

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

Tema: “Alternativas de mercados internacionales para la comercialización de cebada de la Hacienda la Magdalena, provincia de Imbabura”

Trabajo de titulación previa la obtención del
Título en Ingeniería en Comercio Exterior
y Negociación Comercial Internacional

AUTORA: Evelyn Andrea Terán Acosta

TUTOR: Msc. Julio López

TULCÁN - ECUADOR

2019

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Evelyn Andrea Terán Acosta con el número de cédula 1003439708 ha elaborado el trabajo de titulación: “Alternativas de mercados internacionales para la comercialización de cebada de la Hacienda La Magdalena, provincia de Imbabura”

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

f. 
Msc. Julio López

f. 
Msc. Milena Gutiérrez

Tulcán, 26 de febrero del 2019

AUTORÍA DE TRABAJO

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

Yo, Evelyn Andrea Terán Acosta con cédula de identidad número 1003439708 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal. Los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.


f. 
.....

Evelyn Andrea Terán Acosta

Tulcán, 26 de febrero del 2019

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Evelyn Andrea Terán Acosta declaro ser autora de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Alternativas de mercados internacionales para la comercialización de cebada de la Hacienda La Magdalena, provincia de Imbabura” eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

f.....


Evelyn Andrea Terán Acosta

Tulcán, 26 de febrero o del 2019

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más sincero agradecimiento a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus autoridades por su ardua labor en favor de la academia y posibilitar de manera desinteresada que jóvenes de distintos lugares del Ecuador lleguemos a esta prestigiosa institución y no solo nos formemos académicamente si no como profesionales capaces de enfrentarnos al mundo exterior.

Agradezco de manera especial a mi Tutor de Tesis el Msc. Julio López, por su paciencia y dedicación para que este trabajo se realice de la mejor manera y de igual manera a la Msc. Milena Gutiérrez, Lectora de Tesis.

Y de manera especial agradezco de corazón a mis padres quienes me han apoyado a lo largo de toda mi vida estudiantil, gracias por su confianza y por su paciencia permanente.

DEDICATORIA

En primer lugar este logro se lo dedico a Dios, que con su infinita bondad me ha permitido culminar con éxito esta etapa estudiantil lejos de mi familia y en una ciudad ajena.

En segundo lugar dedico este logro académico a mis padres que confiaron en mi cada día de mi vida y me apoyaron incansablemente de todas las maneras posibles.

Y también como no dedicar este logro a todas esas personas especiales, amigos/as y demás familiares, que de una u otra forma me brindaron su apoyo incondicional sin importar la distancia.

Índice

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR...;	ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
AUTORÍA DE TRABAJO	ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
RESUMEN	16
ABSTRACT.....	17
INTRODUCCIÓN	17
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	20
1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	21
1.2. JUSTIFICACIÓN	22
1.3. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	23
1.3.1. Objetivo General.....	23
1.3.2. Objetivos Específicos	23
1.3.3. Preguntas de Investigación	24
2. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS / REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	25
TABLA 1. MATRIZ DE ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN	25
2.2. MARCO TEÓRICO.....	31
2.2.1. Globalización	32
2.2.2. Concepto	32
2.2.3. Dimensión económica.....	33
2.2.4. Oportunidades y Amenazas de la Globalización	33
2.2.5. Oportunidades	33
2.2.6. Amenazas.....	33
2.3. INTERNACIONALES	34
2.3.1. Mercado	34
2.3.2. MERCADO INTERNACIONAL	35
2.3.3. Mercado Meta	35
2.3.4. ¿Cómo identificar el mercado internacional?	35
2.3.5. Alternativas de mercados internacionales.....	36
2.3.5.1. Definición	36

2.3.5.2. Importancia	37
2.3.5.3. Determinación de las alternativas de mercados internacionales.....	37
2.4. ESTUDIO DE MERCADO	37
2.5. ESTUDIO TÉCNICO.....	38
2.6. ESTUDIO FINANCIERO	39
2.7. DEMANDA.....	39
2.7.1. Definición	39
2.7.2. Métodos de proyección.....	40
2.7.3. Método de las medias móviles. -	40
2.7.4. Método de mínimos cuadrados. -.....	40
2.7.5. Ecuaciones no lineales. -.....	41
2.7.6. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	41
2.7.7. Negociación	41
2.7.7.1. Definición	41
2.7.7.1.4. Importancia	42
2.7.8. Etapas de una negociación.....	42
2.7.8.1. Preparación:	42
2.7.8.2. DISCUSIÓN:	43
2.7.8.3. Cierre:	43
2.7.8.4. Acuerdo:.....	43
2.8. TÉRMINOS DE NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL (INCOTERMS).....	43
2.8.1. Clasificación de los INCOTERMS 2010.....	44
2.8.2. Comercialización	44
2.8.2.1. Origen	44
2.8.2.2. Definición	44
2.8.2.3. Comercio Internacional.....	45
2.8.2.4. Barreras al Comercio Internacional	45
2.9. OFERTA.....	46
2.9.1. Definición	46
2.9.2. Análisis de la Oferta	46
2.9.1.1. Producto	47
2.9.1.2. Envase. -.....	47
2.9.1.3. Embalaje. -	47
2.9.1.4. Precio	47

2.9.1.5. Factores determinantes del precio.....	48
2.9.1.6. Logística.....	48
2.10. ANÁLISIS DE LOS ELEMENTOS DE LA LOGÍSTICA	49
III. METODOLOGÍA	53
3. ENFOQUE METODOLÓGICO	53
3.1. Enfoque	53
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN	53
3.2.1. Descriptiva	53
3.2.2. Explicativa	53
3.2.3. Narrativa	54
3.3. IDEA A DEFENDER.....	54
3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	55
3.5 MÉTODOS UTILIZADOS.....	58
3.8.1. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	58
3.8.1.1. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	58
IDENTIFICACIÓN DE LOS MERCADOS INTERNACIONALES.....	71
4.3. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO	71
4.4. FACTORES POLÍTICOS.....	71
4.4.1. Política Comercial.....	71
4.5. BALANZA COMERCIAL	73
4.6. RIESGO POLÍTICO	75
4.7. PIB	77
4.7.1. PIB per cápita.....	77
4.7.2. ÍNDICE DE RIESGO PAÍS.....	78
4.7.3. ÍNDICE INFLACIONARIO	79
4.7.4. Índice global de competitividad.....	80
4.7.5. TASA DE INTERÉS ACTIVA	81
4.7.6. Tipo de Cambio	82
4.8. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	83
4.8.1. TASA DE DESEMPLEO.....	84
4.9. FACTORES LEGALES.....	85
4.9.1. BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS	85
4.10. PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO (POAM).....	88

4.10.1. Análisis:	90
4.11. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR	91
4.12. FACTORES POLÍTICOS	92
4.12.1. POLÍTICA ECONÓMICA	92
4.12.2. Política Comercial.....	92
4.14. ANÁLISIS DEL ENTORNO COMPETITIVO DE PORTER.....	95
4.15. ESTUDIO TÉCNICO	97
4.15.1. Ingeniería del proyecto	97
Nombre de la asociación.....	97
4.15.2. LOGOTIPO DE LA EMPRESA	97
4.15.3. Macrolocalización.....	99
4.15.4. Microlocalización	99
4.16. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO	103
ZONA DE PRODUCCIÓN.....	103
4.17.1. MODO DE TRANSPORTE PARA LA EXPORTACIÓN	110
4.17.2. CONSTRUCCIÓN DEL PRECIO PARA LA EXPORTACIÓN	112
4.17.3. FORMA DE INGRESO A LOS MERCADOS INTERNACIONALES	113
4.17.4. PROMOCIÓN	116
4.18. ESTUDIO FINANCIERO.....	118
4.18.1. Presupuesto Técnico	118
4.18.2. Inversiones fijas	118
4.18.3. Propiedad Planta y Equipo.....	118
a) Bienes Inmuebles.....	118
b) Bienes Muebles	118
4.18.4. Propiedad Planta y Equipo del área de Ventas	119
4.18.6. RESUMEN TOTAL DE PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	120
4.18.7. Capital de Trabajo.....	120
4.18.8. INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO.....	121
4.18.9. Financiamiento.....	122
4.18.10. Talento Humano	122
4.19. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	123
4.19.1. Determinación de ingresos proyectados	123
4.19.3. Gastos administrativos	124
a) Sueldos Administrativos	124

b) Gastos Generales Administrativos	125
4.19.4. GASTOS DE PUBLICIDAD	128
4.19.4.1. Resumen de Gastos de Ventas	129
4.19.5. GASTOS FINANCIEROS.....	129
4.19.6. TABLA DE DEPRECIACIONES	131
4.19.8. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL PROFORMA.....	134
4.19.9. ESTADO FLUJO DE EFECTIVO FINANCIERO	137
4.19.20. COSTO DE OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO (TRM)	138
4.19.21. CÁLCULO DEL VAN.....	139
4.19.22. CÁLCULO DE LA TIR	139
4.19.23. RECUPERACIÓN DEL DINERO EN EL TIEMPO.....	141
4.19.24. ÍNDICE BENEFICIO COSTO	141
4.19.25. PUNTO DE EQUILIBRIO	142
4.19.26. RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA	145
4.19.27. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	146
DISCUSIÓN	147
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	150
5.1.CONCLUSIONES	150
5.2.RECOMENDACIONES.....	150
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	152
VII. ANEXOS.....	155
FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	155

Índice de cuadros

Tabla 1. Matriz de Antecedentes de Investigación	25
Tabla 2 Clasificación de los Incoterms	44
Tabla 3. Definición y operación de las variables	55
Tabla 4. Población	58
Tabla 5. Grupo Objetivo del estudio.....	59
Tabla 6. Análisis Estadístico.....	59
Tabla 7. Top 10 de los principales países exportadores de cebada.....	60
Tabla 8 . Principales empresas exportadoras	61
Tabla 9. Empresas exportadoras para la categoría de producto: Cebada.....	61
Tabla 10. Principales países importadores de cebada.....	62
Tabla 11 . Principales empresas importadoras.....	62
Tabla 12. Empresas importadoras para la categoría de producto: Cebada	63
Tabla 13. Exportaciones totales del Ecuador	64
Tabla 14 . Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador..	65
Tabla 15. Número de empresas exportadoras en Ecuador	65
Tabla 16. Lista de las empresas exportadoras en Ecuador	65
Tabla 17. Importaciones totales del Ecuador	66
Tabla 18. Lista de los mercados proveedores para Ecuador	67
Tabla 19. Número de empresas importadoras en Ecuador,	67
Tabla 20. Lista de las empresas importadoras en Ecuador	67
Tabla 21. Importaciones totales: Lista de los mercados proveedores.....	68
Tabla 22. Importaciones totales: Lista de los mercados proveedores.....	68
Tabla 23. Importaciones totales: Lista de los mercados proveedores.....	69
Tabla 24. Importaciones totales: Lista de los mercados proveedores.....	69
Tabla 25. Importaciones totales: Lista de los mercados proveedores.....	70
Tabla 26. Importaciones totales: Lista de los mercados proveedores.....	70
Tabla 27. Política Comercial	72
Tabla 28. Balanza comercial.....	74
Tabla 29. Riesgos políticos.....	76
Tabla 30. Producto Interno Bruto	77
Tabla 31. Producto Interno Bruto	78

Tabla 32. Índice de riesgo país	79
Tabla 33. Índice inflacionario	80
Tabla 34. Índice global de competitividad.....	81
Tabla 35. Tasa de interés activa.....	82
Tabla 36. Tipo de cambio	83
Tabla 37. Población Económicamente Activa	84
Tabla 38. Tasa de Desempleo	85
Tabla 39. Barreras arancelarias y no arancelarias.....	86
Tabla 40. Perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM)	88
Tabla 41. RESUMEN DE LA MATRIZ POAM.....	90
Tabla 42. Factores socioeconómicos	91
Tabla 43. Organizaciones Económicas y Comerciales	93
Tabla 44. Balanza Comercial Ecuador	94
Tabla 45. Análisis del entorno competitivo	95
Tabla 46. Ficha Técnica.....	104
Tabla 47. Calidad requerida.....	105
Tabla 48. Costo de producción de cebada	112
Tabla 49. Costo de exportación de cebada	113
Tabla 50. Cuadro comparativo entre la Exportación Directa e Indirecta	114
Tabla 51. DEMANDA INSATISFECHA	115
Tabla 52. Bienes Inmuebles.....	118
Tabla 53. Muebles de oficina.....	118
Tabla 54. Equipos de oficina	119
Tabla 55. Equipos de computación y Software	119
Tabla 56. Resumen de inversiones fijas del área de administración	119
Tabla 57. Muebles de Oficina para el Área de Ventas	119
Tabla 58. Resumen de inversiones fijas del área de ventas	120
Tabla 59. Resumen de Propiedad Planta y Equipo	120
Tabla 60. Capital de trabajo.....	121
Tabla 61. Resumen de inversiones	121
Tabla 62. Detalle del capital	122
Tabla 63. Detalle de Inversiones.....	122
Tabla 64. Talento Humano utilizado	122
Tabla 65. Proyección de ventas	123

Tabla 66. Proyección de ventas	123
Tabla 67. Costo de Ventas	123
Tabla 68. Promedio de la inflación de los cinco últimos años	124
Tabla 69. Remuneraciones Administrativas	124
Tabla 70. Servicio básicos	125
Tabla 71. Materiales de oficina.....	126
Tabla 72. Materiales de aseo.....	127
Tabla 73. Resumen de gastos Generales Administrativos	127
Tabla 74. Remuneraciones Ventas.....	128
Tabla 75. Gastos de Publicidad.....	128
Tabla 76. Resumen de Gastos de Ventas	129
Tabla 77. Gastos Financieros.....	130
Tabla 78. Capital e interés anual.....	131
Tabla 79. Seguro de desgravamen	131
Tabla 80. Valor de salvamento para las depreciaciones	132
Tabla 81. Porcentajes de depreciaciones emitidas por el SRI	132
Tabla 82. Resumen de gastos de Depreciación.....	132
Tabla 83. Bienes depreciados	133
Tabla 84. PRESUPUESTO DE EGRESOS.....	134
Tabla 85. Estado de Situación Inicial Proforma	135
Tabla 86. Proyección Costos de Producción	136
Tabla 87. Cuadro para pago del Impuesto a la Renta	136
Tabla 88. Flujo de Caja.....	137
Tabla 89. Recuperación efectiva.....	137
Tabla 90. Tasa de Rendimiento Medio.....	138
Tabla 91. Flujos actualizados para cálculo del VAN.....	139
Tabla 92. Flujos netos actualizados para cálculo de la TIR.....	140
Tabla 93. Flujos netos actualizados para cálculo de la recuperación	141
Tabla 94. Ingresos y egresos actualizados para cálculo del Beneficio Costo.....	142
Tabla 95. Cálculo del Costo Beneficio	142
Tabla 96. Proyección para el Punto de Equilibrio	143
Tabla 97. Proyección para el cálculo del punto de equilibrio.....	143
Tabla 98. Desarrollo del Punto del Equilibrio	144
Tabla 99 . Cálculo del Punto de Equilibrio.....	144

Tabla 100. Punto de Equilibrio	145
Tabla 101. Evaluación Financiera	145
Tabla 102. Análisis de sensibilidad	146
Tabla 103 Matriz de Fundamentación Legal	155

Índice de gráficos

Gráfico 1. Variable I: Mercados internacionales	31
Gráfico 2. Variable II: Comercialización	31
Gráfico 3 Análisis del estudio técnico	39
Gráfico 4 Barreras del Comercio Internacional	46
Gráfico 5. Logística	49
Gráfico 6. Mapa político de Riesgo	76
Gráfico 7. Logotipo de la empresa.....	97
Gráfico 8. Organigrama Estructural.....	98
Gráfico 9. Mapa de la Provincia de Imbabura y sus cantones	99
Gráfico 10. Mapa de Angochagua	100
Gráfico 11. Mapa de límites de la Hacienda la Magdalena	101
Gráfico 12. FODA de la Hacienda La Magdalena.....	102
Gráfico 13. Proceso de producción de la Cebada	107
Gráfico 14. Tipos de vehículos y tabla de pesos para la Comunidad Andina	111
Gráfico 15. PRÓXIMAS FERIAS INTERNACIONALES:	158

RESUMEN

El presente trabajo de investigación analizó las alternativas de mercados internacionales existentes para la comercialización de la cebada producida por la Hacienda La Magdalena ubicada en la parroquia de Angochagua, cantón Ibarra, provincia de Imbabura; con el fin de potenciar la producción de este sector y alcanzar la diversificación de mercados para el consumo de cebada.

La demanda de dicho cereal se hace presente en varios países por ser el principal ingrediente de importantes industrias de alimentos y bebidas, nuestro vecino país Colombia no escapa de esta realidad y su déficit de producción de cebada es grande, lo que la hace un potencial comprador de dicho cereal. Por tal razón se identificó que mediante los mecanismos adecuados se puede llegar a este mercado y cubrir al menos un porcentaje de la demanda insatisfecha de este sector.

Mediante la aplicación de una metodología con enfoque cuali-cuantitativo, se recolectó la información necesaria sobre la oferta de la Hacienda La Magdalena y la demanda de los países con un mayor potencial hasta determinar uno con mayor factibilidad de comercialización por medio del correspondiente diagnóstico externo del entorno. La información primaria para la sustentación de la investigación se obtuvo mediante entrevistas y la observación en campo.

Dentro de los principales resultados obtenidos de esta investigación es la necesidad que tiene Colombia por adquirir cebada como materia prima para su industria alimentaria, y por otro lado la capacidad del sector para producir cebada de calidad para llegar a dicho mercado internacional, cubriendo así los requerimientos tanto internos como externos.

Al finalizar el trabajo de investigación se determinó mediante datos reales que la comercialización es factible pero no viable, la puesta en marcha de esta investigación beneficiaría a todos los involucrados de este sector agrícola.

Palabras claves: alternativas de mercados internacionales, oferta, demanda, cebada, sector agrícola.

ABSTRACT

This research work analyzed the alternatives of the existence of international markets for the commercialization of barley produced “La Magdalena” Farm located in the parish of Angochagua, Ibarra canton, Imbabura province, in order to enhance the production of this sector and achieve diversification of markets for the consumption of barley. The demand for this cereal is presented in several countries being the main ingredient of important food and beverage industries, our neighboring country Colombia does not escape from this reality and its large barley production deficit which makes it a potential buyer of this cereal. For this reason it was identified that by means of adequate mechanisms it is possible to reach this market and cover at least a percentage of the unsatisfied demand of this sector. Through the application of a quali-quantitative approach methodology, the necessary information was collected on the supply “La Magdalena” Farm and the demand of the countries with greater potential to determine one with greater marketability by means of the corresponding external diagnosis of the environment. The primary information to support the research was obtained through interviews and field observation. Among the main results obtained from this research is the need that Nariño-Colombia has to acquire barley as raw material for its food industry. On the other hand the capacity of the sector to produce quality barley to reach that international market, thus covering both internal and external requirements. At the end it was determined through real data that commercialization is feasible but not viable, the implementation of this research will benefit all those involved in this agricultural sector.

Keywords: international market alternatives, supply, demand, barley, agricultural sector.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se basa en identificar las alternativas de mercados internacionales que permitan la comercialización de la cebada que produce la Hacienda La Magdalena de la parroquia de Angochagua, cantón Ibarra. Una vez identificada la mejor alternativa de comercialización internacional, se pretende motivar a este sector agrícola a potenciar su producción para estar a la altura no solo del mercado nacional si no proyectarse a mercados internacionales.

La investigación comprende los siguientes capítulos:

- Capítulo I: en este capítulo se da a conocer la problemática en los diferentes niveles a los que se enfrenta la Hacienda La Magdalena, pues al tener un desconocimiento sobre las alternativas de mercados internacionales y como llegar a estos, se convierte en un factor determinante y restrictivo para la comercialización. Por otro lado, en la justificación de la investigación se hallan los argumentos legales que amparan esta investigación y se da a conocer cuáles son los impactos que tendrá la puesta en marcha de este proyecto. Al finalizar el capítulo se plantean los objetivos, tanto el general como los específicos.
- Capítulo II: el segundo capítulo denominado Fundamentación Teórica, mismo en el que se encuentran los antecedentes investigativos relacionados y contiene la sustentación conceptual de las variables de investigación mediante citas bibliográficas de diversas fuentes. Al mismo tiempo se plasma las teorías de comercio internacional en las cuales se fundamenta la investigación, cuya importancia es resaltar los aportes de estas teorías para el presente proyecto.
- Capítulo III: en este capítulo se encuentra los métodos, técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de la información necesaria para el desarrollo de la investigación, para lo cual se aplicó la técnica de entrevista estructura al personal administrativo de la Hacienda, a los funcionarios del Ministerio de Agricultura y Ganadería, y a expertos en el área; de esta forma se obtiene la información primaria y de gran importancia para el desarrollo de la investigación; por otro lado la recopilación de la información secundaria ayuda a conocer la situación del país oferente como la demanda del posible país comprador. Adicionalmente se encuentra identificada en esta parte la idea a defender de la investigación.

- Capítulo IV: siendo este el capítulo más amplio, es el que contiene los resultados y la discusión de la investigación, es decir aquí se analiza la información obtenida a lo largo de la investigación, mediante la aplicación del estudio de mercado, técnico y financiero.
- Capítulo V: para finalizar en este capítulo están las conclusiones y recomendaciones a las que se llega con todo el trabajo de investigación.

Adicionalmente para concluir se encuentran las referencias bibliográficas y los respectivos anexos que sirven como soporte para la investigación.

I PROBLEMA

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El fenómeno mundial conocido como globalización abre al mundo con mayor celeridad los procesos comerciales, enfrentando a las naciones a mayores exigencias enfocadas a la productividad. El proceso de globalización impone la necesidad de especialización a nivel mundial tanto en los procesos de producción como de industrialización y comercialización (González, 2013), los mismos que han sido identificados como falencias en países en vías de desarrollo, mismos que se encuentran en etapa de avance económico y básicamente han generado riqueza a través de la venta de productos primarios. Ante este fenómeno los países optan por la integración, para poder competir con las grandes potencias mundiales o a su vez alcanzar un nivel casi insuperable como lo es el caso de la Unión Europea.

Ecuador sin duda un país que ha enfrentado varias crisis a lo largo de la historia, parte de las grandes dificultades pueden encontrarse en problemas exógenos, derivados de fenómenos naturales y de la economía mundial; por otro lado, se añaden varios factores endógenos, como lo es la propia política económica aplicada por los gobiernos de turno. Los primeros factores de cierta manera se podrían llegar a mitigar, sin embargo, los segundos factores impiden un correcto manejo de las adversidades, siendo este el verdadero meollo de gran parte del problema nacional. (Acosta, 2001, pág. 199)

Ecuador al ser un país no industrializado, importa en gran cantidad productos terminados que ayudan a satisfacer las necesidades de la población, esto en gran medida se debe a la falta de tecnificación y apertura al capital extranjero. Según Acosta (2001) menciona que el Ecuador comenzó a integrarse en el mercado mundial con la exportación de cacao, en las primeras décadas de su existencia republicana convirtiéndose en el principal proveedor de cacao, por consiguiente, el Ecuador se consolidó como base del crecimiento económico la exportación de materia prima, particularmente de alimentos.

Las políticas comerciales del Ecuador al tener un marcado sentido proteccionista, ha limitado la generación de acuerdos y tratados que faciliten la comercialización entre naciones, con respecto a la relación de Ecuador con la CAN (Colombia, Perú, Bolivia) el resultado en la Balanza Comercial de productos no petroleros es negativo, debido a que las importaciones son mayores a las exportaciones, siendo los principales destinos de las exportaciones no petroleras Colombia, seguido por Perú y finalmente Bolivia, a su vez Ecuador importó varios productos de éstos

países, entre los principales destaca los productos farmacéuticos, importados principalmente desde el mercado Colombiano.

La cebada es un alimento propio de los países andinos, que no ha tenido una gran trayectoria debido a que ha sido catalogada como un cereal exclusivo de la población indígena (Cuadrado, 2012), esto ha restado importancia e interés en su consumo contribuyendo a que su valoración como alternativa alimentaria sea deficiente, existiendo la preferencia por otros productos de consumo masivo como el arroz, el trigo o avena. A lo anterior, se suma el desconocimiento por parte de los consumidores del alto valor nutritivo y la gran variedad de platos que con este cereal se pueden preparar, lo que ha llevado a un nulo aprovechamiento de este cereal andino.

La hacienda La Magdalena, a su cabeza el Sr. Lenin Ichau, administrador de la misma, sostiene que, dicha hacienda cuenta con un importante número de hectáreas (aproximadamente 200 hectáreas) destinadas a la producción de cebada, pero se han limitado a vender en pequeñas cantidades internamente a nivel provincial y regional o simplemente comercializándola como semilla, aun cuando el producto cumple con las características necesarias para ser internacionalizado. El desconocimiento de cómo incursionar en nuevos mercados internacionales por parte de quienes conforman esta asociación ha llevado a un desaprovechamiento de la producción de cebada, que por décadas constituyó uno de los principales alimentos de la población andina, llevando así a un lento crecimiento de esta organización debido a los bajos ingresos económico que obtiene actualmente con la comercialización interna de su producción.

1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo incide la existencia de las alternativas de mercados internacionales en la comercialización de cebada de la hacienda la magdalena, provincia de Imbabura?

1.2. JUSTIFICACIÓN

En el ámbito político se fundamenta en el Plan Nacional de Desarrollo, implementado por el actual Gobierno, en su objetivo cinco que dice: “Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria”; para llegar al cumplimiento de este objetivo se plantea varias políticas entre la que destacamos la siguiente: “Fortalecer y fomentar la asociatividad, los circuitos alternativos de comercialización, las cadenas productivas, negocios inclusivos y el comercio justo, priorizando la Economía Popular y Solidaria, para consolidar de manera redistributiva y solidaria la estructura productiva del país.” (PND, 2017, pág. 83)

La presente investigación se justifica legalmente en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, que en su artículo 4, literal k tiene como fin: “*Promover el desarrollo productivo del país mediante un enfoque de competitividad sistémica, con una visión integral que incluya el desarrollo territorial y que articule en forma coordinada los objetivos de carácter macroeconómico, los principios y patrones básicos del desarrollo de la sociedad; las acciones de los productores y empresas; y el entorno jurídico - institucional*” y en su literal l que menciona: “*Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico.*” (COPCI, 2010, pág. 4)

A nivel mundial la cebada es valorada como el único alimento de origen vegetal con el mayor porcentaje de fibra, además contiene aminoácidos esenciales, oligoelementos, vitaminas y no contiene gluten. Este producto es una gran fuente de calcio, hierro y vitamina B. Desde hace algunos años Ecuador ya es considerado como un país netamente agrícola, debido a su posición geográfica y a los diversos climas que posee; esto hace posible que los suelos sean aptos para producir una gran variedad de frutas tropicales, frutos secos, flores, hortalizas, vegetales, tubérculos, cereales y granos. (Pérez, 2014, párr. 2)

La Hacienda la Magdalena conformada por 60 socios de la parroquia de Angochagua, Cantón Ibarra, cultivan aproximadamente 60 hectáreas actualmente y podrían destinar hasta 140 hectáreas de la mejor cebada para consumo y como semilla certificada de dicho cereal. Dicho emprendimiento unió a los campesinos y sus familias en una sola visión, que se manifiesta en el esfuerzo colectivo encaminado a vincular el desarrollo de la producción agrícola y ganadera de la propiedad, con la función patrimonial y turística de la hacienda. La

labor diaria en mingas y el trabajo conjunto de la comunidad de la Magdalena, nos dan un ejemplo de que la asociatividad es una oportunidad para el progreso de los pueblos.

La realización de esta investigación involucra algunos beneficiarios; principalmente y de forma directa a los productores de cebada de la asociación de la Hacienda La Magdalena, quienes al contar con nuevas alternativas de mercados internacionales definidos pueden concentrar la producción y venderla en forma periódica a precios estables, lo que permitirá recuperar la inversión y generar mayores utilidades; y de forma indirecta el desarrollo del trabajo investigativo pretende beneficiar a quienes intervienen en el proceso de internacionalización, entre ellos: transportistas, obreros y personal administrativo, que se encuentran vinculado. Apoyando al desarrollo económico de nuestro país, en especial a la provincia de Imbabura y sus zonas rurales al fomentar la comercialización internacional de forma técnica y segura para los productos agrícolas.

1.3. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.3.1. Objetivo General

Evaluar las alternativas de mercados internacionales para la comercialización de cebada de la Hacienda la Magdalena, Provincia de Imbabura.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente las alternativas de mercados internacionales para la comercialización de cebada.
- Realizar un análisis de la oferta exportable y la demanda en mercados internacionales para la comercialización de cebada desde la Hacienda La Magdalena, para su internacionalización.
- Elaborar un diagnóstico técnico y financiero para la comercialización internacional de la cebada producida por la hacienda La Magdalena.

1.3.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cuáles son los países que potencialmente podrían demandar cebada?
- ¿Cuál es la oferta exportable que tiene la Hacienda la Magdalena?
- ¿Cuál es la demanda existente de cebada en el país de destino?
- ¿Cuál es el valor referencial de exportación de la cebada de la Hacienda la Magdalena?
- ¿Cuáles son los principales países competidores para el producto en estudio?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS / Revisión de la literatura

Tabla 1. Matriz de Antecedentes de Investigación

Matriz de Antecedentes de Investigación	
Antecedente 1	
Autor:	Ignacio del Rosal Fernández
Año de publicación:	2013
Tema:	Artículo Científico: Las condiciones de entrega en el comercio exterior
Resultados:	Los datos muestran que todos los Incoterms son utilizados con todos los medios de transporte, que los más utilizados son los más conocidos, FOB, CIF y su equivalente CIP, pero que también entra en esta categoría el más básico EXW, cuando se suele considerar poco apropiado para el comercio internacional. El grupo más utilizado es el C, y su evolución por flujo presenta un perfil contrapuesto: creciente en exportaciones y decreciente en importaciones. Finalmente, el medio de transporte influye en la importancia de las condiciones de entrega, y en este sentido el transporte por carretera incide en el elevado uso de EXW. (Fernández, 2013, pág. 21)
Importancia:	Esta investigación ayudará a decidir cuál es el término de negociación más oportuno al momento de comercializar en el exterior un producto como la cebada, ya que nos muestra en sus resultados cuáles son los más utilizados y su respectiva justificación.
Antecedente 2	
Autor:	Bárbara Valenzuela-Klagges y Luis Espinoza Brito
Año de publicación:	2015
Tema:	Artículo Científico: Regionalismo Latinoamericano y Comercio Bilateral
Resultados:	El estudio permite concluir que el comercio bilateral de Latinoamericano con sus principales socios comerciales, durante el período 1996-2005, mantiene un desarrollo incipiente de industrias manufactureras y la permanencia de industrias tradicionales relacionadas con la agricultura, ganadería y minería, entre otras, que usualmente presentan predominio del efecto H-O; que una devaluación (depreciación) del tipo de cambio real tenga un efecto directo, pero de bajo impacto; que la calidad de la infraestructura de transporte reduce el costo de la distancia geográfica entre capitales de los socios comerciales, por lo que es fundamental fomentar la inversión en líneas férreas y carreteras de conexión nacional e internacional; las políticas educacionales para promocionar estudios de idiomas permitirá mejorar el comercio internacional y que el desarrollo macroeconómico y sus políticas comerciales, fiscales y

monetarias son fundamentales para el desarrollo del comercio internacional en América Latina. (Valenzuela-Klagges & Brito, 2015, pág. 8)

Importancia:

Al tener un panorama claro de las relaciones bilaterales dentro de América Latina en donde se ubica nuestro país y sus principales socios económicos, se podrá identificar los principales mercados de estudio para la comercialización de cebada

Antecedente 3

Autor:

Henry Acuña Barrantes y Pedro Nonell Torres

Año de publicación:

2015

Tema:

Artículo Científico: La Diplomacia Cultural en los Negocios Internacionales

Resultados:

La religión es una influencia de las más grandes en los negocios internacionales, llámese como se llame la religión; budismo, cristianismo, hinduismo, islamismo y judaísmo, etc., cuyas creencias específicas suelen afectar los negocios internacionales si no se conocen, por ejemplo, algunos grupos cristianos prohíben el consumo de bebidas alcohólicas, pero otros no. También las diferencias entre naciones practicantes de la misma religión llegan a tener efectos en los negocios internacionales. Por lo general, el viernes no es un día hábil para los negocios en los países musulmanes, ya que se dedica ese día al culto; sin embargo, han adoptado el calendario laboral cristiano para garantizar tratos más productivos como Europa. (Torres, 2015, pág. 19)

Importancia:

La cebada es un producto de consumo andino y es importante tomar en cuenta el ámbito cultural de los posibles mercados para su comercialización y de esta manera poder anticiparse a detalles que pueden influenciar al momento de realizar un negocio en el extranjero como también ajustar el producto a los hábitos de consumo

Antecedente 4

Autor:

Liliana Maribel Ruano Bolaños

Año de publicación:

2016

Tema:

Tesis: Oportunidades de negocios internacionales y la comercialización de barras energéticas de quinua desde la provincia del Carchi

Resultados:

Las oportunidades de negocios internacionales de subproductos de quinua se identificó en los siguientes países como: Estados Unidos, Canadá, y Francia, debido a que las barras energéticas de quinua son muy acogidas por su alto contenido proteínico, y los beneficios para la salud, por otro lado se apoya al cambio de la nueva Matriz Productiva, con el fin de utilizar los recursos en las actividades productivas, para procesarlos donde se elaboraran bienes con valor agregado para la exportación, tal es el caso de las barras energéticas de quinua, siendo un producto creativo, innovador y competitivo a nivel nacional e internacional. (Bolaños, 2016, pág. 24)

Importancia: Esta investigación utiliza una metodología apropiada para el levante de la información y ayudará a identificar y relacionar las técnicas utilizadas en la búsqueda de las mejores alternativas para la internacionalización de la cebada.

Antecedente 5

Autor: Liliana Elizabeth Quiroz Atiz

Año de publicación: 2015

Tema: Tesis: La demanda de cebada en el departamento de Nariño - Colombia y la comercialización desde la provincia de Chimborazo- Ecuador

Resultados: En el estudio se pudo evidenciar que el productor de cebada del cantón Colta no se encuentra asociado, por tanto, no posee un poder de negociación significativo, esto hace que su producción se encuentre sometida a la imposición de precios por los intermediarios. Además, este hecho permite que los agricultores se encuentren excluidos de los beneficios que brinda el gobierno. (Atiz, 2015, pág. 89)

Importancia: Los resultados de esta investigación permitirán contrastar la importancia de la asociatividad que posee la hacienda La Magdalena productora de cebada, para de este modo poder ser competitiva a nivel internacional, ya que la asociatividad le da una estabilidad mayor que una empresa sin capital de socios activos.

Antecedente 6

Autor: Verónica Gabriela Domínguez Palomino

Año de publicación: 2013

Tema: Tesis: Elaboración de una bebida a partir de maíz rojo (*zea mays l.*) y cebada (*hordeum vulgare*), como una alternativa nutricional

Resultados: La cebada tiene gran cantidad de propiedades: es emoliente, reconstituyente, digestiva, diurética, desintoxicante, tónica, ligeramente vasoconstrictora, antiinflamatoria, laxante, alcalinizante, antiséptica, mineralizante y galactagoga (incrementa la producción láctea). Es un cereal muy digerible si está bien cocinado.

Estimula el sistema neurovegetativo, siendo aconsejado como tónico nervioso y cardíaco. Útil tanto para el trabajo físico, como para la tarea intelectual

Es indicado para las curas hepáticas de primavera. Además, es desintoxicante, sobre todo a nivel estomacal, intestinal y pulmonar. En el germen posee una sustancia (hordeina) que actúa como antiséptico intestinal, siendo indicada en enteritis, colitis, diarreas, cólera e infecciones varias. También es útil para desintoxicar el bazo y los riñones. (Palomino, 2013, pág. 15)

Importancia: Las propiedades que posee la cebada son muy importantes como lo muestra la investigación, identificando los múltiples beneficios que tiene para la salud humana y al utilizarlos en elaboración de bebidas sus propiedades no se ven

afectados, siendo así un potencial mercado las industrias que elaboran bebidas nutricionales a base de cereales.

Antecedente 7

Autor:

Cajamarca Guartazaca Byron Gabriel

Año de publicación:

2015

Tema:

Artículo científico: Selección de una línea promisorio de cebada Bio-Fortificada, de grano descubierto y bajo contenido en fitatos, en áreas vulnerables de la Sierra sur-ecuatoriana.

Resultados:

La certificación de la calidad fisiológica de semillas está basada en la prueba de germinación estándar, que se lleva a cabo en laboratorio bajo condiciones controladas de temperatura, humedad y sanidad, de tal modo que los resultados de la misma semilla en almárgo ocasionalmente son menores a los porcentajes reportados por dicha evaluación.

Importancia:

En esta investigación muestra de manera clara y didáctica el manejo técnico del cultivo, tema que aunque no pertenece a mi área de estudio, es importante conocer para entender el proceso que deben seguir los productores para una correcta producción de la cebada y obtener la certificación necesaria para poder acceder a mercados internacionales.

Antecedente 8

Autor:

Marco Barrera

Año de publicación:

2011

Tema:

Artículo científico: Situación y Desempeño de las PYMES de Ecuador en el Mercado Internacional

Resultados:

Expertos que estudian al sector, mencionan la existencia de dificultades externas que limitan la participación de la pequeña industrial en las exportaciones. Estas son:

- Gerentes y Jefes de Marketing desconocen el comportamiento y preferencias de los mercados
- Determinados países mantienen prohibiciones de importar a determinados artículos o asignan cupos mínimos, pese a ser los patrocinadores del libre comercio.
- El dilatado proceso para obtener un “permiso previo de importación”, obstaculiza, eleva los costos y desmotiva a que los pequeños industriales realicen inversiones para ampliar su producción hacia mercados externos.
- Las normas sanitarias y las exageradas normas de calidad que tiene que cumplir una pequeña industria para exportar y los trámites burocráticos alrededor de ellos, constituyen aspectos que son muy difícil superarlos.
- En muchos casos es evidente el incumplimiento de los compromisos de integración, lo que da un descrédito a los acuerdos comerciales de carácter

bilateral y multilateral, ante lo cual se hace notorio el escepticismo de producir para exportar.

- Otras de las dificultades es que los medios de transporte terrestre, aéreo, marítimo, y de comunicación, hasta ahora no operan con calidad y cobertura, lo que entorpece el contacto y la información diaria que deben tener las empresas para concretar sus negocios.

Concomitantemente se dan dificultades internas para facilitar un buen clima de producción y negocios internacionales. Entre otros, se menciona a los siguientes:

- Inestabilidad política en los tres poderes del Estado.
- Pronunciada crisis económica que no puede ser superada.
- Conflictos sociales constantes y falta de diálogo permanente para superarlos.
- Existe un marco legal que se cambia según los intereses de los grupos de poder económico y político.
- Los capitales privados han sufrido una serie de atropellos y confiscaciones que ha creado una total desconfianza en el sistema financiero.
- La crisis del sistema financiero aún no logra ser superada lo cual dificulta la recuperación del sector productivo, con un crédito bastante limitado.
- Se han dado normas laborales anacrónicas que da pocas posibilidades de entendimiento entre gobierno, empleadores y trabajadores.
- El contrabando constituye una práctica común anquilosada y de difícil superación, que da lugar a que la pequeña industria opere en un medio de un clima de competencia desleal.
- Las políticas gubernamentales para promover las exportaciones, además de ser tenues y poco efectivas, estas no se han cumplido en un 100%.

Importancia:

Esta investigación muestra claramente los principales impedimentos que enfrentan las pequeñas empresas para llegar a los mercados internacionales y cuáles serían las alternativas para las mismas si desean llegar a comercializar fuera del territorio nacional.

Antecedente 9

Autor:

Ing. Darwin Ordoñez Iturralde

Año de publicación:

2012

Tema:

Artículo científico: El comercio exterior del Ecuador: análisis del intercambio de bienes desde la colonia hasta la actualidad.

Resultados:

Los principales mercados de exportación de nuestros productores están dados por: América con una dependencia del 81% del total de los mercados, principalmente Estados Unidos, seguido por Perú, Colombia, Chile, Venezuela y Panamá. En segundo lugar, el mercado europeo con un 16% y 3% el mercado asiático. En importaciones la participación del volumen de los principales

productos está conformado de la siguiente manera: Materia Prima 54.59%, Combustibles y Lubricantes 31.85%, Bienes de Consumo 9.42%, Bienes de Capital 4.92%, diversos 0.02%.

De los actuales momentos podemos inferir que el Ecuador se encuentra en un proceso de diversificación de mercados muy a pesar que en términos de proporciones la importancia del mercado asiático sobre el total ha disminuido, no porque existe menos interés en Asia sino más bien que los precios de los productos que se negocian en el mismo han tenido fluctuaciones demasiado extremas que provocan en término porcentual una caída pero al mismo tiempo representan, en divisas, más cantidad recursos, al igual que las importaciones han crecido en volumen desde este mercado.

En conclusión, el Ecuador un país pequeño de extensión territorial pero grande en abundancias de recursos primarios ha sido bendecido por Dios y saqueado por el hombre. Irrespetado en época de conquista, vilipendiado por conquistadores, denigrado a ser desde la colonia un territorio de segundo orden, lo que no permitió en aquel entonces aprovechar las bondades del Ecuador sino que sólo servían a la acumulación de riquezas por parte de la Corona Española, posteriormente por los conquistadores, Mayorazgos, capellanías y después por los nobles criollos, todos ellos nunca quisieron cambiar el statu quo sino más bien se aprovecharon del mismo para poder ejercer ahora el control de las actividades políticas y económicas.

No debemos olvidar que hemos vivido de varios auges económicos que representaron en su momento ingentes sumas de dinero al estado, pero que nunca sirvieron para generar el desarrollo económico e industrial que el Ecuador necesitó, sólo los aprovechamos, el cacao, café, banano, camarón, petróleo y en no muchos años venideros diremos que nuevamente el oro.

Importancia:

Existe un cambio de políticas aplicadas al comercio exterior que intentan fomentar el crecimiento a través de la diversificación de la matriz productiva del Ecuador. Así mismo, se ha evidenciado una elevada aplicación de medidas proteccionista para contrarrestar las políticas cambiarias aplicadas por los países vecinos. Un nuevo modelo de sustitución de importaciones y la implementación del argumento de industrialización e industria nacientes en un marco legal regulatorio de la Producción, Inversión y Comercialización que apunta a afianzar bases sólidas para un comercio justo, equitativo, inclusivo y enmarcado en políticas estratégicas de largo plazo.

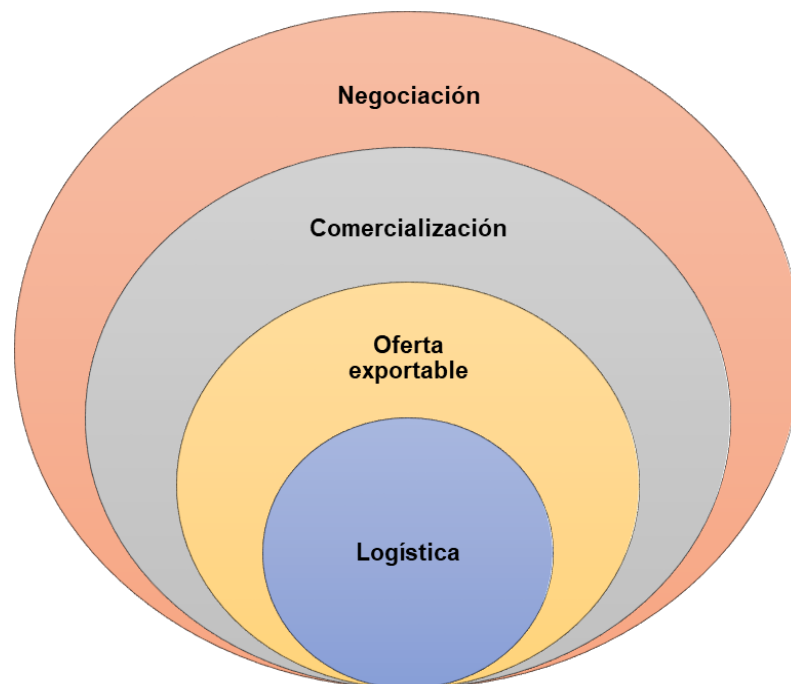
Elaborado por: Evelyn Terán

2.2. MARCO TEÓRICO

Gráfico 1. Variable I: Mercados internacionales



Gráfico 2. Variable II: Comercialización



Elaborado por: Evelyn Terán

2.2.1. Globalización

Este fenómeno mundial no escapa de ninguna área de estudio, y es importante que se entienda desde sus diferentes puntos de vista.

“La globalización supone un complejo proceso en el que se conjugan relaciones internacionales de varios tipos: comerciales, políticos, humanos, sociales, económicos, financieros, industriales, culturales y de cualquier otra índole. Cuando se hace referencia a la palabra globalización se vienen a la mente ideas de unión, de derribamiento de fronteras, de cooperación, de libertad y progreso para los pueblos”. (Gaggini, 2017, pág. 1)

La globalización ha significado una ayuda significativamente mayor para los países desarrollados porque su realidad les permite producir en economía de escalas vendiendo productos de buena calidad a precio accesible ya que reducen los costos de producción, es así que la calidad se convierte en el factor mas indispensable para la competitividad en desarrollo de una empresa y estar al nivel que exige la globalización.

2.2.2. Concepto

Giddens (1999); define a la globalización “como un proceso social que resulta en grupos de personas cada vez más grandes, que viven en circunstancias en las cuales las instituciones están desarraigadas, y a su vez vinculan prácticas locales con relaciones sociales globalizadas que organizan aspectos importantes de la vida cotidiana”. (párr. 3),

En este sentido, se observa que para Giddens, la globalización no es algo que sólo concierne a los economistas, sino que viene a ser una serie de procesos sociales y culturales que afectan a los individuos en un sentido pleno a nivel de sus vidas cotidianas.

La globalización tiende a eliminar fronteras, banderas y barreras donde los consumidores son los habitantes de todo el planeta, lastimosamente en un mundo globalizado donde se exige la calidad total, la organización producción los países en vía de desarrollo van perdiendo, mientras que las grandes empresas de países desarrollados con tecnología de punta arrasan el mercado internacional con justa razón estamos invadidos de compañías internacionales transnacionales.

2.2.3. Dimensión económica

La globalización es un fenómeno implantado en los diferentes ámbitos del mundo tanto en lo cultural como en lo social y sin duda se ve afectada la parte económica.

“En su dimensión económica la globalización puede ser entendida como una nueva fase de expansión del sistema capitalista que se caracteriza por la apertura de los sistemas económicos nacionales, por el aumento del comercio internacional, la expansión de los mercados financieros, la reorganización espacial de la producción, la búsqueda permanente de ventajas comparativas y de la competitividad que da prioridad a la innovación tecnológica, la aparición de elevadas tasas de desempleo y el descenso del nivel de las remuneraciones”.
(Gaggini, 2017, pág. 2)

Dentro del mundo globalizado no es secreto que los países subdesarrollados o en vías de desarrollo, participan como abastecedores de materia prima, siempre y cuando al menos esten organizados para exportar dichos productos primarios o con poca manufactura , mientras que los países desarrollados intervienen como proveedores de maquinaria y tecnología de punta para la transformación de nuestra materia prima y vendiéndonos productos elaborados a precios más elevados.

2.2.4. Oportunidades y Amenazas de la Globalización

Como todos los grandes fenómenos de la historia de la humanidad, la globalización es portadora de riesgos y oportunidades.

2.2.5. Oportunidades

- “Mejorar las condiciones de acceso a los mercados que anteriormente se hallaban fragmentados.
- Los flujos de información, tecnología y capital han sido los que han incrementado su movilidad.
- Crea nuevas oportunidades en tanto incrementa la competencia, sienta las bases para el establecimiento de nuevas alianzas empresarias y sociales”. (Gaggini, 2017, pág. 3)

2.2.6. Amenazas

- “La heterogeneidad de un fenómeno que se aplica a los bienes, servicios, capitales y de manera bastante desigual, a los hombres.

- Aquellos que mantienen un empleo de producción o de servicio de carácter personal, ven el empeoramiento de su nivel de vida.
- El riesgo de marginamiento de los más pobres se ve aumentado por el hecho de que los países más avanzados tienden a concentrar la asistencia para el desarrollo en los países pobres que menos manifiestan una voluntad de movilizar todos sus recursos para salir adelante por sí mismos.
- Peligro de que se agraven los conflictos comerciales o que estallen crisis financieras”. (Gaggini, 2017, pág. 3)

En un mundo globalizado los ricos han aprovechado para aumentar su riqueza y por otro lado los pobres ahora tienen más necesidades, esto en gran parte se debe a que los productos de los mercados internacionales, especialmente de las grandes potencias, han invadido los mercados nacionales y por ser de mejor calidad o llegar a buen precio acaparan la demanda, convirtiéndose en una injusticia socio-económica y financiera porque se deja de consumir lo que se produce internamente en cada país.

2.3. Internacionales

2.3.1. Mercado

“El mercado es el espacio físico o conceptual donde se realizan o desean realizar diferentes tipos de transacciones comerciales de bienes o servicios, esta actividad incluye al conjunto de compradores o posibles compradores, sus necesidades, la capacidad de compra, usos y costumbres, canales de distribución, los oferentes y sus competidores”. (Lerma, 2010, pág. 199).

El mercado está dominado por dos fuerzas invisibles que son la oferta y la demanda, se tiene entendido que a mayor oferta los productos bajan de precio y a mayor demanda el precio tiende a subir. Cuando hay demasiada oferta los consumidores se benefician y por otro lado los productores se van a la quiebra, mientras que cuando los productos suben se crea una crisis para el consumidor que es el encarecimiento de los bienes de consumo y los comerciantes salen beneficiándose, por eso es necesario que exista un equilibrio entre la oferta y la demanda.

2.3.2. Mercado Internacional

En cuanto al ámbito internacional, el mercado se encuentra fuera de las fronteras del país de origen de un producto o servicio y para llegar a estos mercados internacionales es necesario la utilización de mecanismos y estrategias diferentes a las que normalmente se utilizarían para un mercado nacional. (Lerma, 2010, pág. 199).

Dentro del mercado internacional se juegan muchas más cosas que al llegar a un mercado nacional, por lo que es importante estar organizados o asociados para realizar exportación, además se debe trabajar en la calidad del producto, precio y políticas gubernamentales que le garanticen el justo precio de venta del producto que llegue a un mercado internacional.

2.3.3. Mercado Meta

Es indispensable identificar los diferentes mercados para una posible inserción en un mercado ajeno al de procedencia de un bien o servicio.

“Para lograr una exportación exitosa es necesario realizar una buena selección del mercado o mercados meta internacionales, analizando tanto las cualidades como debilidades de la organización y del bien o servicio que se pretende vender en el exterior, al mismo tiempo se debe tomar en cuenta factores como necesidades por cubrir, capacidad de compra, atractividad del mercado, proximidad, acuerdos comerciales y barreras de entrada a dicho mercado”. (Lerma, 2010, pág. 203)

Es necesario separar a una población global en grupos más pequeños que tengan características en común para de esta manera atender mejor sus requerimientos, por ejemplo se puede dar una identificación por el área geográfica de un posible mercado como puede ser la población fronteriza porque no tendría los mismos costos vender a países lejanos que a los más cercanos.

2.3.4. ¿Cómo identificar el mercado internacional?

Según Ayala, L. (2009) manifiesta:” al analizar el macro-entorno en el que opera o piensa operar una empresa, es importante identificar los factores que podrían afectar a un número importante de variables vitales que pueden influir en los niveles de oferta y demanda y en los costos de la empresa”.

“Desde ya largo tiempo se han venido desarrollado varias herramientas de planificación estratégica, que permiten clasificar el vasto número de posibles situaciones que podrían

impactar a una empresa. El Análisis PEST es una de ellas y se usa para clasificar varios factores del macro-entorno. Este análisis permite examinar el impacto en la empresa de cada uno de esos factores y establecer la interrelación que existe entre ellos. Las fuerzas del macro-entorno están conformadas por factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos”. Estos factores constituyen el marco de referencia para desarrollar el denominado análisis PEST. (Ayala, 2009).

Debe haber concordancias lógicas políticas, administrativas, financieras y económicas, además convenios estatales nacionales e internacionales, que garanticen la libre exportación en un comienzo de materia prima, después manufactura, maquinaria y equipos o tecnología. Como se observa los productores que exportan han progresado significativamente, como por ejemplo la exportación del café de Intag al Japón.

2.3.5. Alternativas de mercados internacionales

2.3.5.1. Definición

Para entender que son las alternativas de mercados internacionales se divide el concepto de cada término teniendo así:

Alternativa: Según Merino (2014), “es una palabra que procede del francés *alternative*, que es la opción que existe entre dos o más cosas, por lo tanto, una alternativa es la acción de optar o elegir entre dos o más posibles acciones que lleven a un mismo fin”.

Mercado internacional: Según el Diccionario de Economía (2013), “se le conoce como mercado internacional al conjunto de actividades comerciales realizadas entre compañías de diferentes países y atravesando las fronteras de los mismos. Se trata de una rama del comercio el cual ha venido a cobrar mayor importancia hoy en día debido al fenómeno de la globalización”.

Por lo tanto, se puede definir a las alternativas de mercados internacionales como la opción o capacidad de elegir que tiene una empresa o asociación para vender un producto o servicio atravesando las fronteras de su país de origen; o en otras palabras una alternativa de mercado internacional es quien demanda un producto o servicio que otro puede ofrecer y cubrir necesidades.

2.3.5.2. Importancia

“La existencia de alternativas de mercados internacionales permite el desarrollo de las economías, puesto que los diferentes países 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 en el país oferente de dicho bien o servicio”. (Roa, 2013, pág. 1).

En un principio todo país en vías de desarrollo exportan bienes primarios, en una segunda etapa la materia prima que producen la transforman en productos elaborados o semielaborados aumentando significativamente sus ingresos económicos y posteriormente lo óptimo sería comercializar productos terminados como maquinaria y equipos que nos permitan competir en iguales condiciones con las actuales potencias.

2.3.5.3. Determinación de las alternativas de mercados internacionales

Para la correcta toma de decisiones de a qué mercado exportar, es necesario desarrollar tres estudios básicos como lo son: Estudio de Mercado, Estudio Técnico y Estudio Financiero o Económico. La elaboración de estos estudios permitirá establecer los fundamentos metodológicos necesarios para la evaluación de un proyecto de exportación, bajo el esquema integral de la toma de decisiones.

2.4. Estudio de Mercado

“La realización de un estudio de mercado, con el objeto de cuantificar la demanda potencial insatisfecha de cualquier producto, requiere de una serie de capacidades tanto básicas como superiores.

Los objetivos del estudio de mercado son los siguientes:

- Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado.
- Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.
- Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.
- Como último objetivo, tal vez el más importante, pero por desgracia intangible, dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no aceptado en el mercado.

Una demanda insatisfecha clara y grande no siempre indica que pueda penetrarse con facilidad en ese mercado, ya que éste puede estar en manos de un monopolio u oligopolio. Un mercado en apariencia saturado indicará que no es posible vender una cantidad adicional a la que normalmente se consume”. (Urbina, 2010, pág. 12).

Al mercado se le considera como la identificación, creación y mantenimiento de clientes satisfechos dentro de un marco rentable, a través de un proceso que acople las necesidades del consumidor con los recursos y objetivos de la empresa asociativa.

El estudio de mercado dentro de un proyecto productivo de exportación tiene que estar encaminado al consumidor potencial a nivel de grandes proveedores o distribuidores .

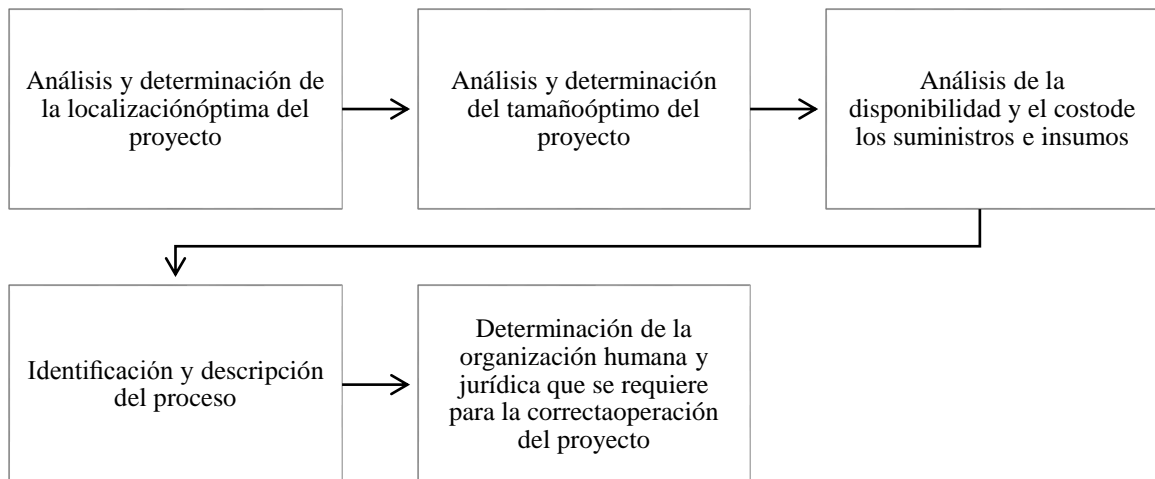
2.5. Estudio Técnico

Los objetivos del análisis técnico-operativo de un proyecto son los siguientes:

- Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto que se pretende.
- Analizar y determinar el tamaño, la localización, los equipos, las instalaciones y la organización óptimos requeridos para realizar la producción.

En sinopsis, se pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico-operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto. Las partes que conforman el estudio técnico son:

Gráfico 3 Análisis del estudio técnico



Fuente: Evaluación de Proyectos, 6ta Edición, Gabriel Baca Urbina, pág. 74.

Elaborado por: Evelyn Terán

2.6. Estudio Financiero

Una vez que el investigador concluye el estudio hasta la parte técnica, se habrá dado cuenta de que existe un mercado potencial por cubrir y que no existe impedimento tecnológico para llevar a cabo el proyecto. La parte del análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica. (Urbina, 2010, pág. 139)

El objetivo fundamental del estudio financiero es determinar la sustentabilidad financiera y económica de la inversión, entendiéndose como dos clases de inversión que es la fija que es la Propiedad Planta y Equipo y la Inversión Variable que es el capital de trabajo entendiéndose como la capacidad que tiene un proyecto de generar liquidez y retorno, bajo un nivel de riesgo aceptable, a través de la evaluación de la inversión y sus resultados.

2.7. Demanda

2.7.1. Definición

La demanda se define como la cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en el mercado por un consumidor. La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tienen del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo tanto, en el estudio habrá que tomar en cuenta información

proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos, entre otros. (Urbina, 2010, pág. 15)

Según Urbina (2015), se entiende por demanda al llamado consumo nacional aparente (CNA), que es la cantidad de determinado bien o servicio que el mercado requiere, y se puede expresar como:

Demanda= CNA= producción nacional + importaciones – exportaciones

La demanda es la parte más fundamental en el proyecto de inversión de exportación porque son los ingresos y la razón del mismo, la satisfacción de un reto al momento de escoger las diferentes alternativas de inversión. Cuando no existe saturación de productos en vez de demanda prácticamente el proyecto no es factible, por lo que es necesario que exista una demanda considerable para poner en marcha el proyecto.

2.7.2. Métodos de proyección

Para Urbina, (2015) los cambios futuros, no sólo de la demanda, sino también de la oferta y de los precios, se conocen con cierta exactitud si se usan las técnicas estadísticas adecuadas para analizar el presente. Para ello se usan las series de tiempo, pues lo que se desea observar es el comportamiento de un fenómeno respecto del tiempo.

Es necesario realizar las proyecciones futuras basadas en los consumos pasados con la finalidad de establecer si existirá la suficiente demanda insatisfecha para realizar el proyecto.

2.7.3. Método de las medias móviles. -

Se recomienda usarlo cuando la serie es muy irregular. El método consiste en suavizar las irregularidades de la tendencia por medio de medias parciales. El inconveniente del uso de medias móviles es que se pierden algunos términos de la serie y no da una expresión analítica del fenómeno, por lo que no se puede hacer una proyección de los datos a futuro, excepto para el siguiente periodo.

2.7.4. Método de mínimos cuadrados. -

Consiste en calcular la ecuación de una curva para una serie de puntos dispersos sobre una gráfica, curva que se considera el mejor ajuste, el cual se da cuando la suma algebraica de las desviaciones de los valores individuales respecto a la media es cero y cuando la suma del cuadrado de las desviaciones de los puntos individuales respecto a la media es mínima.

2.7.5. Ecuaciones no lineales. -

Cuando la tendencia del fenómeno es claramente no lineal, se utilizan ecuaciones que se adapten al fenómeno. Los principales tipos de ecuaciones no lineales son: la parabólica, definida por una ecuación clásica de parábola. (Urbina, 2010, págs. 17,18)

Cualquier método estadístico que se utilice tendrá como consecuencia los posibles resultados que se obtendrán en el futuro ya sea en precio o ventas.

2.7.6. Demanda Potencial Insatisfecha

Es la cantidad de bienes o servicios que probablemente el mercado consuma en los años futuros. Cuando se tienen los dos datos graficados de oferta-demanda y sus respectivas proyecciones en el tiempo, ya sea con dos o tres variables, la demanda potencial se obtiene con una simple diferencia, año con año, del balance oferta-demanda, y con los datos proyectados se puede calcular la probable demanda potencial o insatisfecha en el futuro. (Urbina, 2010, pág. 43).

A parte de obtener un posible número exacto de la demanda potencial insatisfecha, es necesario tomar en cuenta otros factores que existen en el mercado y que también pueden influenciar.

La exportación de cebada se podrá captar espacio en el mercado siempre que la demanda global sea mayor que la oferta global en cuyo caso se ha determinado la existencia de demanda insatisfecha.

2.7.7. Negociación

En la actualidad las empresas por medio de sus empresarios o representantes, se ven constantemente envueltos en negociaciones de diferente índole. Por ello, negociar, y negociar bien, adquiere una fundamental importancia para poder lograr mejores relaciones en la vida empresarial y, como consecuencia, más agradables y sólidas posiciones.

2.7.7.1. Definición

Según Corvalán Muñoz, (2012) manifiesta la negociación se define como: “el proceso mediante el cual, dos o más partes que por cualquier motivo tienen una relación de dependencia (es decir que necesitan algo el uno del otro) hacen tratos con el objetivo de conciliar sus diferencias.”

La negociación es un proceso en el que intervienen dos o más partes interesadas y se basa en una comunicación efectiva en donde las partes exponen sus necesidades y requerimientos con el único fin de obtener lo que desean en las mejores condiciones posibles.

En cuanto a las negociaciones internacionales se puede decir que son procesos complejos, esquematizados y de gran volatilidad, diferentes a la negociación nacional, que se dan entre empresas de dos o más naciones o entre las propias naciones para lograr un objetivo económico desde los puntos de vista individuales e internacionales. (Restrepo, 2007, pág. 5).

El diálogo diplomático entre las partes negociantes se enmarca en el encontrar el punto de equilibrio, determinando así el precio más justo para que las partes obtengan una rentabilidad y ninguna de las partes se vea perjudicada.

2.7.7.1.4. Importancia

Para Restrepo (2007), es innegable la importancia que tiene la negociación en nuestras vidas. “Una negociación buena o mala puede llevarnos al éxito o al fracaso. En el caso de las negociaciones en las organizaciones, estas son intensamente competitivas y ahí radica la importancia de saber negociar. Sobre todo, en esta época de recesión económica, una buena negociación cobra vital importancia”. (pág. 3).

Para realizar una negociación comercial será necesario que los negociadores o interlocutores conozcan bien del producto, precio y del mercado que se pretende ingresar, caso contrario la negociación puede ser un fracaso.

2.7.8. Etapas de una negociación

En la negociación existen cuatro etapas que se debe seguir para llegar a un trato en donde ambas partes estén de acuerdo y conformes con el convenio, estas son:

2.7.8.1. Preparación:

Es donde las partes deben desarrollar los planes para lograr una buena negociación

Durante este lapso el buen negociador debe procurar:

- Conocer al oponente lo mejor posible.
- Descubrir las debilidades, fortalezas y necesidades de la otra parte.
- Seleccionar las estrategias más adecuadas.
- Razonar en que cosas se está dispuesto a ceder.
- Buscar alternativas, para poder combatir los posibles obstáculos que puedan surgir en la negociación.
- Ensayar nuestra posición en la negociación (Caballero, 2016, pág. 1)

2.7.8.2. Discusión:

En esta parte es cuando se encuentran por primera vez frente al adversario, estos primeros instantes deben ser al tanteo y no se debe apresurar, sino que se debería:

- Conocer la postura de la otra parte, antes de delatar la nuestra.
- Definir ideas y evitar interpretaciones erróneas de la posición de los otros.
(Caballero, 2016, pág. 2)

2.7.8.3. Cierre:

En este punto se concretan los pequeños detalles, de esta etapa depende que la negociación se cierre o se anule. Para ello:

- Se buscarán objetivos comunes de ambas partes.
- Se negociarán los puntos más difíciles.
- No se presionará a la otra parte, a menos que sea necesario. (Caballero, 2016, pág. 3)

2.7.8.4. Acuerdo:

En este punto se culmina la negociación, es en la que ambas partes intentan obtener el máximo beneficio. (Caballero, 2016, pág. 3)

2.8. Términos de Negociación Internacional (INCOTERMS)

La Cámara de Comercio Internacional (ICC) es la única organización empresarial representativa ante la Organización de las Naciones Unidas, encargada de formular y emitir las actualizaciones necesarias de los INCOTERMS (Internacional Commerce Terms) para el manejo de un lenguaje común en las negociaciones internacionales.

“Los INCOTERMS se identifican con tres letras y establecen el momento de la transferencia de los riesgos del vendedor hacia el comprador y las principales obligaciones a las que ambas partes se comprometen”. (Lerma, 2010, pág. 165).

Vender siempre será un riesgo aun tratándose de productos alimentarios que son perecibles que necesitan llegar al cliente de manera rápida, con todos los controles sanitarios.

2.8.1. Clasificación de los INCOTERMS 2010

Tabla 2 Clasificación de los Incoterms

	EXW (En Fábrica)
	FCA (Franco Porteador)
	CPT (Transporte Pagado Hasta)
Reglas para cualquier modo o modos de transporte	CIP (Transporte y Seguro Pagado Hasta)
	DAT (Entregada en Terminal)
	DAP (Entregada en Lugar)
	DDP (Entregada Derechos Pagados)
	FAS (Franco al Costado del Buque)
Reglas para transporte marítimo y vías navegables interiores	FOB (Franco a Bordo)
	CFR (Costo y Flete)
	CIF (Costo, Seguro y Flete)

Fuente: Pro Ecuador

Elaborado por: Evelyn Terán

2.8.2. Comercialización

2.8.2.1. Origen

“Desde que el hombre tiene necesidades, surge el comercio. Estas necesidades son las de comer, vestirse, protegerse, ya sea de las inclemencias del clima o de otros. Al darse cuenta el hombre de que no todo lo que tenía a su alcance era suficiente vio la manera de cómo cubrir esa necesidad a través de otros y a esto se le llamo “trueque”. A partir de ahí se puede decir que apareció el comercio, desde ese momento el hombre partió para establecer diferentes formas de comercio”. (Garita, 2006)

La comercialización se convierte en una acción dinámica dirigida a un grupo de persona que tienen como común denominador el objetivo de identificar clientes potenciales y hacerles conocer los productos o servicios propios de la empresa, y motivarlos para que adquieran.

2.8.2.2. Definición

Según el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (2012), se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para

uso, para su venta o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor o en su equivalencia monetaria.

En resumen, se puede decir que la comercialización es el conjunto de acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales o individuos.

2.8.2.3. Comercio Internacional

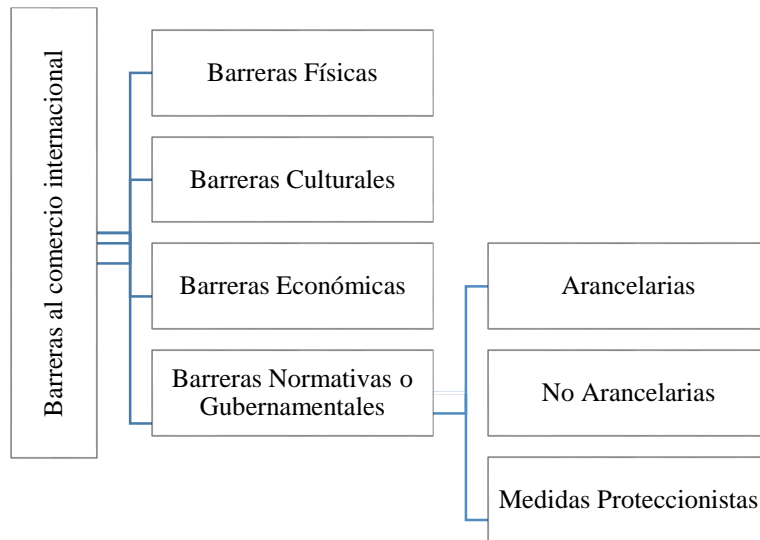
Para Raúl Requena (2015), “el comercio internacional es: “el flujo de elementos (todo aquello que pueda ser comercializable) entre dos o más países, con el propósito de generar riqueza, organizado mediante instituciones reguladoras (nacionales o internacionales), sin alterar el orden o adecuado restablecimiento del medio ambiente” (pág. 6).

El comercio internacional globalizado es exigente e impecable requiere de calidad total, por eso los procedimientos de control de calidad debe ser eficiente y efectivo.

2.8.2.4. Barreras al Comercio Internacional

Se consideran barreras comerciales todas aquellas situaciones y disposiciones que obstaculizan el intercambio de productos o servicios en un mercado determinado.

Gráfico 4 Barreras del Comercio Internacional



Fuente: Libro de Alejandro Lerma, 2015, pág. 296

Elaborado Por: Evelyn Terán

2.9. Oferta

2.9.1. Definición

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

2.9.2. Análisis de la Oferta

“El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc. La investigación de campo que se haga deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrollará el proyecto”. (Urbina, 2010, pág. 41)

Es necesario establecer las cantidades que suministran los productores del bien que se va a ofertar en el mercado; analizando principalmente las condiciones de producción de las empresas productoras más importantes. Se referirá a la situación actual y futura, y deberá proporcionar las bases para prever las posibilidades del proyecto en este caso de exportación de cebada en las condiciones de competencia existentes.

2.9.1.1. Producto

“En la aplicación del comercio internacional el producto es todo aquel bien o servicio susceptible de comercialización en mercados externos al de su origen. Como datos primordiales del producto se considera la clasificación general y arancelaria; y las especificaciones respectivas del producto”. (Lerma, 2010, pág. 110).

El producto no puede ser vendido en su estado natural por lo que es necesario poderlo comercializar en un envase y un embalaje para su correcta trasportación y conservación.

2.9.1.2. Envase. -

“El envase (o empaque) forma parte del producto y constituye un elemento importante en la generación de un producto exportable, no sólo por la serie de normas que al respecto existen a nivel internacional, tampoco por su función primordial de aglutinar y proteger al producto, sino también porque en muchas ocasiones es el elemento que llama la atención del consumidor y, en cierta forma, le sugiere que su contenido vale la pena y debe comprarlo y consumirlo”. (Lerma, 2010, pág. 111)

Gracias al buen envase del producto facilita de manera significativa la conservación y transporte de un producto que contiene, por lo que los alimentos especialmente deben ser envasados para que llegue en buen estado al destino.

2.9.1.3. Embalaje. -

“El embalaje tiene por función agrupar y asegurar los productos para su embarque y transporte hasta los centros de distribución, es por ello que es muy importante determinar el embalaje más apropiado para que los productos conserven su calidad y no sufran ningún desperfecto en el trayecto hacia su destino final en el exterior”. (Lerma, 2010, pág. 113).

El embalaje no es más que la manera de presentar un producto al cliente con el fin de manipularlo, destacarlo, diferenciarlo, protegerlo o darle una satisfacción adicional o un valor agregado.

2.9.1.4. Precio

Según Lerma (2010), “el precio es la cuantificación en dinero de un valor que depende de la utilidad que el producto tenga para satisfacer las necesidades o deseos de quien adquiere el

producto o servicio. Por otro lado, en relación con el oferente y en una economía de libre mercado, el precio es el valor monetario de cambio que se le asigna al producto con el fin de obtener un beneficio económico”. (pág. 161).

El precio expresa cual es monto de dinero asignado a un producto o servicio, o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de tener o usar un producto o servicio.

2.9.1.5. Factores determinantes del precio

El precio a nivel internacional es el monto convenido por la adquisición de productos entre compradores y vendedores localizados en diferentes países

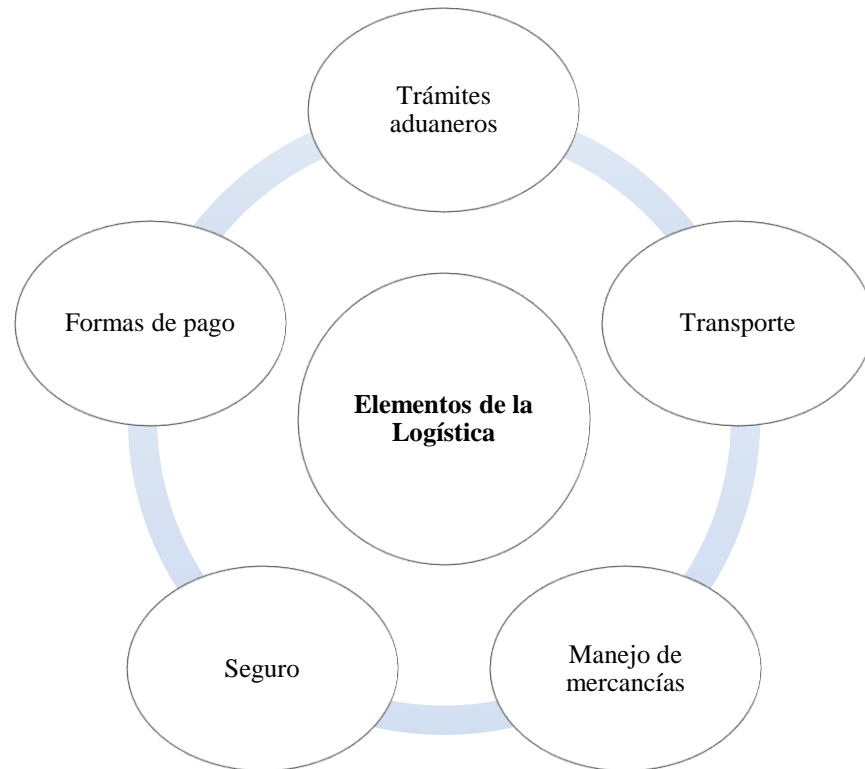
Para Lerma (2010),” establecer dichos precios toma en cuenta un conjunto de factores como:

- Oferta frente a demanda
- Objetivos comerciales
- Elasticidad de la demanda
- Incoterms
- Competencia
- Situación actual del mercado
- Rentabilidad deseada

2.9.1.6. Logística

La logística comprende el conjunto de acciones y trámites necesarios para hacer llegar de la mejor manera la mercancía desde el punto de origen hasta el cliente final. La logística de exportación comprende:

Gráfico 5. Logística



Fuente: Libro de Alejandro Lerma, 2015, pág. 577
Elaborado Por: Evelyn Terán

2.10. Análisis de los elementos de la Logística

- “La tramitación aduanera comprende el cumplimiento de la tramitación y documentación requerida por la autoridad aduanera estipulada en la respectiva legislación para el ingreso o salida de las mercancías del territorio nacional.
- El transporte puede ser aéreo, marítimo y terrestre; la combinación de estos se lo conoce como transporte multimodal y el valor del mismo dependerá del tipo de servicio que se contrate y de la cantidad en relación al peso y volumen de las mercancías a movilizar.
- El manejo de las mercancías se relaciona directamente con la forma de manipular las mercancías, incluye el embalaje, almacenaje y estiba.
- El seguro es un contrato entre el exportador o el importador y la entidad aseguradora, misma que es responsable de cubrir los daños que sufrieran las mercancías en las condiciones que se estipule en el respectivo contrato de seguro.
- Existen diferentes formas de pago aplicables al comercio exterior entre las que se destacan: efectivo, cheque, giro bancario, letra de cambio, carta de crédito, cobranza personal, transferencia de fondos y orden de pago”. (Lerma, 2010, pág. 597).

El cumplimiento de toda la normativa de exportación demanda tiempo por ser a veces engorrosa y muchas veces depende de voluntades ajenas que por algún error o saltarse algún procedimiento puede truncarse la exportación, por lo que es necesario cumplir con todos los parámetros establecidos.

2.11. TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

- La teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith

Esta teoría fue anunciada por Adam Smith (1723-1790); sostiene que, con el libre comercio, cada país podría especializarse en la producción de aquellos bienes en los cuales tuviera una ventaja absoluta (o que pudiera producir de manera más eficiente que otros países) e importar aquellos otros en los que tuviera una desventaja. Esta especialización internacional conduciría a un incremento de la producción mundial, el cual sería compartido por los países participantes en el comercio.

Relación: Si bien el Gobierno ha intentado trabajar para que el Ecuador cambie la matriz productiva y dejemos de ser un país exportador de materia prima y se industrialice, es un panorama muy alejado de la realidad ya que la falta de tecnología y de facilitación al ingreso de inversión extranjera ha dificultado esa transformación y Ecuador sigue siendo un país dedicado a la producción de productos primarios, es así que aplicando la especialización podemos ganar ventaja absoluta sobre otros países. Nuestra tierra ampliamente bendecida está en condiciones de producir ampliamente diversos pero concentrados bienes como lo sería la cebada en la región sierra.

- La ventaja comparativa de David Ricardo

El concepto de ventaja comparativa es uno de los fundamentos básicos del comercio internacional. Asume como decisivos los costes relativos de producción y no los absolutos. En otras palabras, los países producen bienes que les supone un coste relativo más bajo respecto al resto del mundo.

El modelo de la ventaja comparativa fue desarrollado por el economista David Ricardo como respuesta y mejora de la teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith. Según el punto de

vista aportado por Ricardo en el siglo XIX, los países se especializan en la producción y exportación de aquellos bienes que pueden producir con costes relativamente más bajos.

Relación: Los incentivos proporcionados por el Estado y la empresa privada hacia el sector productivo de cebada, ha desencadenado un fenómeno muy beneficioso para los productores, pudiendo obtener un producto de calidad a costos mucho más bajos que la competencia internacional. Si a lo anterior se suma la mano de obra bajo la figura de asociatividad, los resultados son aún más beneficiosos y se lograría un precio muy accesible y por debajo de la competencia.

- **La Nueva teoría del Comercio Internacional de P. Krugman**

El enfoque de Krugman se basa en la premisa de que hay muchos bienes y servicios que pueden producirse más baratos en serie, un concepto generalmente conocido como economía de escala. Al mismo tiempo, los consumidores demandan un suministro variado de bienes. Como resultado de ello, una producción a pequeña escala para un mercado local es sustituida por una producción a gran escala para el mercado mundial, cuyas empresas compiten con productos similares a los de otras.

Las teorías tradicionales sobre comercio asumen que los países son diferentes y explican por qué algunos países exportan productos agrícolas a zonas que exportan bienes industriales. La nueva teoría aclara por qué el comercio mundial está dominado, de hecho, por países que no sólo presentan condiciones similares, sino que también comercian con productos similares. Krugman presenta un modelo en el que incluye los costes de transporte. Si el comercio resulta costoso, la producción podrá concentrarse en el mercado interno de mayor tamaño, aunque exista cierta demanda en el extranjero.

Relación: A mayor producción de un bien los costos finales de un bien se disminuyen, transformándose en una producción a escala, mientras que por otro lado los países no se limitan a un solo proveedor, sino que entre más variedad exista de estos, puede haber una competencia más igualitaria. Por otro lado, la distancia entre los países y los costos de transporte también influyen al momento de optar por un país con el cual haya posibles negociaciones futuras, en este caso al entablar relaciones comerciales con un vecino país aumentarán las posibilidades de llegar a buenos acuerdos. Las condiciones similares entre ambos países no es un limitante según la teoría de Krugman, más bien es un punto a favor.

Análisis:

De todo lo expuesto se deduce que las tres grandes teorías no se excluyen, sino que son complementarias, dado que las relaciones comerciales internacionales son muy complejas y no pueden ser explicadas por una sola causa.

Considerando que los países difieren en la abundancia relativa de factores, que las industrias varían en la intensidad factorial y que las empresas tienen diferentes productividades, obtienen nuevos e interesantes resultados. Con la liberalización del comercio, las empresas de baja productividad tienen más probabilidades de fracasar y las de alta productividad tienen una probabilidad mucho mayor de sobrevivir y crecer. Este patrón de respuestas desplaza los recursos hacia las empresas de alta productividad

III. METODOLOGÍA

3. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1. Enfoque

La investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno, el enfoque cuantitativo y cualitativo emplean procesos cuidadosos, metódicos y empíricos en su esfuerzo para generar conocimiento. (Kanade, 2017, párr. 1)

La presente investigación utilizó el enfoque cuantitativo ya que se apoyó en datos estadísticos, cuadros de frecuencia sobre consumo, producción y mediciones de exportaciones e importaciones de los mercados en estudio. De la misma manera se cuantificará los resultados en tablas y gráficos para facilitar la comprensión de dichos resultados. Al mismo tiempo se utilizará el enfoque cualitativo para tratar información sin medición numérica, la misma que nos servirá para describir las características, cualidades y la situación actual del objeto de estudio de la investigación en curso.

3.2. Tipo de Investigación

El presente trabajo de investigación tendrá tres tipos de investigación:

3.2.1. Descriptiva

Los estudios descriptivos buscan especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población. Pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren.

Mediante este tipo de investigación se especificará las características principales del tema a investigar, como son las tendencias de consumo de la población objeto de estudio y a su vez se recolectará la información necesaria para conceptualizar las variables.

3.2.2. Explicativa

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

se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables.

Gracias al tipo de investigación explicativa se podrá dar respuesta a la relación entre las variables y mediante este proceso explicar el fenómeno de la investigación.

3.2.3. Narrativa

Los estudios de investigación narrativa, permite recolectar la información sobre un hecho determinado, describir los hallazgos para un posterior análisis. Los datos se obtienen de autobiografías, biografías, entrevistas, documentos, artefactos y materiales personales y testimonios.

El tipo de investigación narrativa nos permitirá realizar el análisis e interpretación de la información recolectada a lo largo de la investigación, principalmente de las entrevistas aplicadas para recolectar la información primaria.

3.3. IDEA A DEFENDER

La existencia de alternativas de mercados internacionales permitirá la comercialización de la cebada de la Hacienda La Magdalena.

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 3. Definición y operación de las variables

Definición y operación de las variables

Idea a defender: La existencia de alternativas de mercados internacionales permitirá la comercialización de la cebada de la Hacienda La Magdalena.

Variable Independiente	Definición Conceptual de la Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Unidad de análisis	Técnica	Instrumento
Alternativas de mercados internacionales	Es la opción o capacidad de elegir que tiene una empresa o asociación para vender su producto fuera del territorio nacional.	Entorno	Factores Políticos	¿Cuál es la política comercial frente a las importaciones? ¿Cuál es la balanza comercial? ¿Cuál es el riesgo político? ¿Cuál es la situación del PIB per cápita?	Entidades gubernamentales y no gubernamentales que brindan información confiable de estos 3 países en estudio.	Fichaje	Ficha bibliográfica
			Factores Socioeconómicos	¿Cuál es el índice de riesgo país? ¿Cuál es el índice inflacionario? ¿Cuál es el índice global de competitividad? ¿Cuál es la tasa de interés activa? ¿Cuál es el Tipo de Cambio? ¿Cuál es la Tasa de Desempleo?			
			Factores Legales	¿Existen barreras arancelarias y no arancelarias?			

Mercado	Análisis de la Demanda	¿Cuál es el perfil del consumidor? ¿Cuáles son los potenciales consumidores? ¿Cuáles son sus características demográficas y geográficas? ¿Nivel de aceptación del producto?	Entidades gubernamentales y no gubernamentales que brindan información confiable de estos 3 países en estudio.	Fichaje	Ficha bibliográfica
---------	------------------------	--	--	---------	---------------------

Elaborado por: Evelyn Terán

Idea a defender: La existencia de alternativas de mercados internacionales permitirá la comercialización de la cebada de la Hacienda La Magdalena.

Variable Dependiente	Definición Conceptual de la Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Unidad de análisis	Técnica	Instrumento
Comercialización	Es el proceso mediante el cual una empresa decide participar directamente en la venta de su producto fuera de las fronteras de origen.	Entorno	Factores Políticos	¿Cuál es la política económica/ Comercial del Ecuador? ¿Cuál es la Política frente a las Exportaciones? ¿Cuál es la Balanza comercial del Ecuador? ¿Cuál es la situación actual del PIB Ecuador?	Entidades gubernamentales y no gubernamentales que brindan información confiable de nuestro País.	Fichaje	Ficha bibliográfica
			Factores Socioeconómicos	¿Cuál es el índice de Riesgo país de Ecuador? ¿Cuál es la situación actual del sector ofertante? ¿Cuál es el tamaño de la población ofertante? ¿Cuáles son los trámites para la exportación?			
			Factores Legales				

Producción (oferta)	Situación actual del sector	¿Cuántos años de constitución tiene la Asociación y cuántos socios son actualmente?	Administrador y Directivos de la Hacienda La Magdalena de la parroquia la Esperanza	Entrevista/ Observación	Cuestionario/ Ficha de Observación
	Características del producto	¿Cuántas hectáreas están destinadas a la siembra de cebada?			
	Oferta exportable	¿Qué variedades de cebada se cosecha actualmente en la Hacienda?			
	Costos de producción	¿Qué tiempo dura el periodo de cultivo? ¿Cuál es la capacidad y el costo de producción de cebada (anual)? ¿Existen otras asociaciones en el entorno cercano que produzcan cebada? ¿Ha tenido la oportunidad de realizar alguna capacitación referente al cultivo de cebada y diversificación de la misma? ¿Cuenta con algún tipo de certificación que garantice la calidad de la cebada? ¿Qué tipo de maquinaria o herramientas utilizan para la siembra y cosecha de la cebada? ¿Qué características nutricionales posee la cebada cultivada en esta Hacienda?			
Factibilidad	Estudio Técnico y Financiero	¿Es factible desde el área técnica y financiera?	Proyección de datos	Fichaje	Ficha bibliográfica

Elaborado por: Evelyn Terán

3.5 MÉTODOS UTILIZADOS

Estudios Poblacionales o No experimentales: es el proceso de obtención, representación, simplificación, análisis, interpretación y proyección de las características, variables o valores numéricos de un estudio o de un proyecto de investigación para una mejor comprensión de la realidad y una optimización en la toma de decisiones.

3.8.1. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

3.8.1.1. POBLACIÓN Y MUESTRA

Para la presente investigación se utiliza un muestreo no probabilístico ya que no hay necesidad de realizar el cálculo de la población y muestra, debido a que el Administrador de la Hacienda La Magdalena proporcionará la información necesaria sobre la producción de la cebada y al mismo tiempo se utilizará información proporcionada por las entidades gubernamentales y no gubernamentales en sus informes relacionados con el tema de investigación para la obtención de los datos sobre los mercados internacionales en estudio.

Tabla 4. Población

Población			
Oferente (Hacienda La Magdalena)			
Ubicación	Parroquia Angochagua, Cantón Ibarra Provincia de Imbabura		
Socios	60 socios activos		
Producción	Cebada (Cebada Maltera y cebada Cañicapa)		
Entrevistas:	Nombre	Cargo	Identificación
No. 1	Sr. Lenin Ichau	Administrador de la Hacienda la Magdalena	1003831268
	Proporcionando la primera información sobre la situación actual de la hacienda, como número de hectáreas, socios, tiempos de cosechas, precio de producción, instituciones facilitadoras, entre otros detalles importantes para la investigación.		
No. 2	Sr. Oscar Estrada	Presidente de la Hacienda la Magdalena	0400961702
	En este caso se recurre al conocimiento de esta persona para saber a profundidad el proceso de principio a fin que siguen dentro de la hacienda para obtener un saco de cebada, con detalles importantes como los involucrados y sus tiempos.		
No. 3	Sra. Amparito Moreno	Contadora de la Hacienda la Magdalena	1001697885
	En cuanto al área financiera la encargada de llevar las cuentas dentro de la hacienda nos facilita los datos sobre costos en los que se incurre para obtener un saco de cebada,		

brindando detalles como el valor de cada rubro como es la mano de obra, los insumos y maquinaria que se utiliza en el proceso.

No. 4	Ing. Grace Carvajal	Técnica del MAG	1003136155
	El aporte de esta entrevista se basa en conocer de qué manera el MAG actúa en el proceso de producción de cebada dentro de la provincia, al mismo tiempo aporta datos sobre precio, asociaciones e involucrados.		
No. 5	Ing. Diego Pereira	Director Distrital MAG	
	Directamente de la Dirección Distrital del Ministerio de Agricultura y Ganadería proporcionó a través de un informe escrito datos muy relevantes sobre: Zonas de producción, Hectáreas de siembra, Variedades de cultivos, Épocas de siembra y cosecha, Manejo agronómico del cultivo, Costos de producción, Programas implementados y la Comercialización de la cebada.		
No. 6	Ing. Cristian Moreta	Docente Agropecuario	1002454680
No. 7	Lic. Manuel Ruiz	Docente Agropecuario	1000934511
No. 8	Ing. Daniel Chalacán	Docente Agropecuario	0401570288
	En este caso los tres expertos en el área de agricultura y conocedores del cultivo de cebada, proporcionan datos sobre precios y rendimiento, a su vez aportan con su opinión acerca de la producción y características propias de la cebada y la importancia que tienen este tipo de investigaciones para los productores y la provincia en general.		

Nota: Las entrevistas completas se encuentran en los anexos de la investigación.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 5. Grupo Objetivo del estudio

Grupo Objetivo de Estudio (2017)								
Países		China		Colombia		India		
Población Estraificada	Edades	%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad	
		0-14 años	17,15%	1218616596	24,22%	11551941	27,34%	350485869
		15-24 años	12,78%	176266230	17,25%	8229347	17,90%	229463223
		25-54 años	48,51%	669127898	41,91%	19990117	41,07%	526579278
		55-64 años	10,75%	148212227	9,18%	4378032	7,45%	95478654
		65 y más	10,81%	149098998	7,44%	3549087	6,24%	79928887
		Población Total	100,00%	2361321949	100,00%	47698524	100,00%	1281935911

Para el análisis de los mercados internacionales seleccionados para este estudio se cuenta con fuentes secundarias pertinentes y validadas de las cuales se tomará los datos más relevantes para la toma de decisiones.

Fuente: Central Intelligence Agency (CIA)

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2010.html>

Elaborado por: Evelyn Terán

Datos Estadísticos

Tabla 6. Top 10 de los principales productores de cebada a nivel mundial

Producto: Cebada 2017-2018		
No.	País	Toneladas anuales
1	Rusia	20.444.258
2	Francia	11.770.680
3	Alemania	11.562.800
4	Australia	9.174.000
5	Ucrania	9.046.060
6	Canadá	7.119.000
7	España	6.933.600
8	Reino Unido	6.911.000
9	Turquía	6.300.000
10	Estados Unidos	3.849.230

Fuente: FAO, World Atlas-Statistics by country

Elaborado por: Evelyn Terán

La cosecha mundial de cebada de la actual campaña de comercialización 2017/18, según los últimos datos de balance del Consejo Internacional de Cereales (CIC) será la más baja de los últimos cinco años, con una previsión de 143 millones de toneladas, casi un 5% y 7 millones menos que en la campaña anterior.

Tabla 7. Top 10 de los principales países exportadores de cebada

Producto: Cebada excepto la de siembra (Partida arancelaria 100390)						
(Datos expresados en miles de dólares)						
No.	País	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
1	Australia	1.595.233	1.322.640	1.122.689	1.613.401	1.675.265
2	Francia	1.226.072	1.558.066	1.060.916	1.001.040	966.090
3	Rusia	783.410	943.094	423.284	730.654	822.914
4	Ucrania	841.822	768.492	665.924	710.527	674.149
5	Argentina	627.789	348.760	599.633	455.796	461.112
6	Alemania	222.450	558.155	492.656	424.802	602.376
7	Canadá	442.987	351.224	290.263	407.443	410.565
8	Rumania	305.005	333.174	214.258	245.592	235.906
9	Dinamarca	220.634	231.475	139.139	202.111	209.038
10	Reino Unido	261.870	307.805	309.860	202.097	190.935

Fuente: trademap.org

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 8 . Principales empresas exportadoras

Empresas exportadoras para la partida arancelaria 100390	
Categoría de productos	Número de empresas importadoras
Café ecológico	3
Cebada	602
Cereales (corredores de mercaderías)	157
Cereales y pseudo cereales	369
Comestibles y productos afines	11.007
Grano industrial	790
Importadores y exportadores de productos agrícolas	315
Materias primas y productos para agricultura y plantaciones (al por mayor)	2.025

Fuente: trademap.org (2017)

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 9. Empresas exportadoras para la categoría de producto: Cebada

Empresas exportadoras para la categoría de producto: Cebada			
Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País
AGROTON Agricultural Production Company	51	1000-4999	Ucrania
AGROPITHIVIERS	12	50-99	Francia
Binder Internacional GmbH&Co.KG	48	20-49	Alemania
CARGILL AGRICULTURA SRL	8	250-499	Rumania
Credin Bageripertner	27	50-99	Dinamarca
AGRALIA	12	100-249	Francia

Fuente: trademap.org (2017)

Elaborado por: Evelyn Terán

En cuanto al porcentaje de participación en las exportaciones mundiales Australia ocupa el primer lugar con 23,3% seguido por Francia con el 14,5% y en tercer lugar está Rusia con 10,6%. El valor total exportado para el año 2017 de la partida 100390 correspondiente a cebada alcanzó los 6.913.810 dólares.

Las empresas exportadoras llegan a un total de 15.265 grandes y pequeñas, agrupadas en 7 grandes grupos correspondientes a la razón social de las empresas, mismas que registran exportaciones bajo la partida arancelaria 100390 correspondiente a Cebada.

Tabla 10. Principales países importadores de cebada

Producto: Cebada excepto la de siembra (Partida arancelaria 100390)						
(Datos expresados en miles de dólares)						
No.	País	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
1	China	1.573.835	2.859.418	1.141.934	1.816.272	189.784
2	Arabia Saudita	1.993.176	1.469.672	713.052	800.252	4.022.611
3	Irán	523.613	446.421	265.078	518.438	516.713
4	Países Bajos	437.201	295.589	357.163	381.796	363.328
5	Bélgica	433.535	326.065	318.161	338.788	315.378
6	Japón	361.142	292.643	260.950	270.404	246.812
7	Alemania	317.103	296.087	250.016	255.183	238.068
8	España	92.203	159.803	198.462	228.244	273.591
9	Brasil	126.281	137.828	169.277	145.707	152.182
10	Libia	144.541	196.552	201.479	140.318	138.910
11	Colombia	81.583	76.933	76.707	73.998	71.649
12	India	509	1.234	29.414	51.180	68.070

Fuente: trademap.org

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 11 . Principales empresas importadoras

Empresas importadoras para la partida arancelaria 100390	
Categoría de productos	Número de empresas importadoras
Café ecológico	3
Cebada	266
Cereales (corredores de mercaderías)	117
Cereales y pseudo cereales	265
Comestibles y productos afines	19.486
Grano industrial	709
Importadores y exportadores de productos agrícolas	273
Materias primas y productos para agricultura y plantaciones (al por mayor)	1.325

Fuente: trademap.org (2017)

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 12. Empresas importadoras para la categoría de producto: Cebada

Empresas importadoras para la categoría de producto : Cebada			
Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País
CHINA CO-OP GROUP	80	35-60	China
Aashirwad Trade House	21	10-19	India
Abo El-Azz for Transportation, Import & Export	6	10-19	Egipto
Abu Ashara for Trade & Import	17	250-499	Egipto
Abu Donkol Trade & Distribution-Salah Ahmed Mahmoud Abu Donkol & Co.	11	50-99	Egipto
Acfit Middle East	33	0-9	Emiratos Árabes Unidos
Adani Enterprises Limited	12	More than 5000	India

Fuente: trademap.org (2017)

Elaborado por: Evelyn Terán

En cuanto al porcentaje de participación mundial en las importaciones China ocupada el primer lugar con el 26,8% seguido de Arabia Saudita con el 11,8% y en tercer lugar con 7,7% se encuentra Irán. El valor total importado para el año 2017 de la partida 100390 correspondiente a cebada alcanzó los 6.773.945 dólares.

En los registros de Trade Map existe un total de 22.444 empresas, entre grandes y pequeñas, que realizan importaciones bajo esta partida arancelaria correspondiente a Cebada, agrupadas en 8 categorías de acuerdo a su razón social.

Ecuador

Tabla 13. Exportaciones totales del Ecuador

Totales para la subpartida 1003900090					
(En miles de Dólares)					
AÑO	2014	2015	2016	2017	2018
CANTIDAD	19	76	38	39	20



Fuente: Sistema de información de comercio exterior-Aladi

Elaborado por: Evelyn Terán

Con los datos obtenidos durante los años 2014 al 2018, las exportaciones de la subpartida 1003900090 correspondiente a cebada no registran montos representativos, lo que da a entender que el comercio de dicho ítem no ha logrado una madurez dentro del comercio internacional del Ecuador.

Tabla 14 . Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador**Producto: 100390 Cebada****(En miles de Dólares)**

	Año	Año	Año	Año	Año
Importadores	2013	2014	2015	2016	2017
Italia	48	57	76	38	39
Estados Unidos de América	3	0	0	0	0

Fuente: trademap.org**Elaborado por:** Evelyn Terán

En los últimos cinco años el único país que ha importado la cebada ecuatoriana es Italia y no en grandes cantidades, esto ratifica el hecho de que el mercado internacional de cebada para el Ecuador está aún sin desarrollar.

Tabla 15. Número de empresas exportadoras en Ecuador, desglosadas por categorías de productos**Producto : 100390 Cebada**

Categoría de productos	Número de empresas exportadoras
Comestibles y productos afines	25
Grano industrial	1

Fuente: trademap.org (2017)**Elaborado por:** Evelyn Terán**Tabla 16. Lista de las empresas exportadoras en Ecuador****Categoría de producto : Comestibles y productos afine**

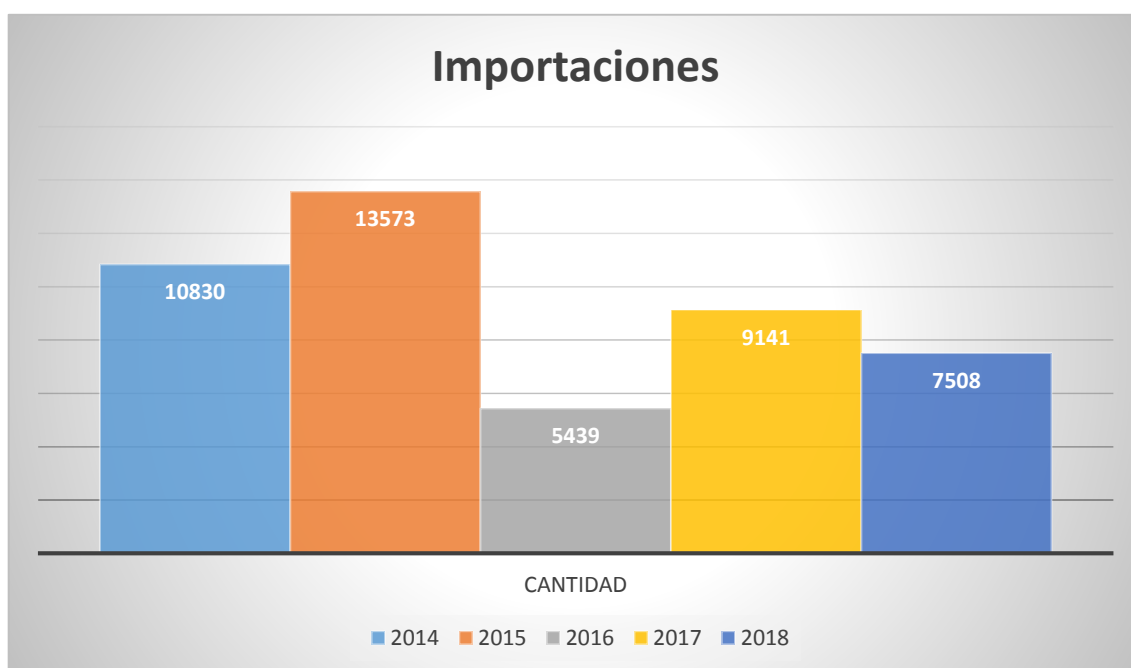
Nombre de la empresa	Categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País	Ciudad
Alimentos El Sabor	2	50	Ecuador	Guayaquil
Alimensabor Cia. Ltda.				
Compañía De Elaborados De Cafe Elcafe	2	1230	Ecuador	Guayaquil
Confiteca C.A. - Confiteca	3	830	Ecuador	Quito
Dibeal Compania Ltda.	2	53	Ecuador	Quito
Exportadora E Importadora Gonzalez Cia. Ltda.	3	45	Ecuador	Guayaquil
Grupo Comercial Figallo Cia. Ltda.	2	100	Ecuador	Guayaquil
Pivano SA	2	54	Ecuador	Guayaquil
Sumesa S.A.	4	562	Ecuador	Guayaquil
The Tesalia Springs Company S.A.	3	300	Ecuador	Guayaquil

Fuente: trademap.org (2017)**Elaborado por:** Evelyn Terán

Contra poniendo la cantidad de productores de cebada que tiene el Ecuador, los exportadores que registran actividad exportadora de la subpartida 100390 solo llegan a 26, dichas empresas se encuentran principal mente en ciudades como Quito y Guayaquil, y por el número de empleados registrados se conoce que son empresas entre medianas y grandes, que comercializan no más de 4 productos distintos.

Tabla 17. Importaciones totales del Ecuador

Totales para la subpartida 1003900090					
(En miles de Dólares)					
AÑO	2014	2015	2016	2017	2018
CANTIDAD	10830	13573	5438	9141	7508



Fuente: Sistema de información de comercio exterior-Aladi

Elaborado por: Evelyn Terán

A diferencia de las exportaciones, Ecuador registra un considerable monto año tras año dentro de la subpartida 1003900090 correspondiente a la cebada, este fenómeno se debe en gran parte al déficit que existe en el país. Se puede observar que el año con mayores importaciones fue el 2015 llegando a 13.573 mil dólares.

Tabla 18. Lista de los mercados proveedores para Ecuador

Producto: 100390 Cebada					
(En miles de Dólares)					
	Año	Año	Año	Año	Año
Exportador	2013	2014	2015	2016	2017
Argentina	1.343	1.434	9.341	4.294	9.141
Australia	3.327	0	4.232	0	0
Canadá	1.555	9.399	0	0	0
Francia	4.308	0	0	1.144	0
Estados Unidos de América	0	0	0	1	0

Fuente: trademap.org

Elaborado por: Evelyn Terán

Principalmente Ecuador importa cebada de Argentina, llegando a 25.553 mil dólares hasta el año 2017, en segundo lugar, Australia solo participa en el total de importaciones durante los años 2013 y 2015.

Tabla 19. Número de empresas importadoras en Ecuador, desglosadas por categorías de productos

Producto : 100390 Cebada	
Categoría de productos	Número de empresas importadoras
Comestibles y productos afines	70
Grano industrial	1

Fuente: trademap.org (2017)

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 20. Lista de las empresas importadoras en Ecuador

Categoría de producto: Comestibles y productos afines				
Nombre de la empresa	Categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País	Ciudad
Abcalsa S.A.	2	80	Ecuador	Durán
Alimentos El Sabor Alimensabor Cia. Ltda.	2	50	Ecuador	Guayaquil
Altamirano Bautista, Pedro Pablo - Prodicereal	2	30	Ecuador	Latacunga
Comercial El Español Comidelli S.A.	2	130	Ecuador	Quito
Comercial Importadora Continental Cia. Ltda.	2	38	Ecuador	Guayaquil
Compañía De Elaborados de Café Elcafe Ca	2	1230	Ecuador	Guayaquil
Confiteca C.A.	3	830	Ecuador	Quito
Corporación Delico Cia. Ltda.	3	25	Ecuador	Guayaquil
Daule Foods Sa - Dafudsa	3	70	Ecuador	Guayaquil

Fuente: trademap.org (2017)
Elaborado por: Evelyn Terán

El Ecuador tiene registradas 71 empresas importadoras bajo la subpartida 100390 correspondiente a cebada, registradas bajo dos categorías de productos. Principalmente las empresas tienen su ubicación en las ciudades de Quito y Guayaquil.

Análisis estadístico de los 3 países seleccionados para estudio

- China

Tabla 21. Importaciones totales: Lista de los mercados proveedores

	Producto: 100390 Cebada				
	(Miles de dólares)				
Exportadores	Año	Año	Año	Año	Año
	2013	2014	2015	2016	2017
Australia	587.946	1.119.615	1.246.426	699.962	1.283.442
Canadá	141.830	178.858	305.585	225.087	331.309
Ucrania	0	32.533	184.360	61.947	148.682
Francia	44.815	212.873	1.096.556	147.042	50.139
Dinamarca	804	2.915	11.844	718	2.700

Fuente: trademap.org
Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 22. Importaciones totales: Lista de los mercados proveedores

	Producto: 100390 Cebada				
	(Toneladas)				
Exportadores	Año	Año	Año	Año	Año
	2013	2014	2015	2016	2017
Australia	1.759.219	3.877.572	4.361.986	3.251.790	6.480.408
Canadá	376.887	559.622	1.042.197	730.414	1.358.568
Ucrania		121.296	819.958	352.712	790.888
Francia	133.294	764.241	4.423.593	635.580	222.776
Dinamarca	2.147	8.981	37.877	2.891	10.837
Argentina	63.551	80.121	44.926	31.500	

Fuente: trademap.org
Elaborado por: Evelyn Terán

China es el principal importador de cebada a nivel mundial, a pesar de ser también uno de los principales productores, pero debido a su gran industria la demanda de esta materia prima es muy grande y son varios los países que le proveen, teniendo en primer lugar a Australia.

- **India**

Tabla 23. Importaciones totales: Lista de los mercados proveedores

Producto: 100390 Cebada					
(Miles de dólares)					
	Año	Año	Año	Año	Año
Exportadores	2013	2014	2015	2016	2017
Argentina	0	0	0	14.455	35.938
Uruguay	0	0	0	0	13.042
Francia	228	0	1.225	13.943	2.187

Fuente: trademap.org

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 24. Importaciones totales: Lista de los mercados proveedores

Producto: 100390 Cebada					
(Toneladas)					
	Año	Año	Año	Año	Año
Exportadores	2013	2014	2015	2016	2017
Argentina	0	0	0	70.804	177.835
Uruguay	0	0	0	0	65.995
Francia	500		3.006	65.930	6.196
Ucrania	0	0	0	112	56

Fuente: trademap.org

Elaborado por: Evelyn Terán

India es un país emergente en cuanto a las industrias y los datos reflejan su crecimiento en los años 2016 y 2017, teniendo como principal proveedor a Argentina.

- **Colombia**

Tabla 25. Importaciones totales: Lista de los mercados proveedores

Producto: 100390 Cebada					
(Miles de dólares)					
	Año	Año	Año	Año	Año
Exportadores	2013	2014	2015	2016	2017
Argentina	61.692	50.409	33.453	64.415	73.924
Chile	1.499	406	381	400	48
Uruguay	0	0	0	0	26
Australia	8.545	0	0	0	0
Canadá	10.381	16.590	8.904	0	0
Dinamarca	8.567	7.694	27.536	7.602	0
Francia	0	6.484	6.660	4.290	0

Fuente: trademap.org

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 26. Importaciones totales: Lista de los mercados proveedores

Producto: 100390 Cebada					
(Toneladas)					
	Año	Año	Año	Año	Año
Exportadores	2013	2.014	2.015	2.016	2.017
Argentina	173.200	158.331	108.177	244.938	293.055
Chile	2.627	726	748	911	110
Uruguay	0	0	0	0	52
Australia	24.000	0	0	0	0
Canadá	28.500	46.000	24.000	0	0
Dinamarca	26.250	28.000	96.000	26.000	0
Francia	0	20.412	24.886	25.220	0

Fuente: trademap.org

Elaborado por: Evelyn Terán

El vecino país de Colombia también maneja sus importaciones de cebada en cantidades considerables, pero muy alejadas del principal país China, esto se debe a que su producción interna no abastece la demanda de la industria cervecera. Sus principales proveedores son Argentina y Chile llegando a 982.823 mil dólares en los años de estudio.

IDENTIFICACIÓN DE LOS MERCADOS INTERNACIONALES

Para el desarrollo de la investigación se determinaron tres países principales para su análisis, al final del estudio del perfil de oportunidades y amenazas del entorno (POAM) se decide cual presenta la mejor oportunidad de mercado para la internacionalización de la cebada. La selección de los tres países en estudio fue en base a un breve análisis de los principales compradores y vendedores de cebada en el mundo, esto gracias a la página web de TRADE MAP.

4.3. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

El presente análisis permite identificar el mercado más conveniente para realizar la comercialización internacional, ya que se analizan los factores socioeconómicos, políticos y legales de los países elegidos: China, Colombia e India.

4.4. Factores Políticos

4.4.1. Política Comercial

En el artículo “Política Comercial a fondo” de la página Zona Económica, nos menciona de manera muy clara que; desde la constitución de las distintas naciones se ha desarrollado una constante discusión de sobre cómo deben los países instrumentar sus relaciones comerciales con el resto del mundo. Sobre este tema específico, “las diferentes escuelas del pensamiento económico, han hecho énfasis en destacar dos planteamientos antagónicos: por una parte, el esquema proteccionista y, por la otra, el planteamiento librecambista. Es así como la política comercial se define como el manejo del conjunto de instrumentos al alcance del Estado, para mantener, alterar o modificar sustantivamente las relaciones comerciales de un país con el resto del mundo.”

Tabla 27. Política Comercial

Política comercial

China



Tras acceder a la OMC, en diciembre de 2001, China aplica, al menos, el tratamiento de Nación Más Favorecida (NMF) a todos los miembros de la OMC, excepto El Salvador y algunos territorios de algunos estados miembros de la UE.

China ha definido y enfrenta su comercio internacional, la concesión de créditos, las inversiones o proyectos de cooperación bajo la premisa de no imponer condicionamientos políticos.

China se maneja en un marco de relaciones comerciales estrechas y profundas con Latinoamérica, que ha significado, por ejemplo, que entre los años 2005 al 2014 la República Popular de China otorgara 120 mil millones de dólares a países de Latinoamérica, estableciendo además un fondo de inversión para la cooperación bilateral en áreas de biotecnología, minería, y proyectos de infraestructura que supera los 15 mil millones de dólares.

Colombia



La política comercial colombiana ha continuado orientándose hacia una mayor apertura, buscándose una más estrecha integración con América Latina y el Caribe, pero también con el resto del mundo por medio de la negociación de acuerdos preferenciales para incrementar los flujos de comercio exterior y de inversión extranjera. En este sentido, Colombia ha participado en diversas negociaciones para profundizar los acuerdos bilaterales y regionales existentes, y ha suscrito y continúa negociando activamente nuevos acuerdos a fin de asegurar el acceso preferencial a mercados estratégicos. Esto sin desmedro a la particular importancia que Colombia le concede dentro de su estrategia de política comercial a su participación en la OMC. Por lo tanto para Colombia, el mantener un régimen comercial abierto en el marco de un sistema multilateral transparente, que se complementa con esfuerzos regionales y bilaterales, es de gran importancia.

India



La India ha seguido esforzándose por liberalizar y facilitar el comercio, por ejemplo, instaurando la autoevaluación en los procedimientos aduaneros y eliminando las prescripciones en materia de comercio de Estado aplicables a algunos productos agropecuarios. La India también ha seguido haciendo reformas estructurales, como la eliminación de los controles del precio del gasóleo y la flexibilización de las restricciones a la inversión extranjera directa (IED) en algunos sectores. Sin embargo, la estructura arancelaria sigue siendo compleja y el promedio aritmético del tipo arancelario NMF ha aumentado durante el período examinado.

La política comercial de la India se rige en gran medida por consideraciones relacionadas con la oferta interna, y también se utiliza para lograr objetivos a corto plazo, tales como por contener las fluctuaciones de los precios de los productos básicos. Esto obliga a ajustar constantemente las políticas, por ejemplo, mediante notificaciones de la Dirección General de Comercio Exterior y de la Administración de Aduanas, lo que hace que el régimen comercial sea menos previsible y más complejo, y genera costos adicionales.

Fuente: Informes económicos y comerciales elaborados por la oficina Económica y Comercial de España. Informes de la Secretaría de la OMC 2017

Elaborado por: Evelyn Terán

4.5. Balanza Comercial

Según el Sistema de Indicadores de Soberanía y Seguridad Alimentaria y Nutricional (SISSAN), menciona que la Balanza Comercial es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones. Si el valor de las exportaciones es mayor al valor de las importaciones se tiene una balanza comercial favorable o superavitaria, en el caso contrario, se tiene una balanza comercial desfavorable o deficitaria.

Tabla 28. Balanza comercial

Balanza comercial

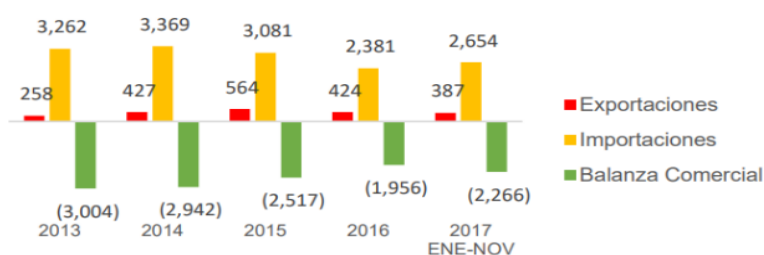
China



China es la mayor economía de exportación en el mundo. En 2016, China exportó \$ 2,06 Billones e importó \$ 1,32 Billones, dando como resultado un saldo comercial positivo de \$ 736 Miles de millones.

En cuanto a la balanza comercial con Ecuador tenemos:

BALANZA COMERCIAL NO PETROLERA (MILLONES USD)



Fuente: ProEcuador

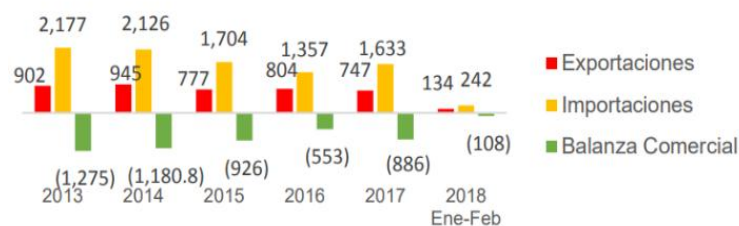
Colombia



Colombia es la 45° mayor economía de exportación en el mundo. En 2016, Colombia exportó \$ 30,2 Miles de millones e importó \$ 42,9 Miles de millones, dando como resultado un saldo comercial negativo de \$ 12,6 Miles de millones.

En cuanto a la balanza comercial con Ecuador tenemos:

BALANZA COMERCIAL NO PETROLERA (MILLONES USD)



Fuente: ProEcuador

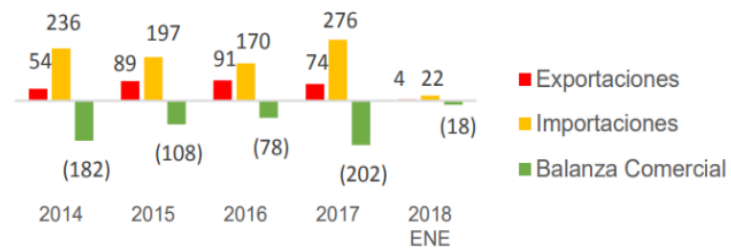
India



La India es la 18º mayor economía de exportación en el mundo. En 2016, la India exportó \$ 256 Miles de millones e importó \$ 344 Miles de millones, dando como resultado un saldo comercial negativo de \$ 88,1 Miles de millones.

En cuanto a la balanza comercial con Ecuador tenemos:

BALANZA COMERCIAL NO PETROLERA (MILLONES USD)



Fuente: ProEcuador

Fuente: OEC (Observatory of Economic Complexity)

Elaborado por: Evelyn Terán

4.6. Riesgo político

Según Henry Sierra (2017), en la Revista Empresarial y Laboral, comenta que los riesgos populistas y proteccionistas entre las economías desarrolladas podrían derivar en un aumento en el riesgo político en mercados emergentes y de aquellos ubicados en zonas de frontera. Mientras que los riesgos políticos permanecerán en un nivel elevado, especialmente en Medio Oriente y África, en donde los esfuerzos se centraran en lograr reformas sobre los agentes económicos del pasado, esperando que aumente su solidez. La estabilización que se espera en los precios del petróleo y gas, aliviará, pero no borrará la presión económica para los países productores, mientras que aumentan las vulnerabilidades financieras para importadores, especialmente en el continente asiático.

Metodología: Riesgo político




Las calificaciones de riesgo se otorgan en una escala de seis puntos, de la siguiente manera:

Bajo	Medio Bajo	Medio	Medio Alto	Alto	Muy Alto
------	------------	-------	------------	------	----------

Gráfico 6. Mapa político de Riesgo



Tabla 29. Riesgos políticos

Riesgos políticos	
<p>China</p> 	<p>En China, las medidas de política se volverán menos favorables, esto sugiere que el riesgo de transferencia de intercambio podría mantenerse elevado. El país fue calificado con riesgo medio.</p>
<p>Colombia</p> 	<p>Respecto a Colombia, el país fue calificado con riesgo medio. Sin embargo, el riesgo en términos de política doméstica es considerado como muy alto debido a la inestabilidad política y la presencia de grupos armados en el país.</p>
<p>India</p> 	<p>Aunque la incertidumbre y la implementación problemática de la política pesaron sobre el crecimiento y causaron problemas a las empresas locales, el riesgo político se ha mantenido estable, catalogado con un riesgo medio.</p>

Fuente: Aon Risk Solutions and Global Broking Centre

Elaborado por: Evelyn Terán

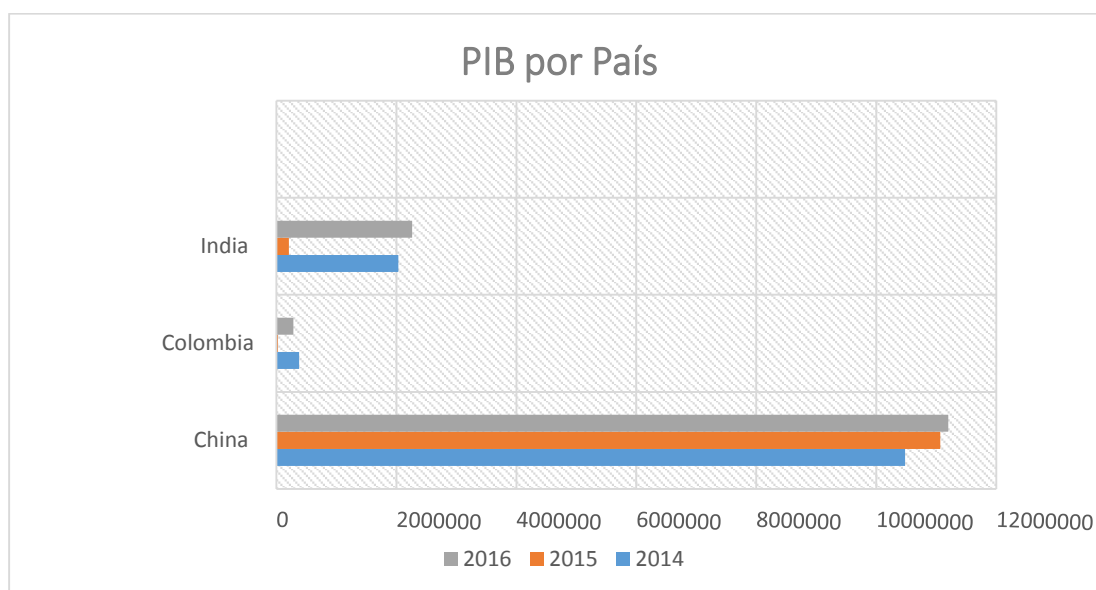
- **Factores Socioeconómicos**

4.7. PIB

EL PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas de un país.

Tabla 30. Producto Interno Bruto

Producto Interno Bruto		
China	Colombia	India
		
2014: 10,482 Billones	2014: 378,196 Mil Millones	2014: 2,035 Billones
2015: 11,065 Billones	291,52 Mil Millones	2015: 2,09 Billones
2016: 11,199 Billones	2015: 282,463 Mil Millones	2016: 2,264 Billones
	2016:	

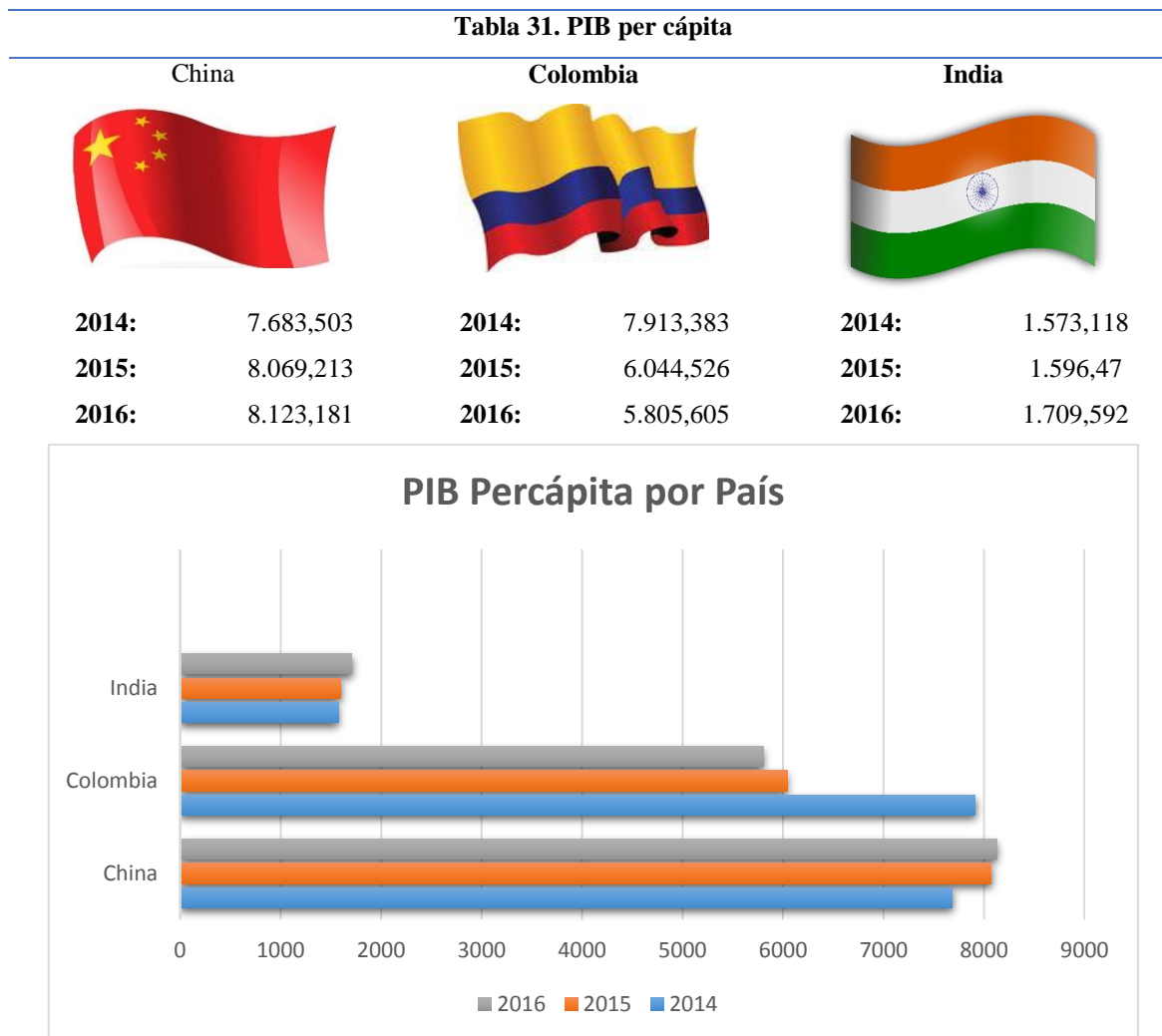


Fuente: World Bank Group
Elaborado por: Evelyn Terán

4.7.1. PIB per cápita

Es un indicador económico que mide la relación existente entre el nivel de renta de un país y su población. Para ello, se divide el Producto Interior Bruto (PIB) de dicho territorio entre el número de habitantes. (Economipedia, 2015)

Tabla 31. Producto Interno Bruto

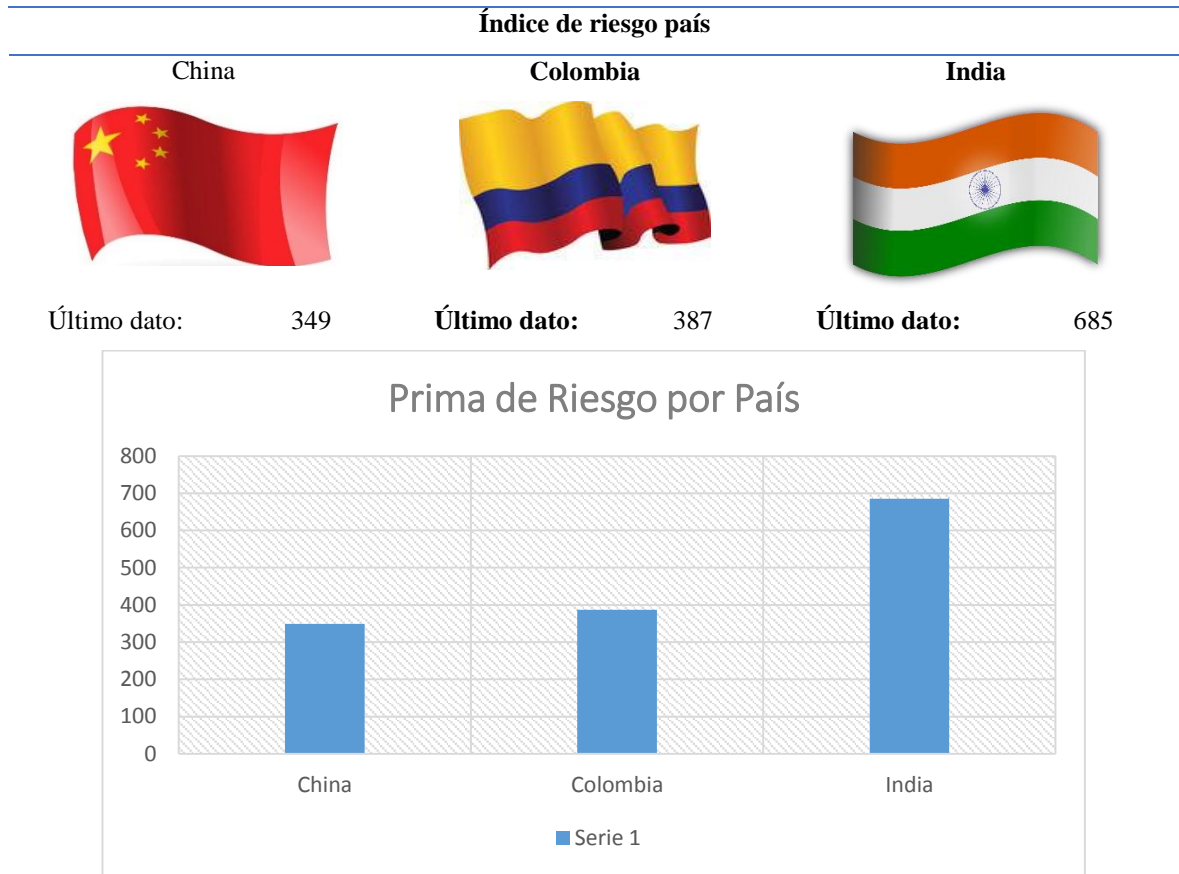


Fuente: World Bank Group
Elaborado por: Evelyn Terán

4.7.2. Índice de riesgo país

El riesgo país es un indicador que refleja las posibilidades de un país de cumplir en los términos acordados con el pago de su deuda externa, ya sea al capital o sus intereses. La prima de riesgo es la rentabilidad que exigen los inversores a un país para comprar su deuda soberana en comparación con la que exigen a otros países. Se calcula como el diferencial entre el tipo de interés de su deuda respecto a la emitida por un país de referencia considerado sin riesgo. (Montilla, 2007)

Tabla 32. Índice de riesgo país



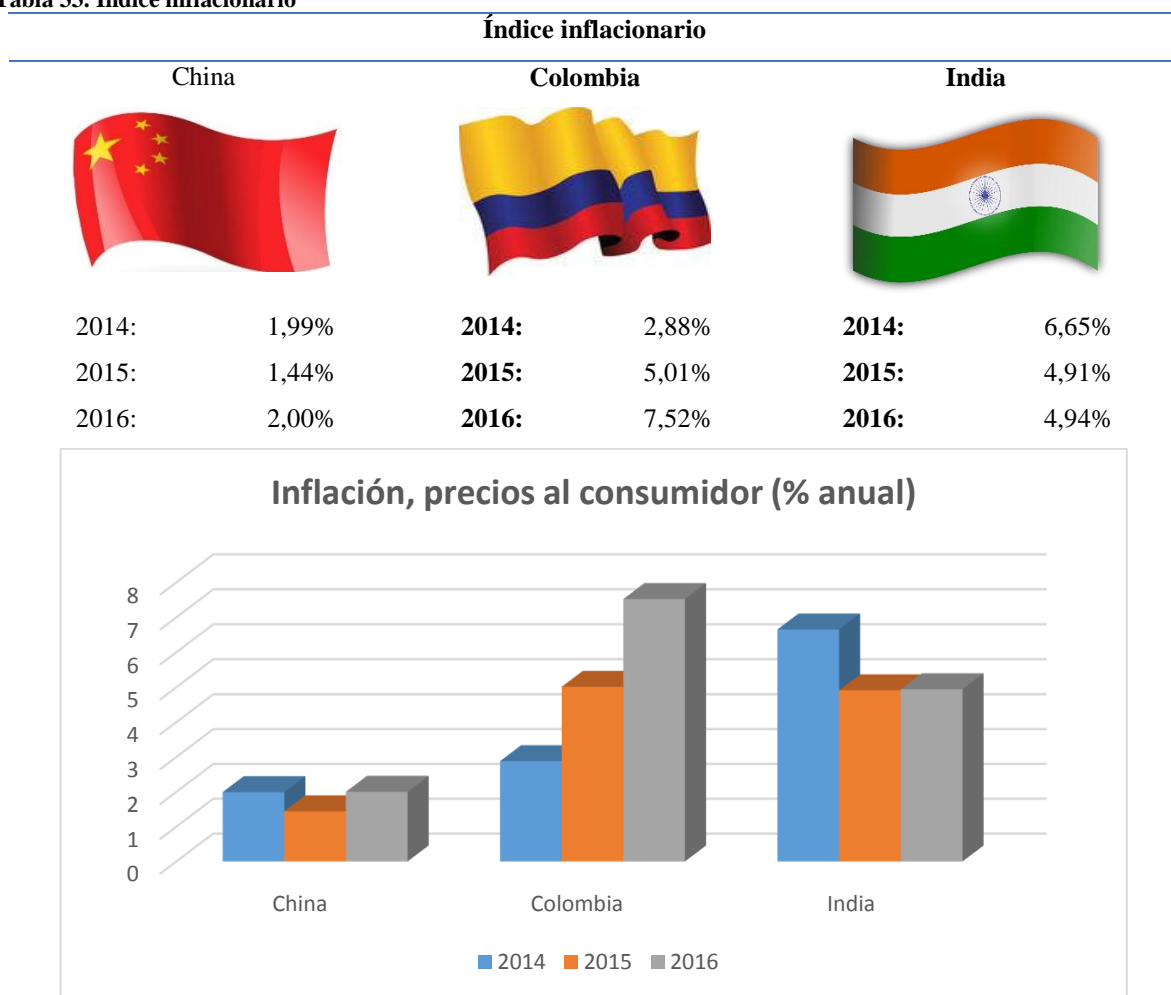
Fuente: Datos Macro Mundial / Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA)

Elaborado por: Evelyn Terán

4.7.3. Índice inflacionario

Según el Diccionario de Economía, menciona que la tasa de inflación es la que refleja el aumento porcentual de los precios en un cierto período de tiempo.

Tabla 33. Índice inflacionario



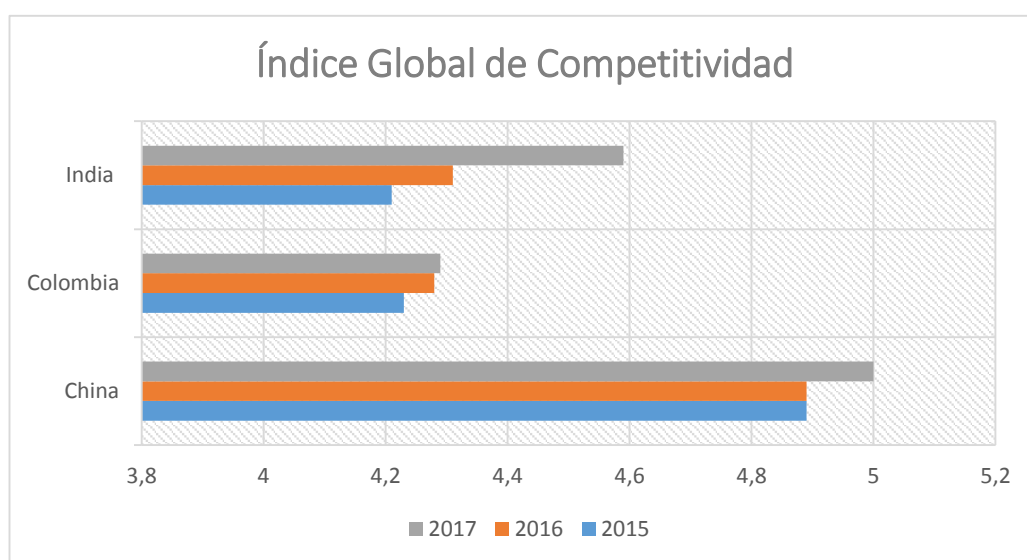
Fuente: World Bank Group
Elaborado por: Evelyn Terán

4.7.4. Índice global de competitividad

El Índice de Competitividad Global es una herramienta elaborada por el Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en inglés) con la intención de ser utilizada para identificar y comparar la capacidad para proveer oportunidades de desarrollo económico a los ciudadanos de los países analizados. (Fundesa, 2015)

Tabla 34. Índice global de competitividad

Índice global de competitividad								
China			Colombia			India		
								
Año	Índice	Ranking	Año	Índice	Ranking	Año	Índice	Ranking
2015:	4,89	28°	2015:	4,23	66°	2015:	4,21	71°
2016:	4,89	28°	2016:	4,28	61°	2016:	4,31	55°
2017:	5,00	27°	2017:	4,29	66°	2017:	4,59	40°



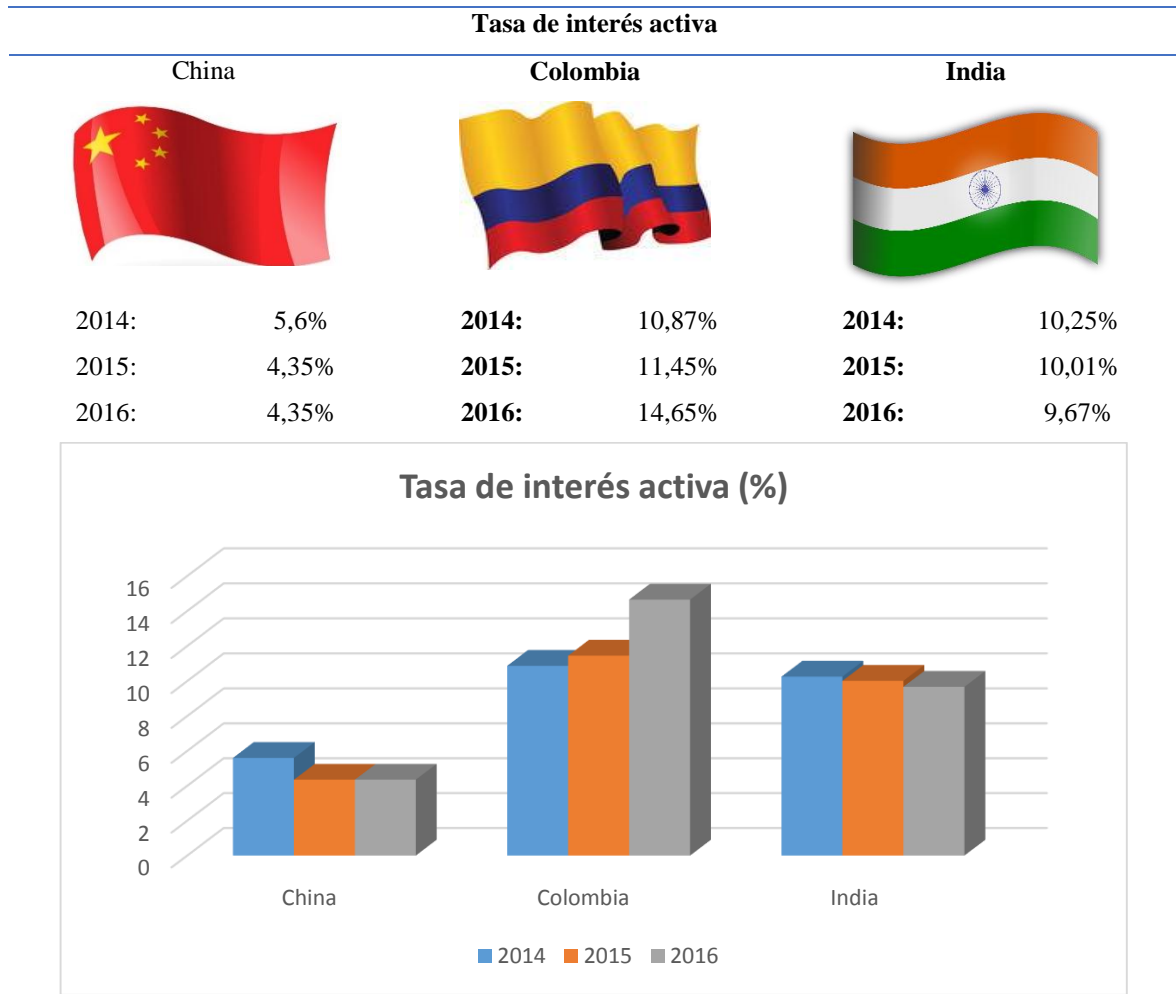
Fuente: Fondo Monetario Internacional (FMI)

Elaborado por: Evelyn Terán

4.7.5. Tasa de interés activa

Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito (comercial, consumo, vivienda y microcrédito) y se consideran como activas porque son recursos a favor de la banca de cada país. (Vera, 2016)

Tabla 35. Tasa de interés activa






Fuente: World Bank Group
Elaborado por: Evelyn Terán

4.7.6. Tipo de Cambio

Según Yesenia Jurado, en el Blog de TodoComercioExterior.com, menciona que la determinación del tipo de cambio se realiza a través del mercado de divisas. El tipo de cambio o precio de una moneda se establece, como en cualquier otro mercado, por la existencia de la oferta y la demanda de divisas. Hay naciones que manejan su propia moneda y de acuerdo a su economía su valor fluctúa a favor o en contra de cada país.

Tabla 36. Tipo de cambio

Tipo de cambio					
China		Colombia		India	
					
Yuan Chino		Peso Colombiano		Rupia India	
USD-CNY		USD-COP		USD-INR	
2015:	6,4936	2015:	3.174,50	2015:	66,208
2016:	6,9450	2016:	3.002,00	2016:	67,955
2017:	6,5066	2017:	2.984,50	2017:	63,840

Fuente: Fusion Media Ltd.

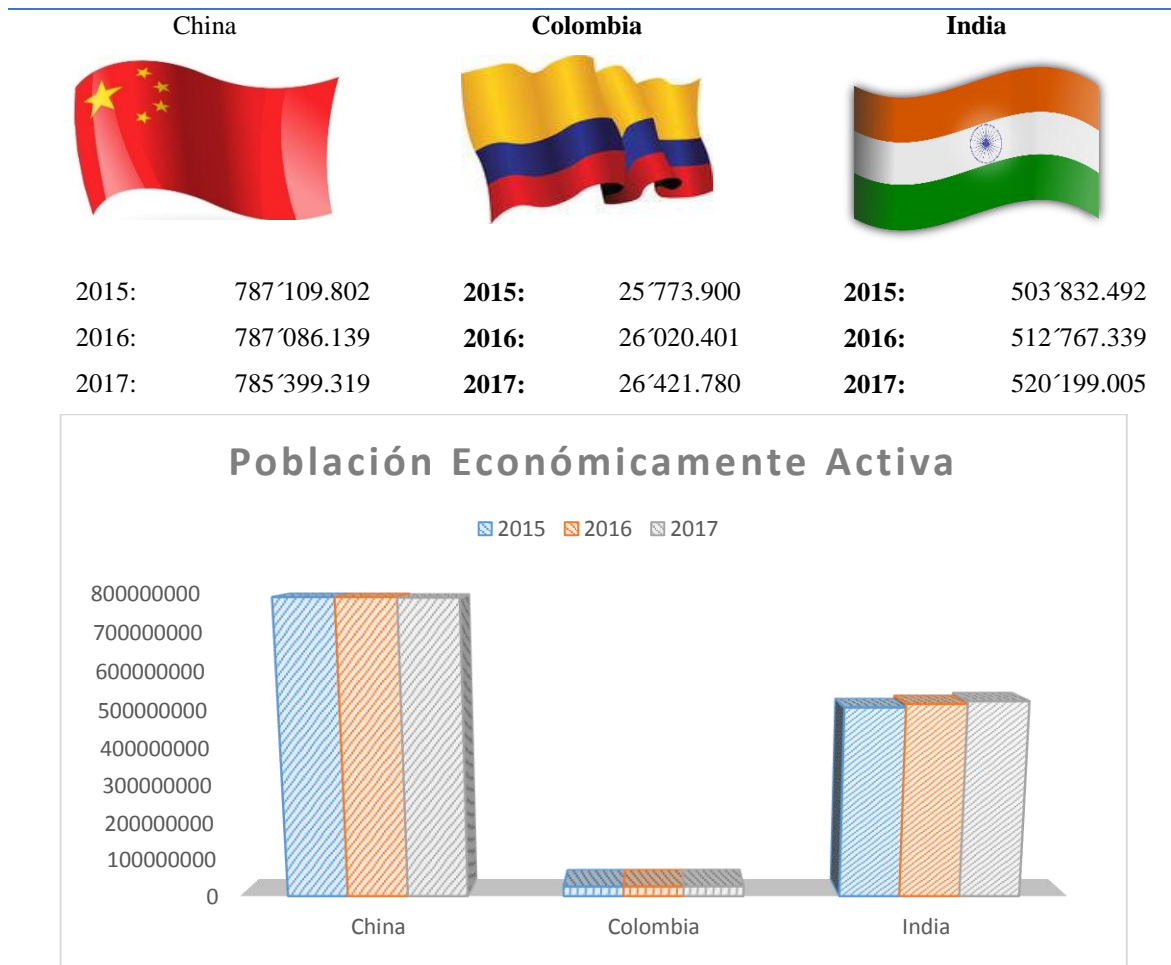
Elaborado por: Evelyn Terán

4.8. Población Económicamente Activa

En la página oficial del Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE). Conceptualiza a la PEA como el principal indicador de la oferta de mano de obra en una sociedad. Las personas económicamente activas son todas aquellas que, teniendo edad para trabajar, están en capacidad y disponibilidad para dedicarse a la producción de bienes y servicios en un determinado momento. Incluye a las personas que trabajan o tienen trabajo (ocupados) y a aquellas que no tienen empleo, pero están dispuestas a trabajar (desocupados).

Tabla 37. Población Económicamente Activa

Población Económicamente Activa

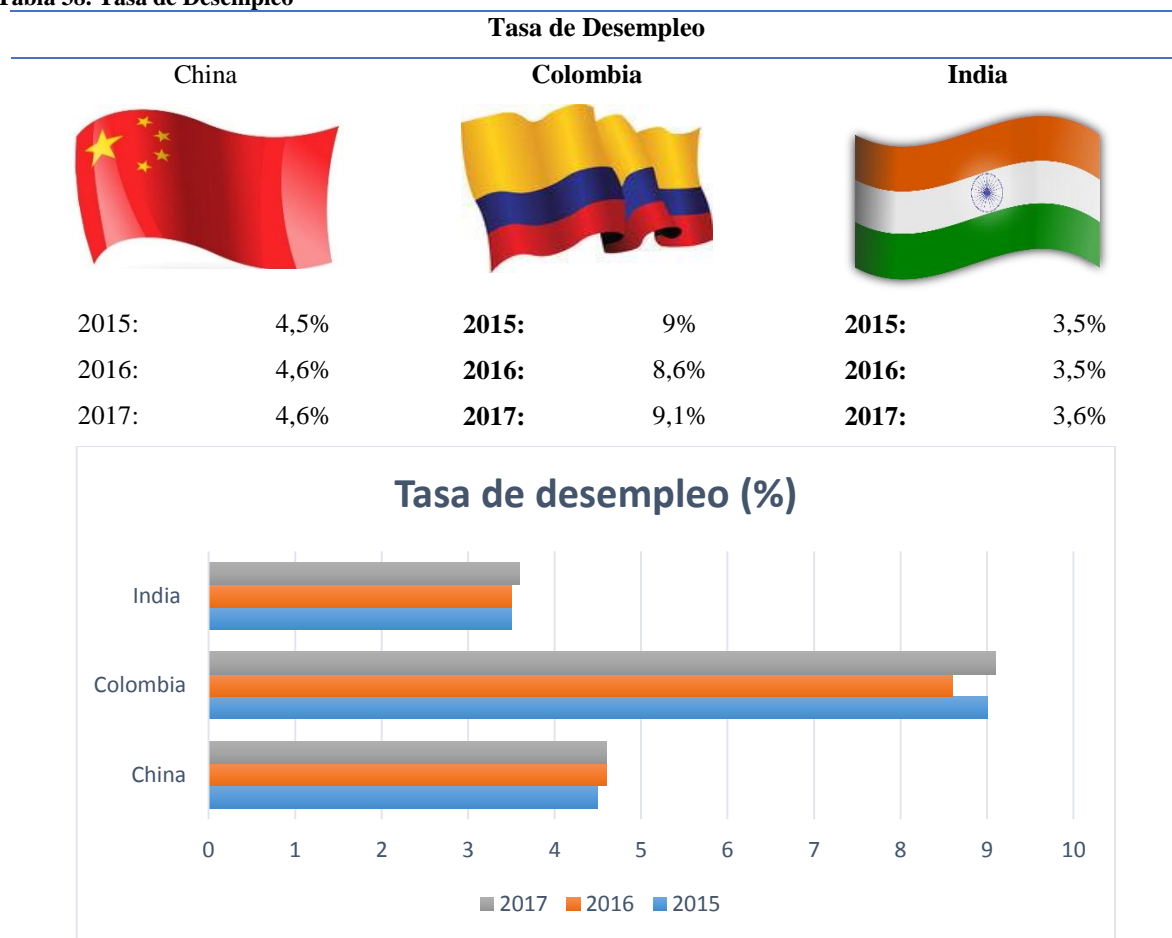


Fuente: World Bank Group
Elaborado por: Evelyn Terán

4.8.1. Tasa de Desempleo

La tasa de desempleo, también conocida como tasa de paro, mide el nivel de desocupación en relación a la población activa. En otras palabras, es la parte de la población que estando en edad, condiciones y disposición de trabajar no tiene un puesto de trabajo. (Economipedia, 2015)

Tabla 38. Tasa de Desempleo



Fuente: World Bank Group
Elaborado por: Evelyn Terán

4.9. Factores Legales

4.9.1. Barreras arancelarias y no arancelarias

Según Roberto Colín, (2017); Las barreras no arancelarias son las medidas establecidas por los gobiernos para controlar el flujo de mercancías entre los países para proteger la planta productiva y las economías nacionales. Por otro lado, las barreras arancelarias son los impuestos (aranceles) que deben pagar en la aduana de un país los importadores y exportadores por la entrada o salida de mercancías.

Tabla 39. Barreras arancelarias y no arancelarias

Barreras arancelarias y no arancelarias	
<p>China</p> 	<p>Las mercancías enviadas a China deben ir acompañadas de los siguientes documentos:</p> <ul style="list-style-type: none">- Certificados de origen- Documento único administrativo (DUA)- Factura comercial (tres ejemplares en inglés)- Contrato de venta (tres ejemplares)- Certificado fitosanitario (para alimentos y productos agrícolas)- Certificado de consumo humano- Certificado de fumigación (para las paletas de madera)- Documentos de transporte y albarán- Traducción al chino de la lista de ingredientes/componentes. <p>China aplica el Sistema Armonizado de Aduanas (sobre la base de la clave internacional de seis cifras). Se otorgan a las importaciones procedentes de países con los que China ha firmado acuerdos comerciales. China puede aplicar tarifas preferenciales en el caso de mercancías que el gobierno ha identificado como necesarias para el desarrollo de una industria clave.</p>
<p>Colombia</p> 	<p>Las remesas enviadas a Colombia deben ir acompañadas de los siguientes documentos:</p> <ul style="list-style-type: none">- La factura comercial por cuadruplicado; debe redactarse en español e indicar además de los detalles usuales: el valor o el valor de cambio de las mercancías en dólares estadounidenses, el número de 'registro de importación' (el certificado de registro de importación) enviado al exportador por el consignatario colombiano.- El certificado de origen. Está elaborado en el formulario de la comunidad.- El certificado de no contaminación por radiactividad, requerido para productos agroalimentarios y especialmente para leche; es emitido por la Dirección Departamental de Servicios Veterinarios.- El certificado fitosanitario, requerido para frutas, vegetales, semillas y otras plantas; es emitido por el Servicio Regional para la Protección de las Plantas. <p>Colombia aplica el Sistema Armonizado de Aduanas. Los derechos de aduana se calculan ad valorem sobre el valor CIF. El sistema de derechos de aduana (4 tipos) se fijó en el PACT andino y es aplicable a Colombia, Ecuador y Venezuela.</p>

India



Las mercancías enviadas a India deben ir acompañadas de los siguientes documentos:

- Factura comercial del fabricante debidamente firmada y avalada por un banco si es posible
- Listado de precios de los artículos del envío
- Declaración de importación y Declaración del GATT, firmada y sellada por un consignatario (dos copias)
- Lista de embalaje debidamente firmada
- Orden de compra
- Autorización del consignatario
- Impuestos de importación / Almacenaje / Impuestos de consumo / Tarifas en origen
- Cualquier licencia especial de importación que sea aplicable
- Certificado de origen, certificado de pruebas, informe de pruebas (aplicable solo a los metales y productos químicos)
- Copia del número del IEC/BIN exigido al importador.

Los aranceles a la importación siguen siendo elevados para bastantes productos, y todavía existen algunas restricciones cuantitativas a la importación. Los tipos arancelarios oscilan entre un 10 y un 35%, aunque existen productos que soportan niveles muy superiores.

- Aranceles del 100% y superiores: automóviles, motocicletas, vinos y licores, azúcar, trigo, café, ajo y uvas pasas.

Fuente: Santander Trade / Ministerio de Economía, Industria y Competitividad de España.

Elaborado por: Evelyn Terán

4.10. PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO (POAM)

Tabla 40. Escala de medición

ESCALA DE MEDICIÓN					
OPORTUNIDADES	ALTA	3	AMENAZAS	BAJA	1
	MEDIA	2		MEDIA	2
	BAJA	1		ALTA	3

Fuente: Formato Lerma y Enríquez 2010

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 40. Perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM)

	CHINA				COLOMBIA				INDIA			
	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
FACTORES POLÍTICOS												
Política comercial	MEDIA	2			ALTA	3			BAJA	1		
Balanza comercial	BAJA	1			MEDIA	2			ALTA	3		
Riesgo político			ALTA	3			ALTA	3			MEDIA	2
	SUMA	3	SUMA	3	SUMA	5	SUMA	3	SUMA	4	SUMA	2
	PROMEDIO	1	PROMEDIO	1,00	PROMEDIO	1,67	PROMEDIO	1,00	PROMEDIO	1,33	PROMEDIO	0,67
FACTORES SOCIOECO.												
PIB	ALTA	3			BAJA	1			BAJA	1		
PIB per cápita	ALTA	3			MEDIA	2			BAJA	1		
Índice riesgo país			BAJA	1			BAJA	1			MEDIA	2
Índice inflacionario			BAJA	1			ALTA	3			MEDIA	2

Índice global de competitividad	ALTA	3			MEDIA	2			MEDIA	2		
Tasa de interés activa			BAJA	1			MEDIA	2			MEDIA	2
Tipo de cambio			BAJA	1			MEDIA	2			MEDIA	2
Población económicamente activa	ALTA	3			BAJA	1			MEDIA	2		
Tasa de desempleo			MEDIA	2			ALTA	1			MEDIA	2
	SUMA	12	SUMA	6	SUMA	6	SUMA	9	SUMA	6	SUMA	10
	PROMEDIO	1,33	PROMEDIO	0,67	PROMEDIO	0,67	PROMEDIO	1,00	PROMEDIO	0,67	PROMEDIO	1,11
FACTORES LEGALES	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Arancelarios			MEDIA	2			BAJA	1			MEDIA	2
No arancelarios			MEDIA	2			BAJA	1			ALTA	3
	SUMA	0	SUMA	4	SUMA	0	SUMA	2	SUMA	0	SUMA	5
	PROMEDIO	0	PROMEDIO	2	PROMEDIO	0	PROMEDIO	1	PROMEDIO	0	PROMEDIO	2,5

Fuente: Formato Lerma y Enríquez 2010, Datos Análisis de factores Externos de la Investigación

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 41. RESUMEN DE LA MATRIZ POAM

RESUMEN DE LA MATRIZ POAM						
FACTORES DE ANÁLISIS	CHINA		COLOMBIA		INDIA	
	OPORT.	AMENA.	OPORT.	AMENA.	OPORT.	AMENA.
FACTORES POLÍTICOS	1,00	1,00	1,67	1,00	1,33	0,67
FACTORES SOCIOECONÓMICOS	1,33	0,67	0,67	1,00	0,67	1,11
FACTORES LEGALES	0	2	0	1	0	2,5
SUMA	2,33	3,67	2,44	3,00	2,00	4,28
PROMEDIO	0,78	1,22	0,81	1,00	0,67	1,43
A-O	-0,44		-0,19		-0,76	

Fuente: Formato Lerma y Enríquez 2010, Datos Análisis de factores Externos de la Investigación

Elaborado por: Evelyn Terán

4.10.1. Análisis:

Una vez que se desarrolló la matriz POAM con todos los factores establecidos para esta investigación; se puede deducir, de acuerdo a los resultados arrojados, que Colombia presenta un panorama más alentador para emprender una relación de negocios y lograr comercializar la cebada.

A pesar de que Colombia actualmente sigue teniendo problemas con los grupos armados irregulares, siendo un país que mantiene un gobierno democrático, brinda las condiciones de seguridad necesarias para entablar negociaciones.

Sin duda un gran punto a favor de Colombia es que, al ser nuestro país vecino, históricamente las relaciones comerciales entre ambos países se han venido desarrollando de manera efectiva y al ser parte de la Comunidad Andina el intercambio comercial se ve beneficiado en cuanto a las tasas arancelarias.

Desde la provincia de Imbabura, que es lugar donde se encuentra ubicada la hacienda objeto de investigación, hasta el país vecino solo se tarda en llegar aproximadamente 3 horas gracias a las carreteras de primer orden que posee el Ecuador en general, lo que también es una ventaja en cuanto a los costos logísticos de exportación.

4.11. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL ECUADOR

Tabla 42. Factores socioeconómicos

INDICADORES ECUADOR	
Capital:	Quito
Moneda:	Dólar de los Estados Unidos de América (USD.)
Idioma:	Español (Castellano) 93% oficial, Quechua 4,1%, otros 0,7% indígena, extranjera 2,2%
Población:	16.625.000 (2018)
Índice de crecimiento poblacional:	1,48% (2018)
Producto Interno Bruto (PIB):	98613972000 (mil millones USD.) (2018)
PIB per cápita:	6018,52 (USD) (201)
Crecimiento del PIB:	1,5 % (2018)
Tasa de desempleo:	5,82 % (2018)
Índice inflacionario:	0,19% (Enero 2018)
Riesgo país:	509 (Febrero 2018)

Fuente: Banco mundial, Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Evelyn Terán

En los últimos años la economía del Ecuador muestra recuperación poco a poco, que a pesar de ser la octava economía más grande de América Latina tuvo que superar una fuerte crisis económica por no tener moneda propia. Ecuador es uno de los países más pequeños de Sudamérica el cual cuenta con 16´625.000 millones de habitantes y presenta un crecimiento poblacional de 1,48%, además se enfatiza que la mayor parte de la población se dedica a la agricultura, la pesca y el comercio, lo cual genera que el gobierno implemente políticas que generen desarrollo socioeconómico en el país.

Ecuador cuenta con un Producto Interno Bruto de 98´613.972 (mil millones USD) el cual según fuente del Banco Central del Ecuador ha incrementado en 1,5%, esto determina que la economía ecuatoriana crece gradualmente en los últimos años en producción de bienes y servicios, además esto permite aumentar las fuentes de empleo y por ende reducir favorablemente la tasa de desempleo llegando a un 5,82% en 2017.

En referencia a la inflación, el Ecuador ha tenido un cambio considerable ya que en el 2017 alcanzo una deflación de -0,27%, logrando una evolución a enero del 2018 a 0,19%, se puede determinar que los productos que más influyeron para alcanzar una inflación mensual positiva en enero fueron bienes y servicios diversos, bienes y artículos para el hogar,

alimentos y bebidas no alcohólicas, y los menos inflacionarios, y que impactaron en el resultado anual negativo del 2017, fueron prendas de vestir y calzado, bebidas alcohólicas y transporte según el reporte del (INEC, 2018)

Considerando el riesgo país Ecuador ha tenido altibajos pasando de 562 puntos en 2017 a 509 puntos al 15 de febrero del 2018, esto lo señala como una economía en desarrollo favorable gracias a las políticas públicas que se han creado con el propósito de captar nuevos inversionistas para el sector local, permitiendo el desarrollo socioeconómico del país.

4.12. Factores políticos

4.12.1. Política Económica

La política económica del Ecuador según la (Constitución, 2008) incentiva a la producción nacional, la productividad y competitividad así como a la adquisición y acumulación del conocimiento científico y tecnológico, que permita la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas (art. 284) además, se promueve el desarrollo de productos primarios con valor agregado que permitan la sustitución de las importaciones y se produzcan exportaciones a los diferentes mercados internacionales.

4.12.2. Política Comercial

La política comercial del Ecuador incentiva al desarrollo de bienes y servicios que sean comercializados en el mercado nacional e internacional como se especifica en los objetivos de la política comercial (Constitución, 2008) literal 1 “desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo. Literal 2 regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial”. (Art. 304)

Ecuador forma parte de importantes organismos internacionales como son:

La organización mundial de comercio (OMC), Fondo Monetario Internacional (FMI), Corporación Andina de Fomento (CAF), Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Banco Mundial (BM), Comisión Económica para América y el Caribe (CEPAL), Fondo de la Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Organización de Estados Americanos (OEA), Organización de Naciones Unidas (ONU), Organización de países Exportadores de Petróleo (OPEP), Organización Internacional del Trabajo (OIT),

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA) (PROEcuador, Ministerio de Relaciones Exteriores, 2018)

A través de estas instituciones se promueve el desarrollo económico y social del país, haciendo que los procesos de interacción en los mercados internacionales sean más fáciles de realizar. Ecuador forma parte de otras instituciones internacionales económicas y comerciales que se detallan a continuación:

Tabla 43. Organizaciones Económicas y Comerciales

Organizaciones Económicas y Comerciales	
ARPEL	Asistencia Recíproca Petrolera Latinoamericana
CII	Corporación Interamericana de Inversiones
COA	Consejo de Cooperación Aduanera
CNUDMI	Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional
CAF	Corporación Andina de Fomento
OIA	Organización Internacional del Azúcar
OMPI	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
ONUDI	Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial
SIAT	Sociedad Interamericana de Atún Tropical
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y desarrollo

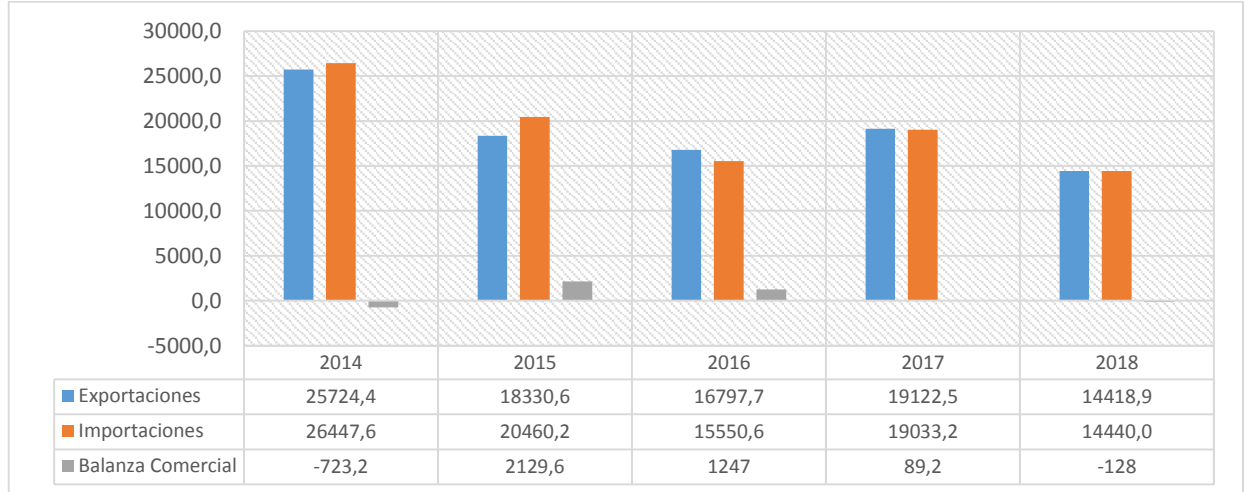
Fuente: PROEcuador, Ministerio de Relaciones Exteriores

Elaborado por: Evelyn Terán

Ecuador también forma parte de varios acuerdos regionales como: Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), Comunidad Andina de Naciones (CAN), Alianza Bolivariana para las Américas (ALBA), Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR), y al Mercado Común del Sur (MERCOSUR). (PROEcuador, Ministerio de Relaciones Exteriores, 2018)

Todos los acuerdos, convenios que tiene Ecuador con las organizaciones y organismos son muy importantes para el desarrollo de la economía del país, ya que brindan facilidades comerciales como liberación de aranceles e impuestos para la comercialización de productos, además otro factor importantes es pertenecer al sistema generalizado de preferencias (SGP) con la Unión Europea que le permite a Ecuador poseer un amplio margen Comercial con estos países y poder internacionalizar los productos, bienes y servicios.

Tabla 44. Balanza Comercial Ecuador



Fuente: Banco Central del Ecuador (2018)

Elaborado por: Evelyn Terán

En el gráfico anterior se puede observar que el Ecuador ha tenido cambios significativos en su balanza comercial durante los últimos años, actualmente presenta una balanza positiva en el 2016 llegando a 1247 (millones de USD) y en 2017 de 89,2 (millones de USD), donde se logró una recuperación de un 13,8% en comparación del 2016, esto gracias a que las exportaciones aumentaron por los incentivos que está brindando el Estado ecuatoriano para, mejorar el desarrollo económico del país.

4.14. ANÁLISIS DEL ENTORNO COMPETITIVO DE PORTER

Tabla 45. Análisis del entorno competitivo

ANÁLISIS DEL ENTORNO COMPETITIVO DE LA HACIENDA LA MAGDALENA					
	DESCRIPCIÓN	DESCRIBIR LOS DETERMINANTES	DESCRIBIR SU EVOLUCIÓN	VALORAR Y JERARQUIZAR	
PROVEEDORES -MAG -TIERRA ZOE -FERTIAGRO	Sector de insumos agroquímica e insumos industriales	Estos proveedores están diferenciados y concentrados en la provincia, son susceptibles de ser sustituidos y no pueden convertirse en competidores	Los proveedores tienden a ser más y a diferenciarse	Posee poder de negociación con sus proveedores	
CLIENTES -CERVECERÍA NACIONAL -MOLINOS SAN LUIS -BAVARIA S.A. -PRONALCE S.A	Los principales clientes son las industrias de procesamiento de bebidas a base de cebada y la industria de la molinería.	Si se diferencian entre las empresas del sector. No pueden convertirse en competidores y es posible que encuentre sustitutos	Es posible un incremento de estos clientes y en mayor importancia.	Los clientes si tiene un poder de negociación y este puede aumentar	
COMPETIDORES POTENCIALES -Productores de región centro y sur de Ecuador -Productores de cebada de Argentina y Chile	Quienes podrían entrar a competir son los productores de otro sector del país y los exportadores de los países con mayor producción de cebada	El sector no presenta economías a escala, los competidores se encuentran en las mismas condiciones de negociación con clientes y proveedores	La localización es un aspecto que los competidores pueden manejar de mejor manera	Los nuevos entrantes tienen que afrontar costes de entrada, y hay la posibilidad que se conviertan en amenaza	
PRODUCTOS SUSTITUTOS -AVENA -TRIGO	La producción de cereales similares pueden sustituir nuestra producción de cebada cañicapa y solo en el caso de la cebada maltera no tiene sustituto ya que la cebada es la materia prima esencial de la industria cervecera	No cubrirían las mismas necesidades pero pueden llegar a ser más baratos	El grado de sustitución dependerá exclusivamente de las preferencias del cliente	Los productos sustitutos si son importantes pero no generan las mismas posibilidades al momento de elaborar un cierto producto ya definido	

COMPETIDORES -MALTERÍA PAMPA S.A (ARGENTINA) - ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CEBADA DE TUNGURAHUA	Las distintas asociaciones y empresas dedicadas a la producción del mismo cereal nacional e internacional	Los competidores si están diferenciados y concentrados.	Es posible que los competidores crezcan	El principal signo de rivalidad es acaparar los mercados más rentables, pero la competencia se acepta entre si porque es muy difícil eliminarla ya que nuestro país es netamente agrícola
--	--	---	--	--

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Evelyn Terán

4.15. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar servicio, y se determina el tamaño, localización, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción. (Cazares, 2013)

4.15.1. Ingeniería del proyecto

Nombre de la asociación

Hacienda La Magdalena

Misión

“La Hacienda la Magdalena, ubicada en la Parroquia Rural de Angochagua del Cantón Ibarra, es una asociación reconocida legalmente que centra sus actividades principalmente en la agricultura, la ganadería y el turismo, contribuyendo así al desarrollo productivo de la comunidad.”

Visión

“Para el 2020, ser la principal productora de cultivos tradicionales de la zona implementando técnicas y tecnología que permita mejorar la calidad, empleando mano de obra capacitada y competitiva, a su vez efectuar mecanismo de distribución y comercialización vanguardistas que otorguen confiabilidad a la hacienda.”

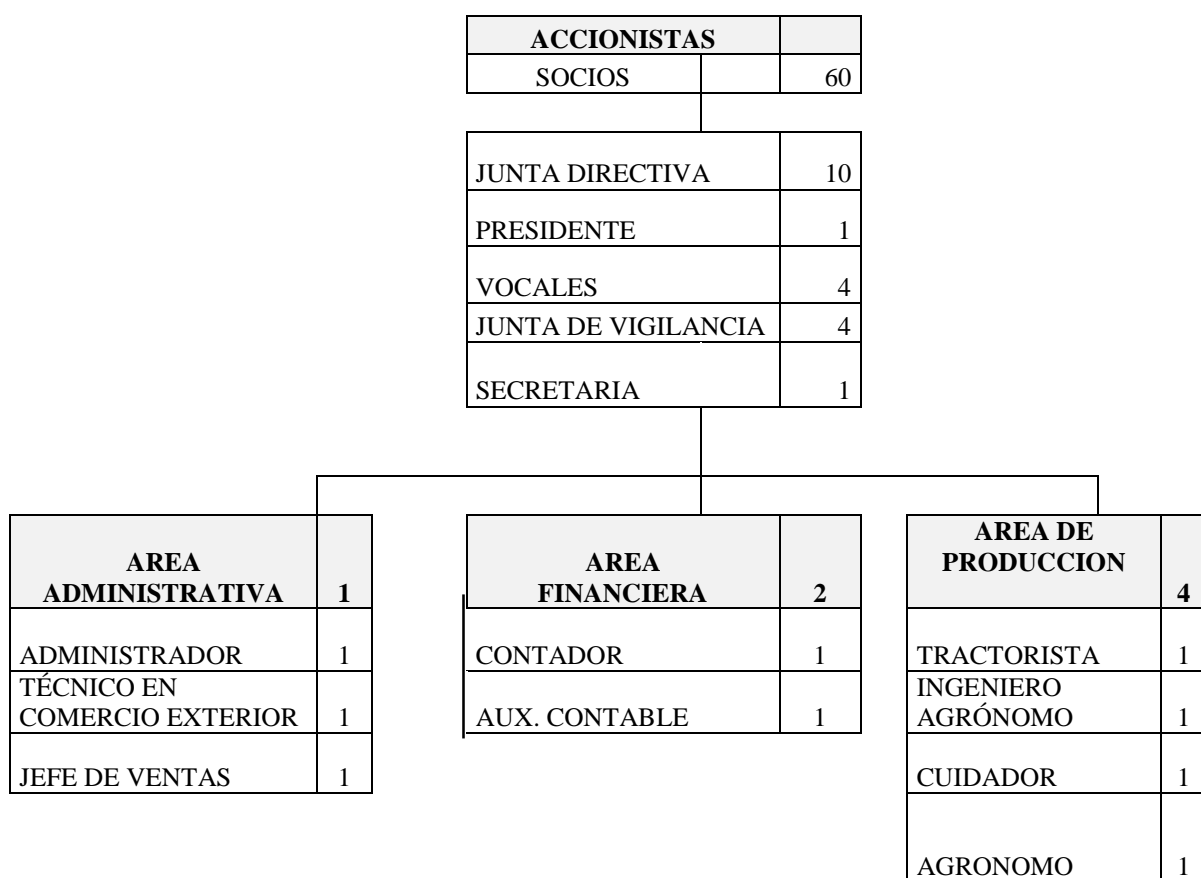
GRAFICO 7.

4.15.2. Logotipo de la empresa

Gráfico 7. Logotipo de la empresa



Gráfico 8. Organigrama Estructural



Valores Empresariales

- **Trabajo en equipo.** - Al ser una asociación el trabajo en equipo es fundamental para llevar a cabo las diferentes actividades programadas para el desarrollo y sostenimiento de la Hacienda la Magdalena.
- **Respeto.** - Dentro del entorno laboral es necesario que se maneje un ambiente de respeto entre todos los socios y personal administrativo para poder garantizar el desenvolvimiento óptimo de las actividades encomendadas.
- **Constancia.** - El trabajo que lleva a cabo la Hacienda la Magdalena es muy arduo por lo que si se debe desarrollar una actitud de constancia para el trabajo sin importar las trabas que haya en el camino, sólo así garantizaremos el éxito.

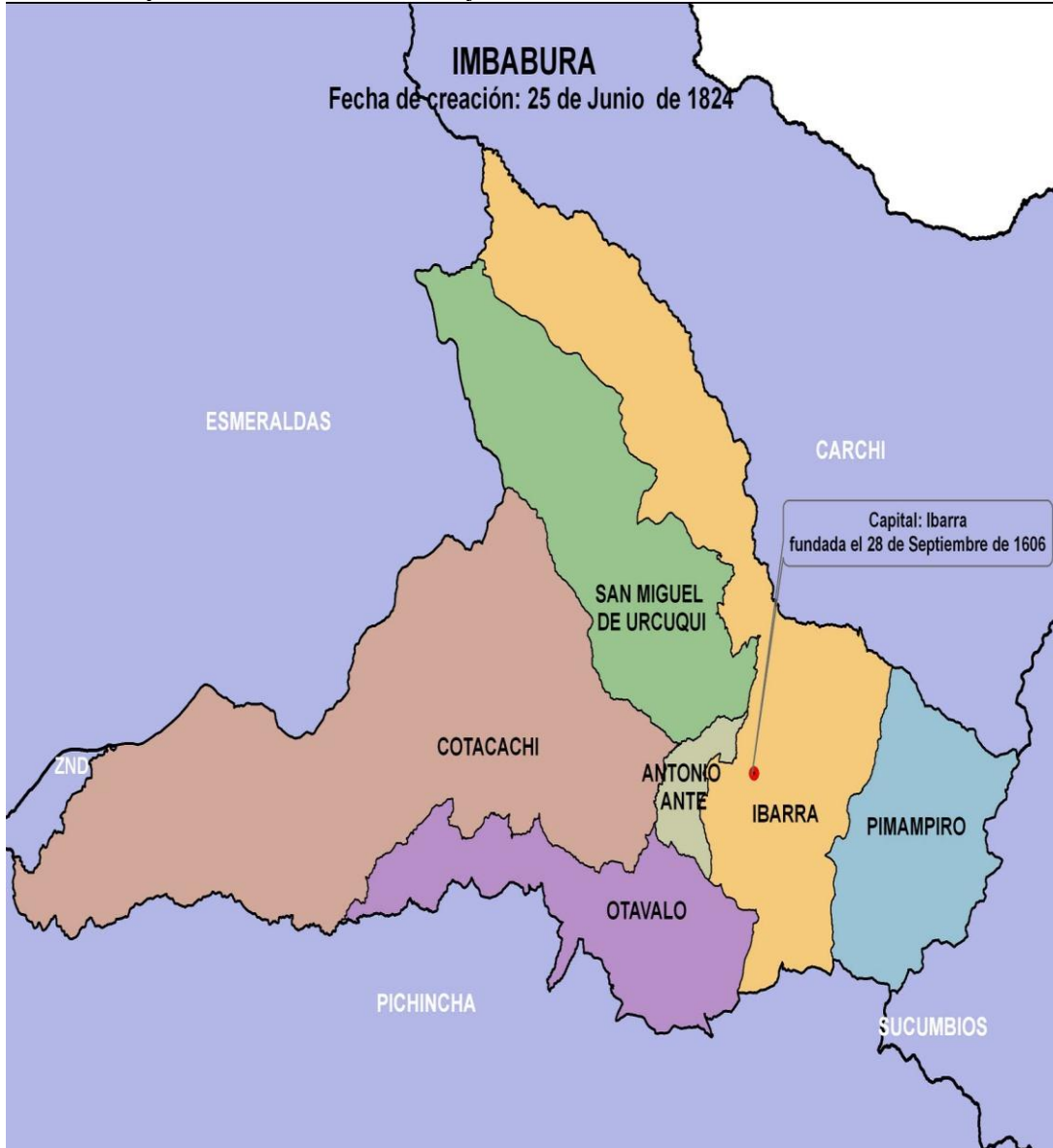
4.15.3. Macrolocalización

La Macrolocalización indica el lugar geográfico a nivel general teniendo:

Provincia: Imbabura

Cantón: Ibarra

Gráfico 9. Mapa de la Provincia de Imbabura y sus cantones



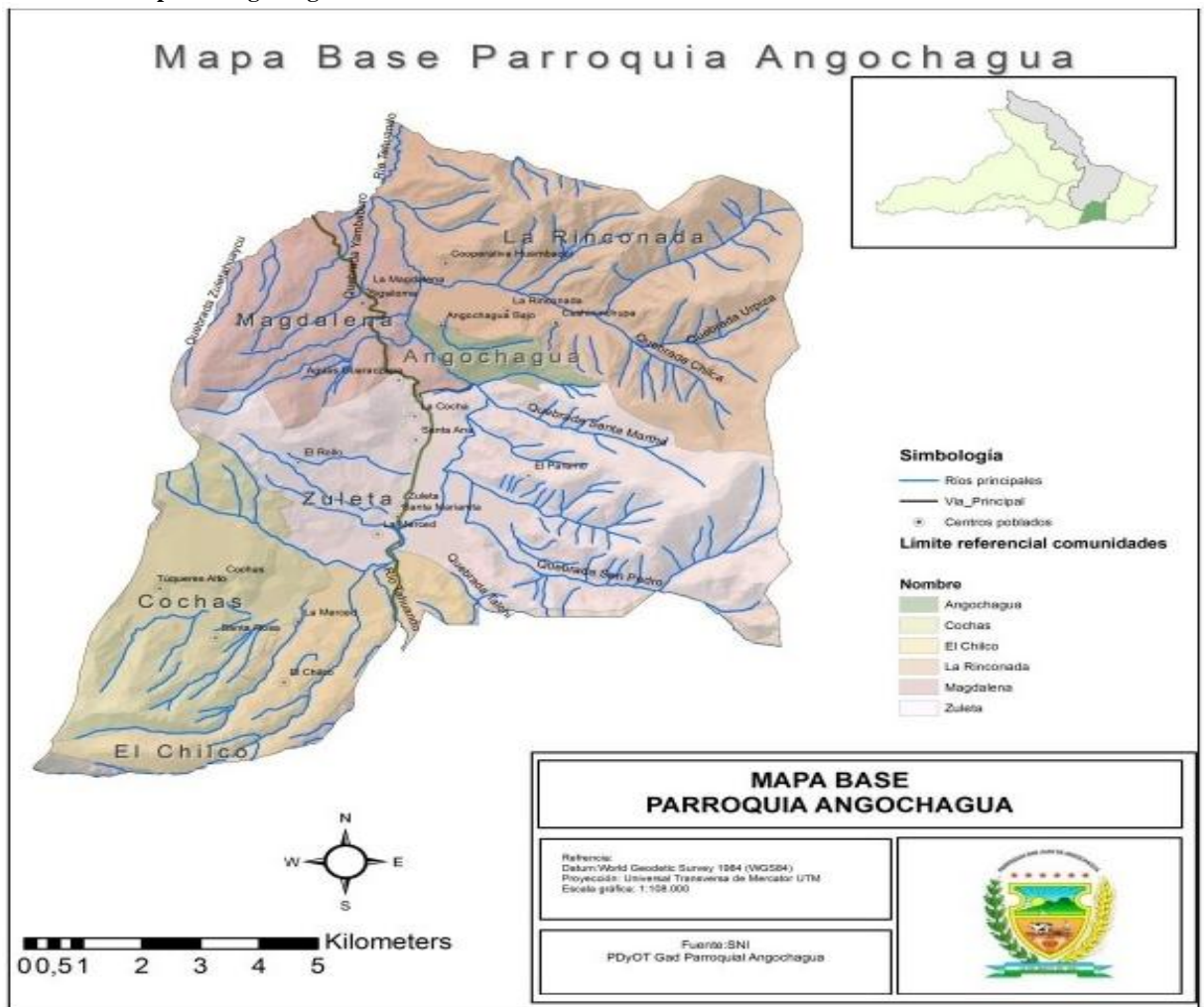
4.15.4. Microlocalización

La microlocalización muestra el lugar más exacto de ubicación de la Hacienda la Magdalena, teniendo como ubicación en la parroquia rural de Angochagua perteneciente al Cantón Ibarra.

Ubicación

- Provincia: Imbabura
- Cantón: Ibarra
- Parroquia: Angochagua
- Comuna: La Magdalena
- Pueblo: Karanki

Gráfico 10. Mapa de Angochagua



Elaboración: Equipo Técnico PDyOT

Gráfico 11. Mapa de límites de la Hacienda la Magdalena

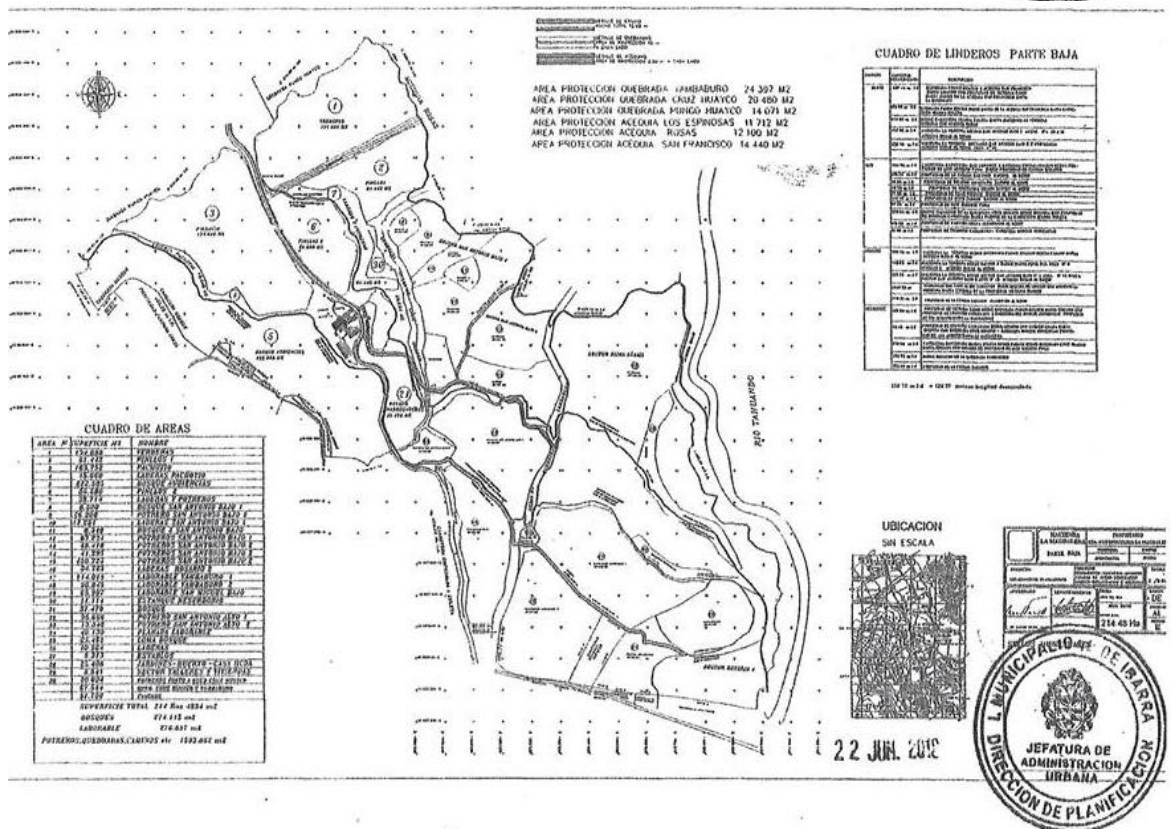
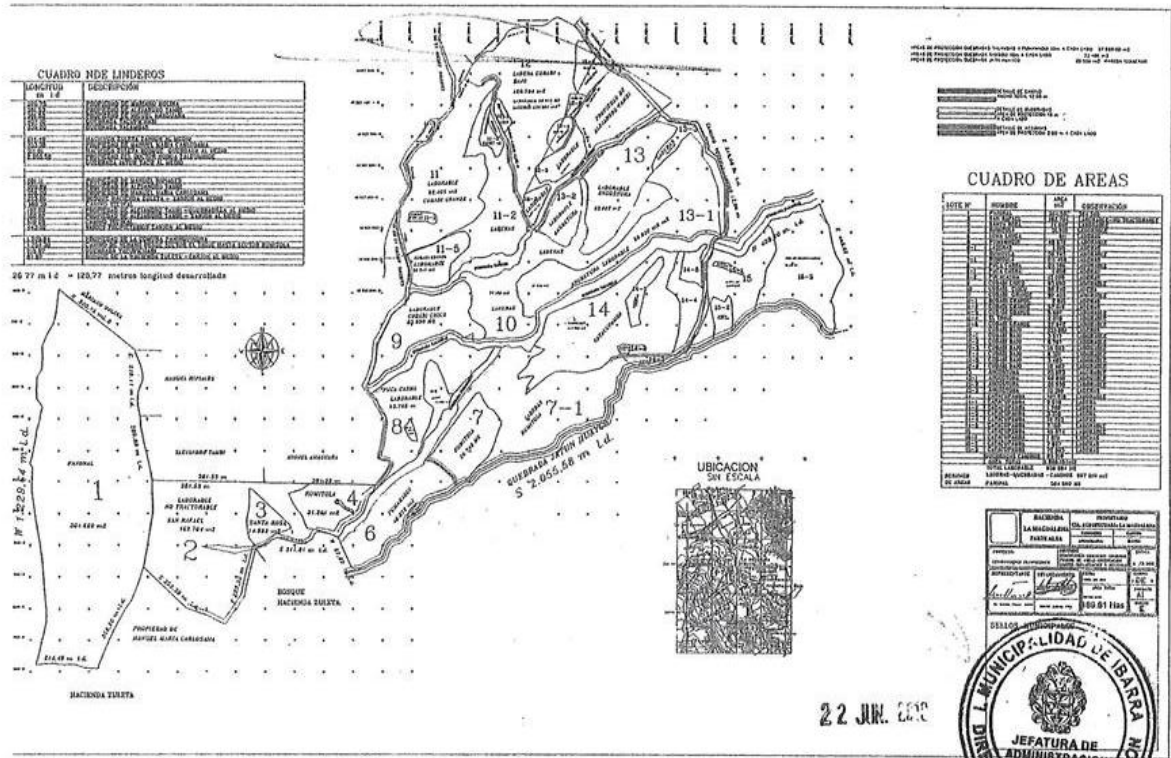
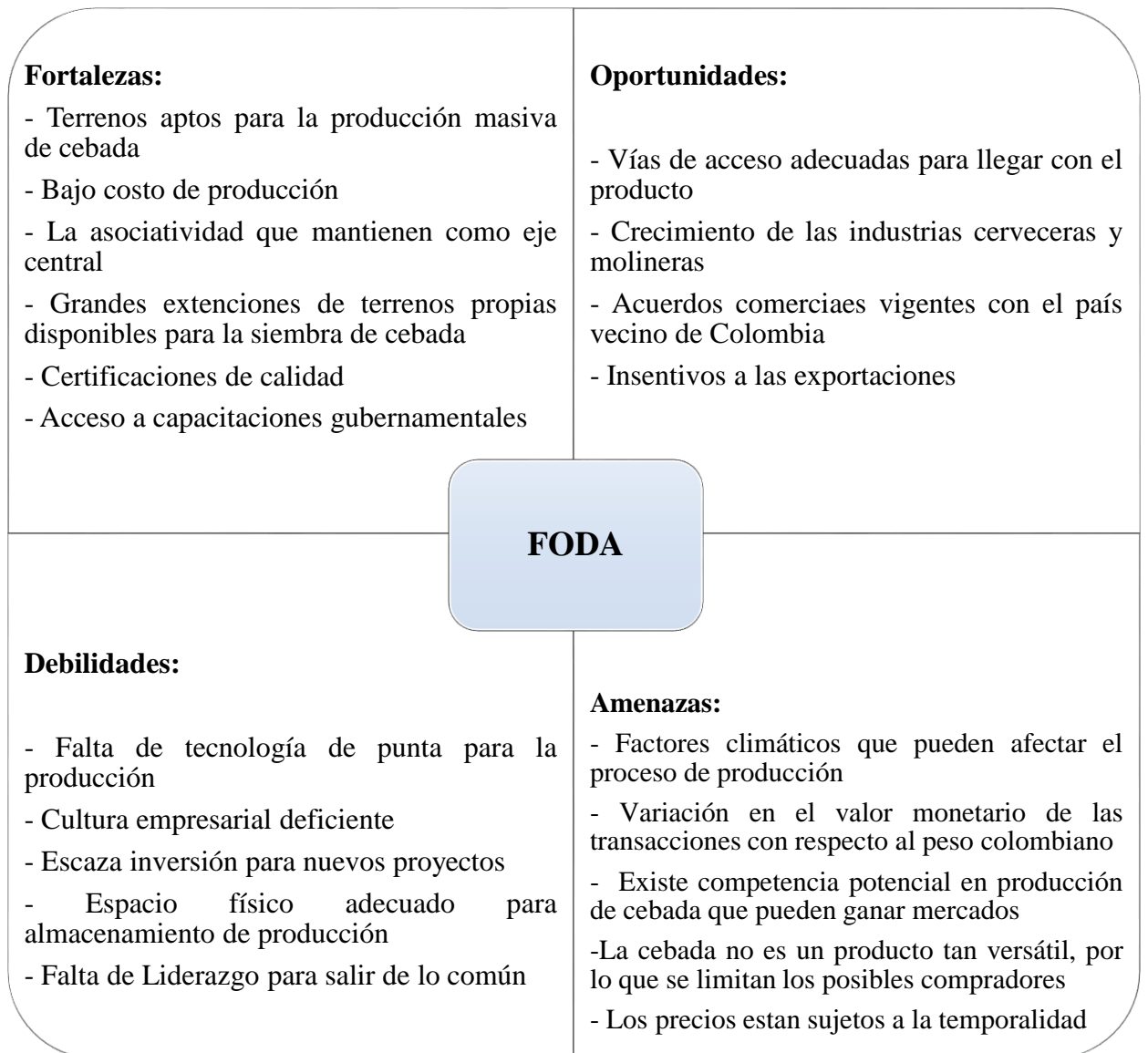


Gráfico 12. FODA de la Hacienda La Magdalena



Fuente: Observación de Campo
Elaborado por: Evelyn Terán

4.16. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Zona de producción

Actualmente, según datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (Magap), 778 agricultores están dedicados a sembrar las dos variedades de cebada en Loja, Azuay, Bolívar, Cañar, Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi, Pichincha, Imbabura y Carchi.

En los primeros siete meses del año 2017, en aquellas provincias, se sembraron 1.471 hectáreas de la cebada Cañicapa y 504 hectáreas de la variedad Scarlet o Maltera. En total, Ecuador tiene sembradas 1.975 hectáreas, a partir de las cuales se estima que se obtendrá una producción aproximada de 64.241 quintales, un resultado que no se había logrado desde hace muchos años.

Para incrementar la superficie cultivada y su productividad, el Magap entrega a los agricultores un paquete tecnológico que comprende semillas, fertilizantes edáficos, potasio y sulfato de magnesio.

En cuanto se refiere a la provincia de Imbabura, según los datos registrados en el documento del Plan de Desarrollo Estratégico del Gobierno Provincial de Imbabura, el 37.4% de su superficie territorial se destina a actividades agropecuarias, existe una gama importante de productos primarios que se cultivan en la provincia y de manera especial en las zonas de clima frío se destacan la producción de maíz, trigo y cebada. (Toapanta, 2016, p.24)

Según los registros del MAG (2018) en la Provincia de Imbabura existen actualmente 616 hectáreas de cultivo de cebada, siendo Ibarra el cantón que posee el mayor porcentaje (52,63%) de dicho cultivo.

Tabla 46. Ficha Técnica

Ficha Técnica de la Cebada	
Nombre Científico de la especie:	Hordeum vulgare
Nombre Común de la especie:	Cebada
Partida Arancelaria:	1003.90.00.90
Ciclo Vegetativo:	Anual
Altura:	Recomendado para altitudes de 2400 a 3200 msnm
Estación de Crecimiento:	Invierno
Suelos:	Alta Fertilidad, tolera suelos alcalinos y no tolera suelos ácidos
Tolerancia a sequía:	Baja
Tolerancia a heladas:	Baja
Toxicidad:	No posee
Implantación en el lote:	Por semillas
Época de siembra:	Febrero – Abril
Época de cosecha:	Tiene un ciclo vegetativo de aproximadamente 150 a 180 días para su cosecha en los meses de Junio, Julio y Agosto.
Rendimiento:	Aproximadamente entre 50 a 80 quintales por hectáreas
Profundidad de siembra:	3 - 4 cm
Plagas:	Baja resistencia a pulgón
Presentación del producto final:	La cebada se empaquetará en costales (sacos) de 100 Kg. Tendrá una etiqueta diseñada especialmente para la exportación con las especificaciones requeridas para el caso.



Fuente: INIAP (2017)

Elaborado por: Evelyn Terán

Calidad Requerida:

- Para determinar el grado de calidad del grano de cebada se tomó como base la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 1.559: 2004, de los GRANOS Y CEREALES.
- Requisitos físicos y químicos del grano de cebada para consumo alimentario (NTE INEN 1.559)

Tabla 47. Calidad requerida

REQUISITOS	VALOR	METODO DE ENSAYO
Humedad, % (base húmeda) (máx.)	13	NTE INEN 1 235
Impurezas, % (máx.)	3	Numeral 8.2, literal h)
Masa hectolítrica, kg/Hl (mín.)	60	NTC 852
Proteína, % (mín.)	12	NTC 543
Contenido de aflotoxinas (B1), mg=kg (máx.)	0.02	NTE INEN 1 563

Fuente: NTE INEN 1559

Elaborado por: Evelyn Terán

- **Propiedades de la cebada**

La cebada es muy buena fuente de inositol, sustancia considerada durante mucho tiempo como vitamina del grupo B. El inositol evita la rigidez de los capilares, es tónico cardíaco, regula el colesterol, evita la acumulación de grasa en el hígado, protege el sistema nervioso y combate ansiedad y depresión. La cebada también posee vitaminas del grupo B, ácido fólico, colina y vitamina K.

En materia de minerales, la cebada es buena fuente de potasio, magnesio y fósforo, pero su mayor virtud es la riqueza en oligoelementos: hierro, azufre, cobre, cinc, manganeso, cromo, selenio, yodo y molibdeno. Esto la convierte en alimento ideal para estados carenciales y para el proceso de crecimiento.

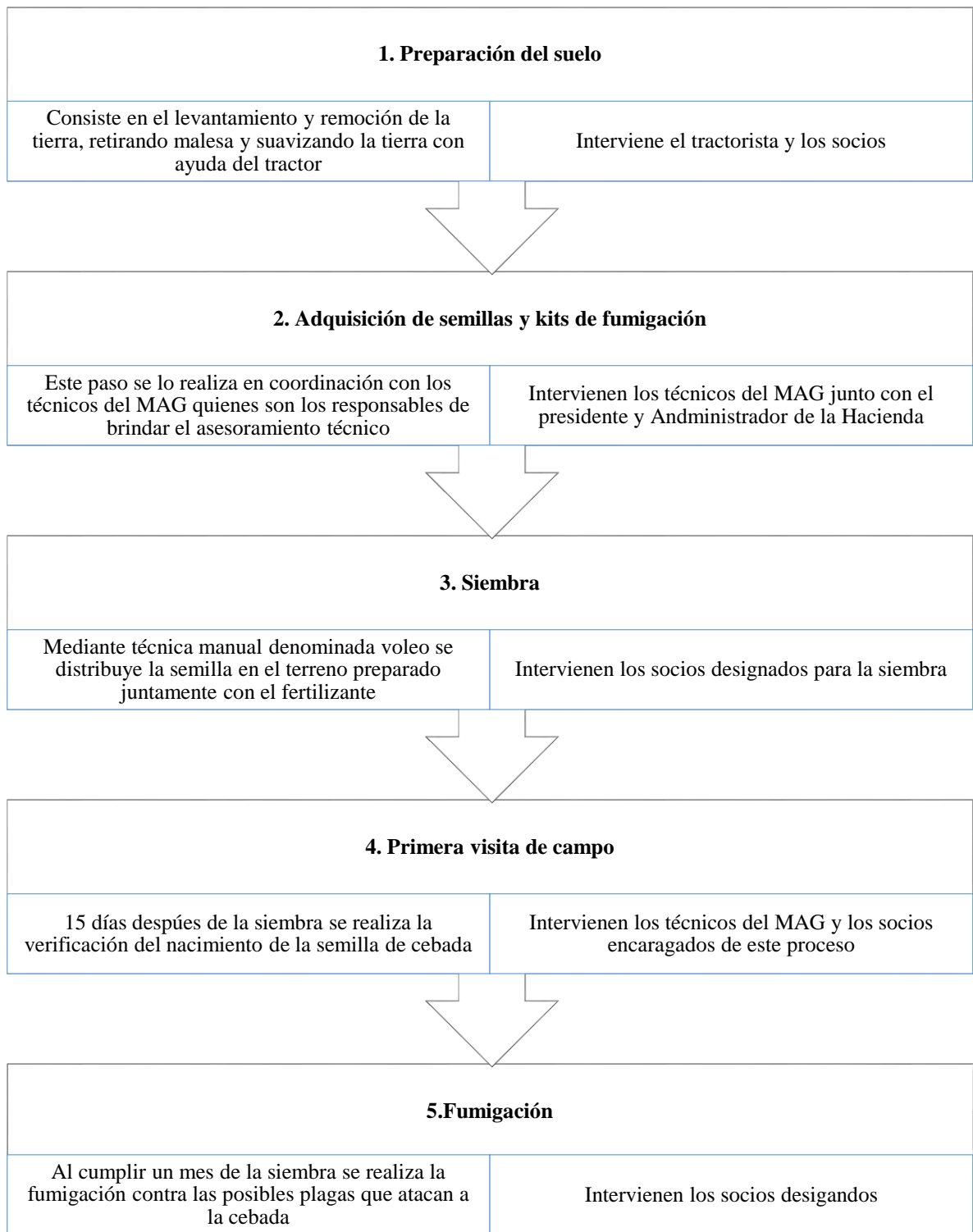
La cebada es el cereal mejor dotado de fibra, 17 por ciento, y sobre todo en materia de fibra soluble. Esta fibra retarda el índice de absorción de la glucosa y reduce la absorción de colesterol. Además la cebada posee otras sustancias benéficas, como los lignanos, antioxidantes y protectoras del cáncer.

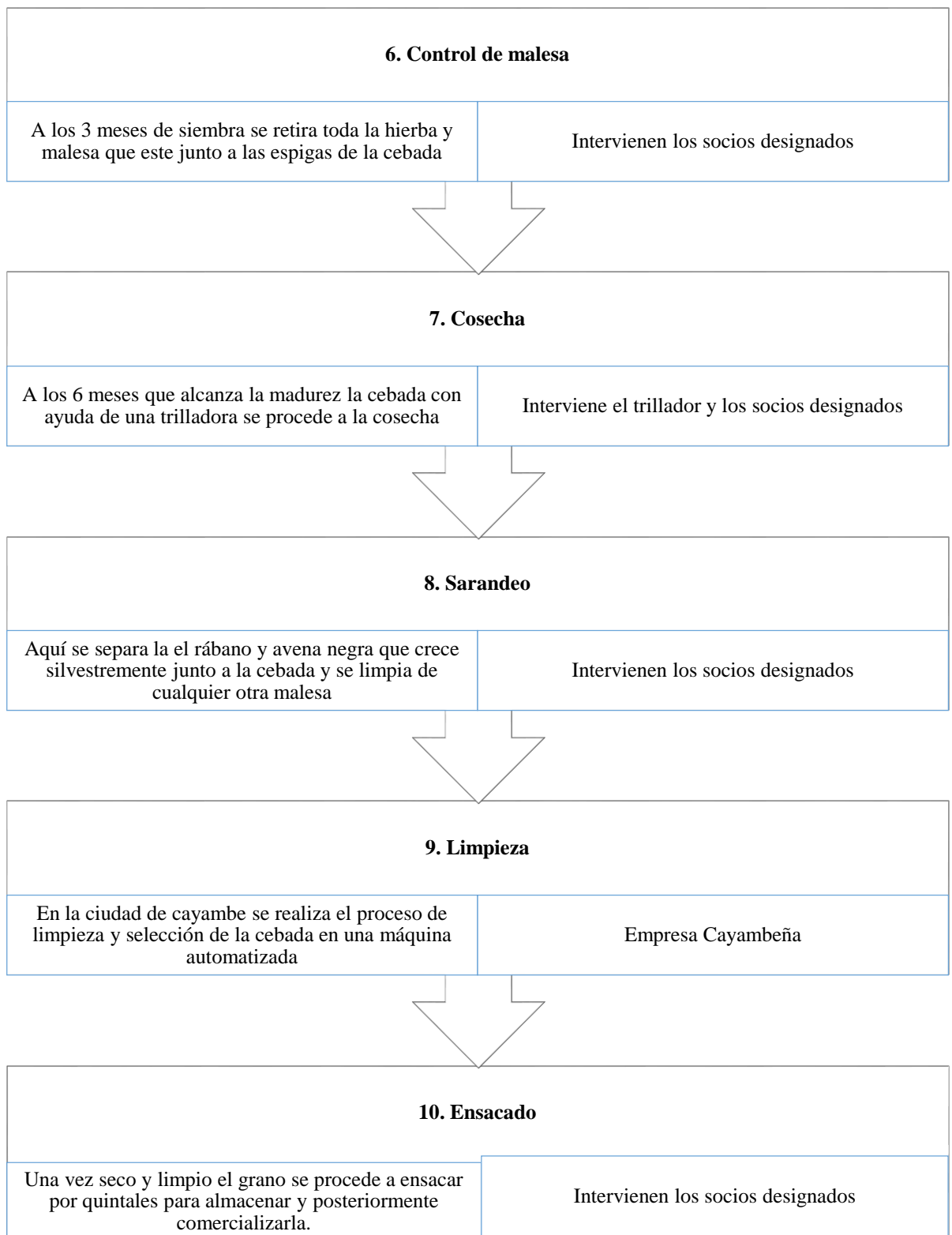
Propiedades: Gran cantidad de propiedades tiene la cebada es emoliente, reconstituyente, digestiva, diurética, desintoxicante, tónica, ligeramente vasoconstrictora, antiinflamatoria, laxante, alcalinizante, antiséptica y mineralizante. (Diario El Tiempo, 2016)

- **Proceso de producción de la cebada**

Aunque la investigación no profundiza en cuanto a la producción en sí, se da a conocer de manera práctica el proceso que se debe seguir para llegar a obtener un quintal de cebada:

Gráfico 13. Proceso de producción de la Cebada





Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Evelyn Terán Acosta

4.17. Análisis de la demanda

Según datos del Ministerio de Agricultura, Colombia consume anualmente 267.311 toneladas de cebada. Sin embargo, la producción interna no llega a las 14.000 toneladas, ya que las siembras no superaron las 6 mil hectáreas. Ese cultivo, según el ministro de Agricultura, Andrés Valencia Pinzón, se incluirá en el programa Colombia Siembra, con el fin de sembrar 30 mil hectáreas en los próximos años.

Lo anterior significa que el déficit está por encima de las 250 mil toneladas anuales, misma que ha sido contrarrestada con las importaciones principalmente de Chile, Argentina y Canadá.

La producción nacional de cebada colombiana se concentra en Boyacá (73,8%), Cundinamarca (14,7%) y Nariño (11,4%).

En el país funcionan 151 cervecerías artesanales. Emprendedores señalan que el principal problema al que se enfrentan es el conseguir las materias primas. El precio promedio de cada saco de cebada en el mercado colombiano tiene un estimado de \$42,67

- Tendencias de consumo

En cuanto a las tendencias de consumo según la Analista Mundial de Alimentos y Bebidas, Jenny Zegler, en el informe de El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX); mencionan que: muchos consumidores están dispuestos a probar una gama de texturas en varias categorías.

Más de la mitad de los consumidores de entre 20 y 49 años que consumen galletas dulces o saladas afirman que las capas de baños o rellenos son un aspecto importante de las galletas que consumen para darse un gusto.

Además, al 43 % de los consumidores de 20 a 49 años de té listo para tomar (RTD) les agradan las variedades de té con trozos de fruta, y un tercio de los consumidores de 20 a 49 años afirman que el yogurt ideal debe tener cereales, granos o semillas.

- **Tendencia de la industria de bebidas**

Un colombiano consume regularmente 60 litros de cerveza anualmente. Sin embargo, el país está lejos de las primeras cinco naciones que según la firma internacional encuestadora Statista, son los mayores consumidores: República Checa (137.3 litros), Polonia (98.06 litros), Alemania (95.5 litros), Austria (95.4 litros) y Lituania (92 litros).

Se muestra estable en -0,4% durante el YTD 2018. Esto viene dinamizado por Bebidas Ready To Drink, destacándose Aguas, Maltas e Isotónicas, logrando compensar la caída en Alcohólicas y Bebidas. Tanto Tradicionales como Cadenas contribuyen a la estabilidad de la Industria, sin compensar por completo la caída en los demás canales.

4.17.1. Modo de transporte para la exportación













Con la información previa obtenida de las entrevistas tenemos:

- Hectáreas: 140
- Sacos por hectárea: 50
- Sacos de 50 kg: 7000
- Toneladas: 350 anuales

Para el transporte se utilizarán contenedores de 40 pies estándar con una capacidad de 30 toneladas.

En cada contenedor entran 600 sacos, por lo tanto, se tendrán que realizar 12 envíos para completar los 7000 sacos. Las frecuencias de los envíos dependerán de los requerimientos del cliente.

Gráfico 14. Tipos de vehículos y tabla de pesos para la Comunidad Andina

Configuración	Esquema	Máximo peso bruto Vehicular PBV en Toneladas	Capacidad de Carga Aprox. en Toneladas	Dimensiones Maximas en Metros			Volumen en Metros Cúbicos
				Ancho	Alto	Largo	
Camioneta Sencilla		3.4	1.4	1.90	1.85	3.15	11
Camioneta		6.3	3.5	1.90	2.00	4.20	16
Camioneta Turbo		8.0	4.5	2.00	2.10	4.30	18
Turbo Camión		8.4	5.0	2.00	2.20	5.00	22
Camión Sencillo		16.0	8.0	2.30	2.40	6.00	33
Camión doble troque tres ejes		28.0	17.0	2.35	2.40	7.50	42
Mini Tractocamión		27.0	15.0	2.40	2.50	12.00	72
Mini Tractocamión		32.0	20.0	2.40	2.50	12.00	72
Mini Tractocamión		40.5	23.0	2.40	2.50	12.50	75
Tractocamión		29.0	18.0	2.40	2.50	12.00	72
Tractocamión		48.0	32.0	2.40	2.50	12.20	73
Tractocamión		52.0	35.0	2.40	2.50	12.50	75

Copyright © 2012 MCT All Rights Reserved.

4.17.2. Construcción del precio para la exportación

La Hacienda la Magdalena tiene un área total 400 hectáreas de propiedad, de las cuales 200 son aptas para la producción de diversos cultivos, ya que los terrenos más altos están destinados para la siembra de árboles maderables.

En primer lugar, en la siguiente tabla se da a conocer el valor de producción por saco, teniendo en cuenta que se destinarán a la producción exclusivamente de cebada 140 hectáreas y por cada hectárea se estima un total de 50 sacos, teniendo en total una producción de 7000 sacos.

Tabla 48. Costo de producción de cebada

Costo de producción de cebada		
Rubro	Actividad	Valor
Mano de obra	Preparación del terreno	1.200,00
	Siembra	1.400,00
	Curaciones	1.000,00
	Aporcación	1.700,00
	Cosecha	1.900,00
	Pos cosecha	1.000,00
	Insumos	Semillas
Fertilizantes y fungicidas		12.600,00
Sacos		1.750,00
Alquiler de Maquinaria	Tractor (preparación)	5.040,00
	Trilladora (cosecha)	14.000,00
	Limpiadora	10.500,00
	Total	58.390,0
	Precio Unitario	8,30

Fuente: Entrevista

Elaborado por: Evelyn Terán Acosta

En segundo lugar, tenemos el cuadro del valor final de exportación por saco de cebada aplicando el término internacional de negociación (INCOTERMS)

Tabla 49. Costo de exportación de cebada

Costo de exportación de cebada	
INCOTERMS	Valor
Costo producción	58387
Costos previos	7000
EXW	65.387,00
Etiquetado	1.750,00
FCA/FAS	67.137,00
Transporte interno	4.550,00
Manipuleo	500,00
Agentes	250,00
Documentación	250,00
FOB	72.687,00
Costo por quintal	10,38
Utilidad (25%)	2,60
PRECIO DE VENTA	13,0

Fuente: Entrevista

Elaborado por: Evelyn Terán Acosta

4.17.3. Forma de ingreso a los mercados internacionales

La empresa una vez que toma la decisión de internacionalizar su producto en un mercado específico, debe definir el método más apropiado para ingresar a dicho mercado internacional. En principio, Según José Pla (2004); existen tres formas genéricas de llegar a los mercados exteriores: exportar, conceder licencias o realizar inversiones directas propias. Estas opciones anteriormente mencionadas, suponen determinadas diferencias en cuanto a: grado de control que la empresa puede ejercer sobre la operación externa, los recursos que debe comprometer y el riesgo que debe afrontar.

El primer método recomendado y que se tomará como inicio es denominado “exportación”; este es considerado como el de menor riesgo, ya que permite obviar muchos de los costes fijos de hacer negocios en el exterior. De hecho, es la forma de entrada utilizada mayoritariamente como primera vía de penetración en un mercado. Esta opción implica producir bienes en el mercado local y venderlos en los mercados exteriores. No obstante, presenta diferentes modalidades, siendo la distinción más genérica la diferenciación entre exportación directa e indirecta. (Barber, 2004)

Tabla 50. Cuadro comparativo entre la Exportación Directa e Indirecta

Cuadro comparativo entre la Exportación Directa e Indirecta	
Exportación Directa	Exportación Indirecta
La empresa busca establecerse en un número de mercados clave, considerándose la actividad exportadora como una actividad regular más que como un negocio marginal.	La empresa vende sus productos en los mercados exteriores a través de otras empresas. La empresa se limita a aceptar o rechazar el precio que proponen.
La exportación directa implica un mayor nivel de compromiso de recursos, pero también se obtiene una sustancial mejora en el control de las operaciones foráneas	Los contactos con el comprador en el otro país, la logística, la documentación de comercio exterior, los trámites sanitarios, etc. serán realizados por los intermediarios.
Se renuncia a disfrutar de las ventajas comparativas que otros países ofrecen (costes, tecnología, etc.), y es desaconsejable cuando existen elevados costes de transporte, aranceles o trabas al comercio.	La principal desventaja de esta modalidad es la total ausencia de control sobre las estrategias de marketing aplicadas al producto, ya que el exportador está totalmente desvinculado del proceso de exportación.

Fuente: Libro de José Pla Barber (2004)

Elaborado por: Evelyn Terán

En este caso por la falta de experiencia de la empresa en estudio, lo más conveniente es optar por la exportación indirecta, ya que al ser un producto primario no necesita que la empresa maneje un marketing internacional para cuidar la imagen de la empresa y de su producto. Al realizar la internacionalización por medio de otra empresa se evitan realizar trámites engorrosos que por la falta de conocimiento pueden tornarse una debilidad fuerte para la empresa. La utilización de la red de ventas de otra compañía local o extranjera (PIGGY-BACK), permite que se beneficien de esa experiencia exportadora, lo cual ofrece cierta seguridad a la empresa usuaria al colocar sus productos en una red de distribución ya establecida.

Tabla 51. DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	Cálculo de la Demanda Insatisfecha										DEFICIT TOTAL NARIÑO (KG)		COBERTURA		% DE COBERTURA
	X (-)	M (+)	PROD. (+)	CNA	POBLACIÓN DE COLOMBIA	CONSUMO PER CAPITA ANUAL		DEFICIT (KG)	POBLACIÓN ESTRATIFICADA	CRECIMIENTO	KG	(TM)	KG	(TM)	
TONELADAS	TONELADAS	TONELADAS	TONELADAS	REAL (KG)		RECOMENDADO (KG) FAO									
2013	0	254577	13418	267995	47121000	5,69	27,00	21,31	1702000	0	0	0	0	0	0
2014	0	253469	6382	259851	47662000	5,45	27,00	21,55	1723000	0	0	0	0	0	0
2015	6	253811	10793	264598	48203000	5,49	27,00	21,51	1745000	0	0	0	0	0	0
2016	0	297069	5510	302579	48748000	6,21	27,00	20,79	1766000	0	0	0	0	0	0
2017	0	293217	4908	298125	49292000	6,05	27,00	20,95	1787000	0	0	0	0	0	0
2018	0	304540	4535	309075	49686336	6,22	27,00	20,78	1840610	53610	1113988	1114	350000,0	350,00	31,42
2019	0	316300	4190	320490	50083827	6,40	27,00	20,60	1895828	55218	1137548	1138	385000,0	385,00	33,84
2020	0	328514	3871	332386	50484497	6,58	27,00	20,42	1952703	56875	1161162	1161	423500,0	423,50	36,47
2021	0	341200	3577	344777	50888373	6,78	27,00	20,22	2011284	58581	1184793	1185	465850,0	465,85	39,32
2022	0	354376	3305	357681	51295480	6,97	27,00	20,03	2071623	60339	1208403	1208	512435,0	512,44	42,41
2023	0	368061	3054	371114	51705844	7,18	27,00	19,82	2133771	62149	1231948	1232	563678,5	563,68	45,76
TOTAL	6	3365134	63543	3428670									2136785	2136,79	

Fuente: Banco Mundial, FAO, FENALCE, DIAN

Elaborado por: Evelyn Terán Acosta

4.17.4. Promoción

La promoción al igual que en el marketing local, son todas aquellas acciones que van encaminadas a informar sobre la existencia del producto, posicionar sus características, ventajas y beneficios ante el consumidor potencial. (Quiñonez, 2012, pág. 19)

Existen distintos medios a través de los cuales, la empresa puede establecer una comunicación con el mercado; los eventos internacionales son particularmente útiles para el nuevo exportador. Para el caso en estudio, la mejor forma de dar a conocer el producto es a través de las denominadas misiones comerciales y ferias comerciales internacionales.

Según Luz Vallejo (2016); las misiones comerciales son: visitas realizadas por personal de la empresa a clientes potenciales en otros mercados. Suele utilizarse por firmas exportadoras que acuden a nuevos mercados. Una visita personal contribuye al mejor conocimiento de las necesidades y requerimientos de los clientes. Hoy se invita a los clientes actuales o potenciales a visitar sus instalaciones. Estas visitas son denominadas “misiones comerciales inversas”. Las misiones comerciales cuentan, a menudo, con ayudas públicas. (pág. 85)

En resumen, se puede decir que las misiones comerciales son encuentros entre compradores y vendedores, generalmente con un enfoque sectorial, que buscan generar relaciones comerciales y por lo general lo organizan las cámaras de comercio y los organismos del sector tanto privado o público.



Por otro lado, las ferias internacionales son un mecanismo privilegiado de promoción comercial, que facilita el acceso y la permanencia de un producto en un determinado mercado. Ayuda a crear y mantener la imagen de un país y fortalece la presencia de las empresas y sus productos dentro de un ámbito global. La participación en ferias internacionales, es una de las formas más directas e inmediatas para comunicarse con un

nuevo mercado. Estas manifestaciones internacionales son ocasiones únicas que congregan, en un mismo lugar y momento, la oferta mundial de un sector de actividades. (Ministerio de Agricultura y Riego del Perú, 2015)



Participar en una feria internacional es también una ocasión para profundizar el estudio de un mercado, permitiendo así combinar elementos de promoción, publicidad, investigación de mercados y relaciones públicas.

4.18. ESTUDIO FINANCIERO

4.18.1. Presupuesto Técnico

El presupuesto técnico se compone de dos rubros de inversión que son la fija, correspondiente a la Propiedad Planta y Equipo que se requiere invertir y para poner en marcha el proyecto es necesario la inversión variable que es el capital de trabajo.

4.18.2. Inversiones fijas

Es la propiedad Planta y Equipo requerida para poner en marcha el proyecto y están divididos en tres áreas. Producción, Administración y ventas.

4.18.3. Propiedad Planta y Equipo

a) Bienes Inmuebles

Se remodelará una parte de la casa de 60 m² de construcción donde funcionarán las oficinas del proyecto y bodega que costará \$ 120,00 el metro cuadrado de remodelación.

Tabla 52. Bienes Inmuebles

EDIFICIO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V/ UNITARIO	V/ TOTAL
1	Casa remodelación de 60 m2	120,00	7.200,00
TOTAL			7.200,00

Elaborado por: Evelyn Terán

b) Bienes Muebles

Los activos fijos administrativos comprenden la Propiedad Planta y Equipo que son: bienes muebles, equipos de oficina, informáticos como se detalla a continuación:

Tabla 53. Muebles de oficina

MUEBLES DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V/ UNITARIO	V/ TOTAL
2	Escritorios	120,00	240,00
1	Archivador	80,00	80,00
4	Sillas	25,00	100,00
2	Sillón tipo Gerencia	60,00	120,00
TOTAL			540,00

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 54. Equipos de oficina

CANTIDAD	EQUIPOS DE OFICINA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
2	Teléfonos	40	80,00
1	Línea	80	80,00
1	Reloj de Pared	15	15,00
TOTAL			175,00

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 55. Equipos de computación y Software

CANTIDAD	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
2	Computadores	500,00	1.000,00
1	Impresora	120,00	120,00
TOTAL			1.120,00

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 56. Resumen de inversiones fijas del área de administración

RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS DEL ÁREA DE ADMINISTRACIÓN		
NRO.	DESCRIPCIÓN	V. TOTAL
INVERSIONES ADMINISTRATIVAS		
1	EDIFICIO	7.200,00
2	MUEBLES DE OFICINA	540,00
3	EQUIPOS DE OFICINA	175,00
4	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	1.120,00
TOTAL INVERSIONES ADMINISTRATIVAS		9.035,00

Elaborado por: Evelyn Terán

4.18.4. Propiedad Planta y Equipo del área de Ventas

En el área de ventas laborará un Técnico en comercio exterior encargado de la comercialización, publicidad e imagen institucional de la empresa para lo cual requerirá además de lo siguiente:

Tabla 57. Muebles de Oficina para el Área de Ventas

DESCRIPCIÓN	MUEBLES DE OFICINA	V/ UNITARIO	V/ TOTAL
1	VITRINA CON CAJA REGISTRADORA	210,00	210,00
1	VITRINA SENCILLA	170,00	170,00
TOTAL			380,00

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 58. Resumen de inversiones fijas del área de ventas

RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS DEL ÁREA DE VENTAS		
No.	DESCRIPCIÓN	v. total
	INVERSIONES VENTAS	
1	MUEBLES DE OFICINA	380,00
	Subtotal Ventas	380,00

Elaborado por: Evelyn Terán

4.18.6. Resumen total de Propiedad Planta y Equipo

Tabla 59. Resumen de Propiedad Planta y Equipo

RESUMEN DE INVERSIONES		
NRO.	DESCRIPCIÓN	V. TOTAL
	INVERSIONES ADMINISTRATIVAS	
1	REMODELACIÓN EDIFICIO	7.200,00
2	MUEBLES DE OFICINA	540,00
3	EQUIPOS DE OFICINA	175,00
4	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	1.120,00
	TOTAL INVERSIONES ADMINISTRATIVAS	9.035,00
	INVERSIONES VENTAS	
1	MUEBLES DE OFICINA	371,63
	Subtotal Ventas	371,63
	TOTAL	9.406,63
	INVERSIONES	9.406,63

Elaborado por: Evelyn Terán

4.18.7. Capital de Trabajo

El Capital de Trabajo, conocido también como fondo rotativo porque es el efectivo requerido para cumplir con las obligaciones financieras, administrativas y de ventas como son el pago de remuneraciones, Seguro Social, compra de mataría prima, insumos, pagos de fondos de terceros entre otros. El capital de trabajo es trimestral por lo que los valores calculados en la parte financiera de este proyecto se toman como referencia para los meses de estudio.

Tabla 60. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	VALOR
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Servicios Básicos	1.238,00
Materiales de aseo	29,63
Materiales de oficina	60,68
Sueldos Administrativos	1.966,25
SUBTOTAL	3.294,55
GASTOS DE VENTAS	
Gastos de Publicidad	365,00
Remuneraciones Ventas	1.966,25
SUBTOTAL	2.331,25
Gastos financieros	210,87
Seguros de desgravamen	6,70
Sub total	217,57
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO	5.843,37

Elaborado por: Evelyn Terán

4.18.8. Inversión Total del Proyecto

La inversión total del Proyecto es de \$ 15.250,00 para poder ejecutar el proyecto de acuerdo al siguiente detalle:

Tabla 61. Resumen de inversiones

RESUMEN DE INVERSIONES		
NRO.	DESCRIPCIÓN	V. TOTAL
	INVERSIONES ADMINISTRATIVAS	-
1	REMODELACIÓN EDIFICIO	7.200,00
2	MUEBLES DE OFICINA	540,00
3	EQUIPOS DE OFICINA	175,00
4	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	1.120,00
	TOTAL INVERSIONES ADMINISTRATIVAS	9.035,00
	INVERSIONES VENTAS	-
1	MUEBLES DE OFICINA	371,63
	SUBTOTAL ÁREA VENTAS	371,63
	TOTAL	9.406,63
	CAPITAL DE TRABAJO	5.843,37
	INVERSIONES	15.250,00

Elaborado por: Evelyn Terán

4.18.9. Financiamiento

El financiamiento se lo realizará con capital propio \$ 5.250,00 que corresponde al 34.43% y la diferencia por \$ 10.000,00 financiado con un préstamo al Banco BanEcuador de la Ciudad de Ibarra a tres años plazo con el 65,57% con un 9,76 % de Interés anual correspondiente a la línea de crédito de capital para las asociaciones agropecuarias de la Súper Intendencia de Economía Popular y Solidaria que se realizará. La inversión fija que se requerirá para poner en marcha el presente proyecto es \$ 9.406,63 y la inversión variable de \$ 5.843,37 dando un total de \$ 15.250,00.

Tabla 62. Detalle del capital

DETALLE DEL CAPITAL			
DESCRIPCIÓN	VALOR	%	
Capital Propio	5.250,00	34,43	
Préstamo	10.000,00	65,57	
TOTAL	15.250,00	100,00	

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 63. Detalle de Inversiones

No.	CUADRO DE INVERSIONES	
	Descripción	
1	Inversión Variable	5.843,37
2	Inversión Fija	9.406,63
	TOTAL	15.250,00

Elaborado por: Evelyn Terán

4.18.10. Talento Humano

Dentro del Talento Humano estará distribuido por áreas siendo el Administrativa por administrador. En el área de ventas un profesional de comercio exterior.

Tabla 64. Talento Humano utilizado

CANTIDAD	PERSONAL	VALOR UNITARIO	SALARIO BÁSICO UNIFICADO 2018
1	Área Administrativa Administrador gerencial (contador)	600	600,00
1	Área de ventas Técnico en Exportaciones	600	600,00

Nota: cálculos y componentes salariales están en la parte financiera

Elaborado por: Evelyn Terán

4.19. Evaluación financiera del proyecto

4.19.1. Determinación de ingresos proyectados

Los ingresos proyectados están de acuerdo con la producción anual de 7.000 sacos de cebada de 50 kilos y para el crecimiento de los precios se toma en cuenta el promedio de la inflación de los cinco últimos años dando un promedio de 2,13 %. Considerándose que cada hectárea produce 50 sacos de 50 kilos multiplicado por 140 hectáreas da una producción de 7.000.

Tabla 65. Proyección de ventas

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Cebada	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000
Precio (saco 50 kilos)	13,00	13,28	13,56	13,85	14,14
TOTAL	91.000	92.938	94.918	96.940	99.004

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 66. Proyección de ventas

VENTAS	PORCENTAJE
91.000,00	91,92%
92.938,30	93,87%
94.917,89	95,87%
96.939,64	97,91%
99.004,45	100,00%

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 67. Costo de Ventas

DESCRIPCIÓN	2018	2019	2020	2021	2022
Cebada	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000
Precio (saco 50 kilos)	8,30	8,48	8,66	8,84	9,03
TOTAL	58.100	59.338	60.601	61.892	63.211

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 68. Promedio de la inflación de los cinco últimos años

INFLACIÓN DE LOS 5 ÚLTIMOS AÑOS	
2018	0,27
2017	1,12
2016	3,3
2015	3,6
2014	2,7
TOTAL:	10,67
Promedio	2,1

Elaborado por: Evelyn Terán

4.19.3. Gastos administrativos

a) Sueldos Administrativos

El área administrativa se encarga del correcto manejo de recursos económicos y financiero. Los sueldos administrativos anualmente tendrán derecho a pago de vacaciones, aporte patronal (12,15%), fondos de reserva (9,33%), décimo tercero y décimo cuarto sueldos y para su proyección se toma en cuenta los mismos parámetros que la mano de obra operativa.

Tabla 69. Remuneraciones Administrativas

Remuneraciones Administrativas					
SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	2018	2019	2020	2021	2022
Administrador gerencial	600,00	612,78	625,83	639,16	652,78
MENSUAL	600,00	612,78	625,83	639,16	652,78
ANUAL	7.200,00	7.353,36	7.509,99	7.669,95	7.833,32
COMPONENTES SALARIALES					
DESCRIPCIÓN	2018	2019	2020	2021	2022
Salario Básico Unificado	7.200,00	7.353,36	7.509,99	7.669,95	7.833,32
Vacaciones	300,00	306,39	312,92	319,58	326,39
Aporte Patronal	874,80	893,43	912,46	931,90	951,75
Fondos de Reserva	-	612,53	625,58	638,91	652,52
Décimo Tercero	600,00	612,78	625,83	639,16	652,78
Décimo Cuarto	386,00	394,22	402,62	411,19	419,95
Total	9.360,80	10.172,72	10.389,40	10.610,69	10.836,70

Elaborado por: Evelyn Terán

b) Gastos Generales Administrativos

Para la proyección de los Gastos Generales Administrativos se requieren de materiales de oficina, materiales de aseo y gastos de constitución de acuerdo a los siguientes cuadros:

Tabla 70. Servicios básicos

AÑOS RUBROS	Servicios Básicos				
	2018	2019	2020	2021	2022
Agua Potable					
Cantidad (m3)	10,00	10,21	10,43	10,65	10,88
Precio	0,85	0,87	0,89	0,91	0,92
Valor mensual	8,50	8,87	9,25	9,65	10,06
ANUAL	102,00	106,39	110,97	115,75	120,73
Flete de transporte					
Cantidad sacos	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00
Precio qq.	0,65	0,66	0,68	0,69	0,71
Valor Anual	4.550,00	4.646,92	4.745,89	4.846,98	4.950,22
Cantidad (KW)	100	102,13	104,31	106,53	108,80
Precio	0,250	0,26	0,26	0,27	0,27
Valor mensual	25,00	26,08	27,20	28,37	29,59
ANUAL	300,00	312,92	326,39	340,44	355,10
TOTAL	4.952,00	5.066,22	5.183,25	5.303,17	5.426,05

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 71. Materiales de oficina

RUBROS	Materiales de oficina					
	AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022
Factureros						
Cantidad		5	5	5	5	5
Precio		8,50	8,68	8,87	9,05	9,25
Valor		42,50	43,41	44,33	45,27	46,24
Carpetas		20	20	20	20	20
Precio		0,65	0,66	0,68	0,69	0,71
Valor		13,00	13,28	13,56	13,85	14,14
Basureros						
Cantidad		4	4	4	4	4
Precio		12,00	12,26	12,52	12,78	13,06
Valor		48,00	49,02	50,07	51,13	52,22
Bolígrafos						
Cantidad		36	36	36	36	36
Precio		0,45	0,46	0,47	0,48	0,49
Valor		16,20	16,55	16,90	17,26	17,62
Papel Bond						
Cantidad (resmas)		6	6	6	6	6
Precio		4,50	4,60	4,69	4,79	4,90
Valor		27,00	27,58	28,16	28,76	29,37
Carpetas archivadoras						
Cantidad		24	24	24	24	24
Precio		2,50	2,55	2,61	2,66	2,72
Valor		60,00	61,28	62,58	63,92	65,28
Grapadora						
Cantidad		3	3	3	3	3
Precio		6,00	6,13	6,26	6,39	6,53
Valor		18,00	18,38	18,77	19,17	19,58
Perforadora						
Cantidad		3	3	3	3	3
Precio		6,00	6,13	6,26	6,39	6,53
Valor		18,00	18,38	18,77	19,17	19,58
TOTAL		242,70	247,87	253,15	258,54	264,05

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 72. Materiales de aseo

Materiales de aseo					
DESCRIPCIÓN	2018	2019	2020	2021	2022
Jabón de tocador					
Cantidad unidad	6	6	6	6	6
Valor Unitario	7,00	7,15	7,30	7,46	7,62
Valor anual	42,00	42,89	43,81	44,74	45,69
Detergente					
Cantidad grande	3	3	3	3	3
Valor Unitario	7,00	7,15	7,30	7,46	7,62
Valor anual	21,00	21,45	21,90	22,37	22,85
Trapeador					
Cantidad	4	4	4	4	4
Valor Unitario	4,50	4,60	4,69	4,79	4,90
Valor anual	18,00	18,38	18,77	19,17	19,58
Desinfectante					
Cantidad galones	3	3	3	3	3
Valor Unitario	5,00	5,11	5,22	5,33	5,44
Valor anual	15,00	15,32	15,65	15,98	16,32
Recogedor					
Cantidad	2	2	2	2	2
Valor Unitario	6,00	6,13	6,26	6,39	6,53
Valor anual	12,00	12,26	12,52	12,78	13,06
Escobas					
Cantidad	3	3	3	3	3
Valor Unitario	3,50	3,57	3,65	3,73	3,81
Valor anual	10,50	10,72	10,95	11,19	11,42
TOTAL	118,50	121,02	123,60	126,23	128,92

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 73. Resumen de gastos Generales Administrativos

Proyección Gastos Administrativos					
DESCRIPCIÓN	2018	2019	2020	2021	2022
Servicios Básicos	4.952,00	5.066,22	5.183,25	5.303,17	5.426,05
Materiales de aseo	118,50	121,02	123,60	126,23	128,92
Materiales de oficina	242,70	247,87	253,15	258,54	264,05
Sueldos Administrativos	7.865,00	8.542,97	8.724,94	8.910,78	9.100,58
TOTAL	13.178,20	13.978,09	14.284,94	14.598,72	14.919,60

Elaborado por: Evelyn Terán

C) GASTOS DE VENTAS

SUELDOS DE VENTAS

Los sueldos del Talento Humano del área comercial encargado de la imagen institución y de promocionar y vender el producto de acuerdo al siguiente detalle:

Tabla 74. Remuneraciones Ventas

Remuneraciones Ventas					
SUELDO MENSUAL					
PERSONAL	2018	2019	2020	2021	2022
Técnico en exportaciones	600,00	612,78	625,83	639,16	652,78
MENSUAL	600,00	612,78	625,83	639,16	652,78
ANUAL	7.200,00	7.353,36	7.509,99	7.669,95	7.833,32
COMPONENTES SALARIALES					
DESCRIPCIÓN	2018	2019	2020	2021	2022
Salario Básico Unificado	7.200,00	7.353,36	7.509,99	7.669,95	7.833,32
Vacaciones	300,00	306,39	312,92	319,58	326,39
Aporte Patronal	874,80	893,43	912,46	931,90	951,75
Fondos de Reserva	-	612,53	625,58	638,91	652,52
Décimo Tercero	600,00	612,78	625,83	639,16	652,78
Décimo Cuarto	386,00	394,22	402,62	411,19	419,95
Total	9.360,80	10.172,72	10.389,40	10.610,69	10.836,70

Elaborado por: Evelyn Terán

4.19.4. Gastos de Publicidad

Tabla 75. Gastos de Publicidad

Gastos de Publicidad						
RUBROS	AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022
Página WEB						
Cantidad		1,00				
Unidad		950,00				
total		950,00	-	-	-	-
Tarjetas presentación						
Cantidad (por mil)		3	3	3	3	3
Unidad		30,00	31,02	32,07	33,17	34,29
Total		90,00	93,06	96,22	99,50	102,88
Diario el Norte						
Cantidad(1 Publicación al mes)		12	12	12	12	12
Precio		35,00	36,19	37,42	38,69	40,01
Total		420,00	434,28	449,05	464,31	480,10
total		1.460,00	527,34	545,27	563,81	582,98

Elaborado por: Evelyn Terán

4.19.4.1. Resumen de Gastos de Ventas

Tabla 76. Resumen de Gastos de Ventas

DESCRIPCIÓN	Proyección Gastos de ventas				
	2018	2019	2020	2021	2022
Gastos de Publicidad	1.460,00	527,34	545,27	563,81	582,98
Remuneraciones Ventas	9.360,80	10.172,72	10.389,40	10.610,69	10.836,70
TOTAL	10.820,80	10.700,06	10.934,67	11.174,50	11.419,68

Elaborado por: Evelyn Terán

4.19.5. Gastos Financieros

Los gastos financieros se encuentran de acuerdo con los intereses bancarios, por el crédito otorgado. Para el cálculo de la cuota constante de amortización mensual del préstamo a realizarse en el BanEcuador dentro de la línea de aumento de capital para empresas asociativas de la Ley de Economía Popular Solidaria para lo cual se procedió mediante la siguiente fórmula:

$$V_c = \frac{(M_p)(i)(1+i)^n}{[(1+i)^n - 1]}$$

Simbología y datos:

Valor cuota: $V_c = ?$

Monto del préstamo: $M_p = 10.000$ USD

Tasa interés mensual: $i = 0,00813333$

Períodos: $n = 36$ meses (3 años)

$$V_c = \frac{(10.000)(0,00813333)(1+0,00813333)^{36}}{[(1+0,00813333)^{36} - 1]}$$

$$V_c = 321,55 \text{ USD}$$

La tasa de interés mensual se obtiene a partir del interés anual del 9.76 %, el cual, se divide para 12 meses dando el valor de 0,081333% mensual, es decir una tasa de interés mensual de 0,000813333. Los 36 meses corresponden a los cinco años de duración del proyecto.

La tabla de amortización indica la cuota mensual e interés, conforme se irá pagando el capital, donde los primeros meses, se pagará el interés alto.

Condiciones del crédito

Tipo de crédito: Organizaciones comunitarias

Destino: Capital

Forma de Pago: Mensual

Tasa: 9.76 % anual

Monto: \$ 10.000,00

Plazo: 3 años

Sistema de amortización: Cuota fija.

Tabla 77. Gastos Financieros

NRO.	CUOTA FIJA	INTERÉS	SALDO SOLUTO	SALDO INSOLUTO
1	321,55	81,33	240,21	9.759,79
2	321,55	79,38	242,17	9.517,62
3	321,55	77,41	244,14	9.273,48
4	321,55	75,42	246,12	9.027,36
5	321,55	73,42	248,12	8.779,24
6	321,55	71,40	250,14	8.529,10
7	321,55	69,37	252,18	8.276,92
8	321,55	67,32	254,23	8.022,69
9	321,55	65,25	256,30	7.766,40
10	321,55	63,17	258,38	7.508,02
11	321,55	61,07	260,48	7.247,54
12	321,55	58,95	262,60	6.984,94
13	321,55	56,81	264,74	6.720,20
14	321,55	54,66	266,89	6.453,31
15	321,55	52,49	269,06	6.184,25
16	321,55	50,30	271,25	5.913,01
17	321,55	48,09	273,45	5.639,55
18	321,55	45,87	275,68	5.363,88
19	321,55	43,63	277,92	5.085,96
20	321,55	41,37	280,18	4.805,77
21	321,55	39,09	282,46	4.523,32
22	321,55	36,79	284,76	4.238,56
23	321,55	34,47	287,07	3.951,49
24	321,55	32,14	289,41	3.662,08
25	321,55	29,78	291,76	3.370,32
26	321,55	27,41	294,13	3.076,18
27	321,55	25,02	296,53	2.779,66
28	321,55	22,61	298,94	2.480,72
29	321,55	20,18	301,37	2.179,35
30	321,55	17,73	303,82	1.875,53
31	321,55	15,25	306,29	1.569,24
32	321,55	12,76	308,78	1.260,45
33	321,55	10,25	311,29	949,16
34	321,55	7,72	313,83	635,33
35	321,55	5,17	316,38	318,95
36	321,55	2,59	318,95	-0,00
TOTALES	11.575,67	1.575,67	10.000,00	

Elaborado por: Evelyn Terán

Fuente: BAN ECUADOR

Tabla 78. Capital e interés anual

TABLA DE INTERÉS ANUAL AL CRÉDITO FINANCIERO				
CONCEPTO/AÑO	2018	2019	2020	TOTAL
INTERÉS	843,49	535,70	196,48	1.575,67
CAPITAL	3.015,06	3.322,86	3.662,08	10.000,00
TOTAL	3.858,56	3.858,56	3.858,56	11.575,67

Elaborado por: Evelyn Terán

Fuente: BAN ECUADOR

Tabla 79. Seguro de desgravamen

TABLA DE SEGURO DE DESGRAVAMEN				
CONCEPTO/AÑO	2018	2019	2020	TOTAL
INTERÉS	26,78	16,64	5,45	48,87
TOTAL	26,78	16,64	5,45	48,87

Elaborado por: Evelyn Terán

Fuente: BAN ECUADOR

4.19.6. Tabla de depreciaciones

De acuerdo al artículo Nro. 28 del Reglamento para la Aplicación del Régimen Tributario Interno manifiesta:

Depreciaciones de Activos Fijos

“La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

- a) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.
- b) Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- c) Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- d) Equipos de cómputo y software 33% anual.

En caso de que los porcentajes establecidos como máximos en este Reglamento sean superiores a los calculados de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil o la técnica contable, se aplicarán estos últimos”.

Tabla 80. Valor de salvamento para las depreciaciones

CUENTA	Salvamento	depreciación anual	Años	Depreciación	Salvamento + años depreciación
Edificio	720,00	324	20	6.480,00	7.200,00
Muebles de oficina	54,00	48,6	10	486,00	540,00
Equipos de oficina	17,50	15,75	10	157,50	175,00
Equipo computación	112,00	336	3	1.008,00	1.120,00
Ventas					
Muebles de oficina	38,00	34,2	10	342,00	380,00

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 81. Porcentajes de depreciaciones emitidas por el SRI

ACTIVOS FIJOS	% ANUAL
Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares	5%
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles	10%
Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil	20%
Equipos de cómputo y software	33%

Elaborado por: Evelyn Terán

Fuente: SRI

Tabla 82. Resumen de gastos de Depreciación

RESUMEN GASTO DEPRECIACIÓN								
N o	DESCRIPCIÓN	2018	2019	2020	2021	2022	DEPRE. ACUMU.	SALDO LIBROS
ÁREA ADMINISTRATIVA								
1	EDIFICIO	324,00	324,00	324,00	324,00	324,00	1.620,00	5.580,00
2	MUEBLES DE OFICINA	48,60	48,60	48,60	48,60	48,60	243,00	297,00
3	EQUIPOS DE OFICINA	15,75	15,75	15,75	15,75	15,75	78,75	96,25
4	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	336,00	336,00	336,00			1.008,00	112,00
5	REINVERSIÓN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				336,00	336,00	672,00	448,00
	SUB TOTAL ÁREA ADMINISTRATIVA	724,35	724,35	724,35	724,35	724,35	3.621,75	6.533,25
ÁREA DE VENTAS								
1	MUEBLES DE OFICINA	33,45	33,45	33,45	33,45	33,45	167,23	204,40
	SUB TOTAL ÁREA DE VENTAS	33,45	33,45	33,45	33,45	33,45	167,23	204,40
	TOTAL	757,80	757,80	757,80	757,80	757,80	3.788,98	6.737,65

Elaborado por: Evelyn Terán

4.19.7. EGRESOS PROYECTADOS

Tabla 83. Bienes depreciados

No.	BIENES	PORCENTAJE	AÑOS	REINVERSIÓN	INVERSIÓN
ÁREA ADMINISTRATIVA					
1	EDIFICIO	5,00%	20 AÑOS		7.200,00
2	MUEBLES DE OFICINA	10,00%	10 AÑOS		540,00
3	EQUIPOS DE OFICINA	10,00%	10 AÑOS		175,00
4	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y SOFTWARE	33,33%	3 AÑOS		1.120,00
5	Reinversión Equipos de computación	33,33%	3 AÑOS	1.120,00	
ÁREA DE VENTAS					
1	MUEBLES DE OFICINA	10,00%	10 AÑOS		371,63
	Total			1.120,00	9.406,63
					10.526,63

Elaborado por: Evelyn Terán

Los egresos son: presupuesto de costos y gastos totales que se requieren para poner en funcionamiento

Tabla 84. PRESUPUESTO DE EGRESOS

PRESUPUESTO DE EGRESOS					
CONCEPTO/ AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022
GASTO PERSONAL					
Remuneraciones Administrativas	7.865,00	8.542,97	8.724,94	8.910,78	9.100,58
Remuneraciones de Ventas	7.865,00	8.542,97	8.724,94	8.910,78	9.100,58
TOTAL	15.730,00	17.085,94	17.449,87	17.821,55	18.201,15
COSTOS Y GASTOS					
Gastos Administrativos	5.313,20	5.435,12	5.560,01	5.687,95	5.819,03
Gastos de ventas	1.460,00	527,34	545,27	563,81	582,98
Gastos Financieros	870,28	552,33	201,93	-	-
Costo de ventas	58.100,00	59.337,53	60.601,42	61.892,23	63.210,53
TOTAL	65.743,48	65.852,32	66.908,62	68.143,99	69.612,54
Depreciaciones	757,80	757,80	757,80	757,80	757,80
Utilidades trabajadores	1.315,31	1.386,34	1.470,24	1.532,45	1.564,94
Impuesto Renta	-	-	-	-	-
TOTAL PRESUPUESTO	83.546,58	85.082,39	86.586,53	88.255,78	90.136,43

Elaborado por: Evelyn Terán

4.19.8. Estado de Situación Inicial Proforma

El estado de situación inicial para esta empresa asociativa está conformado por activos corrientes que es la cuenta caja bancos, que viene a ser el capital de trabajo y activos no corrientes que es Propiedad Planta y Equipo de Producción, Administración, Ventas, Pasivos corrientes el préstamo largo plazo y el patrimonio que son los aportes del capital propio de acuerdo al siguiente estado:

Tabla 85. Estado de Situación Inicial Proforma

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL PROFORMA			
EMPRESA EXPORTADORA "CEBADA"			
<u>ACTIVOS</u>		Obligaciones con instituciones financieras	
Propiedad del Proyecto	5843.37		
Efectivo y equivalente del efectivo	5843.37	Obligación largo plazo	10000.00
Bancos (capital de trabajo)	5843.37		
		TOTAL PASIVO	10000.00
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	9406.63		
<u>Administrativos</u>			
REMODELACION DE EDIFICIO	7200.00		
MUEBLES DE OFICINA	540.00		
EQUIPOS DE OFICINA	175.00		
EQUIPOS DE COMPUTACION Y SOFTWARE	1120.00		
		PATRIMONIO	5250.00
		Inversión propia	5250.00
		TOTAL PATRIMONIO	
TOTAL ACTIVO	15250.00	TOTAL PASIVO + OBLIGACIONES FINANCIERAS	15250.00

Elaborado por: Evelyn Terán

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL PROFORMA.

El estado de resultados o de pérdidas y ganancias es un balance entre el presupuesto de ingresos menos los presupuestos de gastos administrativos, de ventas y costos de producción.

Tabla 86. Proyección Costos de Producción

ESTADO DE RESULTADOS					
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	2.018	2.019	2.020	2.021	2.022
VENTAS PROYECTADAS	91.000,00	92.938,30	94.917,89	96.939,64	99.004,45
VENTAS NETAS	91.000,00	92.938,30	94.917,89	96.939,64	99.004,45
(-) Costos de Ventas	58.100,00	59.337,53	60.601,42	61.892,23	63.210,53
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	32.900,00	33.600,77	34.316,47	35.047,41	35.793,92
GASTOS ADMINISTRACIÓN	13.902,55	14.702,44	15.009,29	15.323,07	15.643,95
Servicios Básicos	4.952,00	5.066,22	5.183,25	5.303,17	5.426,05
Materiales de aseo	118,50	121,02	123,60	126,23	128,92
Materiales de oficina	242,70	247,87	253,15	258,54	264,05
Sueldos Administrativos	7.865,00	8.542,97	8.724,94	8.910,78	9.100,58
Gastos depreciación	724,35	724,35	724,35	724,35	724,35
GASTOS VENTAS	9.358,45	9.103,76	9.303,65	9.508,03	9.717,00
Gastos Talento humano ventas	7.865,00	8.542,97	8.724,94	8.910,78	9.100,58
Gastos de Publicidad	1.460,00	527,34	545,27	563,81	582,98
Gastos depreciación	33,45	33,45	33,45	33,45	33,45
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	9.639,00	9.794,58	10.003,52	10.216,30	10.432,96
GASTOS FINANCIEROS	870,28	552,33	201,93		
Intereses Pagados	843,49	535,70	196,48		
Seguro de desgravamen	26,78	16,64	5,45		
UTILIDAD O PERDIDA EJERCICIO	8.768,73	9.242,24	9.801,60	10.216,30	10.432,96
Participación trabajadores 15 %	1.315,31	1.386,34	1.470,24	1.532,45	1.564,94
UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS	7.453,42	7.855,91	8.331,36	8.683,86	8.868,02
Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD NETA	7.453,42	7.855,91	8.331,36	8.683,86	8.868,02

Elaborado por: Evelyn Terán

Por ser una asociación que pertenece a la Súper Intendencia de Economía Popular y Solidaria declara como persona natural, aun cuando posea utilidades que no superen a lo establecido en la Tabla 88.

Tabla 87. Cuadro para pago del Impuesto a la Renta

Fracción básica	Exceso Hasta	Impuesto fracción básica	% Impuesto a la fracción excedente
-	11.270,00	0,00	0%
11.270,00	14.360,00	0,00	5%
14.360,00	17.950,00	155,00	10%
17.950,00	21.550,00	514,00	12%
21.550,00	43.100,00	946,00	15%
43.100,00	64.630,00	4.178,00	20%
64.630,00	86.180,00	8.484,00	25%
86.180,00	114.890,00	13.872,00	30%
114.890,00	En adelante	22.485,00	35%

Elaborado por: Evelyn Terán

4.19.9. Estado Flujo de efectivo financiero

El flujo de caja es el resultado de los ingresos por venta de cebada durante los cinco años menos los egresos en efectivo realizados, este estado permite conocer si realmente se tiene efectivo para cumplir con todas las obligaciones.

Tabla 88. Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA						
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	AÑO 0	2018	2019	2020	2021	2022
Capital propio	(5.250,00)					
Capital Financiado	(10.000,00)					
INVERSIÓN TOTAL	(15.250,00)					
Utilidad del Ejercicio		7.453,42	7.855,91	8.331,36	8.683,86	8.868,02
(+) Depreciaciones		757,80	757,80	757,80	757,80	757,80
TOTAL DE INGRESOS		8.211,21	8.613,70	9.089,15	9.441,65	9.625,82
Egresos						
Pago de deuda		3.015,06	3.322,86	3.662,08		
Reinversión					1.120,00	
(-) Total de egresos		3.015,06	3.322,86	3.662,08	1.120,00	-
(+) Recuperación efectivo						5.843,37
(+) Recuperación Activos Fijos (saldo en libros)						6.737,65
FLUJO NETO	(15.250,00)	5.196,15	5.290,85	5.427,07	8.321,65	22.206,83

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 89. Recuperación efectiva

RECUPERACIÓN EFECTIVA	
O CAPITAL DE TRABAJO	22.820,01
RECUPERACIÓN ACTIVOS	
O SALDO EN LIBROS	8.013,43
TOTAL	30.833,44

Elaborado por: Evelyn Terán

EVALUACIÓN FINANCIERA

4.19.20. Costo de oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio (TRM)

Es una tasa relativa de desgaste de la inversión.

La diferencia de ingresos actualizados menos egresos actualizados se convierten en flujos de caja para la recuperación de inversión. Constituye una referencia de cálculo para medir la factibilidad del proyecto la Tasa de Rendimiento Medio y Costo de Capital tiene dos componentes:

- a) Costo de capital (del inversionista y del crédito).
- b) Nivel de riesgo (expresado en una tasa de inflación).

Para el cálculo de la Tasa de Rendimiento Medio se consideró, la inversión propia con una tasa ponderada del 7.50% en concordancia al capital del inversionista que pudiera ser pagado en una póliza de inversión fija minimiza de una entidad financiera, y el capital prestado al Banco de Ban Ecuador que subsidia el interés por ser una institución del Gobierno al 9.76% con la línea de préstamos para la pequeña industria. Para el cálculo de la fórmula de la Tasa de Rendimiento Medio se considera la inflación del 2,13 %, de acuerdo al promedio de los últimos cinco años.

Tabla 90. Tasa de Rendimiento Medio

CÁLCULO DEL COSTO OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO				
DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PONDE.	V. PROMEDIO
INV. PROPIA	5.250,00	34,43	7,50	258,20
INV. FINANCIERA	10.000,00	65,57	9,76	640,00
TOTAL	15.250,00	100,00%		898,20
				8,98
				0,0898
TRM =	$(1+IF)(1+CK) - 1$			
TRM=	$(1+0,0213)(1+0.0898)-1$		0,1130	11,30
				BASE INFLACIÓN

Elaborado por: Evelyn Terán

***La Tasa de Rendimiento Medio es de 11,30 %.**

4.19.21. Cálculo del VAN

El VAN de un proyecto de inversión se define como “la suma actualizada de los flujos de caja que esperamos genere a lo largo de su vida”.

Este indicador muestra la suma de los flujos de efectivo actualizados de \$ 31.297,47 a la que se descuenta la inversión inicial de \$ 15.250,00 La empresa cubrirá la inversión inicial, y generará una utilidad en los cinco años de proyecto de \$ 16.047,47, por tanto, se concluye que es rentable llevar a cabo el proyecto de exportación de cebada.

Tabla 91. Flujos actualizados para cálculo del VAN

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS				
Años Flujos	FLUJOS NETOS	Factor actualización	$1/(1+r)^{(n)}$	FCA
1	5.196,15	0,90		4.668,46
2	5.290,85	0,81		4.270,80
3	5.427,07	0,73		3.935,88
4	8.321,65	0,65		5.422,23
5	22.206,83	0,59		13.000,10
	46.442,56			31.297,47

Elaborado por: Evelyn Terán

$$VAN = -15.250,00 + \left[\frac{5.196,15}{(1+0.1130)^1} + \frac{5.290,85}{(1+0.1130)^2} + \frac{5.427,07}{(1+0.1130)^3} + \frac{8.321,65}{(1+0.1130)^4} + \frac{22.206,83}{(1+0.1130)^5} \right]$$

VAN = FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS- INVERSIÓN			
VAN =	31.297,47	-15.250,00	16.047,47 VAN

VAN = 16.047,47

4.19.22. Cálculo de la TIR

Para la TIR se calculó la suma de flujos netos actualizados mediante dos tasas arbitrarias de descuento (K) que permitieron obtener un VAN de tasa inferior positivo y otro de tasa superior negativo. Para ello se aplicó la fórmula del VAN, con la diferencia de que el valor de K= 0,36 y 0,39 respectivamente, como se muestra a continuación:

Tabla 92. Flujos netos actualizados para cálculo de la TIR

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
AÑOS	FLUJOS NETOS.	VAN POSITIVO 37 %	VAN NEGATIVO 39 %
0	-15.250,00	-15.250,00	-15.250,00
1	5.196,15	3.792,81	3.738,24
2	5.290,85	2.818,93	2.738,39
3	5.427,07	2.110,59	2.020,79
4	8.321,65	2.362,26	2.229,21
5	22.206,83	4.601,33	4.279,69
	31.192,56	435,92	- 243,68

Elaborado por: Evelyn Terán

$$VAN = -15.250,00 + \left[\frac{5.196,15}{(1+0.37)^1} + \frac{5.290,85}{(1+0.37)^2} + \frac{5.427,07}{(1+0.37)^3} + \frac{8.321,65}{(1+0.37)^4} + \frac{22.206,83}{(1+0.37)^5} \right]$$

$$VAN_{37\%} = 435,92$$

$$VAN = -15.250,00 + \left[\frac{5.196,15}{(1+0.39)^1} + \frac{5.290,85}{(1+0.39)^2} + \frac{5.427,07}{(1+0.39)^3} + \frac{8.321,65}{(1+0.39)^4} + \frac{22.206,83}{(1+0.39)^5} \right]$$

$$VAN_{39\%} = -243,68$$

Para el cálculo del TIR se procede mediante la siguiente fórmula:

$$TIR = T.I. + (T.S. - T.I.) \left(\frac{VAN(T.I.)}{VAN(T.I.) - VAN(T.S.)} \right)$$

Para poder calcular el TIR, Tasa Interna de Retorno debe haber dos VAN o tasas arbitrarias o dos valores de VAN que den como resultado un VAN positivo y un VAN negativo porque el TIR se calcula a partir del VAN cero.

Simbología y datos:

Tasa inferior: T.I.= 37%

Tasa superior : T.S.= 39%

VAN tasa inferior: VAN(T.I.)= 435,92 USD

VAN tasa superior: VAN(T.S.)= -243,68 USD

$$TIR = 37\% + (39\% - 37\%) \left(\frac{435,920USD}{435,920USD - (-243,680USD)} \right)$$

$$TIR = 38,28 \%$$

El resultado de la TIR es 38,28 % es la tasa de recuperación del proyecto.

Este resultado permitió determinar que el proyecto **es factible**, en razón de que es superior a la tasa de rendimiento medio, y permite igualar a la sumatoria actualizada de los flujos de efectivo con la inversión inicial.

4.19.23. Recuperación del Dinero en el Tiempo

Es el tiempo necesario para que la suma de los flujos de caja actualizados del proyecto en estudio iguale al desembolso inicial, es decir, el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial. De acuerdo con este criterio, un proyecto de inversión será ejecutable siempre que su plazo de recuperación sea inferior o igual al plazo que establezca la dirección de la empresa.

El período de recuperación para el presente proyecto, es de 3 años 5 meses, en donde recupera toda la inversión inicial.

Tabla 93. Flujos netos actualizados para cálculo de la recuperación

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS				
AÑOS	FLUJOS NETOS.	FCA	CANTIDAD	RECUPERA
1	5.196,15	4.668,46	4.668,46	4.668,46
2	5.290,85	4.270,80	4.270,80	8.939,26
3	5.427,07	3.935,88	3.935,88	12.875,14
4	8.321,65	5.422,23	2.374,86	15.250,00
5	22.206,83	13.000,10		
	46.442,56	31.297,47	15.250,00	
RECUPERACIÓN 3 AÑOS 5 MESES				

Elaborado por: Evelyn Terán

4.19.24. Índice Beneficio Costo

Para calcular el beneficio costo, en primer lugar es necesario establecer el presupuesto de ingresos que está dado por ventas de cada año actualizado y el presupuesto de egresos, donde se incluye gastos de personal y otros gastos, costos indirectos de operación, entre otros actualizado.

Tabla 94. Ingresos y egresos actualizados para cálculo del Beneficio Costo

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	91.000,00	83.546,58	81.758,59	75.062,10
2	92.938,30	85.082,39	75.020,30	68.678,96
3	94.917,89	86.586,53	68.837,35	62.795,19
4	96.939,64	88.255,78	63.163,98	57.505,75
5	99.004,45	90.136,43	57.958,19	52.766,77
TOTAL	474.800,27	433.607,72	346.738,41	316.808,78

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 95. Cálculo del Costo Beneficio

BENEFICIO	=	\sum Ingresos	=	COSTO
COSTO		Deflactados		BENEFICIO
		474.800,27	1,09	
		\sum Egresos Deflactados		
		433.607,72		

POR CADA DÓLAR INVERTIDO RECUPERA 1,09, ES DECIR GANA 0,09

Elaborado por: Evelyn Terán

Por cada dólar que se invierte regresa el dólar más 9 centavos más.

4.19.25. Punto de Equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio es necesario contar con el presupuesto de ingresos por ventas y de egresos que son costos y gastos fijos y variables, para calcular los niveles de producción donde los costos totales se igualan a los ingresos y la utilidad operacional es cero.

Los costos variables son egresos que aumentan o disminuyen según el volumen de producción, y los costos fijos son egresos que permanecen constantes en su valor sin importar el volumen de producción.

El punto de equilibrio en efectivo se lo obtiene aplicando la siguiente fórmula:

$$PEq = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IV}}$$

Simbología y datos:

Costos fijos: CF= 24.131,27 USD

Costos variables: CV= 58.100,00 USD

Ingresos por ventas: IV= 91.000,00 USD

Punto de equilibrio: PEq= ?

Tabla 96. Proyección para el Punto de Equilibrio

PROYECCIÓN PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO					
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022
INGRESOS					
VENTAS	91.000,00	92.938,30	94.917,89	96.939,64	99.004,45
COSTOS FIJOS					
Remuneraciones en Ventas	7.865,00	8.542,97	8.724,94	8.910,78	9.100,58
Remuneraciones Administrativos	7.865,00	8.542,97	8.724,94	8.910,78	9.100,58
Gastos de ventas	1.460,00	527,34	545,27	563,81	582,98
Gastos Administrativos	5.313,20	5.435,12	5.560,01	5.687,95	5.819,03
Gastos financieros	870,28	552,33	201,93	0,00	0,00
Depreciación	757,80	757,80	757,80	757,80	757,80
TOTAL COSTO FIJO	24.131,27	24.358,53	24.514,87	24.831,11	25.360,95
COSTOS VARIABLES					
Costo de ventas	58.100,00	59.337,53	60.601,42	61.892,23	63.210,53
TOTAL COSTO VARIABLE	58.100,00	59.337,53	60.601,42	61.892,23	63.210,53
PE DÓLARES	66.746,08	67.374,64	67.807,09	68.681,78	70.147,31

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 97. Proyección para el cálculo del punto de equilibrio

PROYECCIÓN PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO					
DESCRIPCIÓN/ AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022
VENTAS	91.000,00	92.938,30	94.917,89	96.939,64	99.004,45
COSTOS FIJOS	24.131,27	24.358,53	24.514,87	24.831,11	25.360,95
COSTOS VARIABLES	58.100,00	59.337,53	60.601,42	61.892,23	63.210,53
PUNTO DE EQUILIBRIO	66.746,08	67.374,64	67.807,09	68.681,78	70.147,31

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 98. Desarrollo del Punto del Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 2018			
PE (\$) =			= \$ 66.746,08
	Costos fijos totales	=	24.131,27
	1-(costos variable / venta)		0,36

Elaborado por: Evelyn Terán

Tabla 99 . Cálculo del Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio							
DESCRIPCIÓN	PRODUCTO	PORCENTAJE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	PORCENTAJE	P.E. DÓLARES	PUNTO EQUILIBRIO
Cebada	7000	100,00%	13	91.000,00	100,00%	66.746,08	5.134
TOTAL	7.000	100,00%		91.000,00	100,00%	66.746,08	5.134

Elaborado por: Evelyn Terán

El punto de equilibrio para el primer año de proyecto se encuentra en \$ 66.746,08 donde las ventas se igualan a los costos tanto fijos como variables. Esto quiere decir que, a partir de esta venta, se obtienen ganancias, caso contrario se entra en una inminente pérdida.

El punto de equilibrio en unidades, está calculado mediante la relación del total de unidades de sacos de 50 kilos de cebada. Para calcular el punto de equilibrio anual en sacos de 50 kilos de cebada se procedió mediante la siguiente fórmula:

$$PE_{qu} = \frac{IV_p}{PVU}$$

Simbología y datos:

Producto: Cebada

Ingresos de ventas por producto: $IV_p = 66.746,08$ USD

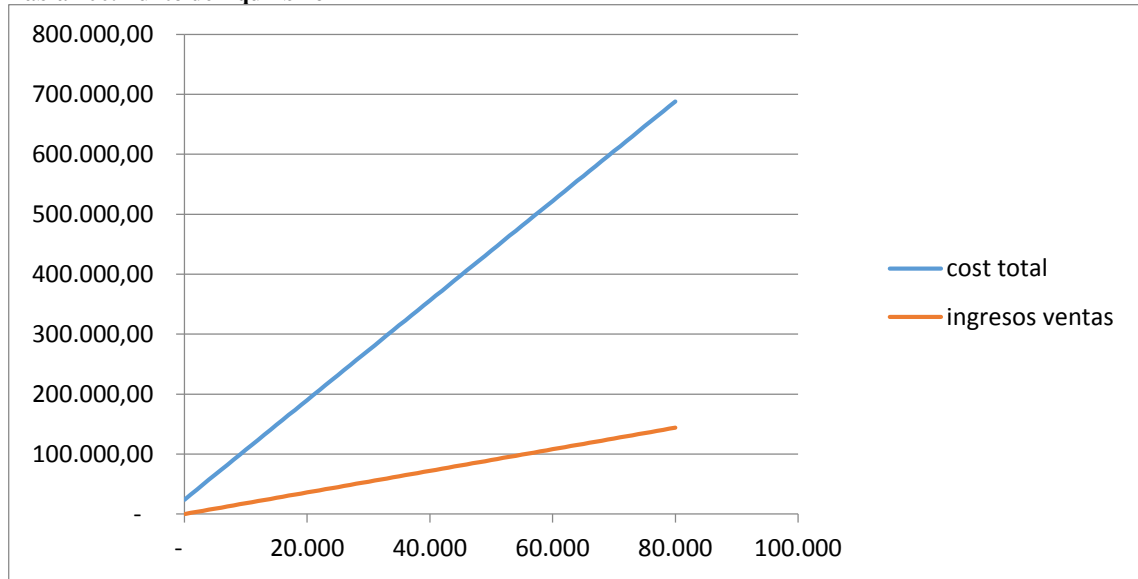
Precio unitario del saco cebada: $PVU = 13,00$ USD

Punto de equilibrio en unidades: $PE_{qu} = ?$

$$PE_{qu} = \frac{66.746,08 \text{ USD}}{13,00 \text{ USD}}$$

$PE_{qu} = 5.134$ sacos de cebada de 50 kilos

Tabla 100. Punto de Equilibrio



Elaborado por: Evelyn Terán

4.19.26. Resumen de evaluación Financiera

La evaluación financiera determina que el proyecto es rentable porque así lo demuestran todos sus indicadores financieros en concordancia a la siguiente tabla resumen:

Tabla 101. Evaluación Financiera

EVALUACIÓN FINANCIERA				
No	SIGLAS	RUBRO	RESULTADO	OBSERVACIONES
1	TRM	TASA RENDIMIENTO MEDIO	11,30%	
2	TIR	TASA INTERNA DE RETORNO	38,29%	ES SUPERIOR A LA TRM
3	VAN	VALOR ACTUAL NETO	16.047,47	
4	RC	RECUPERACIÓN INVERSIÓN	RECUPERACIÓN 3 AÑOS 5 MESES	PROYECTO PRODUCTIVO
5	CB	COSTO BENEFICIO	1,09	POR CADA DÓLAR GANA 0,09
6	PE	PUNTO DE EQUILIBRIO	66.746,08	PARA NO GANAR NI PERDER
			5.134	QQ DE CEBADA

Elaborado por: Evelyn Terán

4.19.27. Análisis de sensibilidad

Tabla 102. Análisis de sensibilidad

CONCEPTOS	Variación %	TIR %	VAN	EVALUACIÓN
Aumento de costos de VENTAS	10%	6,67%	-2.769,76	SENSIBLE
Disminución de ingresos	-10%	-6,73%	-10.745,95	SENSIBLE
Aumento Gastos Administrativos Y VENTAS	10%	25,60%	8.501,70	OK
<u>Normal</u>	0%	<u>38,29%</u>	16.047,47	O.K.

Elaborado por: Evelyn Terán

Si se aumenta costos de ventas en un 10% el TIR queda en 6.67% y el VAN en -2.769,76 esto quiere decir que no es factible, pero si se rebaja las ventas en un 10% el TIR sería - 6.73% menor a la tasa de descuento y el VAN -10.7455,95 el proyecto se iría a la quiebra se debería mantener las ventas ya que el proyecto no resiste y si se aumenta un 10% en los gastos administrativos el TIR quedaría en 25,60 % y el VAN en 8.501,70 no pasa nada y se podría aumentar los sueldo administrativo.

DISCUSIÓN

Después del levantamiento de la información y su respectivo análisis es importante contrastar los resultados con otras investigaciones, en primer lugar mediante el estudio del perfil de oportunidades y amenazas del entorno (POAM) se puede evidenciar cual es el país con mayor probabilidad para entablar relaciones comerciales, en este caso Colombia presenta un panorama más alentador ya que en primer lugar su cercanía con el lugar de producción disminuye costos de manera considerable. En segundo lugar los acuerdos que mantiene nuestro país con Colombia facilitan la comercialización, permitiendo que nuestro producto sea competitivo en el mercado de destino. De acuerdo con los datos del Ministerio de Agricultura Colombiano, en este país se consume anualmente 267 mil 311 toneladas de cebada. Sin embargo, la producción interna no llega a las 14 mil toneladas, ya que las siembras no superaron las seis mil hectáreas en el 2017. Lo anterior significa que el déficit está por encima de las 250 mil toneladas anuales.

Por otro lado la situación actual de nuestro país, con el actual gobierno no se ha evidenciado importantes cambios en cuanto a materia de comercio exterior, sin embargo la facilitación al comercio exterior está vigente y se sigue apoyando al incremento de las exportaciones para que de algún modo la balanza comercial tienda a equilibrarse. Es necesario que desde el Gobierno Central se sigan manteniendo en diálogo constante con nuestro vecino país para que las relaciones comerciales no se vean afectadas por otros aspectos políticos o económicos que sin duda no escapan de nuestra realidad. El ministro de exteriores colombiano Carlos Holmes, sostuvo que la relación bilateral es sólida, fraternal y comprometida con el bienestar, la equidad y el desarrollo de las poblaciones.

El Ministerio de Agricultura y Ganadería en el levantamiento de información en la provincia ha podido determinar que existe un importante número de hectáreas destinadas a la producción de este cereal en estudio como lo es la cebada, pero es cierto también que este número de hectáreas puede aumentar considerablemente ya que presenta las condiciones necesarias. En el caso de la Magdalena observamos que al principio del estudio contaba con tan solo 60 hectáreas destinadas a la producción de cebada, pudiendo también observar que se puede llegar a un máximo de 200 hectáreas de producción lo que sin duda aumenta la productividad y rentabilidad de la asociación. En total el área de la Hacienda es de 400 hectáreas, pero se evidenció que en las partes altas de los terrenos ya no es posible el cultivo

y las partes más bajas son las que mantienen las condiciones para la siembra de cebada maltera y cañicapac.

El ciclo de producción de la cebada empieza en los meses de febrero, marzo y abril donde se da lugar a la siembra para su posterior cosecha en los meses de junio, julio y agosto. Adicionalmente una vez que el cereal este almacenado tiene un tiempo de vida óptimo de 6 meses bajo condiciones adecuadas de ventilación y ambiente. La cebada es un cereal que, aunque no es muy versátil para su consumo final, aporta a la alimentación de manera significativa por su alto contenido de fibra. Por otro lado, la industria de la molinería y la cervecera esperan siempre contar con dicho cereal para su producción en todas partes del mundo.

Un detalle muy importante en este estudio es el hecho de que el precio final al que produce la cebada la Hacienda La Magdalena es muy bajo, como podemos observar en la construcción del precio un quintal llega a tan solo ocho dólares con treinta centavos, y esto se debe a que no invierten en las semillas ya que parte de los kits que entrega el MAG para promover la producción incluye las semillas y otros insumos. Por otro lado, también hay que tomar en cuenta que el precio no se eleva por la utilización de la mano de obra de los mismos socios de la Hacienda, ellos trabajan bajo la figura de mingas tanto para la siembra, limpieza y cosecha de la cebada. Mientras que el precio de un quintal de cebada en el mercado colombiano oscila entre los 38 y 42 dólares, por otro lado el principal proveedor internacional (Argentina), ingresa su cebada a un costo de 48 dólares (CIF).

En cuanto al precio al que se va a negociar con el vecino país de Colombia está bajo el término FOB (libre a bordo) bajo este término las obligaciones del vendedor pasan al comprador en el momento que el producto se encuentra a bordo del transporte principal y entregado la documentación necesaria. Se elige este término ya que todo el proceso se lo realiza en nuestro país y en vista de la falta de experiencia por parte de la Hacienda en términos de exportación es la mejor opción para cumplir de mejor manera con los requerimientos.

El cálculo de la demanda insatisfecha requiere de muchos datos tanto actuales como históricos, que ayudan a la proyección de dichos valores para los próximos años. A la final de esta tabla se puede evidenciar el porcentaje que se llegará a cubrir con nuestra producción

a la demanda del departamento de Nariño-Colombia en periodos determinados. Es evidente que no es un porcentaje elevado frente a la gran demanda que posee Colombia, pero se puede ver que sin duda alguna es un mercado con gran demanda insatisfecha ya que la industria no solo cervecera si no también la de la molienda se ven en la obligación de importar cebada ya que la producción nacional no es suficiente para abastecer los requerimientos de estas dos principales industrias.

Entrando en materia financiera la inversión a realizarse al poner en marcha este trabajo de investigación no es muy elevada ya que se cuenta con una empresa ya constituida y que ya cuenta con infraestructura propia. Sin embargo, es necesario entrar en gastos para adecuar el área donde se va a desarrollar las actividades netamente de comercio exterior. Al poseer un precio bastante competitivo se puede obtener según los cálculos realizados una rentabilidad desde el primer año y se recuperar la inversión en menos de 4 años.

Como parte de la investigación se aplicó varias entrevistas tanto a las personas que trabajan en la Hacienda, así como a funcionarios de entidades públicas y a expertos en el área de producción de cebada, teniendo los siguientes resultados:

- Dentro de la Hacienda se puedo entrevistar al Administrador, Contadora y Presidente de la asociación, obteniendo los datos sobre la oferta en general determinando así el precio, cantidad y detalles específicos sobre la producción de cebada.
- El Ministerio de Agricultura y Ganadería de Imbabura brindaron información valiosa sobre el programa que ejecutan conjuntamente con la Cervecería Nacional para incentivar y promover el cultivo de cebada en Imbabura y en todas las provincias del país. También nos brindaron información sobre el número de hectáreas destinadas a este cultivo a nivel de provincia y sus cantones.
- Por último, se entrevistó a expertos en la producción de cebada de la provincia llegando a un punto de coincidencia entre ellos en cuanto al tema de la falta de apoyo para los pequeños productores de cebada, ya que es un cultivo de alto riesgo, y que sin duda la cebada imbabureña tiene el potencial para llegar a los mercados internacionales por las condiciones que presenta el suelo de esta provincia.

Al relacionar la presente investigación con la investigación de Marco Barrera (2011), en su Artículo científico: Situación y Desempeño de las PYMES de Ecuador en el Mercado

Internacional; se puede mencionar que la Hacienda la Magdalena presenta varias dificultades que le han impedido mejorar su producción para en un futuro proyectarse a nuevos mercados, deben enfrentar en primer lugar los requisitos técnicos y de calidad que exige el mercado, en segundo lugar las limitaciones internas en cuanto a la producción incipiente y por último y no menos importante la administración interna debe enfocar sus esfuerzos en una sola dirección, para que de esta manera la Hacienda sea más competitiva en el mercado.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Gracias al análisis de la información secundaria obtenida de las diferentes fuentes se puede concluir que, entre los países analizados, Colombia presenta las mejores condiciones para entablar negociaciones comerciales, al mismo tiempo se pudo identificar que Colombia tiene una demanda insatisfecha considerable y tiene apertura del comercio con Ecuador en materia de productos agrícolas.
- Mediante el estudio técnico y financiero se pudo concluir que el presente trabajo de investigación es factible, ya que la Hacienda puede llegar a producir a su máxima capacidad para intentar cubrir un porcentaje de la demanda y mediante las ventas recuperar la inversión, por otro lado, se determina que no puede ser viable por los datos estadísticos donde es claro que la producción de cebada es netamente para el consumo interno y que las exportaciones no son indicio de una posible negociación.
- La información primaria que se recolectada permitió que con certeza se conozca la situación real del sector de producción de cebada no solo netamente de la Hacienda la Magdalena, sino también de la provincia en general y del país. Al mismo tiempo se llega a concluir que la cebada tiene el potencial necesario para competir en los mercados internacionales gracias a sus principales características nutricionales y su precio competitivo, sin embargo, la producción nacional por el momento ayuda solo a satisfacer en parte los requerimientos internos y no está en la posibilidad de acaparar nuevos mercados.

5.2. RECOMENDACIONES

- El potencial del suelo no es suficiente cuando se tiene una administración débil, es necesario que se llegue a potenciar el trabajo de la asociación para que los resultados sean los esperados y todos los involucrados vean resultados positivos y sientan la motivación de trabajar en favor de generar una producción de calidad capaz de enfrentarse a cualquier mercado.
- Si bien el gobierno a través del MAG ha iniciado programas para incentivar la producción de cebada en la provincia de Imbabura y en el país en general, los productores y expertos en el área de la agricultura perciben que no es suficiente el apoyo que se recibe para que los productores se atrevan a destinar más hectáreas a la producción de este cereal. Por lo tanto, se recomienda determinar nuevos mecanismos de incentivos para que los productores tengan la seguridad de que sus cultivos no se verán con pérdidas a un futuro.
- Es importante que se tome en cuenta para los proyectos de investigación a este tipo de asociaciones a nivel general, porque es un incentivo para ellos que sean tomados en cuenta y al mismo tiempo se puede entablar relaciones muy valiosas para ambas partes. La academia en conjunto con la sociedad debe dar apertura a que los pequeños y medianos productores conozcan que hay alternativas diferentes a las que están acostumbrados y que por miedo a lo desconocido no se atrevan a incursionar.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARCSA. (Octubre de 2015). *Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria*. Obtenido de http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/11/ie-d.1.1.-ali-01-a1_requisitos_rs_alimentos_nacionales.pdf
- Atiz, L. E. (2015). *La demanda de cebada en el departamento de Nariño - Colombia y la comercialización desde la provincia de Chimborazo- Ecuador*. Tulcán-Ecuador.
- Ayala, L. (2009). *Gerencia de mercados* . Obtenido de <http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc098.htm>
- Barber, J. P. (2004). *Dirección de Empresas Internacionales*. Madrid: Pearson Education.
- Bolaños, L. M. (2016). *Oportunidades de negocios internacionales y la*. Tulcán-Ecuador.
- Caballero, N. L. (2016). *Gestiopolis*. Obtenido de Etapas de la negociación: <https://www.gestiopolis.com/etapas-la-negociacion/>
- Cazares, L. (Abril de 2013). *Asegura tus proyectos*. Obtenido de <http://admluisfernando.blogspot.com/2008/04/ii-estudio-tecnico.html>
- Constitución. (2008). *Asamblea Nacional*. Obtenido de http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf
- COPCI. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión* . Quito.
- Correa, R. (2015). *Ministerio de Salud Pública*. Obtenido de <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/11/Decreto-Ejecutivo-1290-1.pdf>
- Cuadrado, S. (2012). *Repositorio UPS*. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5221/1/UPS-QT03869.pdf>
- Diario El Tiempo. (2016). *El Tiempo*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com.ec/noticias/novedades/23/374567/la-machica-tiene-muchas-propiedades>
- Economipedia. (2015). Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones>
- Fernández, I. D. (2013). Las condiciones de entrega en el comercio. *Estudios de Economía Aplicada, vol. 31*, 1-24.
- Fundesa. (2015). Obtenido de Competitividad Global: <http://www.fundesa.org.gt/indices-internacionales>

- Gaggini, P. (01 de Julio de 2017). *Gestiopolis*. Obtenido de Globalización:
<https://www.gestiopolis.com/globalizacion/>
- Garita, R. (29 de Noviembre de 2006). *Gestipolis*. Obtenido de Teoría económica del comercio internacional: <https://www.gestiopolis.com/teoria-economica-del-comercio-internacional/>
- González, G. (2013). *Redalyc.org*. Obtenido de Revista Venezolana de Sociología y Antropología: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70503609>
- INEC. (6 de Febrero de 2018). *INEC*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/inflacion-precios-dinero-canastabasica-ecuador.html>
- Lerma, A. (2010). *Comercio y Marketing Internacional, 4ta Edición*. México: Cengage Learning Editores.
- Ministerio de Agricultura y Riego del Perú. (2015). *Minagri*. Obtenido de <http://www.minagri.gob.pe/portal>
- Montilla, F. (2007). *Zona Económica* . Obtenido de <https://www.zonaeconomica.com/riesgo-pais>
- Palomino, V. G. (2013). *ELABORACIÓN DE UNA BEBIDA A PARTIR DE MAÍZ ROJO (Zea mays L.) Y CEBADA (Hordeum vulgare), COMO ALTERNATIVA ALIMENTARIA*. Ribamba.
- Pérez, E. (Abril de 2014). *Escuela Macrobiótica*. Obtenido de PROPIEDADES Y USOS DE LA CEBADA: <http://agnesmacrobiotica.blogspot.com/2012/03/propiedades-y-usos-de-la-cebada.html>
- PNBV. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir* . Quito.
- PROECUADOR. (2018). *Ministerio de Relaciones Exteriores*. Obtenido de <http://www.cancilleria.gob.ec/ecuador-en-los-organismos-especializados/>
- Quiñonez, R. (2012). *Mercadotecnia Internacional*. México: Red Tercer Milenio.
- Requena, R. R. (2015). *Comercio internacional, perspectivas y definiciones*. Obtenido de https://www.academia.edu/19072317/DEFINICION_DE_COMERCIO_INTERNACIONAL
- Restrepo, J. (2007). Obtenido de Neegociadores Internacionales: Ejes del Desarrollo: web.usbmed.edu.co/usbmed/mercatura/nro8/docs/negociadores.doc
- Roa, P. E. (2013). *De Gerencia* . Obtenido de Importancia de los Mercados Internacionales:
http://www.degerencia.com/articulo/importancia_de_los_mercados_internacionales

- Torres, H. A. (2015). LA DIPLOMACIA CULTURAL EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES. *Revista de Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad*, vol. 10, 22.
- Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de Proyectos, 6ta Edición*. México: McGRAW-HILL.
- Valenzuela-Klagges, B., & Brito, L. E. (2015). REGIONALISMO LATINOAMERICANO Y COMERCIO BILATERAL. *Revista Pilquen - Sección Ciencias Sociales*, vol. 18, 1-12.
- Vallejo, L. (2016). *Marketing en productos y servicios*. Riobamba: La Carola Editores.
- Vera, S. C. (2016). *APLICACIÓN DE LOS INTERESES PASIVOS Y ACTIVOS EN EL SISTEMA BANCARIO ECUATORIANO Y SUS EFECTOS MACROECONOMICOS 2007-2013*. Guayaquil: Universidad Tecnológica ECOTEC.

VII. ANEXOS

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Es importante conocer y tomar en cuenta la normativa vigente a la cual se registrará la comercialización de la cebada, en vista que en el Ecuador las actividades de producción, industrialización y comercialización están reguladas por leyes generales, específicas, reglamentos, entre otras. A continuación se detalla las principales:

Tabla 103 Matriz de Fundamentación Legal

Matriz de Fundamentación Legal	
Documento	Descripción
Constitución de la República de Ecuador (2008)	<p>Art. 304: La política comercial tendrá los siguientes objetivos:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.2. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales3. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo. (...) <p>Art. 306: El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. (...)</p> <p>Art. 337: El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica. (Constitución del Ecuador, 2008)</p>
Código Orgánico de Producción, Comercio e	<p>Art. 4. Fines.- La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:</p> <ol style="list-style-type: none">a) Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado. (...)

<p>Inversiones (COPCI)</p>	<p>b) Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, (...)</p> <p>c) Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios (...)</p> <p>Art. 93. Fomento a la exportación.- El Estado fomentará la producción a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno (...)</p> <p>Art. 107. Obligación tributaria aduanera.- La obligación tributaria aduanera es el vínculo jurídico personal entre el Estado y las personas que operan en el tráfico internacional de mercancías, en virtud del cual, aquellas quedan sometidas a la potestad aduanera, a la prestación de los tributos (...)</p> <p>Art. 154. Exportación definitiva.- Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano. (...)</p>
<p>PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2017-2021</p>	<p>Eje 2: Economía al Servicio de la Sociedad</p> <p>OBJETIVO 5: Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria</p> <p>Prioridades ciudadanas e institucionales para el impulso a la productividad y competitividad Alcanzar el crecimiento económico sustentable, de manera redistributiva y solidaria, implica impulsar una producción nacional con alto valor agregado, diversificada, inclusiva y responsable, tanto en lo social como en lo ambiental. En este marco, la ciudadanía plantea que es preciso contar con una industria competitiva, eficiente y de calidad, por lo que el reto nacional es la promoción de cadenas productivas con pertinencia local, que respondan a las</p>

	<p>características propias de los territorios al igual que a la generación de circuitos alternativos de comercialización, el acceso a factores de producción y la creación de incentivos para la inversión privada y extranjera pertinente. Aquí, el desarrollo de conocimiento adquiere fuerza respecto a la formación de talento humano, el desarrollo de la investigación e innovación, así como el impulso a emprendimientos vinculados con las prioridades nacionales.</p> <p>De esta forma, se busca suplir las necesidades productivas del sector privado, social-solidario y además cubrir las necesidades sociales mediante el fomento de la generación de trabajo y empleo dignos y de calidad. Para lograr este objetivo, la ciudadanía reconoce la importancia de la transformación productiva con el fin de alcanzar el crecimiento económico sustentable y, además, enfatiza en que la transformación productiva debe ser inclusiva cuando garantiza la responsabilidad social y ambiental; sin embargo, plantea la necesidad de contar con incentivos productivos diferenciados según las necesidades y particularidades del sector privado y social-solidario, el acceso a información oportuna, la calidad del servicio público, el establecimiento de factores de producción de manera pertinente, así como el fomento a la generación de capacidades del sector social-solidario, comercio justo, procesos de contratación pública inclusivos y alianzas público-privadas, todo aquello con el fin de contar con un cambio de estructura productivo articulado que permita el desarrollo equitativo de todos los sectores y la ciudadanía. (pág. 82)</p>
--	---

Gráfico 15. PRÓXIMAS FERIAS INTERNACIONALES:



Agropec

📍 Agrícola, Jardinería, Máquina - herramienta, Agricultura, Alimentaria, Equipos, Ganadería, Materiales, Pesca

📅 Del viernes 28 al domingo 30 septiembre 2018

📍 **Feria de Asturias, Palacio Congresos Luis Adaro**
Paseo Doctor Fleming, 481 - 33203,
Gijón (España)



Asia (Shanghai) International Import Food Expo

📍 Agrícola, Alimentación

📅 Del miércoles 15 al viernes 17 agosto 2018

📍 **SNIEC, Shanghai New International Expo Centre**
上海市浦东新区龙阳路2345号,
Shangai (China)



Fenasucro & Agrocana

📍 Agrícola, Alimentación, Energías renovables, Agricultura, Biocombustibles, Equipamiento y tecnología, Maquinaria agrícola, Negocios

📅 Del martes 21 al viernes 24 agosto 2018

📍 **Centro de Eventos Zanini**
Marginal João Olesio Meloni,
Sertãozinho (Brasil)



Expo Agrofuturo

📍 Agrícola, Industrias forestales, Sostenibilidad

📅 Del miércoles 22 al viernes 24 agosto 2018

📍 **Corferias - Centro de Convenciones**
Carrera 37 No 24 - 67, Bogotá,
Bogotá (Colombia)



Foodex India

📍 Agrícola, Jardinería, Agricultura

📅 Del viernes 31 agosto al domingo 2 septiembre 2018

📍 **Bangalore International Exhibition Centre (BIEC)**
10th Mile, Tumkur Road, Madavara Post, Dasanapura Hobli, Bangalore 562 123, INDIA,
Bangalore (India)

Fuente: Ferias en el Mundo, <https://www.nferias.com/agricol>

Oficio de Solicitud para acceder a la información de la Hacienda La Magdalena

Ibarra, 15 de Marzo del 2017

Señor

Lennin Ichau

ADMINISTRADOR DE LA HACIENDA "LA MAGDALENA"

La Esperanza

De mi consideración

Reciba un cordial y atento saludo de la Srta. Evelyn Terán, estudiante del Noveno Nivel de Ingeniería en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

La presente tiene la finalidad de solicitarle comedidamente, se me autorice la realización del Proyecto de investigación con el tema: **"Alternativas comerciales para la internacionalización de la producción de quinua de la Hacienda La Magdalena"**, requisito necesario para la obtención del título de Ingeniería.

Debo indicar que la información que se me otorgue para el correcto desarrollo de dicho proyecto, será de estricto uso académico.

Por la atención brindada expreso mi más sincero agradecimiento.

Atentamente

Evelyn Andrea Terán Acosta

CC. 1003439708



Oficio de aceptación de la Hacienda La Magdalena



ASOCIACION MANUEL FREILE BARBA
MAGDALENA-ANGOCHAGUA-IBARRA

LA MAGDALENA, 16 de Marzo del 2017
Oficio N°028-AMFB"LM"

Señorita
Evelyn Teran
ESTUDIANTE DE LA UPEC
Presente.-

LA ASOCIACIÓN AGROPECUARIA MANUEL FREILE BARBA "LA MAGDALENA", de la Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia Angochagua, Comuna La Magdalena llega a Usted con un cordial saludo.

Con referencia al oficio recibido con fecha 15 de marzo del presente año, me permito darle a conocer que su solicitud fue aprobada, para lo cual facilitaremos toda la información necesaria para el desarrollo de su Proyecto.

Con sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,


SR. JIMMY LENIN ICHAU PUMA
ADMINISTRADOR



Dirección: Provincia Imbabura – Cantón Ibarra – Parroquia Angochagua - Km 11 Vía a Zuleta -
Comunidad La Magdalena
Teléfonos: (06) 3047367 – 0990414323 - 0967018338
Email: asolamagdalena@hotmail.com

Entrevistas aplicadas al personal administrativo de la Hacienda La Magdalena



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL

Entrevista dirigida al Administrador y Directivos de la Hacienda la Magdalena, ubicada en la Parroquia La Esperanza de Ibarra.

OBJETIVO: Obtener información primaria para el desarrollo del Proyecto de Investigación con el tema: "Alternativas de mercados internacionales para la comercialización de cebada de la Hacienda La Magdalena, Provincia de Imbabura".

NOTA: La información que usted proporcione será utilizada con fines estrictamente ACADÉMICOS.

FECHA DE APLICACIÓN: 05-01-2017

1. ¿Cuántos años de constitución tiene la Asociación y cuántos socios son actualmente?

Fue constituida como asociación desde el 5 de mayo
del 2010 y cuenta con 60 socios activos.

2. ¿Cuántas hectáreas están destinadas a la siembra de cebada?

La Hacienda en total tiene 404 hectáreas de las cuales
20 hectáreas están destinadas a la siembra de cebada
exclusivamente los terrenos más altos.

3. ¿Qué variedades de cebada se cosecha actualmente en la Hacienda?

Canicapac y cebada maltera.

4. ¿Qué tiempo dura el periodo de cultivo?

6 meses (mes de siembra febrero y se cosecha
en agosto)
Una vez al año.

5. ¿Cuál es la capacidad y el costo de producción de cebada (anual)?

capacidad de 800 a 900 quintales y costo de producción por quintal \$ 8,35

6. ¿Existen otras asociaciones en el entorno cercano que produzcan cebada?

Como asociaciones no existen en el sector otras que produzcan cebada

7. ¿Ha tenido la oportunidad de realizar alguna capacitación referente al cultivo de cebada y diversificación de la misma?

Si, por parte de los técnicos del MAG y por los técnicos del Gobierno Provincial en el plan de ejecución nacional

8. ¿Cuenta con algún tipo de certificación que garantice la calidad de la cebada?

Si, la asociación es calificada como productores semilleros.

9. ¿Qué tipo de maquinaria o herramientas utilizan para la siembra y cosecha de la cebada?

- Mano de obra de los socios (siembra y fumigación).
- Trilladora para cosecha.
- Tractor (prepara el terreno y tapa la siembra)

10. ¿Qué características nutricionales posee la cebada cultivada en esta Hacienda?

¡Gracias por gentil ayuda!

Nombre: JIMMY LEONARDO PUHA

Firma: 

C.I.: 1003831268



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL

Entrevista dirigida al personal técnico y administrativo de la Hacienda la Magdalena, ubicada en la Parroquia La Esperanza de Ibarra.

OBJETIVO: Obtener información primaria para el desarrollo del Proyecto de Investigación con el tema: "Alternativas de mercados internacionales para la comercialización de cebada de la Hacienda La Magdalena, Provincia de Imbabura".

NOTA: La información que usted proporcione será utilizada con fines estrictamente ACADÉMICOS.

FECHA DE APLICACIÓN: _____

1. ¿Cuál es el proceso de producción de la cebada dentro de la Hacienda y quién interviene en cada fase del proceso?

1. Preparación del suelo.- levante y remover la tierra, retirar hierba y suavizar toda la tierra del terreno.
- Interviene el tractorista, Administrador, Socios, para la recolección de despojos.

2. Adquisición de semillas y kit's de fumigación.- en coordinación con los técnicos del Magesp responsables de dar el asesoramiento técnico en todo el proceso de cultivo de la cebada.
- Interviene el Administrador y el Presidente.

3. Siembra de la cebada.- Se convoca a los socios para la realización de la siembra

4. Primera visita de campo.- Se convoca a los técnicos del Magesp y socios para verificar el nacimiento de la semilla. (15 días después)

5. Fumigación.- al mes de la siembra se
procede a fumigar contra todos las posibles
plagas.

- Intervienen los socios.

6. Deshierbe - a las 3 meses se retira toda
la hierba de la cebada

- Intervienen los socios

7. Cosecha - a los 6 meses se procede a
cosechar la cebada.

- Intervienen los socios. y trillador.

8. Limpieza y sarondeada.- para clasificar
y limpiar.

- Se manda a cosambe a la mequina
seleccionadora.

9. Quintalea.- Empacar en costales.

- Intervienen los socios

10. Venta.-

¡Gracias por gentil ayuda!

Nombre: Oscar Estrada

Firma: [Firma manuscrita]

C.I.: 0400961702



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL

Entrevista dirigida al personal técnico y administrativo de la Hacienda la Magdalena, ubicada en la Parroquia Angochagua de Ibarra.

OBJETIVO: Obtener información primaria para el desarrollo del Proyecto de Investigación con el tema: "Alternativas de mercados internacionales para la comercialización de cebada de la Hacienda La Magdalena, Provincia de Imbabura".

NOTA: La información que usted proporcione será utilizada con fines estrictamente ACADÉMICOS.

FECHA DE APLICACIÓN: _____

1. ¿Cuál es el precio de producción de cada quintal de cebada que produce la Hacienda?

Semilla certificada CUP. \$ 110,00
Semilla comercial CUP. \$ 60,00

2. ¿Qué rubros intervienen directamente en dicho valor?

- Semilla certificada \$ 45 quintal / HAGAP semilla comercial
- Preparación de terreno (tractor) \$18 x'h 2h x hct.
- Curaciones 1 hct 2 tang. \$ 90 x hct. con mano de o.
- Aporcación (5 pesones) \$ 250
- Cosecha (trilladora) \$ 100 x hct.
- Costo el cento \$ 25 1 hct 100 sacos.
- 1,50 x saco para limpiar la semilla certificada
- 100 hct.

3. ¿Qué aspectos favorecen para alcanzar un costo mínimo en la producción?

- Aprovechar las semillas y los kits que provee el Magop.
- La mano de obra forma parte de la asociación y todos intervienen
- Maquinaria propia
- Area de terreno propia
- Agua de riego propia

¡Gracias por gentil ayuda!

Nombre: AMARITO MORENO

Firma: 

C.I.: 100169788-5

Entrevista aplicada al personal del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la Dirección Distrital de Imbabura



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL

Entrevista dirigida al personal del Ministerio de Agricultura y Ganadería de la Dirección Distrital Imbabura.

OBJETIVO: Obtener información primaria para el desarrollo del Proyecto de Investigación con el tema: "Alternativas de mercados internacionales para la comercialización de cebada, Provincia de Imbabura".

NOTA: La información que usted proporcione será utilizada con fines estrictamente ACADÉMICOS.

FECHA DE APLICACIÓN: 31 octubre 2018

1. ¿Cree que es importante la realización de esta investigación?

Si, porque los agricultores tendrían alternativas de comercialización.

2. ¿De qué manera el MAGAP ayuda a los productores de cebada en la provincia?

Desde el año 2016 a 2018 el MAGAP entregado con subsidio paquetes tecnológicos en el cultivo cebada variedad Canicapa y Metcalfe, asistencia técnica durante el ciclo del cultivo mediante el Programa Sombra Cebada

3. ¿Qué variedad de cebada tendría mayor probabilidad de llegar a los mercados internacionales?

Por la adaptabilidad la variedad más cultivada en la provincia es cebada INIAP Canicapa, la cual podrían afectar los agricultores

4. ¿La cebada tiene un costo establecido?

Si, la cebada de alimentos tiene el precio mínimo de sustentación de USD 24,71 por quintal, establecido en el Acuerdo Ministerial N° 184, publicado 28 julio de 2017

5. ¿Con qué otras instituciones públicas y privadas ha trabajado el MAGAP para fomentar la producción de cebada en la provincia?

Mediante un convenio de Cooperación Interinstitucional se ha trabajado con Cervecería Nacional C.N.S.A.

6. ¿Qué otros aspectos que usted conozca sobre la cebada de nuestra provincia se debería destacar?

• Existe 5 Asociaciones Agroparias que se dedican al cultivo de cebada de forma Asociativa.

• Único mercado fijo para comercializar la cebada son los molinos de la localidad, su precio es inestable de pende de la oferta y demanda; lo cual desmotiva a seguir cultivando debido a que los precios bajan en cosecha.

¡Gracias por gentil ayuda!

Nombre: Grace Canojal Tocagón

Firma: 

C.I.: 1003136155

Oficio de solicitud de información sobre la producción de cebada dentro de la provincia de Imbabura al Ministerio de Agricultura y Ganadería Dirección Distrital

Ibarra, 23 de octubre de 2018

Ing. Diego Pereira

Director Distrital Imbabura del Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Reciba un cordial y atento saludo,

Por medio del presente, me permito solicitar de la manera más comedida se me facilite la información necesaria para el desarrollo de mi tema de investigación, previa a la obtención del título de Ingeniería en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi: "Alternativas de comercialización internacional para la cebada de la provincia de Imbabura".

La información requerida es básicamente sobre la producción de cebada dentro de nuestra provincia y es importante aclarar que será usada con fines exclusivamente académicos. Dicha información es de vital importancia para el correcto desarrollo de mi investigación.

Conocedora de su alto espíritu colaborativo, anticipo mis más sinceros agradecimientos y auguro éxitos en el desempeño de sus funciones.

Atentamente



Evelyn Andrea Terán **MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA**

1003439708

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA	
AGRICULTURA Y PESCA	
MAGAP	
RECIBIDO	HH
HORA	12:29
FECHA	23-October-2018
VENTA ÚNICA	

023960-100

Ext. 3515

Ing. Carlos Saucos?

Documento No. : MAG-UGDVUIMBABURA-2018-0171-E
Fecha : 2018-10-23 12:31:10 GMT -05
Recibido por : Mónica Elizabeth Mora Vásquez
Para verificar el estado de su documento ingrese a
<https://www.gestiondocumental.gob.ec>

Informe del Ministerio de Agricultura Dirección Distrital de producción de cebada en la provincia de Imbabura

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA



Oficio Nro. MAG-DDIMBABURA-2018-0143-OF

Ibarra, 13 de noviembre de 2018

Asunto: Producción de cebada en la provincia de Imbabura

Señorita
Evelyn Andrea Terán Acosta
En su Despacho

De mi consideración:

En respuesta al Documento No. MAG-UGDVUIMBABURA-2018-0171-E en el cual solicita información de la producción de cebada en la provincia de Imbabura, con fines académicos para la obtención del título de Ingeniería en Comercio Exterior y Negociación Comercial internacional.

Con lo expuesto, remito a usted del informe suscrito por la Ing. Grace Carvajal, técnica del MAG.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

Documento firmado electrónicamente

Ing. Diego Fernando Pereira
DIRECTOR DISTRITAL IMBABURA

Referencias:

- MAG-UGDDPIMBABURA-2018-0164-M

Anexos:

- produccion_de_cebada_mag_imbabura0055699001542131746.pdf

Copia:

Señor Ingeniero
Carlos Omar Saransi León
Servidor Público 5

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA

DIRECCIÓN DISTRITAL IMBABURA

UNIDAD GESTIÓN DISTRITAL DE DERROLLO PRODUCTIVO

PRODUCCIÓN DE CEBADA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA

1. DATOS GENERALES:

DIRECCIÓN DISTRITAL: Imbabura

TECNICO DE RUBRO CEBADA: Ing. Carvajal Tocagón Grace

1. PRODUCCIÓN DE CEBADA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA

1.1.ZONAS DE PRODUCCIÓN

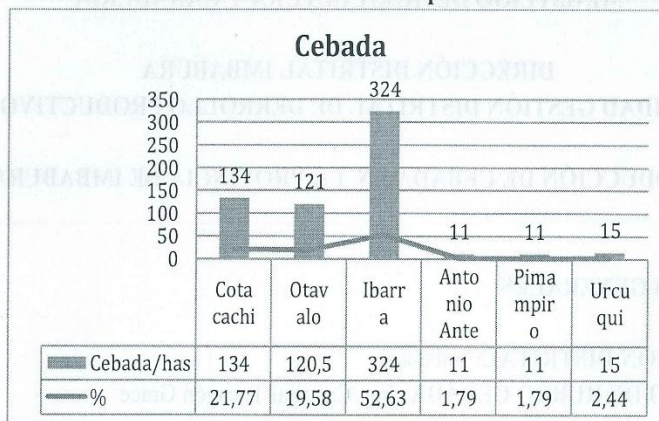
Imbabura es una provincia que cuenta con una gran extensión de territorio apto para la agricultura que permite diversificar la actividad productiva. Según datos registrados en el documento del Plan de Desarrollo Estratégico del Gobierno Provincial de Imbabura, el 37.4% de su superficie territorial se destina a actividades agropecuarias... Existen una gama importante de productos primarios que se cultivan en la provincia y dependiendo del tipo de clima en el que se producen. En sectores de clima frío...los cultivos que ocupan mayores extensiones y por ende mayor producción como: maíz, trigo y cebada. (Toapanta, 2016, p. 24).

Por lo tanto se encuentra distribuido en los 6 cantones de la Provincia: Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Ibarra, Pimampiro y Urcuqui.

La provincia cuenta con áreas adecuadas para el desarrollo del cultivo de cebada; una particularidad es que su superficie no está dedicada exclusivamente a su producción sino que existe una rotación de cultivos, normalmente con maíz suave, papa, chocho, habas; dándonos como resultado a la presente fecha una siembra de 616 hectáreas de cebada, información proporcionada mediante el método de Sondeo Rural Rápido con informantes claves, mapa parlante; con base a esta información se ha procedido a visualizar el cultivo establecido en cada una de las comunidades, parroquias y cantones de la provincia.

Las 616 hectáreas del cultivo de cebada están distribuidas en los cantones de Cotacachi con 134 has y 21,77%, Otavalo 121 has con 19,58%, Ibarra 324 has con 52,63%, Antonio Ante con 11 has y 1,79%, Pimampiro 11 has lo que representa un 1,79% y finalmente en Urcuqui con 15 has y 2,44%. Gráfico N°1.

Gráfico N° 1. Hectáreas de cebada en la provincia de Imbabura



Fuente: MAG – 2018

Elaborado: MAG – 2018

En la tabla N°1 se detalla las hectáreas sembradas por comuna, parroquia y cantón de la provincia de Imbabura, ciclo 2018.

Tabla N°1. Hectáreas sembradas de cebada

Cantón	Parroquia	Comuna	Hectáreas	Hectáreas/ Cantón
Cotacachi	Imantag	Quitumba	5	134
		El Morlan	5	
	San Francisco	Morochos	33	
		Sagrario	Italqui	
	Talchigacho		28	
	Quiroga	Ugshapungo	7	
		Cuicocha	6	
		Cumbas conde	30	
Otavalo	San Pablo	Uksha	40	121
		Casco Valenzuela	3	
		Abatag	1	
		Angla	2	
	González Suárez	Mariscal Sucre	39	
		San Agustín de Cajas	4	
	Iluman	Caluqui	2	
		San Luis de	15	

		Agualongo		
	San Luis	Mojanda	0.6	
		Patalanga	7	
	El Jordan	Camuendo	0.4	
	Quichinche	Urcusiqui	7	
Ibarra	Angochagua	Zuleta	80	324
		Chilco	4	
		Cochas	30	
		La Magdalena	25	
	La Esperanza	San Clemente	7	
		El Abra	53	
		La Florida	25	
		San Pedro	10	
		Chaupilan	20	
	Caranqui	Naranjito	9	
	San Antonio	San Agustín	16	
		Santo Domingo	10	
		Pucahuayco	5	
Chorlavi		15		
Ambuqui	Peñaherrera	7		
	Chaupi Guarangui	5		
	Apangora	3		
Antonio Ante	Atuntaqui	Perugal	2	11
	Chaltura	Cobuendo	4	
		San Vicente	5	
Pimampiro	Pipampiro	El Inca	3	11
		El Alizal	5	
	Mariano Acosta	Guanupamba	3	
Urcuqui	Tumbabiro	San Francisco	15	15
Total hectáreas sembradas ciclo 2018			616	

Fuente: SRP, junio 2018

1.2. VARIEDADES

El INIAP, en la Estación Experimental Santa Catalina a través del Programa Nacional de Cereales genera tecnologías para la producción sostenible de cebada en el país. El Programa de Cereales desde 1963 a través de sus investigaciones ha generado 12 variedades de cebada con las respectivas recomendaciones tecnológicas de manejo de cultivo, presentan características superiores de productividad, precocidad, porcentaje de proteína y resistencia a enfermedades, que las variedades criollas cultivadas tradicionalmente por los agricultores (Rivadeneira.M; Falconí, E, 2010). Tabla N° 2.

Tabla N° 2. VARIEDADES PRODUCIDAS POR EL INIAP (HASTA FEBRERO 2012)

CULTIVO	ESTACIÓN EXPERIMENTAL	VARIEDAD	N° VIGENTES	ESTADO	FECHA	TOTAL
CEBADA	Santa Catalina	Dorada			1974.03	12
	Santa Catalina	Duchicela			1978.03	
	Santa Catalina	Teran-78			1979.09	
	Santa Catalina	INIAP-Shyri-89			1990.08	
	Santa Catalina	INIAP-Calicuchima-92			1992.07	
	Santa Catalina	INIAP-Atahualpa-92			1992.07	
	Santa Catalina	INIAP-Shyri 2000			1999.12	
	Santa Catalina	INIAP-Canari 2003			2003	
	Santa Catalina	INIAP-Quiltoa 2003			2003	
	Austro	INIAP-Cañicapa	28	VIGENTE	2003.07	
	Austro	INIAP-Paccha	29	VIGENTE		
	Austro	INIAP-Guaranga 2010	30	VIGENTE	2010	

Fuente: http://www.iniap.gob.ec/nsite/index.php?option=com_content&view=article&id=346:semillas-y-plantas-variedades-liberadas&catid=9:productos-y-servicios

Variedades que se cultivan en la provincia de Imbabura:

Cebada INIAP Cañicapa

El mayor atributo de esta variedad es el alto contenido de proteína, así como también buen rendimiento de grano de 3.0 a 5.0 t/ha; razón por la cual, esta variedad contribuye a mejorar la dieta de los campesinos (as) de las zonas altas de la sierra ecuatoriana. En la Tabla N° 3 se menciona las generalidades del cultivo.

Tabla N°3. Generalidades del cultivo cebada INIAP Cañicapa

Zona de cultivo	Recomendado para altitudes de 2400 a 3200 msnm	
Ciclo	170 - 180 días	
Altura de planta	110 – 130 cm	
Número de macollos	8 – 10	
Número de hileras de grano	2	
Número de granos por espiga	30	
Uso	Rendimiento harinero del 67%; produce harina y arroz de cebada de gran calidad,	
Nombres comunes	Cebada de dos filas, pescado.	

Fuente: INIAP 2014

Cebada Scarlett,

Variedad de dos carreras de ciclo cortó. Es una de las variedades más conocidas en la industria maltera, fue inscrita en 1996 y desde entonces es una de las de mayor implementación como cebada maltera en Europa. Tiene maduración media y resistencia media a encamado.

En cuanto a enfermedades se ha mostrado baja resistencia a rinosporiosis. Presenta buena adaptación a todas las zonas de cultivo. Tomado de: <http://www.neiker.net/mas-de-25-anos-evaluando-variedades-de-cebada-en-alava/?lang=es>

Cebada AC Metcalfe

Cebada maltera importada desde Canadá, es apta para la producción de malta, con las siguientes características morfológicas y agronómicas. Tabla N° 4.

Tabla N°4.

Características Morfológicas		Características Agronómicas	
Características	Descripción	Características	Descripción
Número de hileras	2 (Dística)	Altura de planta	0,70 – 1,00 m
Forma de grano	Ligeramente alargado	Días a Floración	60 – 90 días
Color del grano	Amarillo	Días a Cosecha	120 – 150 días
Macollamiento	4 – 6	PRECOCIDAD	Mediana a larga
Peso de 1000 granos	> 40 g	Rendimiento	2.770 – 3.995

	kg/ha
Encamado	Resistente
Reacciones a enfermedades:	
Roya amarilla (<i>Puccinia striiformis</i>)	Parcialmente susceptible
Roya de la hoja (<i>Puccinia hordei</i>).	Susceptible
Escaldadura (<i>Rynchosporium secalis</i>)	Resistencia moderada
<i>Fusarium sp.</i>	Resistencia moderada

Cebada Clipper

El cultivo de la variedad CLIPPER se ha reducido considerablemente en los últimos años, debido a la alta susceptibilidad a las royas o polvillos, y al escaldado, haciéndose necesaria la utilización de fungicida para el control de estas enfermedades, lo que incrementa el costo de producción y resta rentabilidad al cultivo.

Cebada Calicuchima

En la información proporcionada por los agricultores mencionan diferentes nombres con lo que se conoce a la cebada entre ellos tenemos cebada dorada, chilena (prensada), su producción se ve reducida por no ser apreciada por los molineros al momento de comercializar.

1.3.Épocas de Siembra y Cosecha

La siembra se lo realiza a partir del mes de febrero a abril, a inicios de las primeras lluvias; teniendo en cuenta su ciclo vegetativo de aproximadamente 150 a 180 días para su cosecha en los meses secos de junio, julio y agosto.

1.4.Manejo agronómico del Cultivo

Preparación del suelo

La preparación del suelo no lo realiza con la debida anticipación de al menos dos meses antes de la siembra. Un pase de arado y otro pase de rastra; la razón para preparar el terreno con anticipación se debe a que la maleza debe descomponerse para incorporarse al suelo, también permite romper con el ciclo de desarrollo de las malezas, evitando que éstas se multipliquen.

Siembra

El método más común es el manual al voleo, mientras que la siembra mecanizada es poco frecuente y se lo realiza en extensiones grandes. La siembra cuando es al voleo (manual) se utiliza la cantidad de semilla de 135 kg/ha (3 qq/ha) y si la siembra es con máquina (sembradora), la cantidad disminuye a 110 kg/ha (2.5 qq/ha). En lotes pequeños de cebada no realizan la desinfección de semilla.

Fertilización inicial

Al momento de la siembra están incorporando de uno a dos sacos de fertilizante 10-30-10 y al macollamiento se complementa con uno saco de urea por cada hectárea. Frecuentemente no realizan análisis de suelos para cubrir la necesidad del cultivo.

Control de malezas

Para el control post emergente de malezas de hoja ancha están utilizando Metsulfurón-metil en la dosis de 15 g/hectárea. Aplicándolo al inicio del macollamiento.

Aplicaciones fitosanitarias

Realizadas a base de triazoles como son Azoxistrobina, Tebuconazol, Carbendazim, Propiconazole para controlar a la Roya amarilla (*Puccinia striiformis*), Roya de la hoja (*Puccinia hordei*), Escaldadura (*Rynchosporium secalis*), cuyo principal efecto por reducción del área foliar es la disminución de efectividad en la fotosíntesis y por tanto la disminución del rendimiento.

Desmezcla

La realizan en etapa de espigamiento y al inicio de madurez fisiológica. Eliminando malezas como rábano, avena negra.

Cosecha

La cosecha debe realizarse cuando el cultivo alcanza su madurez completa, se emplea una trilladora combinada que permite cortar y trillar al mismo tiempo.

Post-cosecha

Posterior a la cosecha se deben realizar las siguientes labores:

- Secado de grano hasta llegar al 13% de humedad.
- Limpieza y clasificación.
- Ensacado.

1.5 COSTOS DE PRODUCCIÓN/HA

El costo total para producir una hectárea de cebada está entre los 533,85USD/ha. Es decir de acuerdo al detalle en la tabla N°5, cada quintal producido tiene un costo de \$15, 25 con un rendimiento promedio de 35 qq/ha.

TABLA N°5 COSTOS DE PRODUCCIÓN DE CEBADA VAR. CAÑICAPA EN SISTEMA SEMITECNIFICADO		
RENDIMIENTO DE CEBADA HÚMEDO Y SUCIO EN QUINTALES		35,00
COSTOS VARIABLES		
RUBRO	ACTIVIDADES	VALOR TOTAL (usd/ha)
Mano de obra	Preparación del terreno	0,00
	Siembra	15,00
	Aplicación de herbicidas	15,00
	Aplicación de insumos	15,00
	Aplicación de fertilizantes edáficos	15,00
	Labores Culturales	0,00
	Cosecha	15,00
	Poscosecha	0,00
Insumos	Semilla	97,20
	Herbicidas	5,30
	Fungicidas	8,00
	Insecticida	9,00
	Fertilizantes Edáficos y Foliare	100,15
	Otros	11,75
Maquinaria y Equipos Alquilados	Preparación del terreno	60,00
	Siembra	20,00
	Aplicación de herbicidas+fungicida	0,00
	Aplicación de insumos (fungicida+fertilizante foliar)	0,00
	Aplicación de fertilizantes edáficos	0,00
	Labores Culturales	0,00
	Cosecha	87,50
	Poscosecha	0,00
Transporte de cosecha	Transporte a centro de Acopio	14,00
TOTAL COSTOS VARIABLES		487,90
COSTOS FIJOS		
Gastos Administrativos	Análisis de suelo/foliare	0,00
	Costo Administrativo	24,40
	Arrendamiento de Terreno	0,00
Gastos Financieros	Costo Financiero	21,56



TOTAL COSTOS FIJOS	45,95
COSTO TOTAL POR HECTÁREA (USD)	533,85
COSTO TOTAL POR QUINTAL (USD)	15,25

2. “PROGRAMA SIEMBRA CEBADA”

2.1 ANTECEDENTE

Mediante la firma del Convenio de cooperación Interinstitucional entre el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca “MAGAP” y Cervecería Nacional CN S.A. con fecha 15 de junio del 2015, se ejecuta el “Programa Siembra Cebada”, con la finalidad de fortalecer las capacidades, elevar la productividad e ingresos en pequeños y medianos productores para la siembra y manejo de cebada.

En Imbabura se desarrolló el programa con la intervención de 1200 hectáreas de cebada, en el cual el Ministerio de Agricultura y Ganadería aportó con paquetes de insumos tecnológicos, asistencia técnica durante el ciclo del cultivo y acompañamiento en la comercialización; de los cuales 400 hectáreas corresponden a la variedad maltera y 800 hectáreas a la variedad cañicapa.

2.2 PRODUCCIÓN DE CEBADA CON EL “PROGRAMA SIEMBRA CEBADA”

CEBADA MALTERA

Hectáreas sembradas

En la provincia de Imbabura el Ministerio de Agricultura y Ganadería, interviene con 400 hectáreas de cebada maltera, de las cuales en el ciclo 2016 se siembra 50 hectáreas cebada maltera variedad Scarlett (Tabla N° 1) beneficiando a 9 agricultores y obteniendo un rendimiento promedio de 1.8 TM/ha.

Para el año 2017 y 2018 el Ministerio de Agricultura y Ganadería realiza la importación de semilla certificada de cebada variedad *Metcalf*, implementándose un total de 350 hectáreas, distribuidas en los 5 cantones de la provincia de Imbabura (Tabla N°5), beneficiando alrededor de 63 agricultores y obteniendo un rendimiento promedio provincial de 1.77 TM/ha y 1.69 TM/ha respectivamente.

Tabla N° 5. Hectáreas (has) de cebada maltera ciclo 2016 a 2018.

Año	Variedad Cebada	Rendimiento (TM/ha)	Ibarra	Urcuqui	Antonio Ante	Cotacachi	Otavalo	Total
2016	Scarlett	1.84	6	10	1	33	0	50
2017	Metcalfe	1.77	121	78	8	49	51	307
2018	Metcalfe	1,69	10		5	28		43
Total de hectáreas sembradas (has)								400

Comercialización

Producción del ciclo 2017: un promedio de 247,80 TM (5.451,50 quintales) que corresponde al 51,33% de producción fue comercializado a la Empresa Cervecería Nacional de acuerdo a los parámetros de calidad establecidos en el Acuerdo Ministerial N°: 184, beneficiando a un total de 32 agricultores con un monto aproximado de comercialización de \$129.033,53 dólares; la otra parte de producción de 234,96 TM (5.169,06 quintales) fueron destinadas a los molinos de la localidad.

Producción del ciclo 2018: un promedio de 21,49 TM (473,77 quintales) fue comercializado a la Empresa Cervecería Nacional de acuerdo a los parámetros de calidad establecidos en el Acuerdo Ministerial N°: 184, beneficiando a un total de 3 agricultores con un monto aproximado de comercialización de \$11.211,60 dólares; la otra parte de producción de 64,01 TM (1.409,23 quintales) fueron destinadas a los molinos de la localidad a un valor entre \$15,00 a \$18,00.

El precio de la cebada maltera es de USD 25,16 por quintal de acuerdo a los siguientes parámetros de calidad. Acuerdo Ministerial N°. 184

PARÁMETROS DE CALIDAD PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LA CEBADA MALTERA

Variable	Precio por Quintal		
	Calidad 1 USD \$ 25,16	Calidad 2 USD \$ 24,16	Calidad 3 USD \$ 23,16
% Impurezas	$X \leq 2$	$2 < x \leq 3$	$3 < x \leq 4$
% Humedad	$X \leq 12$	$12 < x \leq 13$	$13 < x \leq 14$
Tamaño	Mínimo 2,2 mm	Grano grueso y delgado	Grano grueso y delgado
Color	Beige a Blanco	Beige a Amarillo	Beige a Amarillo
Presencia de Moho	Sin presencia	Sin presencia	Sin presencia

CEBADA CAÑICAPA

Hectáreas sembradas

En cuanto a cebada variedad cañicapa, en la provincia de Imbabura el Ministerio de Agricultura y Ganadería intervino con 800 hectáreas, distribuidas en los 5 cantones de la provincia de Imbabura (Tabla N°6), beneficiando alrededor de 145 agricultores y obteniendo un rendimiento promedio provincial de 1.79 TM/ha año 2016, 1.36 TM/ha año 2017 y 1.59 TM/ha año 2018.

Tabla N° 6. Hectáreas (has) de cebada cañicapa ciclo 2016 a 2018.

Año	Rendimiento (TM/ha)	Ibarra	Urququi	Antonio Ante	Cotacachi	Otavalo	Total
2016	1.79	99	20	30	85	66	300
2017	1.36	124	5	19	129	109	386
2018	1.59	71				43	114
Total de hectáreas sembradas (has)							800

Comercialización

Los precios de comercialización de cebada molinera cañicapa son inestables, las molineras (Tabla N° 7) lo establecen según mercado y calidad de la muestra del grano: año 2016: \$18,00 a \$22,00 el quintal; año 2017: \$9,00 a \$19,00 por quintal y año 2018: \$14,00 a \$19,00.

Tabla N° 7 Molineras del Cantón Ibarra (cebada cañicapa y maltera)

NOMBRE DE LA EMPRESA	REPRESENTANTE LEGAL	DIRECCIÓN	ESPECIFICACIONES TECNICAS DEL PRODUCTO	CONDICIONES DE COMPRA
MOLINO IMBABURA	Sr. Ruben Guagala Telf. 062 602481	Ciudadela del Chofer, calle Juan Martínez Orbe	Libre de moho Humedad ≤ 13% Impurezas ≤ 5%	Dependiendo la cantidad de la compra la cancelación puede ser en efectivo o 50% a la entrega del producto y 50% en cheque a 8, 15 o 30 días
PROALCA	Sr. Veronica Vega Cel: 998178576	Latacunga y 13 de Abril	Color Beige, Amarillo Las presentes son	
MOLINO SAN VICENTE	Sr. Vinicio Vega	Av. Víctor Manuel Guzmán y Brasil tras el Hospital del IESS Ibarra	condiciones básicas sin embargo depende de la empresa al momento de la compra	

MINISTERIO DE
AGRICULTURA Y GANADERÍA



EL
GOBIERNO
DE TODOS

MOLINO MOPROBAN	Sr. Laura Almeida - Jorge Fuentes Telf: 062558 598 Cel: 993661106	Ibarra: Huertos Familiares		
MOLINO EPRONA	Sr. Vicente Raúl Lomas Rivera Cel: 62951233	Luis Borja SN y Alfredo Gómez		

Los agricultores comercializan al precio que este en el mercado por no tener donde guardar el producto a espera que mejore el precio o por compromisos económicos pendientes, el productor se ve obligado a vender a precios bajos, al no tener otra alternativa de mercado.

Elaborado por:

Ing. Carvajal Tocagón Grace
TECNICA DE CAMPO MAG IMBABURA

Entrevistas dirigidas a expertos en el área de producción agrícola de la provincia de Imbabura



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL

Entrevista dirigida a expertos en el área de producción agrícola de la provincia de Imbabura.

OBJETIVO: Obtener información primaria para el desarrollo del Proyecto de Investigación con el tema: "Alternativas de mercados internacionales para la comercialización de cebada de la Hacienda La Magdalena, Provincia de Imbabura".

NOTA: La información que usted proporcione será utilizada con fines estrictamente ACADÉMICOS.

FECHA DE APLICACIÓN: 07-11-2018.

1. ¿Cómo mira usted la producción de cebada dentro de la provincia de Imbabura?

En la actualidad la producción es limitada por falta de mercado para el producto final.

2. ¿Cree que la cebada imbabureña tiene el potencial para llegar a mercados internacionales?

Imbabura tiene un clima privilegiado que se presta para producir cebada de excelente calidad para el mercado internacional.

3. ¿El apoyo por parte de las instituciones del estado se ha hecho presente para que este sector se desarrolle de manera óptima?

El apoyo por el estado es limitado o de poca continuidad por lo que es un limitante para los productores de cebada.

4. ¿Cuál es el precio referencial que maneja el mercado local para la comercialización de cebada?

Aproximadamente 12-15 USD por butto.

5. ¿Cuál es el rendimiento aproximado de quintales de cebada por hectárea sembrada?

Por el poco apoyo que recibe el agricultor generalmente obtiene rendimientos de 20 a 25 buttos/ha.

6. Aporte personal sobre la producción de cebada en la provincia de Imbabura

Se requiere de instituciones que impulsen el cultivo a nivel comercial con buen material genético en las semillas y mejores labores de cultivo a diferencia de lo que en la actualidad el cultivo de cebada es únicamente un cultivo tradicional.

¡Gracias por gentil ayuda!

Nombre: Cristian Floresta

Firma: 

C.I.: 1002454680



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL

Entrevista dirigida a expertos en el área de producción agrícola de la provincia de Imbabura.

OBJETIVO: Obtener información primaria para el desarrollo del Proyecto de Investigación con el tema: "Alternativas de mercados internacionales para la comercialización de cebada de la Hacienda La Magdalena, Provincia de Imbabura".

NOTA: La información que usted proporcione será utilizada con fines estrictamente ACADÉMICOS.

FECHA DE APLICACIÓN: _____

1. ¿Cómo mira usted la producción de cebada dentro de la provincia de Imbabura?

La producción de cebada en la provincia de Imbabura se desarrolla de forma irregular, es decir ya sea por sus bajos rendimientos como por sus inestables precios, además por falta de la demanda del mercado.

2. ¿Cree que la cebada imbabureña tiene el potencial para llegar a mercados internacionales?

dependiendo del tipo de semilla que en la provincia se siembra la variedad SANICAPA la de mejor rendimiento y calidad (certificada por INIAP) pero solo para consumo nacional, por falta de políticas agropecuarias nacionales para fomentar la exportación.

3. ¿El apoyo por parte de las instituciones del estado se ha hecho presente para que este sector se desarrolle de manera óptima?

De alguna manera el MASAP o promueve la siembra de cebada para consumo interno nacional de igual manera solo a pequeños productores (sector campesino) y no existe centros de apoyo ni asistencia técnica con fines de exportación (no existe semilla de alto rendimiento).

4. ¿Cuál es el precio referencial que maneja el mercado local para la comercialización de cebada?

el precio en la provincia fluctua en \$14 o \$25.
según su calidad y variedad.

5. ¿Cuál es el rendimiento aproximado de quintales de cebada por hectárea sembrada?

Producción aproximada fluctua de 30 qq x ha
y en el mejor de los casos 80 qq x ha. igual según
las variedades certificadas o criollas.

6. Aporte personal sobre la producción de cebada en la provincia de Imbabura

Es necesario políticas públicas y gubernamentales tendientes
a promover la exportación produciendo en cantidad
y calidad, así como promocionando semillas certificadas
de alto rendimiento
de igual manera promocionando mejores precios.

¡Gracias por gentil ayuda!

Nombre: Marcos Pérez

Firma: [Firma manuscrita]

C.I.: 1000934511



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL

Entrevista dirigida a expertos en el área de producción agrícola de la provincia de Imbabura.

OBJETIVO: Obtener información primaria para el desarrollo del Proyecto de Investigación con el tema: "Alternativas de mercados internacionales para la comercialización de cebada de la Hacienda La Magdalena, Provincia de Imbabura".

NOTA: La información que usted proporcione será utilizada con fines estrictamente ACADÉMICOS.

FECHA DE APLICACIÓN: 07/11/2018

1. ¿Cómo mira usted la producción de cebada dentro de la provincia de Imbabura?

En la provincia la producción de cebada, a perdido hectareas cultivadas puesto q' la rentabilidad del cultivo no es bueno, el precio debería ser controlado y no únicamente basarse en la oferta y demanda y la deficiente apoyo agro.

2. ¿Cree que la cebada imbabureña tiene el potencial para llegar a mercados internacionales?

La calidad de la cebada producida es buena pero la rentabilidad no es rentable, así como el nivel de producción es bajo, no hay apoyo e incentivos es deficiente por no decir nulo.

3. ¿El apoyo por parte de las instituciones del estado se ha hecho presente para que este sector se desarrolle de manera óptima?

El apoyo es deficiente, no es suficiente para poder competir con productores a nivel internacional, pues otros países tienen varios subsidios q' ayudan a competir como país altamente productivo.

4. ¿Cuál es el precio referencial que maneja el mercado local para la comercialización de cebada?

El precio fluctúa entre 40 y 60 \$ todo
va a depender de el juego de la
oferta y demanda, así como lograr
buenos convenios de comercialización
como la concurrencia nacional entre otros.

5. ¿Cuál es el rendimiento aproximado de quintales de cebada por hectárea sembrada?

En nuestro país es de 40 - 60 hasta
70 qn por ha. Todo va a depender
del tipo y calidad del suelo y la
disponibilidad de agua y abono
o fertilizante

6. Aporte personal sobre la producción de cebada en la provincia de Imbabura

Se necesita incentivos de producción
para que sea rentable la producción
y dar charlas técnicas de cultivos
como la cebada para que el agricultor
tinga seguridad en el momento de la
producción y controlar el precio
por las autoridades competentes.

¡Gracias por gentil ayuda!

Nombre: Daniel Alejandro Reyes

Firma: [Firma manuscrita]

C.I.: 0401570298

Galería

- Casa Hacienda



- Infraestructura de la Hacienda



Etapas de producción de cebada de la Hacienda La Magdalena





UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION COMERCIAL INTERNACIONAL

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: EVELYN ANDREA TERÁN ACOSTA
NIVEL/PARALELO: EGRESADA

CÉDULA DE IDENTIDAD: 1003439708
PERIODO ACADÉMICO: UBRE 2018-FEBRERO 2

TEMA DE INVESTIGACIÓN: "ALTERNATIVAS DE MERCADOS INTERNACIONALES PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE CEBADA DE LA HACIENDA LA MAGDALENA, PROVINCIA DE IMBABURA".

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. JOSÉ EDISON CAZA GUEVARA
LECTOR: MSC. MILENA DEL ROCIO GUTIÉRREZ VILLARREAL
ASESOR: MSC. JULIO IVÁN LÓPEZ CADENA

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 106
FECHA: lunes, 18 de febrero de 2019
HORA: 17H00

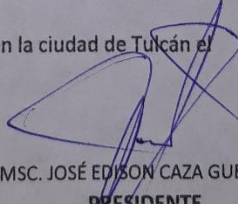
Obteniendo las siguientes notas:

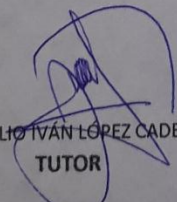
1) Sustentación de la predefensa:	4,90
2) Trabajo escrito	2,10
Nota final de PRE DEFENSA	7,00

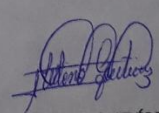
Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el lunes, 18 de febrero de 2019


MSC. JOSÉ EDISON CAZA GUEVARA
PRESIDENTE


MSC. JULIO IVÁN LÓPEZ CADENA
TUTOR


MSC. MILENA DEL ROCIO GUTIÉRREZ VILLARREAL
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones

