una cantidad de 24 pallets, que contienen 20 sacos cada uno (apilados en 10 filas), de peso unitario 50 Kg, considerando de la misma manera las medidas del contenedor y pallet.

Tabla 46: Cubicaje pallets

| | Cálculo de cubicaje | Empaque / Embalaje Sacos | Unidad de carga | Estimación del espacio |
|--------|---|--------------------------|-----------------|------------------------|
| Pallet | Nº de unidades | 1 | 20 | |
| | Largo mts | 0,82 | 1 | 1 |
| | Alto mts | 0,14 | 1,5 | 10 |
| | Ancho mts | 0,56 | 1,2 | 2 |
| | Volumen total del embarque m ³ | 0,064 | 1,8 | 28 |
| | Peso por unidad kg | 50 | 1.000 | 20 |
| | Peso total del embarque ton | 0,050 | 1.000 | 20 |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karol Arciniegas

Tabla 47: Cubicaje unidad de carga

| | Cálculo de cubicaje | Empaque / embalaje | Unidad de carga | Estimación del espacio |
|--------------------|---|--------------------|-----------------|------------------------|
| Contenedor 40 pies | Nº de unidades | 20 | 24 | 350,00 |
| | Largo mts | 1 | 12,19 | 12 |
| | Alto mts | 1,5 | 2,59 | 1 |
| | Ancho mts | 1,2 | 2,44 | 2 |
| | volumen total del embarque m ³ | 1,8 | 77,0 | 42,80 |
| | Peso por unidad kg | 900 | 21.600 | 24 |
| | Peso total del embarque ton | 0,900 | 21.600 | 24 |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karol Arciniegas

5.5.11.2. Empaque, Envase y embalaje

A continuación se observa los costos, tiempos, talento humano que intervienen para adecuar la harina de quinua, con su respectivo empaque. Dicho producto será empacado en sacos de medidas: 0,82 cm de largo; 0,56 cm de ancho y 0,14 cm de alto, para ubicar 50 kg de harina de quinua.

Tabla 48: Envase de la harina de quinua

| Descripción | Costo unitario USD | Cantidad | Costo total USD | Tiempo en Días | RR.HH. | Costo X Trabajador | Costo M.O. | Costo Total Operación USD |
|-------------|--------------------|----------|-----------------|----------------|--------|--------------------|------------|---------------------------|
| Sacos | 0,40 | 370,00 | 148,00 | 1,00 | 1,00 | 10,00 | 10,00 | 158,00 |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karol Arciniegas

5.5.11.3. Documentación

Los documentos para la exportación serán tramitados por el auxiliar en comercio exterior en el país de origen: factura comercial, factura proforma, certificado de origen, certificado fitosanitario, cuyo valor total es de 50,10 USD y requieren un período de tiempo de 1 día.

Tabla 49: Documentación

| Descripción | Costo unitario USD | Cantidad | RR.HH. | Tiempo en Horas | Tiempo en Días | Costo total de operación USD |
|----------------------------|--------------------|----------|------------|-----------------|----------------|------------------------------|
| Factura Comercial | 0,10 | 1,00 | 2 personas | 0,50 | 0,06 | 0,10 |
| Certificado de Origen | 12,00 | 1,00 | | 3,00 | 0,38 | 12,00 |
| Certificados Fitosanitario | 18,00 | 1,00 | | 2,00 | 0,25 | 18,00 |
| Otros | 20,00 | 1,00 | | 0,00 | 0,00 | 20,00 |
| TOTALES | | | | 6,00 | 0,75 | 50,10 |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karol Arciniegas

5.5.11.4. Flete Interno

El transporte interno para el traslado de la harina de trigo deberá realizarse de Bolívar hacia Guayaquil (puerto marítimo principal) de donde se puede realizar el envío a Estados Unidos, dicho traslado interno será semestral en un tráiler con una capacidad de 30 toneladas, con un costo total 900 USD por embarque, en un contenedor de 40 pies.

Tabla 50: Flete interno

| Descripción | Costo unitario por vehículo | Cantidad de vehículos | Tiempo en días | Costo total de operación USD |
|----------------------------------|-----------------------------|-----------------------|----------------|------------------------------|
| Flete interno vehículos de 30 TN | 900,00 | 1 | 1 | 900,00 |
| TOTALES | | | 1 | 900,00 |

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Karol Arciniegas

5.5.11.5. Flete internacional

Este concepto es uno de los más importantes en el proceso de exportación, su valor anual representa 2.000 USD; desde el puerto de Guayaquil en Ecuador hasta el puerto de San Diego en California- Estados Unidos.

Tabla 51: Flete internacional

| Descripción | Costo unitario por embarque | Cantidad de vehículos | Tiempo en días de operación | Costo total de operación USD |
|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------|-----------------------------|------------------------------|
| Marítimo Contenedor 40 pies | 2.000 | 1 | 10 | 2.000 |
| TOTALES | | | 10 | 2.000 |

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Karol Arciniegas

5.5.11.6. Derechos Aduaneros

Tabla 52: Derechos aduaneros

| Descripción | % de impuesto | Base imponible | Costo total USD | Tiempo en horas | Tiempo en días | Costo final USD |
|-------------|---------------|----------------|-----------------|-----------------|---------------------|-----------------|
| ADVALOREM | 0% | 85.839,00 | 0,00 | 2,00 | incluido en agentes | 0,00 |
| ICE | 0,00 | 85.839,00 | 0,00 | | | |
| IVA | 0% | 85.839,00 | 0,00 | | | |

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Karol Arciniegas

Ecuador según la renovación del Sistema General de preferencias Arancelarias (SGP) con Estados Unidos cuenta con el 0% de aranceles para más de 3.000

partidas incluida la de harina de quinua, por tal razón Advalorem es del 0% y no aplica IVA según datos investigados en Pro Ecuador, 2014

5.5.11.7. Incoterms

Tabla 53: Términos de negociación

| INCOTERMS | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|--------------------------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Valor del embarque | 76.281 | 87.051 | 96.094 | 105.715 | 115.961 | 128.379 |
| EXW | 76.281 | 87.051 | 96.094 | 105.715 | 115.961 | 128.379 |
| Manipulación local X | 249 | 265 | 283 | 301 | 320 | 341 |
| Unitarización | 407 | 456 | 508 | 563 | 622 | 684 |
| FCA/FAS | 76.936 | 87.772 | 96.885 | 106.579 | 116.903 | 129.404 |
| Transporte interno | 1.800 | 1.866 | 1.934 | 2.004 | 2.077 | 2.153 |
| Manipuleo Embarque | 100 | 104 | 107 | 111 | 115 | 120 |
| Agentes | 394 | 408 | 439 | 488 | 563 | 674 |
| Documentación | 100 | 104 | 112 | 124 | 143 | 171 |
| Capital e inventario país de origen | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 15 |
| Bancarios | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| FOB | 79.339 | 90.263 | 99.487 | 109.319 | 119.816 | 132.536 |
| Flete Internacional | 4.000 | 4.146 | 4.297 | 4.453 | 4.615 | 4.784 |
| CFR | 83.339 | 94.409 | 103.783 | 113.772 | 124.431 | 137.319 |
| Seguro Internacional | 2.500 | 2.832 | 3.114 | 3.413 | 3.733 | 4.120 |
| CIF | 85.840 | 97.241 | 106.897 | 117.186 | 128.164 | 141.439 |
| Capital e inventario tránsito inter | 19 | 22 | 24 | 26 | 28 | 31 |
| Manipuleo desembarque | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| DAT | 85.859 | 97.263 | 106.921 | 117.212 | 128.193 | 141.470 |
| Almacenamiento temporal | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Documentación | 400 | 406 | 413 | 420 | 426 | 433 |
| Agentes | 400 | 415 | 445 | 496 | 572 | 684 |
| Transporte interno | 1.400 | 725 | 752 | 779 | 808 | 837 |
| DAP | 88.059 | 98.809 | 108.531 | 118.906 | 129.999 | 143.425 |
| Aduaneros | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Capital e inventario país de destino | 186 | 209 | 229 | 251 | 274 | 303 |
| DDP | 88.245 | 99.018 | 108.760 | 119.157 | 130.273 | 143.727 |
| Costo Unitario | 119,25 | 123,77 | 126,47 | 129,52 | 132,93 | 138,20 |
| Utilidad | 29,81 | 30,94 | 31,62 | 32,38 | 33,23 | 34,55 |
| Precio de Venta DDP | 149,06 | 154,72 | 158,08 | 161,90 | 166,16 | 172,75 |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karol Arciniegas

Se muestra el valor del producto considerando el término de negociación DDP, hasta puerto de destino, con la finalidad de comprar tales precios con los precios internacionales y establecer si el producto será competitivo en el mercado de destino. Así se determina que el precio referencial en Estados Unidos es de \$170 el saco de harina de quinua, mientras que el producto obtenido con este proyecto puede tener un precio inferior.

Para establecer el precio con el cliente en Estados Unidos se realiza la negociación en término FOB, con un valor unitario de 134,02 USD para el año base; valores con los que se realizó la estimación de las ventas anuales en dinero.

5.5.11.8. Matriz General

Tabla 54: Matriz general

| COSTOS DIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN | | |
|---|----------------|--------------------|
| DESCRIPCIÓN | COSTO | TIEMPO DÍAS |
| Empaque | 0,0 | 0,0 |
| Embalaje | 158,0 | 1,0 |
| Unitarización | 407,0 | 2,0 |
| Manipuleo en el local del exportador | 124,4 | 1,6 |
| Documentación | 50,1 | 0,0 |
| Transporte interno | 900,0 | 1,0 |
| Manipuleo Embarque | 50,0 | 0,1 |
| Agentes | 0,9 | 0,9 |
| COSTOS INDIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN | | |
| Bancarios | 0,0 | 0,3 |
| capital e inventario país de origen | 8,8 | 6,8 |
| TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR | 1.699,2 | 6,8 |
| VALOR ExWORK | 38.140,3 | 1,0 |
| VALOR FCA | 76.936,4 | 5,0 |
| VALOR FOB | 79.339,4 | 6,8 |

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Karol Arciniegas

En esta tabla se muestran los gastos implícitos al realizar la exportación bajo los términos de negociación FOB con un valor total de 79.339,4 dólares y 7 días estimados, hasta que el producto llegue al punto de entrega cumpliendo cada proceso de dicho término de negociación.

5.5.12. Estudio Económico y Financiero

5.5.12.1. Inversiones y Costos

Son elementos clave para una planificación financiera de largo plazo, ya que permite identificar la necesidad de muebles e inmuebles que serán utilizados para generar valor al producto y forma parte de la inversión inicial.

5.5.12.1.1. Activos Fijos

Tabla 55: Activos fijos tangibles

| Concepto | Cantidad | Valor Un. | Total |
|------------------------------------|----------|-----------|------------------|
| Edificios - Infraestructura | | | 36.000,00 |
| Terreno m ² | 300 | 20,00 | 6.000,00 |
| Construcción ² | 200 | 150,00 | 30.000,00 |
| Maquinaria y Equipo | | | 630,00 |
| Mallas metálicas | 1 | 30,00 | 30,00 |
| Tamices vibratorios | 1 | 30,00 | 30,00 |
| Tinas | 2 | 30,00 | 60,00 |
| Molinos de martillo | 1 | 300,00 | 300,00 |
| Selladora de sacos | 1 | 30,00 | 20,00 |
| Ventilador industrial | 1 | 150,00 | 150,00 |
| Silos cilíndricos | 1 | 40,00 | 40,00 |
| Muebles y Enseres | | | 2.910,00 |
| Escritorio | 2 | 250,00 | 500,00 |
| Sillón ejecutivo | 2 | 150,00 | 300,00 |
| Sillas | 8 | 80,00 | 640,00 |
| Mesas | 2 | 250,00 | 500,00 |
| Archivadores | 2 | 200,00 | 400,00 |
| Estantería metálica | 1 | 300,00 | 300,00 |
| Teléfono | 1 | 150,00 | 150,00 |
| Calculadoras | 3 | 40,00 | 120,00 |

| Equipo de Computo | | | 1.150,00 |
|---|---|--------|------------------|
| Computadora | 1 | 850,00 | 850,00 |
| Impresora | 1 | 300,00 | 300,00 |
| Total Activos Fijos - Inversión Fija | | | 40.690,00 |

Fuente: Estudio económico

Elaborado por: Karol Arciniegas

Además tenemos los activos fijos intangibles, en los que se incurre antes de iniciar las operaciones productivas del proyecto, gastos pre operativos, que permiten consolidar la creación de dicho emprendimiento.

Tabla 56: Activos diferidos

| Activos Diferidos - Gastos de Constitución | | | Total |
|---|-----------------|------------------|-----------------|
| Concepto | Cantidad | Valor Un. | 2015 |
| Investigación | 1 | 500,00 | 500,00 |
| Diseños | 1 | 400,00 | 400,00 |
| Abogado | 1 | 400,00 | 400,00 |
| Permisos | 1 | 500,00 | 500,00 |
| Total Activos Diferidos - Gastos de Constitución | | | 1.800,00 |

Fuente: Estudio económico

Elaborado por: Karol Arciniegas

5.5.12.1.2. Costos de producción y gastos operacionales

Se ha estimado la materia prima, la mano de obra así como costos indirectos requeridos para poder obtener el producto terminado en base de las ventas planificadas para cada año, que permite conocer el costo de transformación de los insumos para convertirse en harina de quinua.

En lo que respeta a gastos administrativos se contempla aquellos desembolsos necesarios para que el negocio esté en marcha, estimados en base a valores de uso con periodicidad mensual.

Así mismo los gastos de venta o de exportación necesarios en base al término de negociación FOB, que incluye cubicaje, manipuleo del producto,

documentación y flete para movilizar la producción desde la fábrica hasta el puerto marítimo de Guayaquil.

Tabla 57: Costos de Producción

| Concepto | Cantidad | Valor Un. | 2015 |
|--|----------|-----------|---------------|
| Materia Prima | | | 59.200 |
| Sacos de 50 kg | 740 | 80,00 | 59.200 |
| Mano de Obra | | | 6.188 |
| Obreros | 0,50 | 12.375 | 6.188 |
| Costos Indirectos de Fabricación: | | | 1.966 |
| Embalaje | 740 | 0,40 | 296 |
| Agua | 12 | 20,00 | 240 |
| Energía | 12 | 15,00 | 180 |
| Suministros | 12 | 100,00 | 1.200 |
| Otros | 1 | 50,00 | 50 |
| Total Costo de Producción | | | 67.354 |

Fuente: Estudio económico

Tabla 58: Gastos administrativos

| Concepto | Cantidad | Valor Un. | 2015 |
|-------------------------------------|----------|-----------|--------------|
| Sueldos | 0,50 | 16.414 | 8.207 |
| Servicios Básicos | 12 | 25,00 | 300 |
| Suministros de Oficina | 12 | 15,00 | 180 |
| Suministros de Limpieza | 12 | 20,00 | 240 |
| Depreciaciones | | | 0 |
| Amortizaciones | | | 0 |
| Total Gastos Administrativos | | | 8.927 |

Fuente: Estudio económico

Tabla 59: Gastos de ventas

| Concepto | Envíos | 2015 |
|---|--------|-----------------|
| Unitarización | 2 | 814,00 |
| Manipuleo en el local de exportador | 2 | 248,80 |
| Documentación | 2 | 100,20 |
| Transporte interno | 2 | 1.800,00 |
| Manipuleo de embarque | 2 | 100,00 |
| Agentes | 2 | 394,00 |
| Costos bancarios | 2 | 0,00 |
| Total Gastos de Exportación (Ventas) | | 3.457,00 |

Fuente: Estudio económico

5.5.12.1.3. Proyección de costos y gastos

En base de los valores inicialmente determinados en los párrafos anteriores para el año cero y tomando como criterios que inciden en el costo futuro de los bienes y servicios contratados como la inflación, el incremento de cantidades de producción así como el crecimiento tendencial de sueldos, se procede a realizar un cálculo estimado para los siguientes años de lo que representaría transformar el producto durante el período de vida útil del proyecto. Aquellos costos fijos solo se incrementan la inflación promedio anual, y para los costos variables se agrega al costo el valor de la inflación y se multiplica por la cantidad consumida o usada.

Tabla 60: Proyección del costo de producción

| Concepto | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|--|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|
| Materia Prima | 66.331 | 73.903 | 81.939 | 90.462 | 99.498 |
| Sacos de 50 kg | 66.331 | 73.903 | 81.939 | 90.462 | 99.498 |
| Mano de Obra | 7.111 | 7.688 | 8.311 | 8.985 | 9.714 |
| Obreros | 7.111 | 7.688 | 8.311 | 8.985 | 9.714 |
| Costos Indirectos de Fabricación: | 3.642 | 3.743 | 3.850 | 3.961 | 4.059 |
| Embalaje | 352 | 391 | 432 | 475 | 503 |
| Agua | 249 | 258 | 267 | 277 | 287 |
| Energía | 187 | 193 | 200 | 208 | 215 |
| Suministros | 1244 | 1289 | 1336 | 1385 | 1435 |
| Otros | 52 | 54 | 56 | 58 | 60 |
| Depreciaciones | 1.559 | 1.559 | 1.559 | 1.559 | 1.559 |
| Total Costo de Producción | 75.525 | 83.776 | 92.541 | 101.850 | 113.270 |

Fuente: Estudio económico

Elaborado por: Karol Arciniegas

Tabla 61: Proyección de Gastos Administrativos

| Concepto | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|-------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Sueldos | 9.440 | 10.206 | 11.033 | 11.928 | 12.895 |
| Servicios Básicos | 311 | 322 | 334 | 346 | 359 |
| Suministros de Oficina | 187 | 193 | 200 | 208 | 215 |
| Suministros de Limpieza | 249 | 258 | 267 | 277 | 287 |
| Depreciaciones | 979 | 979 | 979 | 993 | 993 |
| Amortizaciones | 360 | 360 | 360 | 360 | 360 |
| Total Gastos Administrativos | 11.525 | 12.318 | 13.174 | 14.111 | 15.109 |

Fuente: Estudio económico

Elaborado por: Karol Arciniegas

Tabla 62: Proyección gastos de ventas

| Concepto | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|-------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Unitarización | 912,1 | 1.016,2 | 1.126,7 | 1.243,9 | 1.368,1 |
| Manipuleo en el local de exportador | 265,3 | 282,7 | 301,0 | 320,3 | 340,6 |
| Documentación | 103,8 | 111,6 | 124,2 | 143,3 | 171,4 |
| Transporte interno | 1.865,6 | 1.933,5 | 2.003,9 | 2.076,9 | 2.152,6 |
| Manipuleo de embarque | 103,6 | 107,4 | 111,3 | 115,4 | 119,6 |
| Agentes | 408,4 | 438,6 | 488,3 | 563,5 | 673,9 |
| Costos bancarios | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Total Gastos Exportación | 3.658,8 | 3.890,0 | 4.155,5 | 4.463,3 | 4.826,1 |

Fuente: Estudio económico

Elaborado por: Karol Arciniegas

5.5.12.1.4. Capital de trabajo

Tiene que ver con la cantidad de dinero necesaria para el desarrollo normal de toda la planificación empresarial durante un período de tiempo en el que es necesarios cubrir los desembolsos sin que se hayan realizado ventas todavía, ese período se le denomina ciclo de caja que para el caso actual corresponde a un semestre que es el tiempo durante el cual los proveedores pueden abastecer de la quinua.

Tabla 63: Capital de operación

| Concepto | Valor |
|-----------------------------|---------------|
| Costos de Producción | 67.354 |
| Gastos Administrativos | 8.927 |
| Gastos de Exportación | 3.457 |
| Total Costo Anual | 79.738 |
| Total Costo Diario | 221 |
| Ciclo de caja | 180 |
| Capital de Operación | 39.869 |

Fuente: Estudio económico

Elaborado por: Karol Arciniegas

La inversión inicial se refiere a la sumatoria de la inversión de los activos fijos, con el capital de trabajo y los gastos de constitución, es decir reúne el valor total requerido para la adquisición de maquinaria, tecnología, insumos y servicios que el proyecto necesita para cumplir con las ventas planificadas.

Tabla 64: Total inversión inicial

| Concepto | Valor |
|--------------------------------|---------------|
| Inversión Fija | 40.690 |
| Capital de Operación | 39.869 |
| Gastos de Constitución | 1.800 |
| Total Inversión Inicial | 82.359 |

Fuente: Estudio económico

Elaborado por: Karol Arciniegas

5.5.13. Financiamiento del proyecto

En esta parte identificamos la estructura de capital adecuada para el proyecto, en base de la inversión inicial requerida versus el aporte de los accionistas, es así que en éste proyecto los inversionistas están en capacidad de aportar el 70% de la inversión total, siendo necesario financiar el 30% que complementa el valor total a invertir

Tabla 65: Estructura de capital

| Concepto | Participación | Valor |
|----------------|---------------|---------------|
| Capital Propio | 70% | 57.651 |
| Capital Ajeno | 30% | 24.708 |
| Total | 100% | 82.359 |

Fuente: Estudio económico

Elaborado por: Karol Arciniegas

Tabla 66: Costo de capital promedio

| Recursos | Participación | Costo | Ponderación |
|--------------|---------------|--------|--------------|
| Propios | 70% | 8,00% | 5,60% |
| Ajenos | 30% | 12,00% | 3,60% |
| Total | 100% | | 9,20% |

Fuente: Estudio económico

Elaborado por: Karol Arciniegas

Como ya se ha identificado las fuentes de financiamiento y su participación porcentual, es necesario establecer el costo de cada fuente, es así que se debe analizar la tasa de rendimiento máxima que pudiera recibir el dinero de los accionistas si ellos decidieran no aportar a éste proyecto. De igual manera es necesario evaluar la institución crediticia que bajo las características del proyecto pudieran financiar el 30% de déficit, de modo que se determine el costo de oportunidad o la combinación promedio de costo financiero generado al obtener financiamiento de las dos fuentes indicadas. Para el caso de estudio se ha considerado como fuente de financiamiento a Ban Ecuador (Banco Nacional de Fomento) por los costos asequibles y condiciones favorables para este proyecto.

5.5.14. Estados Financieros

Corresponden a los informes económicos presupuestados para la inversión requerida del proyecto.

5.5.14.1. Balance General

Muestra la situación patrimonial del negocio en un momento dado, en este caso al inicio del período productivo.

Tabla 67: Balance general - Planta exportadora Cantón Bolívar

| Balance General - Con Financiamiento | | | |
|---|---------------|----------------------------------|---------------|
| Activos Corrientes | | Pasivos Corto Plazo | |
| Bancos | 39.869 | Deudas <1 Año | 0 |
| Total Activos Corrientes | 39.869 | Total Pasivos Corto Plazo | 0 |
| Activos Fijos | | Pasivos Largo Plazo | |
| Edificio e infraestructura | 36.000 | | |
| Maquinaria y Equipo | 630 | | |
| Muebles y Enseres | 2.910 | Préstamos Bancarios | 24.708 |
| Equipo de Computo | 1.150 | Total Pasivos Largo Plazo | 24.708 |
| Total Activos Fijos | 40.690 | Total Pasivos | 24.708 |
| Activos Diferidos | | Patrimonio | |
| Gastos de Constitución | 1.800 | Capital Social | 57.651 |
| Total Activos Diferidos | 1.800 | Total Patrimonio | 57.651 |
| Total Activos | 82.359 | Total Pasivo + Patrimonio | 82.359 |

Fuente: Estudio económico

Elaborado por: Karol Arciniegas

5.5.14.2. Estado de Resultados

Refleja el desempeño comercial del negocio luego de transcurrido un período económico, en éste caso luego del primer año de actividad productiva. Como se puede observar la utilidad contable en todos los años es positivo, sinónimo de que el proyecto es rentable.

Tabla 68: Estado de Resultados - Planta exportadora Cantón Bolívar

| Estado de Resultados - Con Financiamiento | | | | | |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Detalle | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Ventas | 117.342 | 129.333 | 142.115 | 155.760 | 172.296 |
| Cantidad | 800 | 860 | 920 | 980 | 1.040 |
| Precio FOB | 146,68 | 150,39 | 154,47 | 158,94 | 165,67 |
| - Costo de Ventas | 75.525 | 83.776 | 92.541 | 101.850 | 113.270 |
| Utilidad Bruta en Ventas | 41.817 | 45.557 | 49.574 | 53.911 | 59.026 |
| - Gastos Operacionales | 15.184 | 16.208 | 17.329 | 18.575 | 19.935 |
| Gastos Administrativos | 11.525 | 12.318 | 13.174 | 14.111 | 15.109 |
| Gastos de Exportación | 3.659 | 3.890 | 4.156 | 4.463 | 4.826 |
| Utilidad Operacional | 26.633 | 29.349 | 32.245 | 35.336 | 39.091 |
| - Gastos Financieros | 2.573 | 1.651 | 611 | 0 | 0 |
| Interés Bancario | 2.573 | 1.651 | 611 | 0 | 0 |
| U.A.T.I | 24.060 | 27.698 | 31.633 | 35.336 | 39.091 |
| - 15% Particip. Trabajadores | 3.609 | 4.155 | 4.745 | 5.300 | 5.864 |
| Utilidad Antes de Impuestos | 20.451 | 23.543 | 26.888 | 30.036 | 33.228 |
| - 22% Impuesto a la Renta | 4.499 | 5.180 | 5.915 | 6.608 | 7.310 |
| Utilidad Neta | 15.951 | 18.364 | 20.973 | 23.428 | 25.918 |

Fuente: Estudio económico

Elaborado por: Karol Arciniegas

5.5.15. Flujo de efectivo, VAN, TIR

Sin embargo de lo anteriormente indicado el estado de resultados muestra una utilidad contable y para evaluar el proyecto se requiere determinar el movimiento real del dinero ya que en muchas circunstancias se podría presentar políticas de crédito a los clientes que no se puedan recuperar, mermando la liquidez generando gastos por incobrables que no habían sido previstos originalmente. Así al determinar los flujos de efectivo es necesario sumar las depreciaciones que si bien es cierto representan una partida contable de gasto pero que no implica movimiento de dinero como entrada ni salida.

En éste proyecto para el año inicial se tiene un flujo neto de efectivo negativo que refleja el valor real invertido por los accionistas y que debe ser evaluado

para medir su rentabilidad en base de la comparación con los flujos positivos a obtenerse del primer año de inversión en base del costo de oportunidad que ya lo estimamos en base a la estructura de capital existente.

Tabla 69: Flujo de efectivo

| Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento | | | | | | |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Entradas de efectivo | Año 2015 | Año 2016 | Año 2017 | Año 2018 | Año 2019 | Año 2020 |
| Utilidad Neta | | 15.951 | 18.364 | 20.973 | 23.428 | 25.918 |
| + Depreciaciones | | 2.537 | 2.537 | 2.537 | 2.551 | 2.551 |
| + Amortizaciones | | 360 | 360 | 360 | 360 | 360 |
| Liquidación del Proyecto | | | | | | 29.167 |
| Recuperación Capital de Operación | | | | | | 39.869 |
| Préstamos Bancarios | 24.708 | | | | | |
| Total Entradas | 24.708 | 18.849 | 21.261 | 23.870 | 26.339 | 97.865 |
| Salidas de Efectivo | | | | | | |
| Inversión Inicial | 82.359 | | | | | |
| Amortización de la Deuda | | 7.274 | 8.197 | 9.236 | | |
| Reposición de Activos | | | | 1.192 | | |
| Total Salidas | 82.359 | 7.274 | 8.197 | 10.428 | 0 | 0 |
| = Flujo de efectivo Neto | -57.651 | 11.574 | 13.064 | 13.442 | 26.339 | 97.865 |

Fuente: Estudio económico

Elaborado por: Karol Arciniegas

Tabla 70: Indicadores financieros

| Año | FE | Fat. Act | FE Descontado |
|------------|------------------------|-----------------|----------------------|
| 0 | - 57.651,15 | | |
| 1 | 11.574,50 | 0,9158 | 10.599,36 |
| 2 | 13.064,29 | 0,8386 | 10.955,71 |
| 3 | 13.441,86 | 0,7679 | 10.322,66 |
| 4 | 26.339,13 | 0,7032 | 18.522,98 |
| 5 | 97.864,96 | 0,6440 | 63.025,17 |
| | ΣFE | | 113.425,88 |
| | - Inversión Inicial | | 57.651,15 |
| | VAN | | 55.774,73 |
| | TIR | | 30,42% |
| | PR | | 3,74 |
| | Costo/Beneficio | | 1,97 |

Fuente: Estudio económico

Elaborado por: Karol Arciniegas

Tiene que ver con el valor actual neto, tasa interna de rendimiento, período de recuperación y la relación costo beneficio.

Técnicamente es necesario determinar si la inversión inicial será recuperada obteniendo una rentabilidad adecuada, para ello convertimos a valor presente los flujos de efectivo proyectados del año 1 al 5 en relación a la tasa de descuento o costo de oportunidad.

Con lo cual se pueden generar los siguientes criterios de decisión financiera. Se acepta el proyecto si el VAN es positivo, si la TIR es mayor al costo de oportunidad, cuando el período de recuperación es menor comparado con otros proyectos y si la relación costo beneficio tiene un resultado mayor a 1 y el más alto posible. Con los resultados obtenidos se identifica que existe un VAN positivo, de 55.774; una tasa interna de retorno del 30,42% que es mayor al 9,20% del costo de oportunidad; un período de recuperación máximo de 3,74 años y una relación costo beneficio de 1.97, es decir cumple con las condiciones de un proyecto factible financieramente.

5.5.16. Punto de Equilibrio

Es necesario inicialmente clasificar los costos y gastos en fijos (que no dependen del volumen de producción), así mismo costos y gastos variables (que cambian conforme varia la producción); luego de realizados los cálculos respectivos se estima como punto de equilibrio de 303 sacos de harina, mientras que el proyecto estima vender en el mismo período 800 sacos, es decir que la cantidad de ventas para no ganar ni perder se halla por debajo de la expectativa de oferta exportable y demanda insatisfecha, por lo que existe un excedente que permite al proyecto obtener una ganancia.

Tabla 71: Punto de equilibrio

| | 2016 | |
|--|---------------|------------------|
| Costo de Producción | Fijos | Variables |
| MPD | | 66.331 |
| MOD | | 7.111 |
| Costos Indirectos Fabricación | | |
| Embalaje | | 352 |
| Agua | 249 | |
| Energía | 187 | |
| Suministros | 1.244 | |
| Otros | 52 | |
| Depreciaciones | 1.559 | |
| Total Costo de Producción | 3.289 | 73.795 |
| Gastos Operacionales | 11.525 | 3.659 |
| Gastos Administrativos | 11.525 | |
| Gastos de Exportación | | 3.659 |
| Gastos Financieros | 2.573 | |
| Interés Bancario | 2.573 | |
| Costos y Gastos Totales | 17.388 | 77.453 |
| Unidades | 800 | |
| Costos y Gastos Unitarios | 21,73 | 96,82 |
| Total Costos y Gastos Unitarios | 118,55 | |
| % Utilidad | 30% | |
| Precio de venta Unitario | 154,12 | |
| Punto de equilibrio - unidades | 303 | |

Fuente: Estudio económico

Elaborado por: Karol Arciniegas

VI. BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA

6.1. Bibliografía

Agenda Territorial Zona. (2011). *Agendas para la Transformación Productiva*, Provincia del Carchi.

Banco Nacional de Comercio Exterior. (2003). *Plan de Negocios para Proyectos de Exportación (PLANEX)*. 1ª Edición México: Bancomext

Baudoin, A. (2012). *Quinoa: Desafíos andinos en competencia internacional*. Consultado el 15 de Abril del 2014, en <http://www.sudamericarural.org/images/dialogos/archivos/Dilogos%2095.pdf>

Calla, J. y Cortez, G. (2011). *Guía técnica curso – taller post cosecha y transformación de quinua orgánica*. Puno – Perú, consultado el 09 Noviembre del 2013, en http://www.agrobanco.com.pe/pdfs/CapacitacionesProductores/QuinoaOrganica/QUINUA_ORGANICA_TRANSFORMACION_2011.pdf

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones COPCI. (2010). *TITULO III Del Desarrollo Territorial Equitativo, Competencias, TITULO IV del Fomento y la Promoción de las Exportaciones*. Quito- Ecuador

Constitución de la República. (2008). *TÍTULO VI Régimen de Desarrollo Art. 276*. Quito- Ecuador

Díaz, V. (2009). *Metodología de la investigación científica y bioestadística*. 2ª Ed. Santiago: Ril Editores.

Eyssautier, M. (2006). *Metodología de la Investigación. Desarrollo de la inteligencia*. 5ª Edición. México. International Thompson editores.

FAO. (2011). *La quinua Cultivo Milenario para contribuir a la seguridad alimentaria mundial*. Bolivia. Consultado el 13 de Marzo del 2014, en http://www.fao.org/fileadmin/templates/aiq2013/res/es/cultivo_quinoa_es.pdf

FAO. (2013). *Estado del arte de la quinua en el mundo*. Santiago de Chile, (Santiago de Chile) y CIRAD, (Montpellier, Francia). 724 páginas. BAZILED et al. Editores.

FAO y ALADI. (2014). *Tendencias y perspectivas del comercio internacional de quinua*. Santiago de Chile. Edición impresa.

Gitman y McDaniel. (2007). *Metodología de la Investigación*. 4ª Edición. México. International Thompson editores.

Jacobsen, S. y Sherwood, S. (2002). *Cultivo De Granos Andinos En Ecuador*. Consultado el 09 de Noviembre del 2013, en <http://quinua.pe/wp-content/uploads/2013/11/3441.pdf>.

Lerma, A. (2010). *Comercio y Marketing internacional*. Australia: CENGAGE Learning.

Llerena, K. (2010). *Utilización de harina de Quinoa para la Elaboración de Galletas, para los niños del Parvulario*. Riobamba, consultado, el 09 Noviembre del 2013, en <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/1685/1/84T00052.pdf>

MAGAP. (2013). *Ecuador, innovando para la soberanía alimentaria producción, consumo y comercio quinua* Consultado el 15 de Abril del 2015, en [http://www.aladi.org/nsfaladi/reuniones.nsf/5b5e76c8203ed07f03257b9c0060467f/93defac77289fd6a03257b9c00610d93/\\$FILE/Marcelo%20Silva.pdf](http://www.aladi.org/nsfaladi/reuniones.nsf/5b5e76c8203ed07f03257b9c0060467f/93defac77289fd6a03257b9c00610d93/$FILE/Marcelo%20Silva.pdf).

McDaniel, C. (2005). *Investigación de Mercados*. 6ª Ed. México: Thomson Editores.

Metzger y Donaire. (2007). *Investigación de Mercados*. 8ª Ed. España: Thomson Editores.

Ministerio de Economía y Competitividad de España. (2014). *Las nuevas preferencias SPG a partir de enero de 2014*. Consultado el 13 de Mayo de 2015, en <http://www.comercio.gob.es/es-ES/comercio-exterior/politica-comercial/medidas-arancelarias/PDF/sistema-preferencias-generalizadas-spg/Preferencias%20del%20SPG%20a%20partir%20de%202014.pdf>

Orozco, F. Picón, L. (2011). *Plan de exportación de harina de plátano de la empresa Brito Vaca Cía. Ltda. Molino el fénix de la ciudad de Riobamba al mercado de Estados Unidos Ciudad de Miami*. Consultado el 22 de Marzo del 2015, en <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/1790/1/52T00199.pdf>

Paspuel, J. (2014). *La comercialización de quinua orgánica de la provincia de Chimborazo y la demanda en Estados Unido*. UPEC. Ecuador.

Plan Nacional del Buen Vivir. (2013 - 2017). *Objetivo 10 Impulsar la Transformación de la Matriz Productiva*. Quito, Ecuador, 2ª edición, 8.000 ejemplares.

Pro Ecuador. (2011), *Perfil logístico de Estados Unidos*. Consultado el 13 de Marzo del 2014, en <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/01/PROEC-PL2011-ESTADOS-UNIDOS.pdf>

Pro Ecuador. (2011). *Perfil de quinua y elaborados en Estados Unidos*. Consultado el 04 Abril de 2015, en http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/2015/02/PROECU_PPM2011_QUINUA_ESTADOS-UNIDOS.pdf.

Pro Ecuador. (2013). *Análisis de Mercados Internacionales*. 15 de Diciembre del 2014, en http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2013/04/PROEC_AM2013_MAR-ABR.pdf

Pro Ecuador. (2013). *Guía de certificaciones internacionales* Consultado el 13 de Marzo del 2014, en <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/04/GuiaCertificaciones.pdf>

Pro Ecuador. (2013). *Guía comercial de España*. Consultado 01 de Mayo del 2014, en http://www.investinspain.org/guidetobusiness/es/Guia_Negocios_2013.pdf

Pro Ecuador. (2013). *Quinua-Mundo*. Consultado el 02 de Mayo del 2014, en <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/P-1306-QUINUA-MUNDO-R0082C.pdf>

Pro Ecuador. (2015). *Guía Comercial de España*. Consultado el 13 de Mayo de 2015, en http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/2014/11/PROEC_GC2014_ESPANA.pdf

Pro Ecuador (2015) “Análisis de Mercados Internacionales, Boletín Diciembre /Enero 2014”, Consultado el 15 de Abril del 2015, en <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/bam-mar-abr.pdf>

Pro Ecuador (2015) “Ficha comercial de los Estados Unidos de América”, Consultado el 15 de Abril del 2015, en http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PROEC_FC2013_ESTADOS_UNIDOS.pdf

Pro Ecuador (2015) “Análisis de Mercados Internacionales, Boletín Marzo/Abril 2015”, Consultado el 15 de Abril del 2015, en <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/bam-mar-abr.pdf>

Prom Perú (2011) “Estudio de identificación de canales de comercialización y distribución de productos”, Consultado el 15 de Abril del 2015, en <http://quinua.pe/wp-content/uploads/2014/04/402222943rad8C13A.pdf>

Promexico. (2010). *Plan de Negocios Internacionales*. México.

Rivera, J. Garcillán, C. (2007). *Dirección de Márquetin, fundamentos y aplicaciones*. Madrid. ESIC Editorial.

Rosas, S., (2005). *Estudio de pre factibilidad para la exportación de harina de quinua al mercado estadounidense para el período 2005 – 2014*. Quito. Consultado el 09 Noviembre del 2013, en http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/6750/1/26914_1.pdf

Rubio, O. (2011). *Teorías del Comercio Internacional*. 1ª Edición. México.

Ruiz, J. (2010). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. 5ª Ed. Bilbao: Deusto.

Salkind, J. (1999). *Metodología de la investigación*. México: Prentice Hall.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo [SENPLADES]. (2009). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013*. 2ª edición. Quito. Editorial.

Toapanta, L. (2006). *Proyecto de pre factibilidad para la exportación y comercialización de quinua al mercado español, durante el periodo 2006-2015*. ,

Quito. Consultado el 09 Noviembre del 2013, en http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/7032/1/28597_1.pdf

Velázquez, J. (2004). *Modelo de competitividad global*. México: Aventuré Works.

6.2. Linkografía

Análisis e Información sobre Comercio y Desarrollo Sostenible para América Latina. (2013). *La política comercial de Colombia: del pasado al futuro*. Consultado 07 de marzo de 2015, en <http://www.ictsd.org/bridges-news/puentes/news/la-pol%C3%ADtica-comercial-de-colombia-del-pasado-al-futuro>.

Agencia Tributaria de España. (2015). *Normativa Aduanera*. Consultado el 20 de Marzo del 2015, en http://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio_es_ES/La_Agencia_Tributaria/Normativa/Normativa_tributaria_y_aduanera/Legislacion_de_Aduanas_e_Impuestos_Especiales/Normativa_aduanera/Normativa_aduanera.shtml

Banco Central del Ecuador. (2015). *Información Estadística Mensual No. 1959 Mayo 2015*. Consultado el 20 de Marzo del 2015, en <http://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>

Banco Central del Ecuador. (2015). *Indicadores Económicos*. Consultado el 20 de Marzo del 2015, en <http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/754>

Banco Central de Ecuador. (2014). *Estadísticas Exportaciones*. Consultado el 02 de Mayo del 2014, en <http://www.bce.fin.ec/index.php/informacion-estadistica>

Banco de España. (2014). *Alimentación y Consumo*. Consultado el 02 de Mayo del 2014, en <http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion>

Banco Mundial. (2015). *Índices Económicos de los diferentes Países*. Consultado el 07 de marzo de 2015, en <http://www.bancomundial.org/es/about>

Castañeda, J. (2014). *12 Pilares de la Competitividad del foro Económico Mundial*. Consultado el 20 de Marzo del 2015, en <http://es.slideshare.net/JurgenSpark/los-12-pilares-de-la-competitividad-del-foro-econmico-mundial?related=1>

CEPAL. (2004). *Liberalización comercial agrícola con costos de transporte y transacción elevados*. Consultado el 09 Noviembre del 2013, en <http://www.eclac.cl/publicaciones>.

Comercio. (2012). *La quinua se diversifica para hallar mercados* Consultado el 02 de Mayo del 2014, en http://www.elcomercio.com/agromar/quinua-diversifica-hallar-mercados_0_740326099.html

Datos macro. (2015). *Índices económicos*. Consultado el 22 de Marzo del 2015, en [http://www.datosmacro.com/paroepa/espana?sector=Tasa+de+paro+\(EPA\)&sc=EPA-](http://www.datosmacro.com/paroepa/espana?sector=Tasa+de+paro+(EPA)&sc=EPA-)

DIAN. (2015). *Estatuto Aduanero*. Consultado el 22 de Marzo del 2015, en <http://www.dian.gov.co/dian/15servicios.nsf/pages/Estatuto%20Aduanero?OpenDocument>

Diario el hoy. (2013). *Quinua un potencial para la exportación*. Consultado el 19 de Octubre del 2013, en <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/quinua-un-potencial-para-la-exportacion-525485.html>

El Comercio. (2014). *El uso de Internet en Ecuador creció 11 veces en siete años*. Consultado el 22 de Marzo del 2015, en <http://www.elcomercio.com/tendencias/ecuador-internet-datos-tecnologia-usuarios.html>

El Telégrafo. (2014). *El MAGAP busca incrementar las exportaciones de cereal*. Consultado el 03 de Mayo del 2015, en <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/la-meta-de-produccion-de-quinua-es-16-mil-hectareas-infografia.html>

El Universo. (2015). *Ecuador aplica desde este 5 de enero salvaguardias a Colombia y Perú*. Consultado 07 de marzo de 2015, en <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/01/04/nota/4399266/ecuador-aplica-este-5-enero-salvaguardias-colombia-peru-segun-comex>

FAO. (2014). *Suben las expectativas en el sector de la quinua en Ecuador: AGRO Noticias*. Consultado el 02 de Mayo del 2014, en www.fao.org

FAO. (2011). *La quinua: cultivo milenario para contribuir a la seguridad alimentaria mundial*. Consultado el 02 de Mayo del 2014, en <http://www.rlc.fao.org/es/publicaciones/quinua-cultivo-milenario-seguridad-alimentaria/>

Figuroa, M. (2006). *Proyecto De Perfectibilidad para la Exportación de Quinua al Mercado Norteamericano*. Quito, consultado el 09 Noviembre del 2013, en [Http://Repositorio.Ute.Edu.Ec](http://Repositorio.Ute.Edu.Ec)

Fonseca, P. (2014). *Índice de Competitividad*. Consultado el 13 de Mayo de 2015, en <http://www.analiseconomico.info/index.php/opinion2/335-indice-de-competitividad>.

Instituto Nacional de Estadísticas. (2014). *Nuevas tecnologías de la información y la comunicación*. Consultado el 02 de Mayo del 2014, en

<http://www.ine.es/jaxi/menu.do;jsessionid=443776C8508A40079D3C4C40234D4C54.jaxi02?type=pcaxis&path=%2Ft25/p450&file=inebase&L=0>

Mujica, A. Izquierdo, J. & Marathee, J. (2000). *Origen y descripción de la Quinoa*. FAO. Consultado el 19 de Octubre de 2013, en <http://www.rlc.fao.org/es/agricultura/produ/cdrom/contenido/libro03/cap1.htm#8>

MAGAP. (2013). *Fomento a la producción de quinua en la Sierra Ecuatoriana*. Consultado el 15 de Abril del 2015.

Market Access Map (2015). *Tarifas Arancelarias*, Consultado el 12 de Mayo del 2015, en <http://www.macmap.org/QuickSearch/FindTariff/FindTariffResults.aspx?product=SimpleProduct%7c%7c11029060%7cINCpsep11029060+-+Cereal+flours%2c+other+than+of+wheat+or+meslin%2c+rye%2c+corn%2c+>

Ministerio de Agricultura. (2011). *Potencial agroindustrial de la Quinoa difunde el INIAP*. Consultado 15 de Diciembre del 2014, en <http://www.caders.gob.ec/mag01/index.php/prensa-boletinesprensa/1648-potencial-agroindustrial-de-la-quinua-difunde-el-iniap>

Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca. (2013). *El gobierno incentiva el cultivo de quinua*. Consultado el 19 de Octubre de 2013, en <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-gobierno-incentiva-la-siembra-de-quinua-580179.html>.

Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca [MAGAP]. (2013). *Variedad de quinua con amplia aceptación entre los agricultores*. Consultado el 09 de Noviembre del 2013, en <http://www.agricultura.gob.ec/iniap-tunkahuan-variedad-de-quinua-con-amplia-aceptacion-entre-los-agricultores>.

Ministerio de Comercio Exterior. (2015). *Acuerdos comerciales*. Consultado el 04 Abril de 2015, en <http://www.comercioexterior.gob.ec/acuerdos-comerciales/>

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2015). *Código de Regulaciones Federales*. Consultado el 04 Abril de 2015, en <http://www.wipo.int/wipolex/es/details.jsp?id=13207>

Peñarreta, R. (2005). *Producción y comercialización de cereal para desayuno a base de quinua para el mercado de la ciudad de Quito*. Consultado el 12 de Noviembre del 2013, en <http://repositorio.usfq.edu.ec>.

Pro Ecuador. (2013). *Ficha Comercial de Colombia*. Consultado el 13 de Marzo del 2015, en <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/ficha-comercial-de-colombia-2013/>

Pro Ecuador. (2014). *Ficha Comercial de España*. Consultado el 13 de Marzo del 2015, en http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_fc2014_espana/

Pro Ecuador. (2014). *Ficha Comercial de Estados Unidos*. Consultado el 13 de Marzo del 2015, en http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_fc2015_usa/

Quinoa.pe. (2013). *Quinoa – Valor nutricional*. Consultado el 04 Abril de 2015, en <http://quinua.pe/quinua-valor-nutricional/>

Santander Trade. (2015). *Aranceles e Impuestos*. Consultado el 15 de Abril del 2015, en <https://es.santandertrade.com/gestionar-embarques/aranceles-e-impuestos-locales#result>

Pro Ecuador. (2015). *Guía de Inversiones*. Consultado el 13 de Mayo de 2015, en <http://www.proecuador.gob.ec/guia-inversiones>

Revista El Agro (2013). *Ecuador espera incrementar exportaciones de Quinoa*. Consultado el 13 de Marzo del 2014, en <http://www.revistaelagro.com/2013/05/23/ecuador-espera-incrementar-exportaciones-de-quinua/>

Revista Rtve España. (2015). *EE.UU. cierra 2014 con una tasa de paro del 5,6% y con la mayor creación de empleo desde 1999*. Consultado el 13 de Mayo de 2015, en <http://www.rtve.es/noticias/20150109/eeuu-cierra-2014-tasa-paro-del-56-mayor-creacion-empleo-desde-1999/1081406.shtml>

Revista Santilla. (2012). *La quinua un gran regalo de los Andes para el Mundo*. Consultado el 19 de Octubre de 2013, en <http://www.santillana.com.pe/ecoweb/temas-desarrollados/la-quinua-un-verdadero-regalo-de-los-Andes-para-el-mundo>

Santander Trade. (2015). *Analizar Mercados perfil de Consumidor EE.UU.* Consultado el 15 de Abril del 2015, en <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor#consumer>

Sabores Écija. (2013). *La evolución del consumo del pan en España*. Consultado el 02 de Mayo del 2014, en <http://saboresecija.blogspot.com/2013/02/la-evolucion-del-consumo-del-pan-en.html>

SICE. (2015). *Acuerdos Comerciales y preferencias Arancelarias*. Consultado 07 de marzo de 2015, en http://www.sice.oas.org/ctyindex/ECU/ECUagreements_s.asp

Subía, C. Mazón, N. y Peralta, E. (2002). *Investigación participativa en quinua en Ecuador*. Consultado el 09 de Noviembre del 2013, en <http://www.preduza.org/cristian.htm>.

United States International Trade Commission. (2013). *Arancel de Estados Unidos*. Consultado 15 de Diciembre del 2014, en <http://hts.usitc.gov/>

World Economic Forum. (2015). *The Global Competitiveness Report 2014 – 2015*. Consultado el 15 de Abril del 2015, en <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015/rankings/>

ANEXOS.

Anexo N° 1: Formato de Entrevista

ENTREVISTA #1

OBJETIVO: “Determinar la factibilidad para la comercialización internacional de harina de quinua desde el Cantón Bolívar provincia del Carchi, hacia el Mercado de Estados Unidos”

ENTREVISTADO: Libardo Bernal

ENTREVISTADORA: Karol Arciniegas

DATOS GENERALES

Lugar y fecha de la entrevista: Cantón Bolívar, 15 de Junio del 2015.

1. ¿Qué variedades de quinua cosecha?
Convencional
2. ¿Su producción la destina al mercado interno o al extranjero?
Interno 100%
3. ¿Cuál es el nivel de producción por hectárea: semanal, mensual, anual?
25 quintales anuales
4. ¿Cuántas hectáreas de terreno dispone actualmente para el cultivo de quinua?
10 hectáreas
5. ¿Cuántas hectáreas podría producir adicionalmente para destinar a otro mercado?
Cuenta con 3 hectáreas mas
6. ¿Cuál es el rendimiento por Hectárea?
25 quintales por hectárea
7. ¿Qué dificultades podría enfrentar en el proceso de obtener una mayor producción?
Presencia de malas hierbas y altos costos de producción.
8. ¿Qué mecanismo de comercialización utiliza?
Intermediarios

ENTREVISTA #2

OBJETIVO: “Determinar la factibilidad para la comercialización internacional de harina de quinua desde el Cantón Bolívar provincia del Carchi, hacia el Mercado de Estados Unidos”

ENTREVISTADO: Orlando Cabrera

ENTREVISTADORA: Karol Arciniegas

DATOS GENERALES

Lugar y fecha de la entrevista: Cantón Bolívar, 15 de junio de 2015

1. ¿Qué variedades de quinua cosecha?
convencional
2. ¿Su producción la destina al mercado interno o al extranjero?
Interno 100%
3. ¿Cuál es el nivel de producción por hectárea: semanal, mensual, anual?
50 quintales anuales
4. ¿Cuántas hectáreas de terreno dispone actualmente para el cultivo de quinua?
5 hectáreas
5. ¿Cuántas hectáreas podría producir adicionalmente para destinar a otro mercado?
10 hectáreas mas
6. ¿Cuál es el rendimiento por Hectárea?
50 quintales por hectárea
7. ¿Qué dificultades podría enfrentar en el proceso de obtener una mayor producción?
Enfermedades
8. ¿Qué mecanismo de comercialización utiliza?
Ninguno

ENTREVISTA #3

OBJETIVO: “Determinar la factibilidad para la comercialización internacional de harina de quinua desde el Cantón Bolívar provincia del Carchi, hacia el Mercado de Estados Unidos”

ENTREVISTADO: Ángel Angulo

ENTREVISTADORA: Karol Arciniegas

DATOS GENERALES

Lugar y fecha de la entrevista: Cantón Bolívar, 15 de Junio del 2015

1. ¿Qué variedades de quinua cosecha?
Convencional
2. ¿Su producción la destina al mercado interno o al extranjero?
Interno 100%
3. ¿Cuál es el nivel de producción por hectárea: semanal, mensual, anual?
40 quintales anuales
4. ¿Cuántas hectáreas de terreno dispone actualmente para el cultivo de quinua?
7 hectáreas
5. ¿Cuántas hectáreas podría producir adicionalmente para destinar a otro mercado?
2 hectáreas mas
6. ¿Cuál es el rendimiento por Hectárea?
30 a 40 quintales por hectáreas
7. ¿Qué dificultades podría enfrentar en el proceso de obtener una mayor producción?
No contar con un buen asesoramiento
8. ¿Qué mecanismo de comercialización utiliza?
Ninguno

Anexo N° 2: Amortización de la deuda

| Amortización de la Deuda | | No. | Capital | Interés | Cuota | Saldo |
|--------------------------|--------|-----|---------|---------|--------|--------|
| Monto | 24.434 | 0 | | | | 24.434 |
| Tasa Anual | 12,00% | 1 | 567,23 | 244,34 | 811,57 | 23.867 |
| Tasa Mensual | 0,0100 | 2 | 572,90 | 238,67 | 811,57 | 23.294 |
| Plazo | 36 | 3 | 578,63 | 232,94 | 811,57 | 22.716 |
| Cuota | 811,57 | 4 | 584,41 | 227,16 | 811,57 | 22.131 |
| | | 5 | 590,26 | 221,31 | 811,57 | 21.541 |
| | | 6 | 596,16 | 215,41 | 811,57 | 20.945 |
| | | 7 | 602,12 | 209,45 | 811,57 | 20.343 |
| | | 8 | 608,14 | 203,43 | 811,57 | 19.734 |
| | | 9 | 614,22 | 197,34 | 811,57 | 19.120 |
| | | 10 | 620,37 | 191,20 | 811,57 | 18.500 |
| | | 11 | 626,57 | 185,00 | 811,57 | 17.873 |
| | | 12 | 632,84 | 178,73 | 811,57 | 17.240 |
| | | 13 | 639,16 | 172,40 | 811,57 | 16.601 |
| | | 14 | 645,56 | 166,01 | 811,57 | 15.956 |
| | | 15 | 652,01 | 159,56 | 811,57 | 15.304 |
| | | 16 | 658,53 | 153,04 | 811,57 | 14.645 |
| | | 17 | 665,12 | 146,45 | 811,57 | 13.980 |
| | | 18 | 671,77 | 139,80 | 811,57 | 13.308 |
| | | 19 | 678,49 | 133,08 | 811,57 | 12.630 |
| | | 20 | 685,27 | 126,30 | 811,57 | 11.945 |
| | | 21 | 692,12 | 119,45 | 811,57 | 11.252 |
| | | 22 | 699,05 | 112,52 | 811,57 | 10.553 |
| | | 23 | 706,04 | 105,53 | 811,57 | 9.847 |
| | | 24 | 713,10 | 98,47 | 811,57 | 9.134 |
| | | 25 | 720,23 | 91,34 | 811,57 | 8.414 |
| | | 26 | 727,43 | 84,14 | 811,57 | 7.687 |
| | | 27 | 734,70 | 76,87 | 811,57 | 6.952 |
| | | 28 | 742,05 | 69,52 | 811,57 | 6.210 |
| | | 29 | 749,47 | 62,10 | 811,57 | 5.460 |
| | | 30 | 756,97 | 54,60 | 811,57 | 4.703 |
| | | 31 | 764,54 | 47,03 | 811,57 | 3.939 |
| | | 32 | 772,18 | 39,39 | 811,57 | 3.167 |
| | | 33 | 779,90 | 31,67 | 811,57 | 2.387 |
| | | 34 | 787,70 | 23,87 | 811,57 | 1.599 |
| | | 35 | 795,58 | 15,99 | 811,57 | 804 |
| | | 36 | 803,53 | 8,04 | 811,57 | 0 |

Anexo Nº 3: Roles de pago

| 2015 | Nº Empl | S.B.U | S.B.U. Total | Sueldo Anual | 10º Cuarto | 10º Tercero | Vacación | Fondos de Reserva | Aporte Personal (9,45%) | Aporte Patronal (12,15%) | Total Anual |
|----------------------|----------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|------------|-------------------|-------------------------|--------------------------|---------------|
| Gerente | 1 | 600 | 600 | 7.200 | 354 | 600 | 300 | 0 | 680 | 875 | 9.329 |
| Auxiliar de Comercio | 1 | 450 | 450 | 5.400 | 354 | 450 | 225 | 0 | 510 | 656 | 7.085 |
| Obreros | 2 | 390 | 780 | 9.360 | 708 | 780 | 390 | 0 | 885 | 1.137 | 12.375 |
| | 4 | 1.440 | 1.830 | 21.960 | 1.416 | 1.830 | 915 | 0 | 2.075 | 2.668 | 28.789 |

| 2016 | Nº Empl | S.B.U | S.B.U. Total | Sueldo Anual | 10º Cuarto | 10º Tercero | Vacación | Fondos de Reserva | Aporte Personal (9,45%) | Aporte Patronal (12,15%) | Total Anual |
|----------------------|----------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|------------|-------------------|-------------------------|--------------------------|---------------|
| Gerente | 1 | 649 | 649 | 7.784 | 383 | 649 | 324 | 649 | 736 | 946 | 10.734 |
| Auxiliar de Comercio | 1 | 486 | 486 | 5.838 | 383 | 486 | 243 | 486 | 552 | 709 | 8.146 |
| Obreros | 2 | 422 | 843 | 10.119 | 765 | 843 | 422 | 843 | 956 | 1.229 | 14.222 |
| Total | 4 | 1.557 | 1.978 | 23.741 | 1.531 | 1.978 | 989 | 1.978 | 2.244 | 2.885 | 33.102 |

| 2017 | Nº Empl | S.B.U | S.B.U. Total | Sueldo Anual | 10º Cuarto | 10º Tercero | Vacación | Fondos de Reserva | Aporte Personal (9,45%) | Aporte Patronal (12,15%) | Total Anual |
|----------------------|----------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|-------------------|-------------------------|--------------------------|---------------|
| Gerente | 1 | 701 | 701 | 8.415 | 414 | 701 | 351 | 701 | 795 | 1.022 | 11.604 |
| Auxiliar de Comercio | 1 | 526 | 526 | 6.311 | 414 | 526 | 263 | 526 | 596 | 767 | 8.807 |
| Obreros | 2 | 456 | 912 | 10.940 | 827 | 912 | 456 | 912 | 1.034 | 1.329 | 15.375 |
| Total | 4 | 1.683 | 2.139 | 25.666 | 1.655 | 2.139 | 1.069 | 2.139 | 2.425 | 3.118 | 35.786 |

| 2018 | Nº Empl | S.B.U | S.B.U. Total | Sueldo Anual | 1º Cuarto | 1º Tercero | Vacación | Fondos de Reserva | Aporte Personal (9,45%) | Aporte Patronal (12,15%) | Total Anual |
|----------------------|----------------|--------------|---------------------|---------------------|------------------|-------------------|-----------------|--------------------------|--------------------------------|---------------------------------|--------------------|
| Gerente | 1 | 758 | 758 | 9.097 | 447 | 758 | 379 | 758 | 860 | 1.105 | 12.545 |
| Auxiliar de Comercio | 1 | 569 | 569 | 6.823 | 447 | 569 | 284 | 569 | 645 | 829 | 9.521 |
| Obreros | 2 | 493 | 986 | 11.827 | 895 | 986 | 493 | 986 | 1.118 | 1.437 | 16.622 |
| Total | 4 | 1.819 | 2.312 | 27.747 | 1.789 | 2.312 | 1.156 | 2.312 | 2.622 | 3.371 | 38.688 |

| 2019 | Nº Empl | S.B.U | S.B.U. Total | Sueldo Anual | 1º Cuarto | 1º Tercero | Vacación | Fondos de Reserva | Aporte Personal (9,45%) | Aporte Patronal (12,15%) | Total Anual |
|----------------------|----------------|--------------|---------------------|---------------------|------------------|-------------------|-----------------|--------------------------|--------------------------------|---------------------------------|--------------------|
| Gerente | 1 | 820 | 820 | 9.835 | 484 | 820 | 410 | 820 | 929 | 1.195 | 13.563 |
| Auxiliar de Comercio | 1 | 615 | 615 | 7.376 | 484 | 615 | 307 | 615 | 697 | 896 | 10.293 |
| Obreros | 2 | 533 | 1.065 | 12.786 | 967 | 1.065 | 533 | 1.065 | 1.208 | 1.553 | 17.970 |
| Total | 4 | 1.967 | 2.500 | 29.997 | 1.934 | 2.500 | 1.250 | 2.500 | 2.835 | 3.645 | 41.826 |

| 2020 | Nº Empl | S.B.U | S.B.U. Total | Sueldo Anual | 1º Cuarto | 1º Tercero | Vacación | Fondos de Reserva | Aporte Personal (9,45%) | Aporte Patronal (12,15%) | Total Anual |
|----------------------|----------------|--------------|---------------------|---------------------|------------------|-------------------|-----------------|--------------------------|--------------------------------|---------------------------------|--------------------|
| Gerente | 1 | 886 | 886 | 10.633 | 523 | 886 | 443 | 886 | 1.005 | 1.292 | 14.663 |
| Auxiliar de Comercio | 1 | 665 | 665 | 7.975 | 523 | 665 | 332 | 665 | 754 | 969 | 11.128 |
| Obreros | 2 | 576 | 1.152 | 13.823 | 1.046 | 1.152 | 576 | 1.152 | 1.306 | 1.679 | 19.427 |
| Total | 4 | 2.127 | 2.702 | 32.430 | 2.091 | 2.702 | 1.351 | 2.702 | 3.065 | 3.940 | 45.217 |

Anexo N° 4: Datos sobre la producción de quinua en el Ecuador

| PROVINCIA | CANTÓN | PARROQUIA | SUPERFICIE INTERVENIDA (HA) |
|------------------|--------------------|-----------------|-----------------------------|
| CARCHI | BOLÍVAR | BOLÍVAR | 278 |
| | | GARCÍA MORENO | 99 |
| | | LA PAZ | 10 |
| | | LOS ANDES | 6 |
| | | MONTE OLIVO | 2 |
| | ESPEJO | EL ÁNGEL | 56 |
| | | LA LIBERTAD | 23 |
| | | SAN ISIDRO | 316 |
| | MIRA | CONCEPCIÓN | 23 |
| | | JUAN MONTALVO | 10 |
| | | MIRA | 257 |
| | MONTUFAR | LA PAZ | 54 |
| | | SAN GABRIEL | 109 |
| | | SAN JOSÉ | 67 |
| | SAN PEDRO DE HUACA | HUACA | 7 |
| | TULCÁN | EL CARMELO | 15 |
| | | GONZALES SUÁREZ | 54 |
| | | JULIO ANDRADE | 12 |
| | | TUFIÑO | 10 |
| | | TULCÁN | 14 |
| URBINA | | 16 | |
| OTRAS | | 137 | |
| SUB-TOTAL | | | 1575 |
| IMBABURA | ANTONIO ANTE | ANDRADE MARÍN | 1 |
| | | ATUNTAQUI | 15 |
| | | CHALTURA | 1 |
| | | NATABUELA | 13 |
| | | SAN ROQUE | 45 |
| | COTACACHI | IMANTAG | 5 |
| | | QUIROGA | 35 |
| | | SAGRARIO | 21 |
| | | SAN FRANCISCO | 24 |
| | IBARRA | AMBUQUÍ | 20 |
| | | ANGOCHAGUA | 59 |
| | | CARANQUI | 1 |
| | | IBARRA | 67 |
| | | LA ESPERANZA | 107 |
| SAGRARIO | | 45,5 | |
| SAN ANTONIO | | 39,5 | |
| OTAVALO | DOCTOR MIGUEL EGAS | 22,5 | |

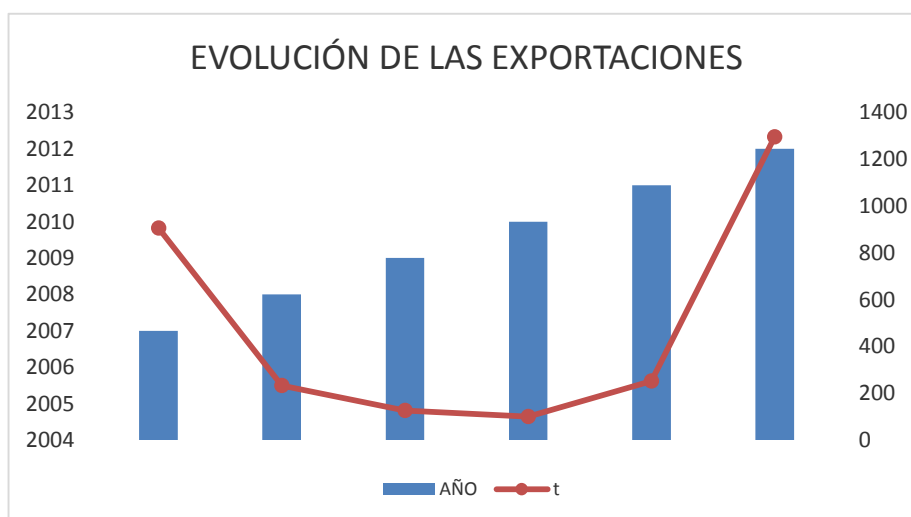
| | | | |
|------------------|-----------------------|------------------------|---------------|
| | | EUGENIO ESPEJO | 16 |
| | | GONZÁLEZ SUÁREZ | 48,5 |
| | | SAN JOSÉ DE QUICHINCHE | 28 |
| | | SAN JUAN DE ILUMÁN | 44 |
| | | SAN LUIS DE OTAVALO | 23,5 |
| | | SAN PABLO | 65 |
| | PIMANPIRO | CHUGA | 1 |
| | | MARIANO ACOSTA | 7 |
| | | PIMAMPIRO | 54 |
| | SAN MIGUEL DE URCUQUÍ | CAHUASQUÍ | 29 |
| | | PABLO ARENAS | 10 |
| | | SAN BLAS | 10 |
| | | URCUQUÍ | 2 |
| | OTRAS | | 84 |
| SUB-TOTAL | | | 943,5 |
| PICHINCHA | PEDRO MONCAYO | TABACUNDO | 62 |
| | | MALCHINGUI | 15 |
| | | TOCACHI | 47 |
| | | TUPIGACHI | 10 |
| | CAYAMBE | AYORA | 21 |
| | | CANGAHUA | 41 |
| | | JUAN MONTALVO | 3 |
| | | OLMEDO | 42 |
| | | OTÓN | 8 |
| | | ASCAZUBI | 6 |
| | QUITO | PERUCHO | 3 |
| | | CHAVEZPAMBA | 5 |
| | | SAN JOSÉ DE MINAS | 1 |
| | | PINTAG | 11,25 |
| | | PIFO | 16 |
| | | CALDERÓN | 25 |
| | | TUMBACO | 6 |
| | | EL QUINCHE | 4 |
| | | LLOA | 27 |
| | MEJÍA | ALÓAG | 25 |
| | | MACHACHI | 52,5 |
| ALOASÍ | | 12 | |
| SUB-TOTAL | | | 442,75 |
| COTOPAXI | LATACUNGA | POALÓ | 33,17 |
| | | GUAYTACAMA | 2,49 |
| | | TOACASO | 11,02 |

| | | | |
|------------------|------------------|----------------------|---------------|
| | | BELIZARIO QUEVEDO | 1 |
| | | ZUMBAHUA | 0,5 |
| | | PASTOCALLE | 47 |
| | | MULALÔ | 1 |
| | SALCEDO | MULLIQUINDIL | 5 |
| | | SAN MIGUEL | 20 |
| | | MULALILLO | 21,9 |
| | | PANZALEO | 1,2 |
| | PUJILÍ | LA VICTORIA | 31 |
| | | GUANGAJE | 5 |
| | SIGCHOS | CHUGCHILAN | 4 |
| | OTROS | | 248 |
| SUB-TOTAL | | | 432,28 |
| TUNGURAHUA | AMBATO | AMBATILLO | 1,25 |
| | | AUGUSTO N. FERNÁNDEZ | 2 |
| | | QUISAPINCHA | 2,45 |
| | | SAN MIGUELITO | 1 |
| | | SANTA ROSA | 1 |
| | CEVALLOS | LA MATRIZ | 2 |
| | PELILEO | BENÍTEZ | 1 |
| | | BOLÍVAR | 0,6 |
| | | CHIQUICHA | 1,5 |
| | | HUAMBALO | 0,5 |
| | | LADRILLO | 3 |
| | PÍLLARO | EMILIO MARÍA TERÁN | 3,7 |
| | | LA MATRIZ | 0,38 |
| | | MARCOS ESPINEL | 1 |
| | | SAN ANDRÉS | 6,83 |
| | | SAN JOSÉ DE POALO | 4,35 |
| | | URBINA | 2,5 |
| | QUERO | QUERO | 1,35 |
| | | RUMIPAMBA | 1 |
| | | YANAYACU | 2 |
| | TISALEO | LA MATRIZ | 0,2 |
| | OTROS | | 70,59 |
| | SUB-TOTAL | | |
| CHIMBORAZO | COLTA | COLUMBE | 130,47 |
| | | SANTIAGO DE QUITO | 50,89 |
| | | CAJABAMBA | 28 |
| | | SICALPA | 129,47 |
| | GUANO | LA MATRIZ | 18,9 |

| | | | |
|------------------|------------|-------------------|----------------|
| | | EL ROSARIO | 0,3 |
| | | ILAPO | 35,6 |
| | | SAN ANDRÉS | 117,6 |
| | | SAN ISIDRO | 46,88 |
| | | SANTA FE DE GALÁN | 2 |
| | PALLATANGA | PALLATANGA | 1 |
| | RIOBAMBA | CALPI | 29,6 |
| | | LICTO | 19,86 |
| | | CACHA | 52 |
| | | FLORES | 37,12 |
| | | PUNÍN | 25 |
| | | SAN JUAN | 23 |
| | GUAMOTE | MATRIZ | 83 |
| | | CEBADAS | 45,87 |
| | | PALMIRA | 198,1 |
| SUB-TOTAL | | | 1074,66 |
| BOLÍVAR | CHILLANES | MATRIZ | 9 |
| | CHIMBO | LA ASUNCIÓN | 6,25 |
| | | SAN SEBASTIÁN | 0,5 |
| | | MAGADALENA | 4 |
| | GUARANDA | SIMUATUG | 6 |
| | | VEINTIMILLA | 3 |
| | | SALINAS | 1,47 |
| | | SAN LORENZO | 2,5 |
| | | SANTA FE | 5 |
| | | JULIO MORENO | 6 |
| | | SAN SIMÓN | 4 |
| | | GUANUJO | 23 |
| | SAN MIGUEL | SAN PABLO | 4 |
| | | SAN VICENTE | 3 |
| | | SANTIAGO | 2 |
| | | SAN MIGUEL | 4 |
| BILOVÁN | | 3,5 | |
| SUB-TOTAL | | | 87,22 |
| CAÑAR | AZOGUES | BORRERO | 2 |
| | | GUAPÁN | 15,25 |
| | | LUIS CORDERO | 3,85 |
| | | SAN MARCOS | 2,25 |
| | | SAN MIGUEL | 10 |
| | BIBLIAN | BIBLIAN | 4 |
| | | JERUSALÉN | 4 |
| | CAÑAR | CAÑAR | 8,75 |

| | | | |
|-----------------------|---------------|------------------------------|-----------------|
| | | CHOROCOYTE | 3,55 |
| | | EL TAMBO | 0,125 |
| | | GUALLETURO | 13 |
| | | HONORATO VÁZQUEZ | 1,963 |
| | | INGAPIRCA | 0,05 |
| | | JUNCAL | 1,25 |
| | | MANZAPATA | 3,1 |
| | | PINDILIG | 6 |
| | | TADAY | 0,5 |
| | | ZHUD | 0,483 |
| | DELEG | SOLANO | 1 |
| | EL TAMBO | EL TAMBO | 7,55 |
| | SUSCAL | SUSCAL | 15,21 |
| SUB-TOTAL | | | 103,881 |
| AZUAY | CHUACHAPALA | GUACHAPALA | 0,5 |
| | CUENCA | BAÑOS | 1 |
| | | SANTA ANA | 1 |
| | | SIDCAY | 1 |
| | GUALACEO | LUIS CORDERO | 0,5 |
| | | MARIANO MORENO | 0,5 |
| | NABÓN | COCHAPATA | 1 |
| | | NABÓN | 9,5 |
| | OÑA | OÑA | 4 |
| | | SUSUDEL | 1 |
| | PAUTE | TOMEBAMBA | 7 |
| | PUCARA | PUCARA | 10 |
| | SANTA ISABEL | CAÑARIBAMBA | 7 |
| | | SHAGLI | 4 |
| SIGSIG | SAN BARTOLOMÉ | 2 | |
| SUB-TOTAL | | | 50 |
| LOJA | LOJA | CHUQUIRIBAMBA | 9 |
| | LOJA | EL VALLE | 1,5 |
| | LOJA | JIMBILLA | 2 |
| | LOJA | SAN SEBASTIÁN | 4 |
| | LOJA | SUCRE | 10 |
| | SARAGURO | CUMBE | 5 |
| | SARAGURO | EL TABLÓN | 1 |
| | SARAGURO | MANU | 7,5 |
| | SARAGURO | SARAGURO | 3,25 |
| | SARAGURO | TENTA | 4 |
| SARAGURO | URDANETA | 34,02 | |
| SUB-TOTAL | | | 81,27 |
| TOTAL NACIONAL | | | 4900,761 |
| | | | |
| | | TOTAL RENDIMIENTO (t) | 6707 |

| PROVINCIA | PRODUCCIÓN (t) | PORCENTAJE (%) |
|--------------|----------------|----------------|
| CARCHI | 2156 | 32% |
| IMBABURA | 1291 | 19% |
| PICHINCHA | 606 | 9% |
| COTOPAXI | 592 | 9% |
| TUNGURAHUA | 151 | 2% |
| CHIMBORAZO | 1471 | 22% |
| BOLÍVAR | 119 | 2% |
| CAÑAR | 142 | 2% |
| AZUAY | 68 | 1% |
| LOJA | 111 | 2% |
| TOTAL | 6707 | 100% |



| Provincia | Número de Beneficiarios | % |
|------------------|--------------------------------|---------------|
| Carchi | 269 | 5,44 |
| Imbabura | 564 | 11,41 |
| Pichincha | 883 | 17,87 |
| Cotopaxi | 213 | 4,31 |
| Tungurahua | 77 | 1,56 |
| Bolívar | 147 | 2,98 |
| Chimborazo | 2366 | 47,89 |
| Cañar | 118 | 2,39 |
| Azuay | 242 | 4,90 |
| Loja | 62 | 1,25 |
| Total | 4.941 | 100,00 |

Anexo N° 5: Oficio emitido al MAGAP



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Ley No. 2006-36 Publicada en el Segundo Suplemento del Registro Oficial No. 244 del 5 de abril del 2006

Memorando Nro. UPEC-CEYNCI- 2015-88- M
Tulcán, 26 de febrero de 2015

Ingeniero

Mauricio Terán

DIRECTOR PROVINCIAL AGROPECUARIO DEL CARCHI

Presente.-

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo, a la vez que le deseo toda clase de éxitos en las funciones que Usted desempeña en beneficio de la Comunidad Carchense.

A través del presente solicito comedidamente se permita levantar información con fines académicos sobre la PRODUCCIÓN DE QUINUA DE LA PROVINCIA DEL CARCHI a la Srta. Karol Silvana Arciniegas, estudiante egresada de la Carrera de Comercio Exterior y Negociación en Comercio Internacional, quien se encuentra desarrollando el Proyecto de Investigación con el tema denominado "Oportunidades de Mercados Internacionales y la Comercialización de Harina de Quinoa", investigación que permitirá a la estudiante antes señalada titularse en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi-UPEC.

Por la favorable atención que se digne dar al presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,


Eco. Mike Coral

**DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
COMERCIAL INTERNACIONAL
"Educación para el desarrollo y la Integración"**

MC/sh.



Anexo N° 6: Oficio emitido a la UNA

Tulcán, 17 de Marzo del 2015

Señor Ingeniero.
Mao Lan Palacios
Gerente de la Unidad Nacional de Almacenamiento (UNA)
Presente.-

De mi consideración.

Reciba un cordial y atento saludo de quienes conformamos la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, a su vez augurándole toda clase de éxitos en sus funciones diarias.


A través del presente solicito comedidamente se permita proporcionar información con fines académicos sobre LA COMERCIALIZACION DE QUINUA DE LA PROVINCIA DEL CARCHI a la Srta. Karol Arciniegas, estudiante egresada de la carrera de Comercio Exterior y Negociación en Comercio Internacional, quien se encuentra desarrollando el Proyecto de Investigación con el tema denominado **“Oportunidades de Mercados Internacionales y la Comercialización de Harina de Quinua en la Provincia del Carchi”**, para lo que se requiere información sobre: número de productores, número de cantones que cultivan quinua, valor o precio en kilogramos, número de cantones que proveen la quinua. Investigación que le permitirá a la estudiante antes señalada titularse en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi – UPEC

Por la gentil atención que se preste a la presente le anticipo mis agradecimientos.

Atentamente,



Dra. Cecilia Yacelga Rosero

Recibido x

17/03/2015
1002424800

Anexo N° 7: Respuesta Gerente General de la UNA



Memorando Nro. UNAEP-UNOP-2015-0158-M

Guayaquil, 06 de abril de 2015

PARA: Sr. Mgs. Mao Segundo Lam Palacios
Gerente General

ASUNTO: RESPUESTA UNAEP-GG-2015-0258-E y UNAEP-GG-2015-0259-E,
INFORMACION DE QUINUA.

De mi consideración:

En respuesta a los Memorandum UNAEP-GG-2015-0258-E y UNAEP-GG-2015-0259-E, donde la Universidad Politécnica Estatal de Carchi solicita información de quinua con fines académicos para las Srtas. Liliana Ruano y Karol Arciniegas, cumpla en informar a usted que se posee la base de productores de quinua proporcionada por la Sub. Agricultura (Doc. Adjunto), en el cual presenta los datos que solicitan.

El precio del quintal de 45,36 es de USD\$ 100,00 con el 12% de humedad y el 1% de impurezas, adicionalmente adjunto la Base Completa de las compras efectuadas por la UNA EP en el 2014.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

Documento firmado electrónicamente

Econ. José Luis Menendez Bermeo
ADMINISTRADOR DE LA UNIDAD DE NEGOCIOS DE OTROS PRODUCTOS

Anexos:

- BASE COMPLETA COMPRA QUINUA 2014.xls
- BASE DE BENEFICIARIOS-SUPERFICIE.ASISTENCIA TECNICA ULTIMO.xls

Copia:

Srta. Mgs. Maria Eugenia Poveda Benites
Secretaría General

Sr. Abg. Roberto Antonio Correa Bermeo
Director de Talento Humano

Srta. Ing. Verónica Del Rocío Guzmán Criollo
Especialista de Negocios de Sierra y Oriente

Av. Carlos Julio Arosemena Km 1.5, Edif. MAGAP
Telef.: 2202957 - 2202408 - 2202343
www.una.gob.ec
Guayaquil - Ecuador

1/1

Anexo Nº 8: Memorando contestación de la UNA



Oficio Nro. UNAEP-GG-2015-0125-O

Guayaquil, 29 de abril de 2015

Asunto: CONTESTACIÓN A COMUNICACIÓN PRESENTADA POR LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Doctora
Cecilia Yacelga Rosero
Docente Titular
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
En su Despacho


De mi consideración:

Me refiero a la comunicación de fecha 17 de marzo del 2015, a través de la cual solicita que se le proporcione información con fines académicos sobre la "Comercialización de Quinua de la Provincia del Carchi" a la señorita Karol Arciniegas, estudiante egresada de la carrera de Comercio Exterior y Negociación en Comercio Internacional, quien se encuentra desarrollando el proyecto de investigación con el tema denominado "Oportunidades de Mercados Internacionales y la Comercialización de Harina de Quinua en la Provincia de Carchi", que permitirá a la mencionada estudiante titularse en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi-UPEC.

Al respecto, me permito remitir el Memorando Nro.UNAEP-UNOP-2015-0158-M de fecha 06 de abril de 2015, emitido por el Econ. José Luis Menéndez Bermeo, Administrador de la Unidad de Negocio de Otros Productos, y sus anexos, el cual es explícito en su contenido.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,


Srta. Mgs. María Eugenia Poveda Benites
SECRETARIA GENERAL



Anexos:

- 3.- UNAEP-UNOP-2015-0158-M.pdf
- 3.1.- Anexo 1.- base_completa_compra_quinua_2014.xls
- 3.2.- Anexo 2.- base_de_beneficiarios-superficie.asistencia_tecnica_ultimo.xls

Anexo N° 9: Certificado de Secretaría General



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Ley No. 2006-36 Publicada en el Segundo Suplemento del Registro Oficial No. 244 del 5 de abril del 2006

En virtud de la solicitud de fecha 27 de Julio del 2015

LA SECRETARIA GENERAL

CERTIFICA:

Que la señorita KAROL SILVANA ARCINIEGAS PISCAL, ciudadana ecuatoriana portadora del documento de identidad N° 0401642996, estudiante de la FACULTAD, de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial CARRERA de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional, durante el transcurso de su formación académica en la modalidad presencial de su carrera, acredita el siguiente cuadro de aprobación de requisitos, previo a su titulación e incorporación, conforme la reglamentación interna:

| No. | CUADRO GENERAL | ESTADO | PROMEDIO/10 |
|-----|-----------------------------------|----------|-------------|
| 1 | Créditos académicos de la carrera | APROBADO | 7.65 |
| 2 | Prácticas pre profesionales | APROBADO | 9.40 |
| 3 | Vinculación con la colectividad | APROBADO | 8.60 |
| 4 | Suficiencia en Inglés | APROBADO | 7.40 |

Registra las matrículas y promociones respectivas, cursadas en la carrera; de igual forma se encuentra sin deuda con las dependencias universitarias: cabe informar que la mencionada estudiante hizo la entrega formal del texto especializado de la carrera

Es todo cuanto puedo Certificar en honor a la verdad.

Tulcán, 29 de julio del 2015

Atentamente,

Ab. Gandy Montenegro

PROSECRETARIO UPEC

"Educación para el Desarrollo y la Integración"

PROSECRETARIA

GM/ro

Anexo N° 10: Acta de sustentación de proyecto de grado



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Ley No. 2006-36 Publicada en el Segundo Suplemento del Registro Oficial No. 244 del 5 de abril del 2006

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE PROYECTO DE GRADO

No. 023-AS-CEYNI/2014

A los veinte y cuatro días del mes de febrero del 2014, siendo las 17h10, se instala el Tribunal de Sustentación del Proyecto de Grado conformado por: Msc. Liliana Montenegro PRESIDENTA; Ing. Jonathan Mora, SECRETARIO; Msc. Julio López, VOCAL, titulado "Oportunidades de Mercado en España y la Comercialización de Harina de Quinoa desde el Cantón Bolívar" en base a lo establecido en el Reglamento de Tesis de Grado y el Instructivo de sustentación de Proyecto de Grado, para receptor la sustentación del estudiante KAROL SILVANA ARCINIEGAS PISCAL IX nivel "B" Vespertino de la carrera Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Una vez constatado y en cumplimiento de los requisitos administrativos y académicos, el estudiante KAROL SILVANA ARCINIEGAS PISCAL, APRUEBA la sustentación con el promedio de las siguientes calificaciones:

1. Exposición del Proyecto de Grado3,33
2. Precisión y Coherencia de Respuestas..... 4,00
3. Calidad de la Presentación del Trabajo.....1,00

Obteniendo como nota de 8,33 final en la sustentación del Proyecto de Grado.

El tribunal considera pertinente que el estudiante cumpla las siguientes recomendaciones:

Revisar la matriz de operacionalización de las variables
Se amplíe el estudio a mercados internacionales por lo menos a tres mercados entre ellos Colombia.
Hacer los reajustes sugeridos en cada documento
Revisar el objetivo general (que es incidencia y como medirla)

Dado en la ciudad de Tulcán a los veinte y cuatro días del mes de febrero del dos mil catorce, firman los integrantes del Tribunal de Sustentación de Proyecto de Grado de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

"EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO Y LA INTEGRACIÓN"


Msc. Liliana Montenegro
PRESIDENTE


Ing. Jonathan Mora
SECRETARIO



Msc. Julio López
VOCAL

PROSECRETARIA

Certifico que es fiel copia
del original Tulcán a. 28 JUL. 2014


PROSECRETARIO

● Av. Universitaria y Antisana ● Telfs: (06) 2224-079 / 2224-080 Fax ext.: 1313
● www.upec.edu.ec ● e-mail: info@upec.edu.ec

UPEC

Anexo N° 11: Producción de quinua en el Cantón Bolívar



OPORTUNIDADES DE MERCADO EN ESPAÑA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE HARINA DE QUINUA DESDE EL CANTÓN BOLÍVAR

ARTÍCULO CIENTÍFICO



Karol Silvana Arciniegas Piscal

Suficiencia en el idioma Inglés por el Centro de Idiomas de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Egresada de la Carrera de Ingeniería en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

Oportunidades de mercado en España y la comercialización de harina de quinua desde el cantón Bolívar

Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC) - Ecuador

karol.arciniegas04@gmail.com

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo comercializar harina de quinua desde el Cantón Bolívar hacia los Estados Unidos, de esta manera identificar las ventajas y desventajas de llevar un producto al mercado internacional; tomando en cuenta la capacidad de producción de quinua en la provincia del Carchi, la comercialización internacional y la diversificación de la materia prima como contribución a lo que es el cambio de la matriz productiva, para conseguir un producto nuevo y nutritivo.

Para la obtención de información se realizó un estudio de campo a través de la aplicación de una entrevista a los productores del Cantón Bolívar así como también se recolectó información con las instituciones de la UNA y el MAGAP.

Mediante el análisis cualitativo y cuantitativo se identificó la oferta como la demanda en el país de destino. También se analizó los principales aspectos que podrían contribuir a una eficaz comercialización en el mercado de Estados Unidos, como la situación actual del país y perfil del consumidor.

Palabras claves: *Harina de Quinua. Demanda, oferta, Clientes, consumidores contenido nutricional, productores, comercialización, negocios Internacionales.*

OPORTUNIDADES DE MERCADO EN ESPAÑA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE HARINA DE QUINUA DESDE EL CANTÓN BOLÍVAR

ABSTRACT

The present investigation aims at commercialize Quinoa flour from Canton Bolivar to the United States. This way identifying potential problems and benefits to bring a product to the international market taking into account the production and capacity of quinoa in the province of Carchi with the finality those farmers have a perspective how to make an international marketing through the diversification of raw material to get a new and nutritious product.

To obtain information was performed the study of methods and field research to the Canton Bolivar producers as institutions of UNA and the MAGAP through a qualitative and quantitative analysis. Was identified the demand and supply in the country of destination. Also was analyzed the main aspects that could contribute to effective commercialization in the US market as the current situation and consumer profile.

Keywords: Quinoa flour. Demand, supply, customers, consumers nutritional content, producing, marketing, international business

1. Introducción

Actualmente la producción de quinua en la provincia del Carchi es muy importante debido a que cuenta con varias hectáreas para la siembra de este cereal, además se reconoce que es un producto con alto valor nutritivo, sin embargo la producción se la realizan de manera artesanal, sin darle un proceso de transformación, lo cual impide tener la oportunidades de negocios en nuevos nichos de mercado.

El tema de investigación plantea la idea de diversificar la materia prima, a través de las nuevas políticas que el gobierno actualmente está fortaleciendo como lo es el cambio de la matriz productiva, dejando a un lado la comercialización de materia prima para empezar a transformar su producción y comercializarla a nivel nacional como internacional, de igual manera formando asociaciones productivas que se beneficien de los incentivos propuestos por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) y la Unidad de Almacenamiento (EP).

La investigación permitió analizar tres mercados posibles para la exportación del producto, que después de un estudio socioeconómico, político y legal se determinó la oportunidad de realizar negocios internacionales en el país de Estados Unidos, en donde se demanda gran parte del producto, dando como resultado factible la exportación de harina de quinua por el gran interés que tienen los consumidores de alimentarse saludablemente con una dieta nutritiva.

OPORTUNIDADES DE MERCADO EN ESPAÑA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE HARINA DE QUINUA DESDE EL CANTÓN BOLÍVAR

2. Materiales y métodos

La aplicación del enfoque cualitativo en la investigación fue muy importante debido a que se detalló las características nutricionales de la Harina de quinua, cualidades, situación actual del cultivo de este cereal en nuestro país y de los productores como asimismo los gustos y preferencias del consumidor en el país de destino. Adicionalmente con la modalidad del enfoque cuantitativo se estableció, precios, datos estadísticos de demanda, oferta, análisis de tablas, cuadros y el establecimiento de volúmenes de producción que se generan para determinar la situación presente del mercado.

A sí mismo la aplicación de la modalidad documental fue importante porque nos permitió buscar información en textos, documentos, libros físicos y virtuales, revistas, noticias periódicas que nos permitieron profundizar, en aquellos conceptos que se relacionan con el tema de investigación.

El uso de la modalidad de campo también fue necesario para obtener información real sobre el sector productivo del Cantón Bolívar y de acuerdo a estos análisis proyectar la oferta exportable, tomando en cuenta elementos adecuados para poder llegar al mercado estadounidense con un producto nutritivo y de calidad.

Otra de las modalidades importantes en la investigación fue la descriptiva mediante la cual se establecen las características de la producción de quinua en el Cantón Bolívar, el consumo en el país de destino y demás factores que pueden afectar en la comercialización. Con la información obtenida se logra determinar la demanda y oferta de la Harina de quinua que son datos fundamentales para realizar la comercialización a nivel internacional.

Por último se utilizaron fuentes de información importantes para el desarrollo de la investigación como son páginas oficiales de: Pro Ecuador, MAGAP, UNA, FAO, Banco Central del Ecuador, Ministerio de Comercio Exterior, Santander Trade, Trade Map, Mac Map, OMC, entre otras, que sirvieron de apoyo para acercarnos a la realidad del proyecto investigado.

3. Resultados y discusión

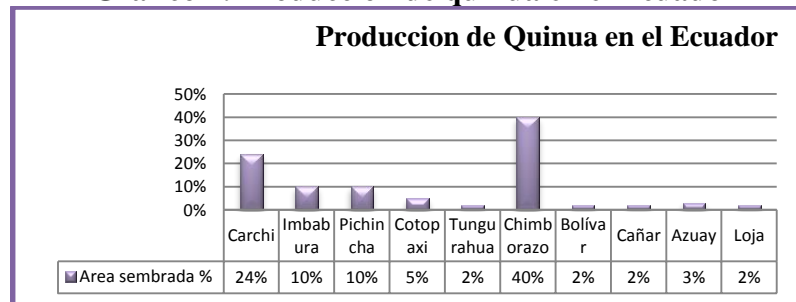
La presente investigación está centrada en la comercialización de harina de quinua desde el Cantón Bolívar hacia los Estados Unidos; el desconocimiento de procesos de comercialización internacional y la diversificación de producción por parte de los agricultores ha impedido el conocimiento de nuevos mercados y el incremento de oportunidades de negocios.

OPORTUNIDADES DE MERCADO EN ESPAÑA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE HARINA DE QUINUA DESDE EL CANTÓN BOLÍVAR

El cultivo de quinua se da en diferentes provincias del país como se observa en el gráfico, la provincia de Chimborazo es la que cuenta con más hectáreas sembradas, seguido de la provincia del Carchi que en el último año se sembró cerca de 1.575 hectáreas.

La producción de quinua en la provincia del Carchi está siendo muy acogida por los agricultores siendo esta provincia líder en el cultivo de este cereal, en los seis cantones de la provincia hay 1.477 hectáreas del grano cultivado según manifiesta el (MAGAP, 2013), debido a que este producto se adapta fácilmente en todo piso climático, las zonas de mayor producción son el Cantón Bolívar y Espejo.

Gráfico 1: Producción de quinua en el Ecuador

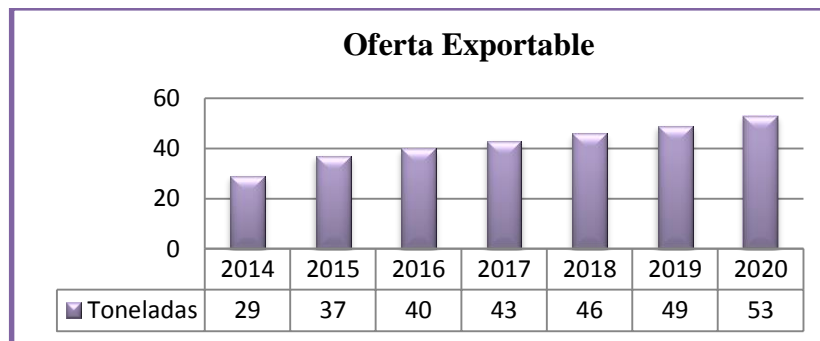


Fuente: (Subsecretaría de Agricultura, 2015)

Elaborado: Karol Arciniegas

Con los datos existentes sobre la oferta exportable de harina de quinua como se observa en el gráfico es posible la creación de una empresa para la elaboración de harina de este cereal, para ello hay que motivar a que los productores conozcan y empiecen con procesos de transformación de la materia prima para ayudar a mejorar la economía del sector, aprovechando así la comercialización a mercados internacionales como lo es el de Estados Unidos que requieren de productos nutritivos que ayudan en su dieta diaria.

Gráfico 2: Oferta Exportable de Harina de quinua



Fuente: Investigación de campo

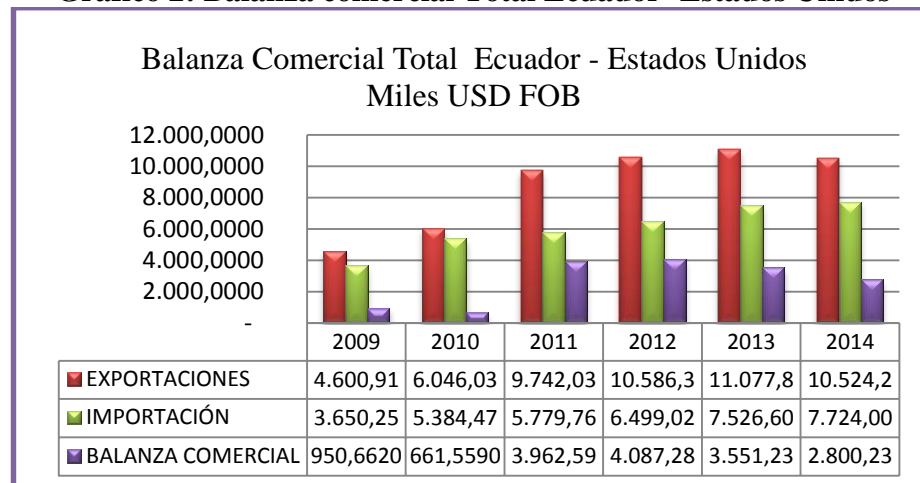
Elaborado por: Karol Arciniegas

OPORTUNIDADES DE MERCADO EN ESPAÑA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE HARINA DE QUINUA DESDE EL CANTÓN BOLÍVAR

Estados Unidos es un país desarrollado y líder en el comercio mundial que permite abrir oportunidades de negocios, especialmente a los del sector agroindustrial, en este caso con la elaboración de harina de quinua un producto nutritivo y saludable, que en los últimos años ha sido muy apetecido por el consumidor.

Estados Unidos, tiene una economía positiva y estable con un PIB de 17.416,25 2014(est) millones de USD, lo que hace posible ingresar a este mercado tomando en cuenta que este país nos brinda el sistema de preferencias arancelarias 0% de aranceles para el producto exportado.

Gráfico 2: Balanza comercial Total Ecuador- Estados Unidos



Fuente: (Pro Ecuador 2015)

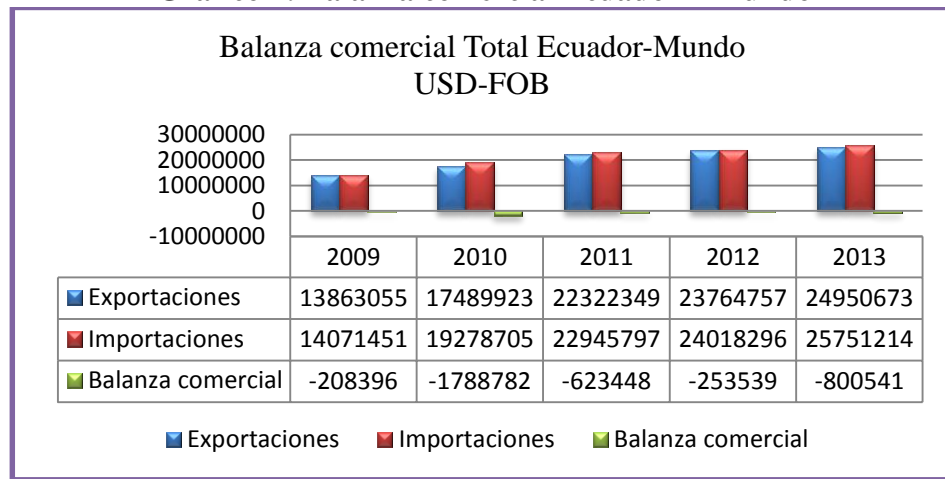
Elaborado por: Karol Arciniegas

La balanza comercial entre Ecuador y Estados Unidos se muestra positiva debido a que las exportaciones son mayores que las importaciones. El Ecuador ha exportado 1,341 subpartidas hacia Estados Unidos en el 2013, las exportaciones del año 2013 registran un incremento del 5% en relación con las del 2012. Las importaciones registran un incremento del 16% en el 2013 respecto al año anterior.

La balanza comercial de Ecuador muestra un déficit en los últimos años sin embargo el gobierno motiva e implementa proyectos para incrementar las exportaciones y mejorar la economía del país.

OPORTUNIDADES DE MERCADO EN ESPAÑA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE HARINA DE QUINUA DESDE EL CANTÓN BOLÍVAR

Gráfico 2: Balanza comercial Ecuador – Mundo



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

Elaborado por: Karol Arciniegas

Los consumidores de los Estados Unidos lo consideran un producto gourmet porque es apetecido en restaurantes de clase alta – media por su valor nutritivo extendiéndose a varios supermercados y restaurantes vegetarianos. En el estado de California el consumo de derivados de quinua es muy apetecido debido a que muchas de las personas prefieren cuidar su salud ya que muchas de ellas tienen tendencia al sobrepeso y obesidad. PRO ECUADOR, 2015, manifiesta que el 17% de la población de California consumen productos elaborados a base de quinua.

Tabla 3: Perfil De Consumidor Estados Unidos

- Se preocupan por su salud en un 97%
- Promocionan el producto bajo una campaña de salud en la cual educan a la gente, a como comer más sano.
- La quinua y sus derivados son muy populares en Estados Unidos.
- Prefieren consumir saludable para evitar sobrepeso.
- Prefieren productos libres de gluten

Fuente: (Pro Ecuador, 2013)

Elaborado por: Karol Arciniegas

4. Conclusiones

- Los productores del cantón Bolívar cuenta con la capacidad de producir 40 toneladas semestrales de quinua convirtiéndose en una gran oportunidad para realizar su industrialización y cumplir con la demanda existente en el mercado de California Estados Unidos.

Oportunidades de mercado en España y la comercialización de harina de quinua desde el cantón Bolívar

Karol Silvana Arciniegas Piscal, (Universidad Politécnica Estatal del Carchi – Ecuador)

OPORTUNIDADES DE MERCADO EN ESPAÑA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE HARINA DE QUINUA DESDE EL CANTÓN BOLÍVAR

- El desconocimiento de la existencia de mercados internacionales como también los procesos para realizar una comercialización internacional hace que los productores solo se dediquen a la siembra y comercialización de grano de quinua.
- Estados Unidos es un país desarrollado y se la denomina una potencia mundial, por ende la gran parte de la producción nacional va dirigido a este mercado con la oportunidad de llevar productos libre de aranceles con la aplicación del sistema general de preferencias arancelarias.

5. Recomendaciones

- Capacitar a los productores sobre la comercialización en mercados internacionales de quinua diversificada.
- Aprovechar la ayuda del MAGAP como la del gobierno, para el cambio de la matriz productiva, y así generar estabilidad económica en los productores como del sector agropecuario.
- Se debe aprovechar la demanda existente en los Estados Unidos para exportar la harina de quinua que ayudará a obtener grandes beneficios a los productores del Cantón Bolívar y la provincia.
- Dar a conocer los valores nutritivos de la harina de quinua para el consumo en el mercado interno.

6. Referencias Bibliográficas

- 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](http://diariodigitalcentro.com/index.php/7105-magap-aumentara-produccion-de-la-quinua-para-aprovechar-sus-bondades)
- Pro Ecuador. (2015). *Ficha comercial de los Estados Unidos de América*. Consultado el 15 de Abril del 2015, en http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PROEC_FC2013_ESTADOS_UNIDOS.pdf

OPORTUNIDADES DE MERCADO EN ESPAÑA Y LA COMERCIALIZACIÓN DE HARINA DE QUINUA DESDE EL CANTÓN BOLÍVAR

- 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>
- Santander Trade. (2015). *Analizar Mercados perfil de Consumidor EE.UU.* Consultado el 15 de Abril del 2015 en <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor#consumer>
- MAGAP. (2013). *Fomento a la producción de quinua en la Sierra Ecuatoriana*. Consultado el 15 de Abril del 2015, en <http://www.telegrafo.com.ec/regionales/regional-sur/item/fomento-a-la-produccion-de-quinua-va-en-aumento-en-la-provincia-del-azuay.html>
- MAGAP. (2013). *Ecuador, innovando para la soberanía alimentaria producción, consumo y comercio quinua*. Consultado el 15 de Abril del 2015, en [http://www.aladi.org/nsfaladi/reuniones.nsf/5b5e76c8203ed07f03257b9c0060467f/93defac77289fd6a03257b9c00610d93/\\$FILE/Marcelo%20Silva.pdf](http://www.aladi.org/nsfaladi/reuniones.nsf/5b5e76c8203ed07f03257b9c0060467f/93defac77289fd6a03257b9c00610d93/$FILE/Marcelo%20Silva.pdf)
- Pro Ecuador. (2015). *Análisis de Mercados Internacionales, Boletín Diciembre/Enero 2014*. Consultado el 15 de Abril del 2015, en <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/bam-mar-abr.pdf>