



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE
CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERIA DE FINANZAS Y
COMERCIO EXTERIOR
CARRERA: INGENIERIA COMERCIO EXTERIOR**

TRABAJO DE TITULACION

**Previo a la obtención del título de:
Ingeniero en Comercio Exterior**

TEMA:

“PLAN DE EXPORTACIÓN DE HARINA DE QUINUA ORGÁNICA PRECOCIDA DEL CENTRO DE ACOPIO GADM-G DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN GUAMOTE, UBICADO EN GUAMOTE PROVINCIA DE CHIMBORAZO, HACIA NEW YORK – ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA”.

AUTOR:

ROSSMON GONZALO TOSCANO GUADALUPE

RIOBAMBA – ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certifico que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por el Sr. Rossmón Gonzalo Toscano Guadalupe quien a cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizada su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Oscar Iván Granizo Paredes
DIRECTOR DEL TRIBUNAL

Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilanes
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo Rossmón Gonzalo Toscano Guadalupe, declaro el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que proviene de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 30 de junio del 2015

Rossmón Gonzalo Toscano Guadalupe

Cedula de identidad: 0603232703

DEDICATORIA

En primer lugar agradecer a Dios por todas las bendiciones recibidas, a mis padres, por el apoyo incondicional y mi formación recibida, a mis hermanos, que han sido un pilar fundamental para alcanzar mis objetivos, a mis abuelitas por todo el amor que me tiene, mi abuelito que siempre está conmigo bendiciéndome desde el cielo y por último y no menos importante a mi familia, mi hija Ciary y mi esposa Estefany que me da la alegría de disfrutar cada día.

AGRADECIMIENTO

El alcanzar este peldaño de mi vida se los debo y dedico a toda mi familia, porque gracias a ellos he podido alcanzarlo, pero en especial hay dos personas que con su amor me dan la fuerza para lograr lo que me propongo y se lo dedico a mi abuelita Estercita por tener la dicha de tenerla junto a mí y disfrutar día a día lindos momentos, y a mi hija Ciary que es mi razón de despertarme cada día y velar por su bienestar.

ÍNDICE GENERAL

Portada.....	i
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL.....	ii
DECLARACION DE AUTENTICIDAD	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE CUADROS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	x
RESUMEN EJECUTIVO.....	xi
SUMMARY	xii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	2
1.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	2
1.4 JUSTIFICACION.....	3
1.5 OBJETIVOS.....	4
1.5.1 Objetivo General	4
1.5.2 Objetivos Específicos	4
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	5
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	5
2.1.1 Antecedentes Históricos	5
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	7
2.3 IDEA A DEFENDER.....	9
2.4 VARIABLES	9
2.4.1 Variable Independiente	9
2.4.2 Variable Dependiente	9

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	10
3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	10
3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	10
3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA	10
3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	15
3.5 RESULTADOS	16
3.6 VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER.....	23
CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....	24
4.1 TITULO	24
4.1.1 Contenido de la propuesta	24
4.1.1.1 Identificación de la empresa.....	24
4.1.2 Sector al que pertenece.....	25
4.1.3 Estructura organizacional.....	25
4.1.4 Misión.....	27
4.1.5 Visión	27
4.1.7 Productos que Oferta.....	27
4.1.8 Capacidad exportable.	28
4.2 UNIDAD 2: ANÁLISIS SITUACIONAL.....	28
4.2.1 Identificación del mercado objetivo.....	28
4.2.1.1 Aspectos Generales de Estados Unidos	28
4.2.1.2 Análisis Cultural de Estados Unidos.....	31
4.2.2 Análisis Económico de Estados Unidos.....	33
4.2.3 Análisis Legal de Estados Unidos.....	49
4.3 UNIDAD 3: PROCESOS DE LA EXPORTACIÓN.....	53
4.3.1 Productos de exportación	53
4.3.2 Precios.....	58
4.3.3 Embases y embalajes.....	59

4.3.4	Partida arancelaria	60
4.3.5	Canales de distribución	60
4.3.6	Logística Necesaria para la exportación.....	61
4.3.6.1	Registro como exportador	61
4.3.6.1.1	Requisitos para ser Exportador	61
4.3.6.1.2	Registro del Exportador ante La SENA.....	61
4.3.6.2	Documentos básicos	62
4.3.6.3	Logística de salida.....	63
4.3.6.4	Métodos de distribución. E-export	76
4.3.6.5	Objetivos de venta y proyección de resultados	78
4.3.7	Estrategias	79
4.3.7.1	Estrategias para entrar en el mercado Norte Americano.....	79
4.3.7.2	Estrategias para negociar con New York	80
4.3.7.3	Términos de la negociación.....	83
4.3.7.4	Condiciones de la negociación.....	85
4.4	UNIDAD 4 ANÁLISIS ECONÓMICO- FINANCIERO	86
4.4.1	Costos	86
4.4.1.2	Costo total de operación de exportación	88
4.4.1.2	Inversiones	89
4.4.2	Estados de resultados del plan de exportación	95
4.4.3	PROGRAMA DE FINANCIAMIENTO	98
4.4.4	Evaluación Financiera	99
	BIBLIOGRAFIA	107
	ANEXOS	

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO No. 1: PRODUCTOS QUE SE CULTIVAN	16
CUADRO No. 2: CANTIDAD QUE SE PRODUCE Y VENDE.....	17
CUADRO No. 3: LUGAR DE COMERCIALIZACION	18
CUADRO No. 4: PAGO POR LA VENTA DE PRODUCTO	19
CUADRO No. 5: FORMA PARTE DE ALGUNA ASOCIACION.....	20
CUADRO No. 6: ACOGIDA DEL CENTRO DE ACOPIO	21
CUADRO No. 7: COMERCIALIZACION POR MEDIO DEL CENTRO DE ACOPIO	22
CUADRO No. 8: PRINCIPALES SECTORES PRODUCTIVOS	29
CUADRO No. 9: EVOLUCIÓN DE LAS PRINCIPALES VARIABLES ECONÓMICAS	33
CUADRO No. 10: EXPORTACIONES POR PAÍSES.....	44
CUADRO No. 11: IMPORTACIONES POR PAÍSES EEUU	45
CUADRO No. 12: FLUJO DE INVERSIONES EXTRANJERAS	46
CUADRO No. 13: TAXONOMÍA DE LA QUINUA	53
CUADRO No. 14: CONSUMO REAL RECOMENDADO	58
CUADRO No. 15: ORGANISMOS QUE EMITEN CERTIFICADOS EN ECUADOR ⁶⁵	
CUADRO No. 16: HOJA DE COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCION	86
CUADRO No. 17: GASTOS OPERACIONALES	87
CUADRO No. 18: HOJA DE COSTOS Y GASTOS TOTALES	88
CUADRO No. 19: INVERSIONES	90
CUADRO No. 20: DEPRECIACIONES.....	91
CUADRO No. 21: PRESUPUESTO CAPITAL DE TRABAJO.....	92
CUADRO No. 22: PUNTO DE EQUILIBRIO	93
CUADRO No. 23: ESTADO DE RESULTADOS	95
CUADRO No. 24: PRESUPUESTO DE INVERSION	98
CUADRO No. 25: PROGRAMA DE FINANCIAMIENTO	98
CUADRO No. 26: FLUJO NETO DEL EFECTIVO.....	99
CUADRO No. 27: VALOR ACTUAL NETO	100
CUADRO No. 28: VALOR ACTUAL NETO NEGATIVO	101

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRAFICOS No. 1: PREGUNTA	16
GRAFICOS No. 2: PREGUNTA 2	17
GRAFICOS No. 3: PREGUNTA 3	18
GRAFICOS No. 4: PREGUNTA 4	19
GRAFICOS No. 5: PREGUNTA 5	20
GRAFICOS No. 6: PREGUNTA 6	21
GRAFICOS No. 7: PREGUNTA 7	22
GRAFICOS No. 8: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL CENTRO DE ACOPIO GADM-G	26
GRAFICOS No. 9: NOMENCLARTURA	54
GRAFICOS No. 10: CARACTERISTICAS MORFOLOGICAS.....	55
GRAFICOS No. 11: CARACTERISTICAS NUTRICIONALES	56
GRAFICOS No. 12: ORGANIGRAMA DE PRODUCCION.....	57
GRAFICOS No. 13: PRECIO KG DE QUINUA.....	59
GRAFICOS No. 14 CANALES DE DISTRIBUCION.....	61
GRAFICOS No. 15: PROCESO DE EXPOTRTACION.....	71
GRAFICOS No. 16: PRE-EMBARQUE.....	74
GRAFICOS No. 17: POST- EMBARQUE	76
GRAFICOS No. 18: TERMINOS DE NEGOCIACION	85

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo la elaboración de un plan de exportación de Harina de Quinoa precocida hacia New York de los Estados Unidos de Norte América, sustentable y sostenible para el Comité de Desarrollo Local del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Guamote.

El plan de exportación trata de cubrir las necesidades insatisfechas de la exportación de quinoa mediante el incremento de producción , con la principal participación de comunidades con altos índices de pobreza y problemas alimenticios del cantón, siendo sus habitantes los directos beneficiarios de los remanentes tanto económicos como sociales, al mejorar las condiciones de vida de los participantes del plan de exportación por la creación de fuentes de empleo y servicios adicionales que el Comité de Desarrollo Local efectuara para cumplir los estándares de calidad exigidos por las entidades competentes en este tema .

El plan de exportación perfila una guía práctica para que la empresa pueda comercializar su producto en el exterior y obtenga un nuevo nicho de mercado, se propone una nueva estrategia de comercialización y la generación de valor agregado a todos nuestros productos para obtener ventajas competitivas y comparativas ante nuestros competidores.

Al culminar con el análisis del plan de exportación determinaremos la rentabilidad y factibilidad del plan de exportación, para la creación del respectivo presupuesto económico el mismo que será destinado para la ejecución de dicho plan.

Ing. Oscar Iván Granizo Paredes
DIRECTOR DE TRIBUNAL

Summary

INTRODUCCIÓN

El Plan de exportación de harina de quinua orgánica precocida del centro de acopio GADM-G tiene como visión demostrar los beneficios económicos, sociales, y nutricionales de la producción de Quinua para la exportación desde el cantón Guamote, aprovechando nuestras ventajas comparativas, manteniendo así la competitividad con mercados internacionales en especial el de New York-Estados Unidos de Norteamérica.

El presente proyecto va encaminado a aquellas personas interesadas en conocer y encontrar una alternativa de exportación de productos considerados no tradicionales.

En cada fase de estudio, el lector encontrará información necesaria para el desarrollo de sus propias ideas, a la vez que irá observando los aspectos técnicos utilizados para ir solucionando los posibles problemas que estos involucren.

A la finalización del presente estudio he comprendido: la importancia que tiene la agricultura en nuestro país, que es el sustento para muchas personas, siendo esta el eje central a través del cual gira su economía y su modo de vida, es por esta razón que sería muy importante mejorar el sistema agrícola y promover más productos, hacia la calidad para un consumo local e internacional.

El estudio sobre el Plan de exportación de harina de quinua orgánica precocida tiene como fin el establecer una visión más amplia sobre la comercialización de la Quinua, un producto de gran valor nutricional, con bondades alimenticias y los réditos económicos que otorga a través de su exportación al mercado norteamericano beneficios para las comunidades indígenas del cantón Guamote.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Administración del Centro de Acopio GADM-G ha detectado varios nudos críticos que impiden un adecuado desenvolvimiento de las actividades de la empresa; entre ellos se cita la carencia de un plan de exportaciones para sus productos: harina de quinua, y harina de quinua orgánica precocida, lo que no ha permitido un crecimiento más amplio en su economía.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Cómo influirá el plan de exportación de harina de quinua del Centro de Acopio “GADM-G” en la demanda insatisfecha en New York y en la economía de la empresa?

1.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Límite del contenido:

Campo: Comercio Exterior

Área: Profesionalizante

Aspecto: Plan de exportación

Limite Espacial:

Razón Social: Centro de acopio GADM-G

Provincia: Chimborazo

Cantón: Guamote

Límite Temporal

La presente investigación se realizará a partir de Noviembre del 2013, segundo semestre del 2014.

1.4 JUSTIFICACION

“El oro de los Incas” es la denominación de la quinua, que es un pseudo-cereal cultivado en Ecuador desde hace mucho tiempo, que en los últimos años ha tenido un crecimiento notable en la demanda mundial debido a sus cualidades nutritivas y sus diferentes usos con valor agregado. Aunque es relativamente nueva en América del Norte y el mercado Europeo, la quinua ha sido cultivada en las regiones más altas del Ecuador, Perú y Bolivia por más de 5000 años.

Este cultivo una vez fue considerado por los Incas como el “grano madre” y venerado como algo sagrado; en los últimos años, la quinua ha sido catalogado como el “caviar vegetal” o cómo el “arroz Inca” e incluso la NASA posterior a realizar los respectivos análisis nutricionales de la quinua, a incluido en la dieta alimenticia a los astronautas, mientras realizan sus actividades en el espacio y en el momento de preparación de los mismos.

Los sectores rurales de la provincia de Chimborazo se ha caracterizado por ser zonas netamente agrícola, siendo esta actividad su principal fuente de ingresos económicos para las familias, permitiendo la supervivencia de la gente, aunque la existencia de intermediarios que han explotado constantemente a los pequeños productores no han permitido generar condiciones de vida dignas y de calidad para sus familias, esto ha provocado que Chimborazo sea la provincia que posee los más altos índices de pobreza, desnutrición infantil, analfabetismo y mortalidad infantil del Ecuador, principalmente el cantón Guamote, que presenta un NBI (Necesidades básicas insatisfechas) de 58% siendo uno de los índices más altos y críticos del Ecuador.

Pero Guamote también proporciona las condiciones perfectas para cultivar productos tradicionales como: papas, cebada, zanahoria, cebolla, habas, etc. Así también como cultivos andinos ancestrales ricos en nutrientes, siendo uno de estos productos estrella la quinua por ser rica en vitaminas, alto grado de aminoácidos y libre de gluten, no ha sido tomado en cuenta en la alimentación diaria de la población para contribuir a la Seguridad Alimentaria que promueve el Gobierno, por desconocimiento de los

beneficios que proporciona la quinua, y por falsos mitos que consideran a la quinua como alimentos de pobres e incluso de animales, además, la creciente demanda internacional de quinua orgánica con valor agregado y de calidad, hace que los principales países productores de quinua aumenten su oferta exportable anualmente.

Es por esta razón que he visto la necesidad de generar un proyecto que contribuya al desarrollo económico y social del país, por lo que la implementación de proyectos de participación asociativa como este caso, se vuelven de vital importancia para mejorar las condiciones de vida de los pequeños y medianos agricultores del cantón, con la generación de fuentes de trabajo, precios justos, asistencia técnica y con responsabilidad ambiental, además, se permitirá poner en práctica los conocimientos adquiridos en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo General

Crear el plan de exportación de harina de quinua orgánica pre cocida del centro de acopio “GADM-G” hacia New York.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Determinar la producción anual de los 831 pequeños y medianos agricultores del cantón Guamote.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda insatisfecha de harina de quinua orgánica pre cocida en New York.
- Desarrollar la logística sobre las exportaciones desde Ecuador hacia el mercado de New York.
- Implementar estrategia de trabajo sostenible para los pequeños y medianos productores de quinua de las comunidades del cantón Guamote.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

2.1.1 Antecedentes Históricos

Guillermo Morales, (2004), en su obra *Protagonismo en Comercio Exterior* manifiesta, que la Cadena de Comercio Internacional, han sido objeto de constantes estudios, los mismo que han ayudado a perfeccionar las operaciones, que nos llevan a cumplir con los nuevos desafíos en el área de Carga Internacional.

Es importante destacar, a modo de recomendación, que esta nueva economía claramente requiere que el Estado, la comunidad empresarial y otros grupos y organizaciones del sector privado asuman, cada una desde su ámbito, un rol activo como promotores de estándares, normas de conducta aceptables y modelos de negocios orientados al ingreso de Ecuador a una nueva fase de desarrollo.

HUMBERTO SERNA GOMEZ, (2006), En su obra *Planeación y Gestión Estratégica* manifiesta, que “La planeación estratégica es el proceso mediante el cual quienes toman decisiones en una organización obtienen, procesan y analizan información pertinente interna y externa, con el fin de evaluar la situación presente de la empresa, así, como su nivel de competitividad con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento de la institución hacia el futuro.

Este proceso consiste fundamentalmente en responder a las siguientes preguntas:

- a. Dónde queremos ir
- b. Dónde estamos hoy
- c. A dónde debemos ir
- d. A dónde podemos ir
- e. A dónde iremos
- f. Cómo estamos llegando a nuestras metas

La Planeación Estratégica así entendida tiene seis componentes fundamentales, los estrategias, el direccionamiento, el diagnóstico, las opciones, la formulación estratégica y la auditoría estratégica. “¹

Importancia de la Exportación Este contexto, indica que en un nivel macroeconómico la exportación de bienes y servicios resulta positiva para la balanza comercial, cuenta corriente y de pagos de cualquier país, es una fuente de demanda para la producción doméstica de bienes y multiplica el producto y los ingresos de la economía en general y de los agentes económicos participantes en particular.

Los elementos prioritarios para poder exportar son: calidad del producto en el mercado de destino, precio competitivo en ese mercado, volumen solicitado por el importador y realizar el servicio postventa, cuando sea necesario, para lograrlo se requiere de un compromiso con la calidad, ser creativo y actuar con profesionalidad.

La exportación es una actividad de mediano y largo plazo que exige una adecuada planeación de los recursos; ésta sin embargo, no existe cuando la empresa atraviesa por un periodo de crisis. Se debe exportar cuando se tenga la capacidad de diseño, programación, producción, comunicación, empaques, envíos, administración, entre otras, conforme a los requerimientos del mercado internacional.

Las principales barreras para el acceso a mercados internacionales comprenden temas del tipo arancelarios y no arancelarios, al respecto destacan, entre otros: Los aranceles, cuotas de importación, permisos de importación, normas técnicas, exceso de reglamentaciones, depósitos monetarios, para importar, sistemas cambiarios múltiples, subsidios locales del gobierno, sistemas de defensa al consumidor, requisitos de empaque y etiquetado, y establecimiento de precios oficiales.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

- **Marco Conceptual**

Barreras no arancelarias.- Durante los últimos años se ha incrementado la creación de barreras no arancelarias al comercio internacional. Aunque no siempre se imponen con el objetivo de reducir el comercio, tienen, de hecho, este efecto. Entre este tipo de barreras se encuentran las regulaciones nacionales sobre higiene y seguridad, los códigos deontológico y las políticas impositivas. La subvención pública a determinadas industrias también puede considerarse como una barrera arancelaria al libre comercio, porque estas subvenciones conceden ventajas a las industrias nacionales.

Certificado de Calidad.- Certifica que la mercadería se ha elaborado de acuerdo con las normas internacionales de fabricación internacional las cuales son las normas ISO 9000, 9001, 9002, 9003, 9004 o ISO 9000 / 2000, ISO 14000.

Certificado de Origen.- Es un documento que envía el exportador a petición del importador e indica que la mercadería es producida y fabricada en ese país, y sirve para que el importador tenga un trato de preferencias de aranceles por parte de las autoridades ecuatorianas, documentos necesarios cuando se importa de los países del CAN y ALADI.

Comercio.- Cifra que recoge las ventas o prestación de servicios realizados por una determinada empresa. Proporciona una idea de la trascendencia que tiene en el sector en el que opera y de la cantidad de dinero que mueve. También puede referirse al volumen de ventas de todo un sector económico.

Competencia.- Existe competencia en un mercado cuando existe pluralidad de vendedores que se enfrenta a una pluralidad de compradores, estando ambas partes en situación de fijar las condiciones de intercambio. Existe competencia cada vez que dos o más personas persiguen simultáneamente un mismo bien, un mismo mercado productos o servicios similares; empresas que comercializan bienes o servicios semejantes.

Coste.- Precio pagado o solicitado para la adquisición de bienes o servicios. Precio o gasto de elaboración de un producto.

Demanda.- Demanda es la cantidad de un producto o un servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir.

Efectividad.- Proceso de dirección y Organización óptima entre cinco elementos, producción, eficiencia, satisfacción, adaptabilidad y desarrollo.

Eficacia.- Se constituye la medida de la producción en relación a los Inputs humanos y otros tipos de recursos.

Eficiencia.- Utilización de los recursos que generan el máximo valor posible de producción, según lo determinado, en la economía de mercado por el propio consumidor.

Estrategias.- La estrategia de una organización consiste en las acciones combinadas que ha emprendido la dirección y que pretende para lograr los objetivos y luchar por la misión de la organización.

Exportación.- Conjunto de mercancías que salen de una nación con destino a otra.

Mercado.- El mercado se constituye por el conjunto de compradores, empresas y clientes que buscan satisfacer sus necesidades mutuamente.

Rentabilidad.- Capacidad que tiene un activo, real o financiero, para reproducirse o producir otro activo, Indicador que mide la rentabilidad de Capital propio invertido en la empresa. Se obtiene dividiendo la utilidad neta del ejercicio para el patrimonio neto promedio.

VAN.- Valor neto de liquidez que una empresa espera realizar o amortizar por la posesión de un activo o pasivo, descontada mediante un tipo de interés apropiado.

Ventas.- Transferencia de la titularidad de un bien o bienes o el compromiso de realizar un servicio a cambio de un pago efectivo actual o futuro.

2.3 IDEA A DEFENDER

El Plan de exportación de harina de quinua orgánica precocida del centro de acopio GADM-G, permitirá a la empresa colocar con éxito la harina de quinua en el mercado de New York.

2.4 VARIABLES

2.4.1 Variable Independiente

Plan de exportación

2.4.2 Variable Dependiente

Colocación de la harina de quinua en el mercado de New York.

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La Investigación tendrá la modalidad Cuanti-cualitativa

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Exploratoria, y descriptivo.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

A.) Población

La población está constituida por la población agrícola del cantón Guamote que son: 831 familias.

B.) Muestra

Por ser una amplia población será necesario el cálculo de una muestra representativa, para ello se utilizará la fórmula de población finita:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confiabilidad (1,96)

.p = Probabilidad de ocurrencia

q = Probabilidad de no ocurrencia 1 – p

N = Población agrícola de Guamote (831)

E= Error de muestreo 0,05 (5%) (El Más utilizado por el nivel de confianza)

Remplazando la formula se tiene:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 831}{1.96^2 * 0.5 * 0.5 + 831 * 0.05^2}$$

$$n = \frac{798.092}{3.0379}$$

$$n = 263$$

Es decir se aplicarán los instrumentos de recolección de datos a 263 agricultores del cantón Guamote de manera aleatoria, aprovechando los días de feria y venta de productos agrícolas en el mercado de la localidad y entrega de los productos orgánicos en el centro de Acopio GADM-G, de acuerdo al siguiente cuestionario:

A.) Cuestionario de encuesta para productores del cantón Guamote

1.- ¿Qué productos cultiva en su medio?

Categoría	Alternativa
Quinoa	
Cebada	
Trigo	
Chochos	
Brócoli	
Papas	
Otros	

2. Lo que usted produce, vende, y en qué cantidad?

Categoría	Alternativa
La totalidad	
Una parte	
Destina Autoconsumo	

3. Escriba una x en el lugar o lugares donde usted comercializa sus productos:

Categoría	Alternativa
Mercado local	
Mercados del cantón	
Mercados minoristas de Guamote	
Mercado Mayorista de Riobamba	
Supermercados	
Restaurantes	
Otros	

4. ¿El pago que recibe por la venta de sus productos es?

Categoría	Alternativa
Muy bueno	
Bueno	
Regular	
No Cubre Costos de Producción	

5.- ¿Usted pertenece a una asociación de productores agrícolas?

Categoría	Alternativa
NO	
SI	
No contesta	

6. ¿Estaría dispuesto a formar parte del centro de acopio GADM-G?

Categoría	Alternativa
Muy de acuerdo	
Poco de acuerdo	
En desacuerdo	

7.- ¿Estaría dispuesto a comercializar sus productos, a través centro de acopio GADM-G?

Categoría	Alternativa
SI	
NO	
No contesta	

A su vez se aplicarán las entrevistas a los directivos del centro de acopio GADM-G Guamate, de acuerdo a las siguientes preguntas:

B.) Cuestionario de entrevista para los directivos de para productores del centro de acopio GADM-G Guamote

- 1.-EL Centro de Acopio GADM-G, si cuenta con la participación de agricultores asociados que suministren en cantidades suficientes la quinua orgánica
- 2.- Para una propuesta de exportación es necesaria la tecnología para realizar harina de quinua precosida, será necesario adquirirla.
- 3.- New York es un gran mercado, en especial porque consumen productos que contienen Quinua.
- 4.- La capacidad exportable de harina de quinua orgánica con la que cuenta el centro de acopio GADM-G es de 5Tn.
- 5.- El centro de acopio GADM-G, deberá adquirir certificaciones de productos orgánicos Locales o Internacionales.
- 6.- Se pretende incursionar en las exportaciones con el apoyo de la ESPOCH.?
- 7.- Se considera que el precio de la harina de quinua orgánica, será competitivo en el mercado de New York-Estados Unidos de Norteamérica, ya que el Ecuador es productor de este producto y las zonas que tiene en la serranía son aptas para lograr quinua de calidad.
- 8.- Se espera que se diseñe adecuados canales de distribución para emprender la exportación.
- 9.- El centro de acopio GADM-G, cuenta con los recursos económicos necesarios para impulsar la exportación de su harina de quinua orgánica hacia el mercado de New York.

3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

A.) Métodos

Los métodos que se van a aplicar en el transcurso de la investigación son:

Analítico.- Con el ánimo de observar los resultados de la aplicación de cada estudio y poder llegar a las conclusiones y recomendaciones finales del proyecto.

Deductivo.- Con el cual podremos ir de un ámbito general de la propuesta hacia la aplicabilidad de cada uno de los estudios que comprende un proyecto de este modo conocer cada una de las variables que definen el éxito en la propuesta.

Inductivo.- Con el propósito de determinar aspectos importantes del mercado, las necesidades económicas y financieras entorno a las inversiones necesarias para poner el producto en el mercado propuesto.

B.) Técnicas

Las técnicas a utilizarse en el desarrollo de la investigación están en función de las características y requerimientos de la misma y estas son:

La observación, la misma que será a empresas similares, (Ver anexo NO.1 Guía de Observación)

La entrevista a propietarios y técnicos del centro de acopio GADM-G.

La encuesta, La misma que se aplicará como instrumento de recolección de datos a productores de quinua del cantón Guamote.

Las técnicas a utilizar serán aplicadas exclusivamente por el proponente del plan de exportación de modo de contar con información veraz y oportuna.

3.5 RESULTADOS

ENCUESTA PARA PRODUCTORES DEL CANTÓN GUAMOTE

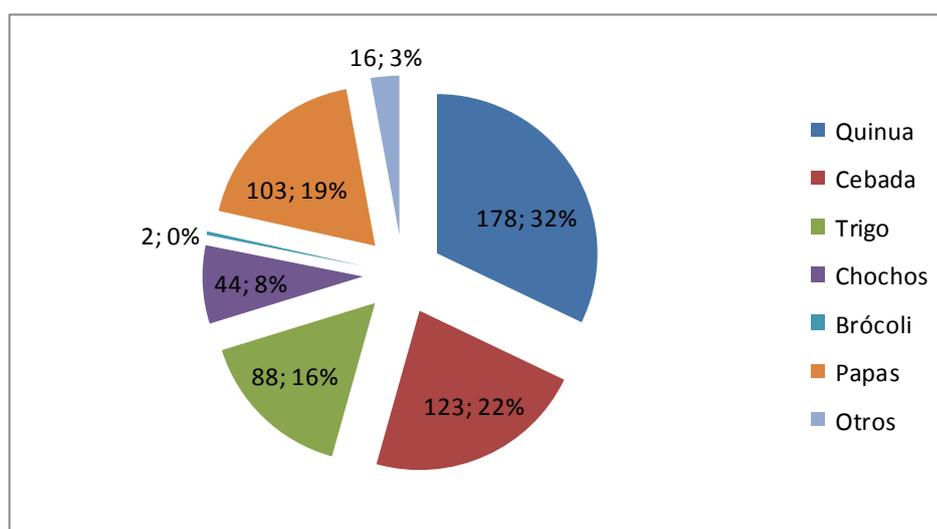
1. ¿Qué productos cultiva en su medio?

CUADRO No. 1: PRODUCTOS QUE SE CULTIVAN

No.	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
1	Quinoa	178	32
2	Cebada	123	22
3	Trigo	88	16
4	Chochos	44	8
5	Brócoli	2	
6	Papas	103	19
7	Otros	16	3
	TOTAL	554	100

Fuente: Encuesta realizada a los productores del cantón Guamote

Elaborado Por: Investigador



GRAFICOS No. 1: PREGUNTA

ANÁLISIS:

De los productores encuestados el 32% cultivan la quinoa, en un 22% cultivan la cebada, en un 19% cultivan las papas, en un 16% cultivan el trigo y en un 8% cultivan el chocho, por lo que podemos decir que los productores del cantón Guamote, tienen buenas tierras productivas, porque siembran variedad de productos.

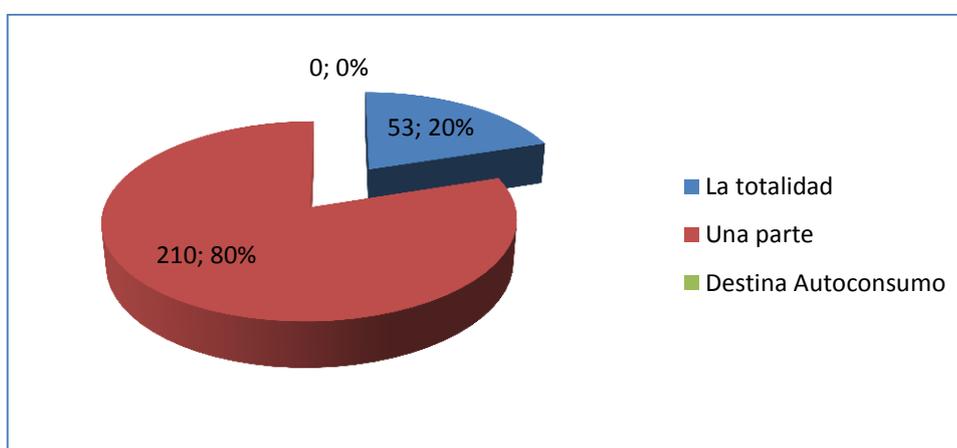
2. Lo que usted produce, vende, y ¿en qué cantidad?

CUADRO No. 2: CANTIDAD QUE SE PRODUCE Y VENDE

No.	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
1	La totalidad	53	20%
2	Una parte	210	80%
3	Destina Autoconsumo		
	TOTAL	263	100

Fuente: Encuesta realizada a los productores del cantón Guamote

Elaborado Por: Investigador



GRAFICOS No. 2: PREGUNTA 2

ANÁLISIS:

De las personas encuestadas tenemos que el 80% de los productores venden una parte de su producto, mientras que el 20% venden el total de su producción, por lo que podemos decir que los productores se quedan con una parte de su producción, los mismos que le sirven para alimentarse, y también como semillas para la próxima siembra.

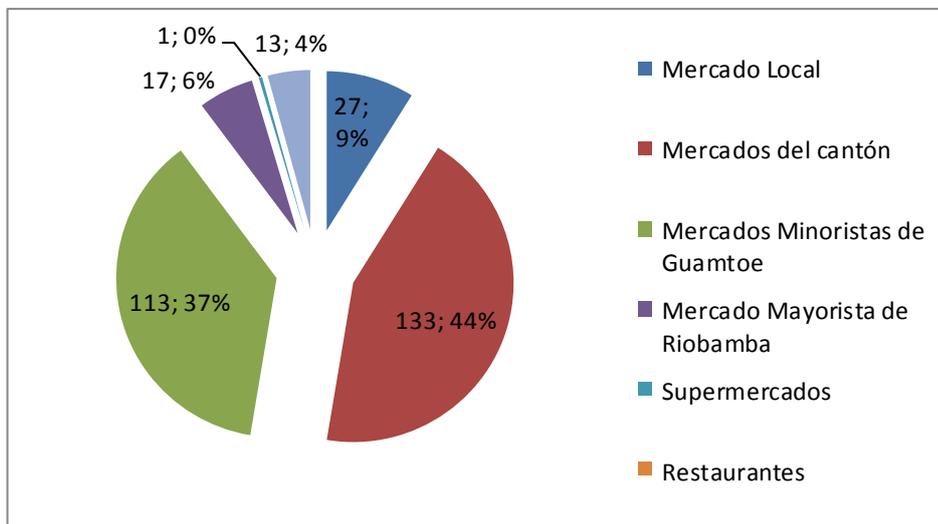
3. Escriba una X en el lugar o lugares donde usted comercializa sus productos

CUADRO No. 3: LUGAR DE COMERCIALIZACION

No.	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
1	Mercado Local	27	9
2	Mercados del cantón	133	44
3	Mercados Minoristas de Guamote	113	37
4	Mercado Mayorista de Riobamba	17	6
5	Supermercados	1	
6	Restaurantes		
7	Otros	13	4
	TOTAL	304	100

Fuente: Encuesta realizada a los productores del cantón Guamote

Elaborado Por: Investigador



GRAFICOS No. 3: PREGUNTA 3

ANÁLISIS:

Al observar la gráfica podemos ver que el 44% de los productores comercializan sus productos en el mercado del cantón, en un 37% lo comercializan en el mercado minorista de Guamote, y en un 9% lo comercializan en el mercado local, por lo que podemos manifestar que los productores encuentran la facilidad de comercializar sus productos en el mercado local, de esta forma el producto no se encarece porque no hay traslado.

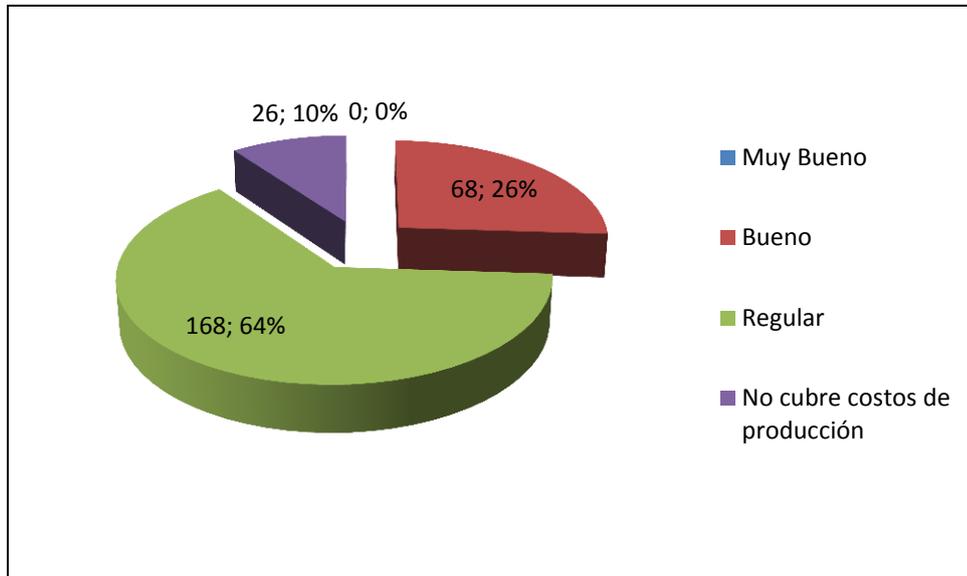
4. ¿El pago que recibe por la venta de sus productos es?

CUADRO No. 4: PAGO POR LA VENTA DE PRODUCTO

No.	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
1	Muy Bueno		
2	Bueno	68	26%
3	Regular	168	64%
4	No cubre costos de producción	26	10%
	TOTAL	263	100

Fuente: Encuesta realizada a los productores del cantón Guamote

Elaborado Por: Investigador



GRAFICOS No. 4: PREGUNTA 4

ANÁLISIS:

De los productores encuestados el 64% responden que el pago por la venta del producto es regular, mientras que el 26% dicen que es bueno y en un 10% dicen que no cubren los costos de producción, por lo que podemos decir que los productores no se encuentran motivados por la agricultura, ya que el pago no es bueno, para la mayor parte.

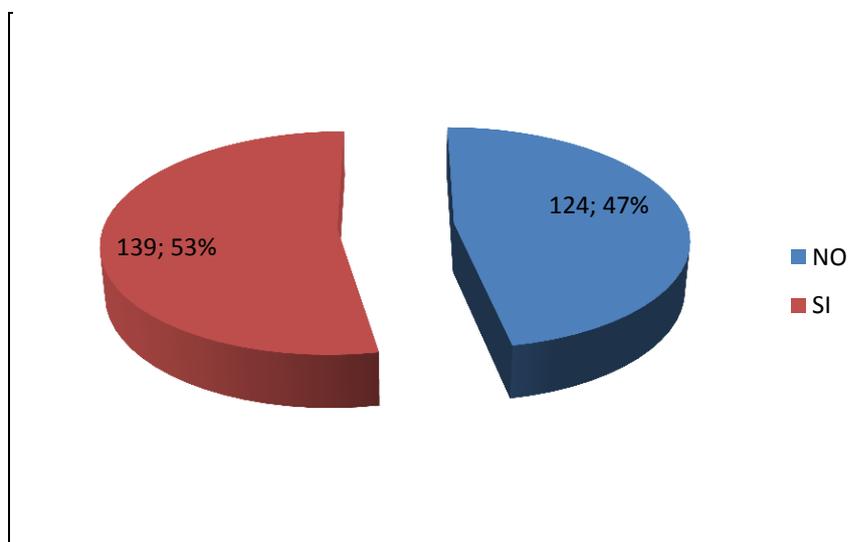
5. ¿Usted pertenece a una asociación de productores agrícolas?

CUADRO No. 5: FORMA PARTE DE ALGUNA ASOCIACION

No.	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
1	NO	124	47%
2	SI	139	53%
	TOTAL	263	100

Fuente: Encuesta realizada a los productores del cantón Guamote

Elaborado Por: Investigador



GRAFICOS No. 5: PREGUNTA 5

ANÁLISIS:

Al observar la gráfica podemos ver que el 53% de los encuestados responden que si pertenecen a una asociación de productores agrícolas, mientras que el 47% dicen que no pertenecen a ninguna asociación, por lo que manifestamos que los productores no se asocian, porque no saben o no les han propuesta pertenecer a alguna de las asociaciones.

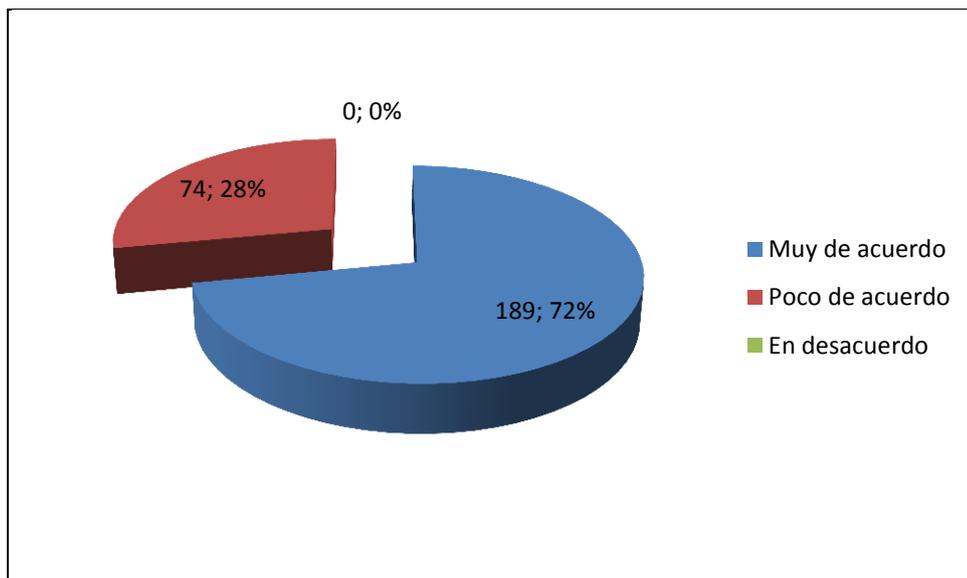
6. ¿Estaría dispuesto a formar parte del centro de acopio GADM-G?

CUADRO No. 6: ACOGIDA DEL CENTRO DE ACOPIO

No.	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
1	Muy de acuerdo	189	72%
2	Poco de acuerdo	74	28%
3	En desacuerdo	0	0%
	TOTAL	263	100

Fuente: Encuesta realizada a los productores del cantón Guamote

Elaborado Por: Investigador



GRAFICOS No. 6: PREGUNTA 6

ANÁLISIS:

El 72% de los productores encuestados manifiestan que si están muy de acuerdo en pertenecer a una asociación que pertenezca al estado, mientras que el 28% dicen que no desean pertenecer a ninguna asociación, por lo que podemos decir que los productores se encuentran motivados para pertenecer al centro de acopio de GADM-G, ya que de esta forma sus productos ser verían recompensados con el precio justos, que se debe pagar por ellos.

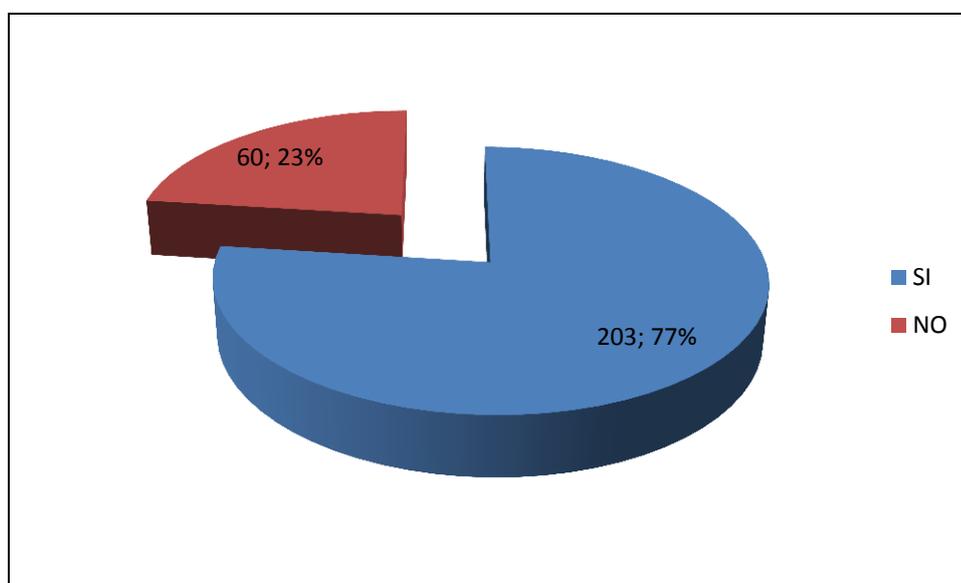
7. ¿Estaría dispuesto a comercializar sus productos, a través centro de acopio GADM-G?

CUADRO No. 7: COMERCIALIZACION POR MEDIO DEL CENTRO DE ACOPIO

No.	ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
1	SI	203	77%
2	NO	60	23%
	TOTAL	263	100

Fuente: Encuesta realizada a los productores del cantón Guamote

Elaborado Por: Investigador



GRAFICOS No. 7: PREGUNTA 7

ANÁLISIS:

El 77% de los productores encuestados están de acuerdo en comercializar los productos a través del centro de acopio GADM-G, mientras que el 23% dicen que no, que prefieren seguir vendiendo al mercado local, por lo que podemos decir que los productores se encuentran motivados, por comercializar sus productos a través de los centros de acopios del Gobierno, ya que recibirán el pago justo por sus productos cultivados.

3.6 VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER

Con el objeto de sustentar la idea de que un plan de exportación de harina de quinua orgánica precocida del centro de acopio GADM-G, permitirá a la empresa enfrentar con éxito los retos de la exportación de sus productos hacia New York-Estados Unidos de Norteamérica, se realizó una encuesta a los productores de quinua y en la pregunta 6 y 7 manifiestan su predisposición a llevar a cabo negocios con el centro de Acopio GADM-G con lo cual, nos ayudan a lograr la base exportable en harina de quinua para impulsarlo hacia el mercado objetivo.

CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 TITULO

Plan de exportación de harina de quinua orgánica precocida, hacia New York-Estados Unidos de Norteamérica.

4.1.1 Contenido de la propuesta

4.1.1.1 Identificación de la empresa.

Nombre: Centro de acopio GADM-G

Dirección: Cantón Guamote

Hacienda Totorillas Km 9 vía Guamote- Palmira



El Ilustre Municipio del Cantón Guamote.- que Según el artículo 64 numeral 1, de la ley Orgánica de Régimen Municipal, emitida con registro oficial número 49 de fecha 19 de Octubre de 1998, se reconoce al Comité De Desarrollo Local Del Cantón Guamote como instancia planificadora y de gestión en actividades concretas de desarrollo, integrado por las organizaciones de segundo grado, y la Municipalidad por medio del Alcalde al que se le encarga coordinar estas acciones.

Bajo este contexto, el Comité De Desarrollo Local está conformado por 5 áreas estratégicas denominadas Mesas de Concertación: Mesa de Educación, Mesa de Salud, Mesa de Desarrollo Económico Local, Mesa de Organización y Participación Ciudadana y Mesa de Turismo.

En la parte interna el Comité de Desarrollo local por medio de la Mesa de Organización y Participación Ciudadana, está vinculada a los sectores socio- económico y productivo del cantón, canalizando los recursos mediante la elaboración, ejecución y seguimiento de proyectos de beneficio social, como son: el Centro de Acopio GADM-G y el criadero de truchas Atillo.

El centro de acopio GADM-G, es creada en agosto del 2011 que inicialmente agrupaba 6 comunidades base con 180 beneficiarios directos y más de 346 beneficiarios en forma indirecta, de las utilidades y remanentes generadas de la comercialización, siendo su principal actividad económica la comercialización de quinua al mercado nacional a precios competitivos. Hoy en día se cuenta con la integración de 12 comunidades base con 831 beneficiarios directos y más de 1120 beneficiarios indirectos.

Además “El centro de acopio GADM-G.” ofrece servicios de asesoramiento técnico, charlas instructivas y reuniones periódicas, abordando temas de interés como: asociatividad, manejo correcto del cultivo, mayor productividad, generación de emprendimientos comunitarios, entre otros, con miras a un crecimiento en conjunto entre los pequeños productores de la zona y la organización.

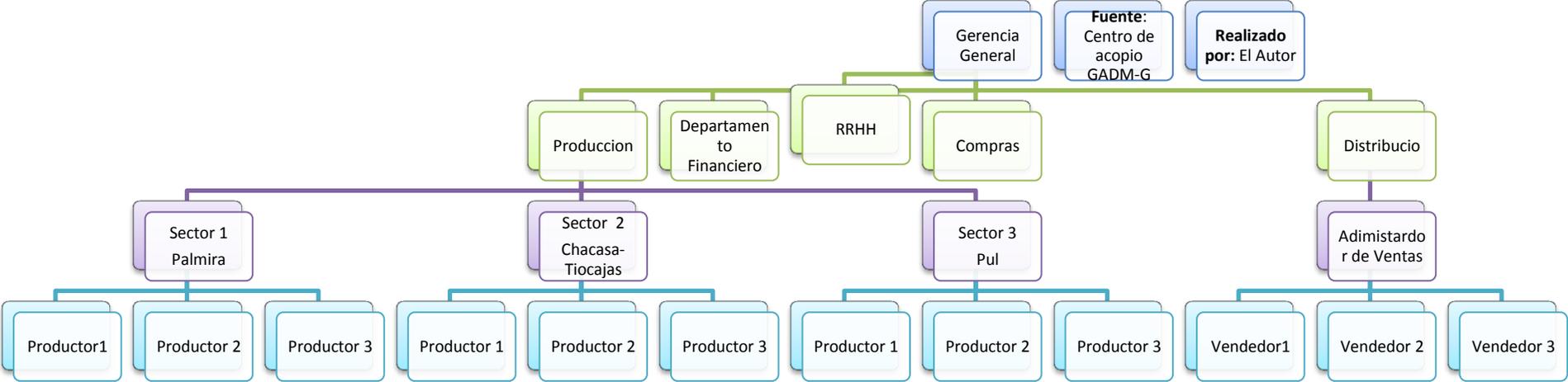
4.1.2 Sector al que pertenece

El Centro de acopio GADM-G del cantón Guamote, pertenece al sector socio-económico del cantón ya que brinda servicios de apoyo comunitario y subsector agropecuario ya que fomenta a la recuperación de productos autóctonos de la zona y de gran valor nutricional para contribuir con la seguridad alimentaria del país.

4.1.3 Estructura organizacional

La estructura orgánica con la que cuenta el Centro de acopio GADM-G del cantón Guamote es básica y consta de los siguientes niveles:

CENTRO DE ACOPIO GADM-G DEL CANTÓN GUAMOTE



GRAFICOS No. 8: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL CENTRO DE ACOPIO GADM-G

Fuente: Centro de acopio GADM-G

Realizado por: El Autor

4.1.4 Misión

Fabricar y vender cereales y granos autóctonos de la zona y sus derivados dentro y fuera del país, estableciendo alianzas estratégicas, con canales de distribución nacionales y extranjeros, garantizando calidad y costo competitivo, para lograr elevada satisfacción de sus clientes, con la integración de recursos humanos calificados, amantes de su trabajo, tecnología apropiada, un sistema gerencial moderno, y utilizando la experiencia más avanzada en el sector agrícola orgánico en el país en internacional.

4.1.5 Visión

El Centro de acopio GADM-G, tiene como propósito mejorar permanentemente la producción, participación, productos, y calidad de servicios, enfocando su esfuerzo hacia el cliente, anticipándose a sus necesidades, desarrollando a su personal y otorgando rentabilidad sostenible, contribuyendo: a la soberanía alimentaria, la calidad de vida de los productores, la generación de fuentes de trabajo y al progreso de los pequeños agricultores del cantón Guamote.

4.1.7 Productos que Oferta

Dentro de los productos que oferta el centro de acopio GADM-G al mercado interno están:

- Quinoa orgánica.
- Harina de quinoa
- Chocho
- Leche de chocho en polvo
- Cebada
- Harina de Cebada (machica)
- Trigo
- Harina de trigo

4.1.8 Capacidad exportable.

La capacidad exportable que tendría el centro de acopio GADM-G es de 5 Tn trimestrales, esto, gracias a la producción asociativa que mantiene el centro de acopio GADM-G en esta zona.

4.2 UNIDAD 2: ANÁLISIS SITUACIONAL

4.2.1 Identificación del mercado objetivo.

4.2.1.1 Aspectos Generales de Estados Unidos

A continuación se detalla a Estados Unidos de América como mercado meta de la presente investigación:

• Situación Geográfica

Los Estados Unidos de América están formados por 48 estados situados en el territorio de América del Norte y, además Alaska y Hawaii, que en total, Estados Unidos abarca 50 estados. Otras áreas corresponden a los territorios de Puerto Rico, Samoa, Guam y las Islas Virginia.

Las fronteras del territorio continental son:

- Norte: Canadá (zona de los Grandes Lagos).
- Sur: México (río Bravo), el Golfo de México y el Océano Atlántico.
- Este: Océano Atlántico.
- Oeste: Océano Pacífico.

• Aérea

Ocupa un área total de 9,666,861 kilómetros cuadrados aproximadamente.

• **Capital**

Washington D.C.

• **Ciudades Importantes**

Ciudad de Nueva York, Nueva York; Los Ángeles, California; Chicago, Illinois; Houston, Texas; Phoenix, Arizona; Filadelfia, Pensilvania; San Diego, Texas; Dallas, Texas; San José, California.²

• **Tipo de Gobierno**

República federal presidencialista.

• **Principales Sectores Productivos**

CUADRO No. 8: PRINCIPALES SECTORES PRODUCTIVOS

Productos Agrícolas	Trigo, maíz, otros granos, frutas, verduras, algodón, carne de res, cerdo, aves de corral, productos lácteos, pescado, productos forestales.
Industria	Tecnología altamente diversificada, líder en el mundo en el campo de alta tecnología, considerado como uno de los países con mayor producción industrial a nivel mundial, petróleo, acero, automóviles, aeroespacio, telecomunicaciones, productos químicos, electrónica, procesamiento de alimentos, bienes de consumo, madera y minería
Recursos Naturales	Carbón, cobre, plomo, molibdeno, fosfatos, elementos de tierras raras, uranio, bauxita, oro hierro, mercurio, níquel, potasio, plata, tungsteno, zinc, petróleo, gas natural, madera.

Fuente: TheWorldFacbook, actualización a enero del 2013.

Realizado por: El autor

- **Clima**

En general, la intensidad solar, y las temperaturas van disminuyendo del sur hacia el norte. En los Estados Unidos hay una gran diversidad de climas, debido a la gran extensión de su territorio. La Costa noroeste es lluviosa y de temperatura moderada. En California es en general seco, desértico en algunas partes. El resto del país continental presenta veranos húmedos e inviernos nevados. El sur de Alaska tiene clima moderado, el norte es gélido, Hawai es tropical y el sur de Florida es subtropical.

- **Moneda**

Dólar estadounidense (\$, USD)

- **Idioma Oficial**

El idioma oficial es el inglés y es hablado por la gran mayoría de la población residente.

- **Otras lenguas habladas:**

Español, en particular en Arizona, Texas, Miami, California y Nuevo México. Otros idiomas, como los amerindios (navajo, hopi, etc.), así como chino, japonés, italiano, alemán, polaco, griego, etc., dependiendo de la comunidad de inmigrantes.

- **Población**

313,847,465 (Estimaciones de Julio 2012)³

- **Economía⁴**

Los Estados Unidos de Norteamérica posee la economía más grande del mundo, por ser

el mayor proveedor y consumidor de bienes y servicios, superando al Japón en un cincuenta por ciento, ubicándolo como la segunda economía más grande del mundo.

- PIB USD 14.83 billones (2011 est.)*
- Agricultura: 1.2% (2011 est.)*
- Composición del PIB por:
- Crecimiento PIB 1.8% (2011 est.)*
- Industria: 19.2% (2011 est.)*
- PIB per cápita USD 13,866 (2011 est.)*
- Servicios: 79.6% (2011 est.)*

- **Nivel de desarrollo**

Economía de ingresos elevados, miembro de la OCDE⁵, miembro del G8. Primera potencia mundial, mayor exportador del mundo, alto nivel de endeudamiento.

4.2.1.2 Análisis Cultural de Estados Unidos.

Estados Unidos de América es uno de los países con mayor diversidad en el mundo; desde su geografía hasta la composición demográfica, es imposible hablar de una característica única en este escenario de riqueza geográfica, racial, étnica y cultural.

La cultura estadounidense está influenciada tanto por sus nativos, como por las diferentes culturas que formaron la nación. Entre los grupos étnico que lo conforma esta: la raza blanca (que constituye la mayor parte de la población), los germano-estadounidenses, los irlandeses estadounidenses, los angloamericanos, los afroamericanos y los asiáticos quien constituyen una minoría. También los latinoamericanos que ocupan un importante lugar.

La cultura popular estadounidense se ha expresado a través de todos los medios, incluyendo las películas, la televisión, la música, el cómic y los deportes. Lo que el viento se llevó y Star Wars, Mickey Mouse y Marilyn Monroe, Plaza Sésamo y Los

Simpson, Elvis Presley, Michael Jackson, y Madonna, el jazz, el blues, y el hip hop, Popeye, Snoopy y Superman, el béisbol, el fútbol americano y el básquetbol, Barbie y G.I. Joe, hamburguesa y Coca Cola, entre otros, son nombres, géneros y frases se relacionan con productos estadounidenses que han sido expandidos en todo el mundo.

Es importante notar que Estados Unidos tiende a ser exportador de cultura, y además absorbe otras tradiciones culturales con relativa facilidad, tales como el origami, el fútbol, el anime, la pizza y el yoga. Esto marca un contraste muy grande con los primeros días de los Estados Unidos. Las ciudades del país ofrecen música clásica y popular, centros de investigación histórica y científica, museos, musicales y obras teatrales, además de proyectos artísticos y obras arquitectónicas de nivel internacional. Este desarrollo es el resultado de las contribuciones de filántropos particulares, como del gobierno.

Los estadounidenses han revolucionado el arte, el teatro y el cine a nivel mundial. El primer quinetoscopio se utilizó en la ciudad de Nueva York, donde se realizó la primera función cinematográfica. Hollywood es la empresa de cine más importante, que ha dado a conocer la cultura de la nación al mundo.

La fiesta cultural tradicional más importante que se celebran está: la famosa noche de Halloween o día de brujas, que se celebra el 31 de octubre. El Día de Acción de Gracias en el mes de Noviembre y la Navidad el 25 de Diciembre.

• **Gastronomía**

La gastronomía de Estados Unidos es muy popular a nivel mundial. Y muchos países han adoptado su comida.

Entre sus comidas típicas tenemos:

- El jugo de naranja y la leche son consumidos durante el desayuno .
- El pescado fresco y el marisco son abundantes en las costas.
- El trigo es el principal grano de cereal.

- La carne de cerdo y las barbacoas, las papas fritas y las galletitas con chispas de chocolate son marcas características de la comida estadounidense.
- Las bebidas sin alcohol también son muy populares; las azucaradas proveen un 9 % de las calorías que se consumen al día.
- Los estadounidenses suelen beber café o té; más de la mitad de la población adulta bebe al menos una taza al día .
- Los platos más representativos son el pastel de manzana, el pollo frito, las hamburguesas y los hotdogs .
- Utiliza ingredientes tales como el pavo, el venado, el ciervo, las papas, las batatas, el maíz y el jarabe de Maple .
- Además de las papas fritas, los platos mexicanos como los burritos, los tacos y las pastas italianas han sido incorporadas al mercado.

4.2.2 Análisis Económico de Estados Unidos

Evolución de las principales variables

CUADRO No. 9 EVOLUCIÓN DE LAS PRINCIPALES VARIABLES ECONÓMICAS

INDICADORES ECONÓMICOS	2009	2010	2011	2012
PIB real (millardos USD a precios constantes de 2005)	12.703,10	13.088,00	13.313,40	13.593,20
PIB (miles USD a precios corrientes)	13.973,70	14.498,90	15.075,70	15.684,80
Tasa de variación real (%)	-3,1	2,4	1,8	2,2
Tasa de variación nominal (%)	-2,2	3,8	4,	4
INFLACION				
Media Anual (%)	-0,40	1,60	3,2	1,7

Fin de período (%)	2,70	1,50	3,0	2
EMPLEO Y TASA DE PARO				
Población (x100 habitantes)	307.212	308.745	309.349	315.162
Población activa (x 1000 habitantes)	154.142	153.889	153.617	155.469
% Desempleo sobre población activa.	9,3	9,6	8,9	8,2

DÉFICIT PÚBLICO				
% de PIB	-10,00	-8,9	-8,2	-7
EXPORTACIONES DE BIENES				
En M. USD	1.069.491	1,288.699	1.497.406	1.565.273
% variación respecto al período anterior	-18,2	20,5	16,1	4,5
IMPORTACIONES DE BIENES				
En M. USD	1.575.400	1.934.55	2.235.819	2.300.053
En % de PIB	-26,3	22,8	15,5	2,9
IMPORTACIÓN PER CÁPITA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS				
En M. USD	61.124.025	61.319.783	91.162.418	67.142.661
IMPORTACIÓN DE GRANADILLA				
Exportada desde Ecuador (TM)	1.53	0.23	. 0.35	0.50
SALDO BALANZA COMERCIAL				
En M. USD	-381	-500.027	-738.414	-734.780
En % de PIB	3,62	4,45	4,9	4,69
INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA				
En M. USD	148.522	194.464	226.937	167.620

Fuente: Bureau of Economic Analysis, Bureau of Labor Statistics, Federal Reserve, Treasury Bulletin.

Elaborado por: El autor

- **PIB:**

El producto interior bruto, producto interno bruto (PIB) o producto bruto interno (PBI) es la principal macro magnitud existente que mide el valor monetario de la producción de bienes y servicios finales de un país durante un período de tiempo (normalmente un año). El PIB es usado como una medida del bienestar material de una sociedad.

El PIB incide en el comercio exterior de gran manera, ya que, permite analizar la economía del país con el fin de conocer si genera más o menos riqueza cada año, así mismo, se considera que la utilidad del PIB también es que puede generar empleo a partir de un crecimiento del 2%.

Hablando específicamente del Producto Interno Bruto de los Estados Unidos de América. Cabe recalcar que, en el primer trimestre de 2013 se situó en el 1,8%, tras el 0,4%, del cuarto trimestre de 2012. Este dato refleja las contribuciones positivas del consumo privado, la inversión privada en existencias y la inversión fija residencial como no residencial. Este efectos e compensó parcialmente por las contribuciones negativas del gasto público federal, estatal y local y de las exportaciones. Esta estimación presenta una diferencia de 0,6 puntos menos que la anterior, debido a cambios en las estimaciones del consumo privado y las exportaciones.

En su conjunto, el PIB creció en 2012 un 2,2%, aunque el perfil fue volátil debido sobre todo a las aportaciones del sector público y de la variación de existencias: tras crecer un 2% en el primer trimestre, en el segundo trimestre la tasa de crecimiento del PIB se quedó en el 1,3%, en el tercer trimestre se elevó al 3,1 %, mientras que en el cuarto ha aumentado sólo un 0,4%.

El consumo privado aumentó en el primer trimestre de 2013 un 2,6%, en contraste con el 1,8% del trimestre anterior. La inversión privada total creció un 7,4% tras el crecimiento del 1,3% del cuarto trimestre, pero descontando la inversión en existencias, la inversión en capital fijo progresó un 3%(frente al 14% en el cuarto trimestre). La inversión privada no residencial creció un 0,4%, frente al 13,2% del trimestre anterior. Se recoge un ascenso del 4,1 % en bienes de equipo y software y un descenso del 8,3%

en infraestructuras, frente a los aumentos del 11,8% y del 16,7%, respectivamente, en el trimestre anterior. Por su parte, la inversión residencial registró un aumento del 14%, tras el importante aumento (17,6%) en el trimestre anterior.

Los gastos de consumo y de inversión bruta públicos experimentaron un decrecimiento del 4,8% en el primer trimestre, siguiendo la tendencia negativa del trimestre anterior (-7%). El gasto federal disminuyó un 8,7% en el primer trimestre (12% de reducción en los gastos de defensa). Las exportaciones descendieron un 1,1 % tras el descenso del 2,8% en el trimestre anterior (era el primer dato negativo de las exportaciones desde el primer trimestre de 2009). Las importaciones, por su parte, se redujeron un 0,4%, tras el descenso del 4,2% en el trimestre anterior.

Si se analiza la aportación de cada uno de los componentes del PIB, observamos que el consumo privado aportó 1,83 puntos al crecimiento, frente a los 1,28 puntos que aportó en el cuarto trimestre. Por su parte, la inversión privada en capital fijo aportó 0,39 puntos, mientras que la inversión en existencias aportó 0,57 puntos, siendo la aportación de la inversión total de 0,96 puntos, frente a 0,17 puntos en el trimestre anterior. Las exportaciones restaron 0,15 puntos, tras restar 0,40 puntos al crecimiento del PIB en el trimestre anterior. La evolución de las importaciones sumó 0,06 puntos al crecimiento de PIB, tras sumar 0,73 puntos en el trimestre anterior. Por último, la evolución de las compras e inversión públicas restó 0,93 puntos al crecimiento del PIB.

• Precios

En el contexto del inicio de la crisis económica, la inflación mantuvo una tendencia alcista hasta alcanzar un máximo en julio de 2008, con una tasa interanual del 5,5%. A partir de ese momento, el descenso continuado de los precios de la energía (más de un 20% en 2008) y especialmente del petróleo, llevó al índice a perder más de 5 puntos en sólo seis meses, hasta situarse en el 0% en diciembre de 2008. Tras esto, los precios empezaron a descender, manteniéndose la deflación hasta octubre de 2009, con una caída máxima del 2% registrada en julio. Esto se explica por la caída de los precios de la energía, ya que la inflación subyacente se mantuvo en tasas positivas. A partir de julio de 2009 la deflación se fue moderando hasta alcanzar valores positivos en noviembre,

con una inflación del 1,9% en tasa interanual y subiendo hasta el 2,8% en diciembre. En los cinco primeros meses de 2010 la inflación se situó ligeramente por encima del 2%. A partir de ese momento, durante el resto del año 2010, la tasa de inflación fue muy moderada, situándose en torno al 1,2%. Ya en 2011 volvió a aumentar hasta alcanzar un máximo de 3,6% en octubre.

En noviembre y diciembre la inflación general experimentó una ligera moderación y se cerró el año 2011 con una tasa interanual del 3%. A principios de 2012 la tasa de inflación se moderó nuevamente y desde el 2,9% de enero ha bajado al 1,7% en diciembre, cinco décimas menos que en octubre.

La inflación subyacente alcanzó un máximo de 2,5% en julio de 2008 y desde ese momento empezó a moderarse, situándose entre el 1,5% y el 2% a lo largo de 2009 y mostrando signos de estabilidad. Durante 2010 fue reduciéndose mes a mes y, desde el 1,5% de enero, cerró el año con una tasa del 0,6% en diciembre. En 2011 se acelera el crecimiento de la inflación subyacente y desde el 0,9% de enero fue aumentando hasta alcanzar un 2,2% en diciembre. En los primeros meses de 2012 se ha mantenido constante en un 2,3%, alcanzó el mínimo anual de 1,7% en agosto, y terminó el año con un 1,9% en diciembre.

Durante el mes de mayo del 2013 el índice de precios al consumo aumentó un 0,1% respecto al mes anterior. La variación interanual del IPC se sitúa en el 1,4%, tres décimas más que en abril. La inflación subyacente, la inflación excluyendo los precios de los alimentos y la energía, aumentó un 0,2% en mayo y se sitúa, en términos interanuales, en un 1,7%, igual que el mes pasado.

El índice de precios de la energía ha aumentado un 0,4% en mayo. La tasa de variación interanual se sitúa en el -1 % frente al -4,3% registrado el mes anterior. Por su parte, el índice de gasolinas no ha variado en mayo, y deja la tasa interanual en un -4,1 %.

Respecto al precio de la vivienda, definido por el índice S&P/Case Shiller 20-City Compositeno desestacionalizado, se ha mantenido relativamente estable desde febrero de 2009, después de haber caído de manera continuada desde julio de 2006.

Sin embargo, desde octubre de 2010, el índice ha ido disminuyendo. En el primer trimestre de 2011 este índice disminuyó un 4,2%, tras la caída del 3,6% en el cuarto trimestre de 2010. Tras subidas continuadas en los cinco meses siguientes, de abril a agosto, en septiembre de 2011 los precios volvieron a descender un 0,6% respecto a agosto y un 3,6% respecto al mes de septiembre de 2010. En octubre se registró un descenso del 1,2% con respecto a septiembre y en noviembre se alcanzó el tercer mes consecutivo de descenso en los precios, y el índice registró una caída del 1,3% intermensual, lo que supone una disminución del 3,7 % respecto a noviembre de 2010. El índice registró en abril de 2012 la primera subida de precios, en términos intermensuales, tras siete meses consecutivos de descenso en los precios. El índice aumentó en los cinco meses siguientes, y registró una ligera caída del 0,1 % en octubre. La subida interanual de 2012 es del 6,8%.

Además cabe destacar que durante abril a marzo, aumentó un 2,5%, y la subida interanual se sitúa en el 12,1 %. Esta progresión en los precios de la vivienda no se alcanzaba desde 2006 y apunta a que el sector residencial está dejando atrás de manera definitiva la crisis.

• **Población activa y mercado de trabajo. Desempleo**

La tasa de actividad es alta en los EE.UU. (63,6%, diciembre de 2012) aunque ha decrecido ligeramente en los últimos meses y más alta para los hombres (72,9%) que para la mujeres (59,3%). La población activa asciende a 155,51 millones de personas, de las que el 45,05% son mujeres.

La mayor parte del empleo se concentra en los servicios (en torno al 70%). Entre estos destaca el comercio (15,3% de los empleados) y los servicios profesionales y empresas (13,5%), los servicios sanitarios y de asistencia social (12,8%) y el ocio y la restauración (10,3%). El empleo público supone el 16,3% del empleo total, siendo la mayor parte de éste a nivel estatal y local ya que el empleo del Gobierno Federal sólo supone el 2,08%.

El sector secundario aglutina el 13,7% del empleo, desglosándose en un 0,6% en la minería, un 4,15% en la construcción y un 8,9% en la industria manufacturera.

La agricultura, ganadería, silvicultura y pesca tan sólo representa el 1,5% del empleo total.

La tasa de desempleo media durante 2011 fue del 8,9%, lo que equivale a 13,7 millones de parados. Después de registrarse una tasa de desempleo de 4,6% en 2007, y del 5,8% en 2008, el número de desempleados aumentó a gran velocidad hasta situarse en un tasa del 9,3% en 2009 y un 9,6 en 2010. A lo largo de 2011, la tasa se ha situado en torno al 9%, empezando a descender en octubre (8,9%) alcanzando el nivel más bajo en diciembre de 2012, con un 7,7%. La tasa de desempleo media de 2012 fue del 8,2%.

El promedio mensual de empleos creados en 2012 se situó en 181.000, 28.000 más que la media de 2011. En los últimos doce meses la media se eleva también a 182.000 empleos mensuales y se está reduciendo el desempleo de larga duración (un millón de personas en los últimos doce meses).

Por segmentos, según los últimos datos de marzo de 2013, el paro presenta tasas mayores en la población de raza negra (13,3%) y en los jóvenes menores de 19 años (24,2%). La tasa de desempleo de los hispanos (9,2%) es más cercana a la de los blancos (6,7%). Por sexos, la tasa de desempleo es muy similar entre hombres (6,9%) y mujeres (7%).

• Cuentas Públicas

En el año fiscal 2012 (octubre a septiembre) el Gobierno Federal ha incurrido en un déficit presupuestario de 1,089 billones de dólares, un 10,21 % inferior al del 2011.

Como porcentaje del PIB, el déficit ha bajado del 8,7% en 2011 al 7% en 2012 (año fiscal). Afectos de comparación con otros países, el dato de déficit del año natural 2011 fue de 10,1 % del PIB y del 8,5% en 2012. En el año fiscal 2013, se ha acelerado el ritmo de reducción del déficit, gracias a los efectos de las medidas impositivas sobre los ingresos y a un crecimiento algo más moderado de los gastos.

• Política fiscal y presupuestaria

La llegada de Bush al poder supuso un cambio de tendencia en la evolución de las cuentas públicas, pasándose en un año de un superávit de 128 millardos de dólares en 2001, equivalentes al 1,3% del PIB, a un déficit de 158 millardos (1,5% del PIB).

Esta cifras se fueron incrementando, hasta que en 2004 se alcanzó un exceso de gasto de 413.000 millones (3,6% del PIB). A partir de entonces, la situación se fue corrigiendo. En 2005, la cifra se situó en el 3.2% del PIB, en 2006 en el 1.9% y en 2007 en el 1,2%.

Para el año fiscal 2008, Congressional Budget Office (CBO) presentó un déficit de 454,8 millardos de dólares, 276 millardos más que el año anterior, incrementado en gran medida por las medidas de estímulo para amortiguar los efectos de la crisis.

Este déficit supuso el 3,2% del PIB, que casi triplicó el 1,2% de 2007. En el año fiscal 2009, el déficit fue de 1,4 billones de dólares, el 10% del PIB. Los ingresos cayeron en más de un 17% debido principalmente al descenso en la recaudación del impuesto de sociedades (un 54%) y los gastos se incrementaron en un 18%. La mayor parte de este incremento procede de los fondos del Troubled Asset Relief Program (TARP) y de los sistemas de cobertura médica Medicare y Medicaid. Los gastos en defensa ascendieron un 7,1 %.

La CBO declaró un déficit del gobierno federal para el año fiscal 2010 (desde octubre 2009 a septiembre 2010), de 1,3 billones de dólares, 122 millardos inferior al alcanzado en el año anterior. Este déficit supone el 8,9% del PIB.

Durante el año fiscal 2011 (desde octubre de 2010 a septiembre de 2011) el Gobierno Federal incurrió en un déficit presupuestario de 1,29 billones de dólares, casi la misma cantidad que la registrada en el año 2010. Sin embargo en términos relativos supone una reducción y se sitúa en el 8,7% del PIB, debido al mayor crecimiento registrado.

En el año fiscal 2012 (desde octubre de 2011 hasta septiembre de 2012), el déficit presupuestario ascendió a 1,089 billones de dólares, un 10,21% menos que en el año

fiscal 2011. La CBO estima esa cifra en 1,1 billones de dólares. Como porcentaje del PIB, el déficit ha bajado del 8,7% al 7% en el año fiscal 2012.

Con la reaparición de los déficit fiscales desde 2002, la deuda pública ha ido en aumento, al registrar una tasa de crecimiento interanual media del 7,7% desde ese año. A 31 de diciembre de 2007, la deuda pública acumulada alcanzó los 9,2 billones de dólares, el equivalente al 65,8% del PIB.

A finales del año 2008 la deuda pública alcanzaba los 10,7 billones, lo que supone el 74,9% del PIB. El 31 de diciembre de 2009, acumulaba una deuda pública emitida de 12,3 billones, por lo que se elevaba hasta el 88,3% del PIB.

En el año 2010 la deuda pública emitida asciende a 14 billones de dólares, lo que supone el 96,6 % del PIB. Mientras, la deuda en manos del público sobrepasa los 9 billones de dólares, lo que representa el 62,10% del PIB.

Según el Tesoro estadounidense, la deuda del gobierno federal en manos del público 2 de enero de 2013 asciende 11.577,11 millardos de dólares. El volumen de deuda total emitida se sitúa en los 16.432,7 millardos de dólares. El cuarto trimestre de 2012 se cerró con un volumen de deuda en manos del público del 73,8% del PIB y la deuda total emitida es el 104,7%.

• **COMERCIO EXTERIOR DE BIENES Y SERVICIOS**

• **Comercio de mercancías**

Durante el año 2012, las exportaciones estadounidenses de mercancías han alcanzado los 1.553,6 millardos de dólares, un 4,42% más que en 2011. Por su parte, las importaciones han aumentado un 2,84% en tasa interanual, siendo su suma total de 2.299,3 millardos de dólares.

El déficit comercial acumulado en 2012 se ha situado en 735,7 millardos de dólares, con un descenso interanual del 0,4%. Finalmente, la tasa de cobertura ha sido del 68%, porcentaje superior en 103 puntos básicos frente a 2011.

• Comercio de servicios

Las exportaciones estadounidenses de servicios durante 2012 suman 632,35 millardos de dólares, valor superior en un 4,35% sobre 2011.

Los principales aumentos registrados se han producido en Viajes, con un crecimiento del 10,39% Y Turismo, con un 8,92%. Otros Servicios Privados constituyen la partida más exportada (44,35% del total) y ha aumentado un 3,79% en tasa interanual, mientras que la partida de Royalties y otros derechos de licencia (19,2% del total) ha aumentado un 0,48%.

En cuanto a las importaciones de servicios, han alcanzado en 2012 los 437millardos de dólares, un 2,24% más que en 2011.

Las partidas de Royalties y derechos de licencia y Turismo son la que más ha crecido, con un incremento del 13,47% y el 10,61%, respectivamente. A continuación, Viajes (19,11 % del total) aumentaron un 6,18% interanual. Por último, las partidas Otros servicios privados (43,79% del total) y Otros (7,1 % del total) muestran variaciones del -0,31 % y -9,66% interanual, respectivamente.

• APERTURA COMERCIAL

EE.UU. es un país con un mercado abierto y un activo miembro de la OCDE y OMC. Su tasa de apertura comercial ($X+M/PIB$) es del 24,62% en 2012, frente a un 24,54 en 2011. Esta apertura, sin embargo, oculta áreas donde existen importantes dificultades de acceso al mercado, como es en el área de las compras públicas.

También existe normativa (a nivel federal y estatal), de tipo sanitario y fitosanitario y otras normas técnicas que actúan como barreras técnicas y que dificultan la importación.

• Principales socios comerciales

Los principales clientes de Estados Unidos son Canadá, la Unión Europea, México,

China y Japón. Durante el año 2012, Canadá alcanzó una cuota del 18,7% del total de las exportaciones mundiales estadounidenses. Le siguieron por orden de importancia México (13,84% del total), China (7,07%), Japón (4,48%) y Reino Unido (3,51%).

Se debe subrayar que la importancia de China como socio comercial de Estados Unidos es aún relativamente pequeña, menor, a pesar de que en la última década el país asiático ha pasado de representar un 2,1 % del total de ventas de Estados Unidos al 7,07%, superando en 2007 a Japón.

Observando la evolución de los últimos años, el cambio más significativo desde el punto de vista de los proveedores de Estados Unidos lo protagoniza China que ha pasado de ser el cuarto país en importancia con una cuota del 8,22% en 2000 al primero con una cuota del 18,86% en 2010. Japón ha sido el gran perjudicado del aumento de importancia de China, perdiendo cuota hasta alcanzar el 5,76% en 2011.

Durante el 2012, el principal proveedor de EE.UU. fue China con un 18,51% sobre el total de las importaciones estadounidenses, seguida por Canadá (14,1 %), México (12,08%), Japón (6,37%) y Alemania (4,72%).

En este período, la UE supuso el 16,96% de las exportaciones de bienes de EE.UU. y el 16,56% de sus importaciones.

Por su parte, y desde que estallara la crisis en 2008, España vio reducida su cuota de mercado como proveedor. Sin embargo la favorable evolución de las exportaciones españolas durante el último año 2011, han permitido que España recupere su cuota de mercado en Estados Unidos hasta un valor próximo al de antes de la crisis (0,51% en 2012). Como cliente de Estados Unidos la cuota española en 2012 fue del 0,61 % del total.

EXPORTACIONES POR PAÍSES

CUADRO No. 10: EXPORTACIONES POR PAÍSES

Exportaciones por Países (Datos en M. de USD)	2010	2011	2012	%variación.
China	91.881	103.939	110.590	6.40
Canadá	249.105	280.890	292.443	4.11
México	163.473	198.378	216.331	9.05
Japón	60.486	65.706	70.046	6.61
Alemania	48.161	49.156	48.786	-0.75
Corea	38.846	43.415	42.318	-2.53
Reino Unido	48.414	55.881	54.817	-1.90
Brasil	35.425	42.944	43.717	1.80
Países Bajos	34.939	40.680	42.351	4.11
Hong Kong	26.570	36.449	37.480	2.83
España	10.178	10.849	9.497	-12.46
TOTAL	1.288.699	1.497.406	1.563.578	4.42

Realizado por: El autor

En cuanto a las importaciones, las del sector de Bienes de equipo (23,84% del total) muestran un incremento del 7.34% respecto a los valores de 2011. Asimismo, las compras al exterior de Suministros industriales y materiales (31,8% del total) han disminuido un 3,26%.

Las importaciones del sector Automóvil (12,95% del total) han crecido un 16,92% en términos interanuales, siendo el primer sector con mayor crecimiento. Por su parte, las de Alimentos y bebidas (4,79% del total) se han incrementado un 2,56%.

Finalmente, las compras al exterior de Bienes de consumo (22,45% del total) han aumentado un 0,43%, mientras que las de Otras mercancías (3,11 % del total) han aumentado un 9,64%.

IMPORTACIONES POR PAÍSES EEUU

CUADRO No. 11: IMPORTACIONES POR PAÍSES EEUU

Importaciones por países (datos en miles de USD)	2010	2011	2012
China	366.052	399.362	425.44
Canadá	281.851	315.347	324.546
México	232.719	262.864	277.653
Japón	122.876	128.925	146.388
Alemania	82.852	98.663	108.524
Corea del Sur	49.533	56.661	58.880
Reino Unido	50.699	51.236	54.935
Venezuela	32.825	43.256	38.726
Arabia Saudita	31.485	47.476	55.667
Taiwán	35.966	41.405	38.860
España	8.692	11.017	11.789
TOTAL	10934.555	2.235.819	2.299.281

Realizado por: El autor

• Inversión extranjera

La posición inversora del resto del mundo en EE.UU. en 2011 se elevó a 2.547.828 M\$, un 12,5% más que en 2010 (2.264.385M\$). Los principales países inversores en EE.UU. en 2011 son Reino Unido (17,3%), Japón (11,3%), Holanda (9,4%), Alemania (8,5%) y Canadá (8,2%). Por regiones, la UE 27 es con diferencia el mayor inversor en Estados Unidos representando el 61,7% de la inversión extranjera en Estados Unidos.

En cuanto a los flujos de inversión extranjera directa en EE.UU., en 2012, se situaron en 167.620 M\$, un 26% menos que en 2011 (226.937 MS). Si se analizan los flujos de inversión directa extranjera de 2012 por países, Holanda lideró la lista de inversores con un 14,5% de los flujos, seguida de Francia (12,3%), Japón(12,2%). Reino Unido (12,04%) y Canadá (7,4%).

Los principales sectores de inversión extranjera, según clasificación NAICS, de acuerdo con los datos de posición inversora en EE.UU en 2011, son (en millones de dólares, últimos datos disponibles). Sector manufacturero, que atrajo el 38,1% destacando dentro del mismo los subsectores químico y de transporte. Le siguen el comercio mayorista, los sectores de finanzas y seguros y las entidades de depósito.

FLUJO DE INVERSIONES EXTRANJERAS

CUADRO No. 12: FLUJO DE INVERSIONES EXTRANJERAS

INVERSIÓN EXTRANJERA POR PAÍSES (Datos en M. USD)	2010	2011	2012
Bélgica	6.051	43.758	11.828
Japón	20.785	19.031	20.572
Alemania	20.052	14.878	7.681
Canadá	10.488	15.809	12.485
Holanda	10.821	15.077	24.343
Suiza	41.268	29.151	6.468
Reino Unido	37.022	-1.370	20.198
España	2.731	5.944	2.742
Resto del mundo	228.249	226.937	167.620
POR SECTORES			
Otras Industrias	28.973	71.510	33.287
Manufacturero	86.066	90.883	83.393
Comercio al por mayor	29.630	25.675	17.336
Finanzas y seguros	38.899	8.539	10.815
Instituciones depositarias	9.341	17.931	1.628

Fuente: Bureau of Economic Analysis

Realizado por: El autor

- **RESERVAS INTERNACIONALES**

Estados Unidos cerró el ejercicio 2012 con un montante de reservas de total de 151.372 millones de dólares, lo que supone un aumento del 3,2% respecto a 2011. Los valores en divisas extranjeras suponen el 15,9% del total. El nivel de stock de oro sigue invariable en los últimos años y se sitúa en los 11.041 millones de dólares.

El último dato disponible, de 5 de abril de 2013, reduce el montante a 146.223 millones

de dólares, un descenso del 3,4% respecto al cierre del ejercicio 2012. Los valores en divisas extranjeras suponen el 15,2% del total. El nivel de stock de oro no ha variado a lo largo del 2013.

4.1.1. Análisis Político de Estados Unidos

Estados Unidos es una República Federal con fuerte tradición democrática, basada en la Constitución adoptada en 1789, compuesta por 50 estados y un distrito federal; el actual presidente es Barack Obama, cabe recalcar que el presidente es elegido cada periodo de 4 años.

El gobierno está regulado por un sistema de controles y equilibrios definidos por la Constitución, que, sirve como Documento Legal Supremo del país.

El gobierno federal está dividido en tres poderes, cada uno elegido de manera distinta, así como, cada uno capaz de supervisar y regular a los otros.

• Poder Ejecutivo

El poder Ejecutivo está encabezado por el Presidente, quien, junto con el Vicepresidente, es elegido en elecciones nacionales cada cuatro años.

El Presidente es elegido de forma indirecta, mediante la selección ciudadana, puede reelegirse a su cargo por un único periodo.

Tiene la facultad de proponer a su gabinete, así como, nombrar y remover a titulares de departamentos y agencias de gobierno. Puede ser sometido a juicio político y removido si el Poder Legislativo comprueba que incurrió en traición a la Patria, corrupción u otros crímenes graves.

El Presidente propone proyectos de Ley al Congreso, hace cumplir las leyes federales, es Comandante en Jefe de las Fuerzas Armadas, y, con la aprobación del Senado formula tratados y designa a los jueces federales, los embajadores y otros miembros de

las secretarías del Ejecutivo que, forman un consejo llamado Gabinete.

El Vicepresidente es electo en la misma planilla junto con el titular del Ejecutivo. Es el presidente del Senado y sólo tiene posibilidad de voto en caso de empate. Actúa como sustituto inmediato del Presidente, en caso de ausencia total por remoción, muerte o renuncia.

• Poder Legislativo

El Poder Legislativo es bicameral, formado por el Senado (Cámara Alta) y, la Cámara de Representantes (Cámara Baja).

El Senado está integrado por cien miembros, quienes, son electos por los Estados de la Federación, para un mandato de seis años.

Pueden ser reelectos de forma ilimitada. Cada Estado elige dos representantes para un periodo de seis años a la Cámara Alta y ésta se renueva por tercios.

En tanto, la Cámara de Representantes cuenta con 435 miembros, electos mediante sufragio universal por igual número de distritos conforme a un criterio poblacional. El mandato es de dos años y pueden reelegirse de manera ilimitada.

Ambas Cámaras deben aprobar un proyecto legislativo para que éste se convierta en Ley, pero el Presidente puede vetarlo o negarse a firmarlo. En ese caso, el Congreso reconsidera, si dos terceras partes de los miembros de ambas Cámaras lo aprueban, el proyecto se convierte en Ley, aún sin la firma del Presidente.

• Poder Judicial

El Poder Judicial está compuesto por la Suprema Corte, los Tribunales Federales de Distrito y por 11 Tribunales Federales de Apelación.

La Suprema Corte es el más alto tribunal del país y el único Órgano Judicial

mencionado en la Constitución. Se integra por nueve ministros o jueces federales electos de forma vitalicia a propuesta del jefe del Ejecutivo y con la aprobación de dos terceras partes del Senado.

Los Tribunales Federales deciden casos relacionados con la Ley Federal, conflictos entre Estados o entre ciudadanos de distintos estados.

4.2.3 Análisis Legal de Estados Unidos

En la Constitución de los Estados Unidos están las supremas leyes de los Estados Unidos y es la base del sistema judicial de este país. Fue designado por delegados de las trece colonias originales en 1776 en la Convención Constitucional en Filadelfia, y escrito por Thomas Jefferson, Alexander Hamilton, y otros "Fundadores".

Las leyes federales y estatales que violan la Constitución son nombradas anticonstitucionales y pueden ser fulminadas por revisión judicial en la Suprema Corte, que es la mayor autoridad. Muchos casos involucrados en derecho civil dependen del potencial de la violación a la Constitución o las enmiendas.

- **Jerarquía de las leyes:**

Constitución de U.S. y las enmiendas ("Proyecto de ley")

Leyes Federales - incluye el proyecto designado en las leyes por el Presidente, estatutos de agencias federales y de orden ejecutiva usadas por el Presidente, mas la Suprema Corte y decisiones de Cortes Federales. Las leyes federales pueden ser disputadas en cortes federales.

Leyes Estatales - las decisiones de corte están basadas principalmente sobre leyes comunes.

Leyes Locales (Municipal) - estatutos locales, códigos y decisiones de corte.

- **Las Cortes:**

Manejo de las Cortes Federales:

- Disputas entre ciudadanos de diferentes estados.
- Disputas entre los estados y el gobierno federal.
- Interpretaciones de estatutos federales.

Las cortes del Estado manejan más casos envueltos en propiedad, contratos (negocios) y violaciones de leyes civiles y criminales. Cada Estado tiene sus propios estatutos respecto a las leyes civiles y criminales. Estos son publicados en los Códigos de Estado.

New york



Nueva York es la ciudad más poblada del estado homónimo, en los Estados Unidos de América, y la segunda aglomeración urbana del continente y de Norteamérica después del Distrito Federal de México.

- Superficie: 1.213 km²
- Fundación: 1624
- Tiempo: 7 °C, viento S a 13 km/h, 90% de humedad
- Hora local: viernes, 17:13
- Población: 8,337 millones (2012)
- Tasa de desempleo: 8,9% (oct. de 2013)

Puertos y Líneas Marítimas

Los Puertos de Estados Unidos se modernizan constantemente al incorporar técnicas multimodales de manejo de carga, el 85% de carga general se hace por contenedores,

por lo que fácilmente pueden ser transferidos de barcos a camiones, trenes, barcazas, etc. Los principales puertos de contenedores se encuentran en la Costa del Pacífico: Los Ángeles, Long Beach, Oakland y Seattle. Aunque estos puertos son los más grandes en tráfico de contenedores, el manejo de carga en los puertos del Golfo de México y desde

Miami hasta los puertos de New York y New Jersey, ha aumentado especialmente por el incremento del comercio con América Latina.

Los puertos de New York y de New Jersey son los más importantes de la Costa Este a pesar de sus costos operativos, entre otros importantes están:

Baltimore - Maryland; Filadelfia – Pennsylvania; Hampton Roads- Virginia; Miami- Florida; Savannah – Georgia y Boston – Massachusetts.

La mayoría de líneas de carga marítima del mundo operan en los Estados Unidos, las compañías de bandera estadounidense mueven aproximadamente el 15% del total de carga mundial.

PAÍS DE DESTINO	PUERTO DE DESCARGA	T/T APROX.
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	MIAMI	10 - 12 días
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	SAVANNAH	12 - 14 días
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	CHARLESTON	13 - 15 días
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	NORFOLK	10 - 12 días
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	NEW YORK	15 - 17 días
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	OAKLAND	12 - 14 días
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	SAN PEDRO	10 - 12 días
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	LOS ÁNGELES	12 - 14 días
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	BALTIMORE	18 - 20 días
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	PEVERGLADES	9 - 12 días
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	PORT ELIZABETH	11 - 13 días
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	LONG BEACH	15 - 17 días
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	HALIFAX	22 - 24 días
MÉXICO	ALTAMIRA	19 - 21 días
MÉXICO	VERACRUZ	20 - 22 días
MÉXICO	MANZANILLO	12 - 15 días
CANADÁ	VANCOUVER	19 - 21 días
CANADÁ	MONTREAL	20 - 22 días
CANADÁ	TORONTO	21 - 23 días

4.1.2. Ventajas competitivas del Ecuador (oferta)

La oferta nacional está representada por pocos actores grandes y varios pequeños como son:

- **Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador –ERPE:**

Su producción está destinada en su mayoría a la exportación hacia Estados Unidos y Europa, convirtiéndose en el principal exportador de quinua del Ecuador. Su oferta está integrada por una mezcla de variedades criollas con variedades mejoradas por INIAP.

- **Inagrofa:**

La mayor parte de la quinua procesada por esta empresa es comercializada por la cadena de supermercados Supermaxi y Santa María y en un menor porcentaje es exportada hacia Colombia y Estados Unidos.

- **Pequeños productores organizados:**

El PMA impulsa un programa piloto de producción de quinua en las zonas de Carchi, Pichincha y Cotopaxi: La oferta de estos grupos aun es incipiente, bordea las 74 TM.

- **Pequeños productores no organizados:**

La oferta de este grupo es muy difícil de cuantificar pero se sabe que no es continua, el grano es de calidad heterogénea. Se calcula sin embargo que en el mercado de Ambato se comercializa alrededor de 6 TM al año de quinua amarga nacional.

Evolución de las Exportaciones

Ecuador comenzó a exportar desde 1987 a Estados Unidos, Europa y Japón. Mientras las estadísticas de Banco Central no reportan exportaciones de quinua previas a 1993. La irregularidad de la evolución de las exportaciones se evidencia con alzas y repetidas caídas, tanto en volúmenes como en valores FOB.

Sin embargo, durante los últimos seis años, los volúmenes de las exportaciones de quinua se han incrementado, aunque durante el año 1999 el volumen de exportaciones disminuyó significativamente. Posterior a esto, el producto ha iniciado una fase de

crecimiento en sus volúmenes de exportaciones, llegando en el 2003 a 338.64 miles de dólares.

El crecimiento anual promedio entre los años 2000 y 2004 fue de 68%. En los últimos años (2012-2013), este producto ha mejorado su precio en los mercados internacionales, debido al inicio de la exportación de quinua orgánica. Los principales destinos de exportación de la quinua ecuatoriana son EEUU con el 80.68% del valor FOB, seguido por Holanda, Alemania, Colombia, Francia, España, Italia, Bélgica, Chile y Reino Unido.

4.3 UNIDAD 3: PROCESOS DE LA EXPORTACIÓN

4.3.1 Productos de exportación

Harina de quinua orgánica pre cocida

Taxonomía de la quinua

La quinua está clasificada respecto a la botánica de la siguiente manera:

CUADRO No. 13: TAXONOMÍA DE LA QUINUA

Clase: Dicotiledóneas
Subclase: Angiospermas
Orden: Centropermales
Familia: Chenopodiaceas
Género: Chenopodium
Sección: Chenopodia.
Subsección: Cellulata
Especie: <i>Chenopodium Quinoa Wild</i>

Cuadro. 1.2.1. Clasificación Taxonómica

Fuente: Manual de Producción de Quinua de Calidad en el Ecuador

Elaborado por: El Autor⁶.

Sinonimia de la Quinua

La quinua es conocida alrededor del mundo en varios idiomas y con diversos nombres, en el siguiente cuadro en el primer bloque se habla de idiomas netamente indígenas provenientes de Ecuador, México, Bolivia y Perú.

SINONIMÍA A NIVEL MUNDIAL

NOMENCLATURA	
Quechua:	kiuna, quinua, parca
Aymara:	shupa, jopa, jupha, ccallapi
Chibcha:	suba, pasca
Mapuche:	quinhua, quinga
Azteca:	huatzontle
Castellano:	quinua, quinoa, canigua, hupa, dahua, candonga, licsa.
Francés:	quinoa, riz de Peru
Inglés:	quinoa, Petty rice, inca rice, Peruvian rice
Alemán:	Reismelde, Inkaweizen
Italiano:	quinua, chinua



GRAFICOS No. 9: NOMENCLARTURA

Fuente: Manual de Producción de Quinua de Calidad en el Ecuador

Elaborado por: El Autor

Morfología

La quinua es una planta anual herbácea de 0.8 a 3 m de alto, se la denomina pseudo cereal, porque botánicamente no pertenece a los cereales verdaderos (como trigo, cebada, maíz, arroz), pero debido a su contenido alto de almidón su uso es el de un cereal.

Para efectos de la exportación se utilizará la variedad de quinua **Tunkahuán** razón por la cual se hablará únicamente de la estructura morfológica de este tipo de variedad, técnicas de cultivo y valores nutricionales de la misma.

CARACTERÍSTICAS MORFOLÓGICAS

CARÁCTER	TUNKAHUAN
Hábito crecimiento	Erecto
Tipo de raíz	Pivotante-desarrollada
Forma del tallo	Redondo sin aristas
Tipo de ramificación	Sencillo semiramificado
Color del tallo	Verde claro
Estrías en el tallo	De color verde oscuro
Pigmentación del tallo	Sin pigmentos
Forma de hojas	Triangulares
Tamaño de hojas, cm ²	De 24 a 50
Borde de hojas	Ondulado y dentado
Axilas de hojas	No pigmentadas
Color de planta	Púrpura
Color panoja inmadura	Rosado a púrpura
Color panoja madura	Amarillo anaranjado
Tipo de panoja	Glomerulada
Padicelos	Largos
Perigonios	Abiertos
Latencia de semilla	Ausente

GRAFICOS No. 10: CARACTERISTICAS MORFOLOGICAS

*** A la Madurez**

Fuente: Programa de Cultivos Andinos y Departamento de Nutrición del INIAP.

Elaborado por: El Autor.

Ventajas de la producción orgánica

Para la realización del presente proyecto se ha escogido la quinua orgánica en lugar de la quinua convencional por los siguientes aspectos:

- Se obtiene mayores precios del 20 al 40% + que la convencional.
- Conserva y mejora los recursos propios como agua y suelo.
- Produce alimentos sanos para el mercado y la familia.
- Se trabaja en un ambiente sano, sin peligro de intoxicación o enfermedades causadas por los agroquímicos.
- Mantiene un trabajo mejor remunerado y genera alternativas de trabajo para la comunidad.
- Promueve la producción sostenible y la conservación del ambiente en la zona.
- Para los agricultores organizados, la agricultura orgánica,

Contribuye a consolidar la organización a través de autogestión “(acceso a recursos e insumos y comercialización de sus productos)”.⁷

Características nutricionales y de calidad de grano de la variedad Tunkahuán..

CARACTERÍSTICAS	VAR. TUNKAHUAN
Color del grano	Blanco
Grano de primera,%*	80 a 90
Peso hectolítico, Kg/hl	65
Tamaño de grano, mm	1,7 a 2,1
Contenido de saponina,%**	0,06
Deterioro del grano***	Muy bajo
Forma del grano	Redondo aplanado
Proteína,%	15,73
Grasa,%	6,11
Cenizas,%	2,57
Fibra,%	6,22
Calcio,%	0,10
Fósforo,%	0,35
Potasio,%	0,66
Energía total****	4744

GRAFICOS No. 11: CARACTERISTICAS NUTRICIONALES

“Extracción de grano de primera, utilizando un tamiz de orificios redondos de 1,8 mm de diámetro”

** *Según metodología INEN NORMA No. 1672*

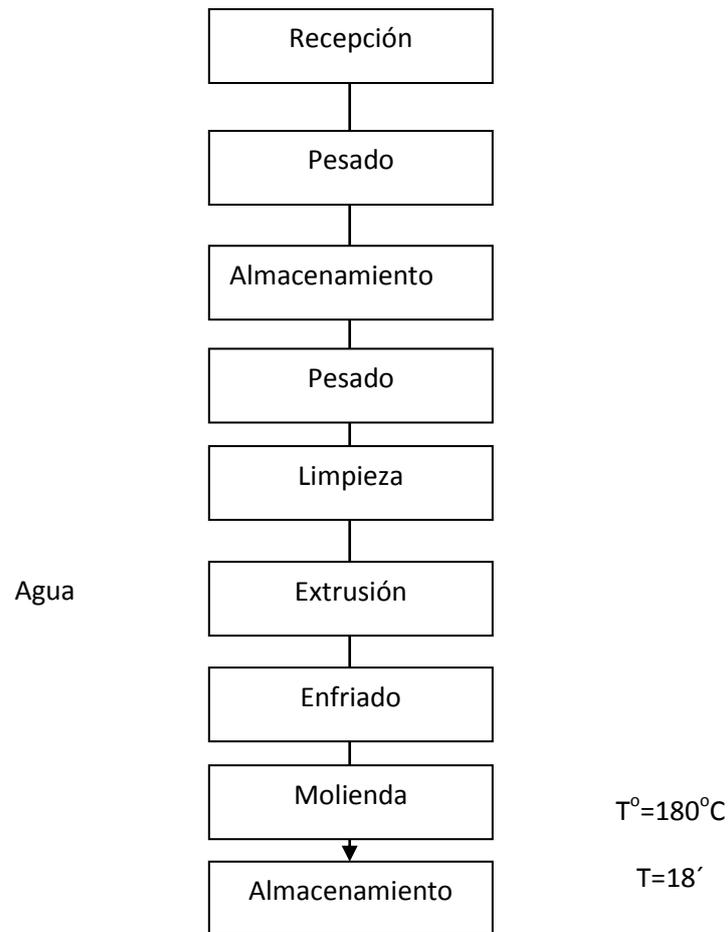
*** *Proceso de ennegrecimiento del grano antes de la cosecha*

**** *Expresada en calorías por gramo de grano entero.*

Fuente: Programa de Cultivos Andinos y Departamento de Nutrición del INIAP.

Elaborado por: El Autor

Proceso de Producción de harina de Quinua



GRAFICOS No. 12: ORGANIGRAMA DE PRODUCCION

Figura 1: Elaboración de harina extruida de quinua

Fuente: Sulca (2012)

Consumo Real Recomendado

El Consumo Real Recomendado de quinua Per-cápita/ mensual, sugerido por la Organización Mundial de la Salud OMS, es de 1.25 Kg. que al año serían 15 Kg. por habitante. Afirmando que la quinua podría generar fitoestrógenos, sustancias que previenen enfermedades crónicas como la osteoporosis, cáncer de mama, dolencias del corazón y otras alteraciones.

CUADRO No. 14: CONSUMO REAL RECOMENDADO

Años	Consumo Per-cápita Recomendado (Kg/año)	Población	Consumo Recomendado Kg.	Consumo Recomendado TM
<i>Y2005</i>	15	296.519.982.90	4.447.799.743.50	4.447.799.74
<i>Y2006</i>	15	299.381.321.40	4.490.719.821.00	4.490.719.82
<i>Y2007</i>	15	302.242.659.90	4.533.639.898.50	4.533.639.90
<i>Y2008</i>	15	305.103.998.40	4.576.559.976.00	4.576.559.98
<i>Y2009</i>	15	307.965.336.90	4.619.480.053.50	4.619.480.05
<i>Y2010</i>	15	310.826.675.40	4.662.400.131.00	4.662.400.13
<i>Y2011</i>	15	313.688.013.90	4.705.320.208.50	4.705.320.21
<i>Y2012</i>	15	316.549.352.40	4.748.240.286.00	4.748.240.29
<i>Y2013</i>	15	319.410.690.90	4.791.160.363.50	4.791.160.36
<i>Y2014</i>	15	322.272.029.40	4.834.080.441.00	4.834.080.44

Fuente: Organización Mundial de la Salud OMS, 2012

Oferta del Proyecto

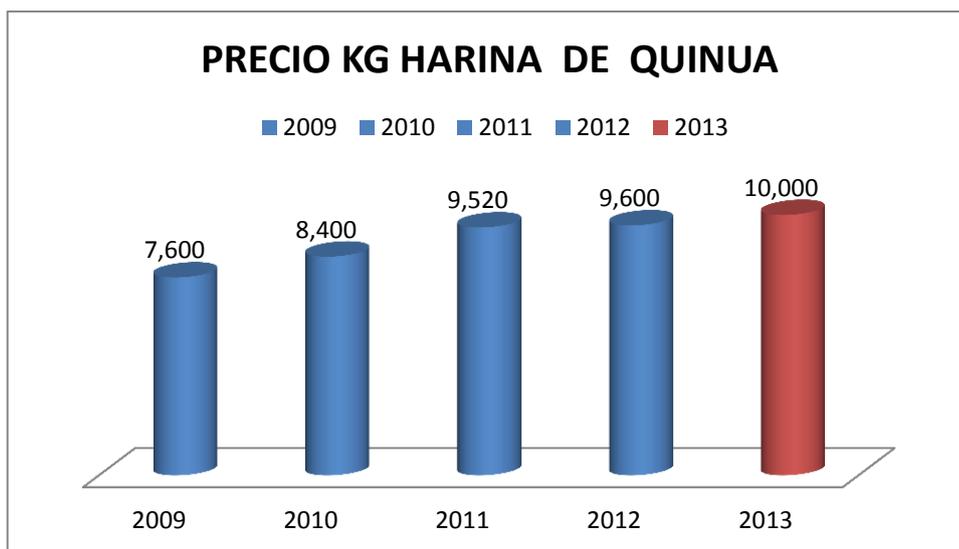
En el cuadro anterior se observa una demanda insatisfecha muy elevada, es por esto que tomando en cuenta la capacidad del proyecto se tomará únicamente 24 TM cada año, se realizarán 3 embarques, es decir 8 Tm por cada uno.

4.3.2 Precios.

Los precios referenciales de exportación según estadísticas del Banco Central, se han mantenido dentro de la banda de USD 7.60 – USD 9.6 por kilo, en el período 2.009 - 2.012, como se puede observar en el cuadro inferior, en el año 2.010 se registró menor precio, debido a las exportaciones de Ecuador, posteriormente en los siguientes años hay un considerable crecimiento de precios que van en aumento llegando hasta el 2.013 con un precio de 10 dólares por kilo.

El precio del harina pre cosida de quinua orgánica está por los 10 000 dólares la tonelada métrica, precio FOB, principalmente en el mercado norteamericano.

Años	Precio(kg/FOB)
2009	7,6
2010	8,4
2011	9,52
2012	9,6
2013	10



GRAFICOS No. 13: PRECIO KG DE QUINUA

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: El Autor

4.3.3 Embases y embalajes

A.) Embases

Los embases estarán en una presentación de fundas de 1kg.



B.) Embalaje

El producto será empacado en funditas de 1kg gramos y embalado en cajas de cartón de 25 centímetros de alto, por 30 centímetros de ancho y 30 centímetros de profundidad, dándonos la oportunidad de almacenar 10 unidades de harina de quinua de 1 kg.



Fuente: Industria cartonera Ecuatoriana S.A, Guayaquil -Guayas

Costo: 0,80 centavos de dólar la unidad.

4.3.4 Partida arancelaria

1008901000-0000-0000

Descripción

Quinoa (chenopodium quinoa)

1901909000

Descripción Comercial: Harina y sémola de quinua, preparada sin polvo de cacao o con él en una proporción inferior al 50% en peso, excepto para la alimentación infantil y acondicionadas para la venta al por menor.

4.3.5 Canales de distribución

Los canales de distribución propuestos se cristalizan en la gráfica siguiente:

Gráfica No. 8: Canales de Distribución y Comercialización Harina de Quinua



GRAFICOS No. 14 CANALES DE DISTRIBUCION

Figura No.2 Canales de Distribución

Fuente: GADM-G

Realizado por: El Autor

4.3.6 Logística Necesaria para la exportación

4.3.6.1 Registro como exportador

Pueden exportar todas las personas naturales o jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país, que estén debidamente registrada y autorizadas por el Servicio Nacional de Aduanas de Ecuador (SENAE).

4.3.6.1.1 Requisitos para ser Exportador

Para ser exportador en el Ecuador es necesario estar registrado en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

4.3.6.1.2 Registro del Exportador ante La SENAE

Para registrarse como exportador ante la Corporación Aduanera Ecuatoriana debe realizar lo siguiente:

- a) Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC)

- b) Registrarse en la página Web de la SENA, ingresando a www.aduana.gov.ec, al link OCE's (Operador de Comercio Exterior), sistema ECUAPASS.

Una vez que realizado el registro, se otorga al exportador una clave con la que podrá acceder a los servicios del Sistema ECUAPASS, el mismo es una herramienta que le permitirá al exportador realizar la declaración electrónica para la exportación y dar seguimiento a sus trámites.

Para este tipo de régimen existe la posibilidad de que sea el exportador mismo quien realice el trámite con la contratar de los servicios de un Agente Afianzado de Aduanas autorizado por la SENA.

4.3.6.2 Documentos básicos

Los documentos básicos deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la declaración aduanera, cuando estos sean exigidos.

- Factura comercial
- Certificado de Inspección
- Documento de transporte
- Póliza de seguro
- Certificado de origen
- DAU
- DAV
- Visto Bueno del B.C.E.
- Autorización de importación.
- Principales OCE operadores de Comercio Exterior:
 - Aduanas
 - Agentes de Aduana
 - Importador - Exportador
 - Verificadora
 - Empresa de Transporte

- Desconsolidador de Carga
- Almacén - Depósitos.

4.3.6.3 Logística de salida

Solicitar en el Departamento de Comercio Exterior de la SENAE, la Tarjeta de Identificación Exportador/Importador, llenar los datos y entregarla adjuntando la documentación requerida:

Personas jurídicas:

- Copia del Registro Único de Contribuyente RUC.
- Copia de la constitución de la compañía.
- Comunicación suscrita por el representante legal constando:
 - Dirección domiciliaria
 - Número telefónico
 - Nombres y apellidos de personas autorizadas para firmar las declaraciones de exportación y números de cédula de identidad.
- Copia del nombramiento de representante legal.
- Copia de Cédula de identidad del representante legal.

Tramites de Exportación

Obtención del Visto Bueno del Formulario Único de Exportación en la banca privada autorizado por el Banco Central del Ecuador (BCE).

Presentar la declaración de exportación, en el Formulario Único de Exportación FUE (original y 5 copias)

- Adjuntar la factura comercial (original y cinco copias), en donde debe constar la descripción de la mercadería a exportarse
- No como un requisito obligatorio sino como un complemento, puede ser necesario una “listas de bultos” (packing List), especialmente cuando se embarca

ciertos números de unidades del producto, o si varía las dimensiones el peso o contenido de cada unidad.

- Para el visto bueno los documentos deben ser presentados ante los bancos corresponsales del Banco Central.
- El FUE en general, tiene un plazo de validez indefinido y es válido por un solo embarque; excepto cuando se trata de casos especiales, en donde tendrá un plazo de validez de 15 días:
 - Cuando los productos a exportarse estén sujetos a precios mínimos referenciales, cuotas, restricciones o autorizaciones previas.
 - Los productos a exportarse perecibles en estado natural, negociado bajo la modalidad de ventas en consignación.

En este caso si se permite que se hagan embarques parciales dentro del plazo de los 15 días

Personas jurídica:

- Copia del Registro Único de Contribuyente (**RUC**).
- Copia de la constitución de la compañía.
- Comunicación suscrita por el representante legal constanding:
 - Dirección domiciliaria
 - Número telefónico
 - Nombres y apellidos de personas autorizadas para firmar las declaraciones de exportación y números de cédula de identidad.
- Copia del nombramiento de representante legal.
- Copia de Cédula de identidad del representante legal.

Certificados y Permisos Nacionales

CUADRO No. 145: ORGANISMOS QUE EMITEN CERTIFICADOS EN ECUADOR

ORGANISMOS	CERTIFICADO
Departamento de Sanidad Vegetal del Ministerio de Agricultura y Ganadería. Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria, SESA, o Inspector de Cuarentena Vegetal en puertos, aeropuertos y aduanas.	Certificado fitosanitario: para productos de origen vegetal no industrializados.
SESA	Certificado de residualidad de plaguicidas: para flores naturales exportadas a Uruguay
Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez	Certificado sanitario: para exportar frutas y hortalizas frescas a la UE
Departamento de Sanidad Animal del Ministerio de Agricultura, SESA	Certificado zoo-sanitario: para exportar animales, productos y subproductos de origen animal.
Veterinario acreditado	Certificado de vacunación y/o salud: para exportar animales vivos.
Instituto Nacional de Pesca	Certificado icto sanitario: para productos del mar y derivados.
Instituto Izquieta Pérez	Certificado sanitario: para exportar productos del mar frescos a la Comunidad Económica Europea.

A continuación detallamos las principales condiciones previas para exportar y sus aspectos a considerar.

Requerimiento Para el Producto

- Verificación de productos exportables y/o requerimientos especiales
- Detalles comerciales y técnicos:
 - Cantidad
 - Calidad

- Precio
- Diseño
- Envase y embalaje
- Disponibilidad
- Tiempo de entrada
- Transporte
- Seguro

Requisitos y Trámites Generales

El Exportador deberá preparar la siguiente documentación:

Declaración en Aduana del Valor Dav

Adquisición del DAV

- Se adquiere en la ventanilla de la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE) y se llena según las instrucciones indicadas al reverso.

Plazo de validez

- **Indefinido:** si el producto a exportarse no tiene restricción (cupos, autorizaciones o precio referencial).

Modificaciones

- Es factible modificar el **DAV** antes del embarque. Si el destino cambia, se debe modificar el **DAV** antes de los 10 días posteriores. Si no se exporta, se debe devolver en un plazo máximo de 30 días a partir de la fecha de caducidad del **DAV**.

Factura comercial y lista de empaque

Se deberá elaborar una factura comercial que comprenda un original y 5 copias. La factura debe contener:

- N° de la Declaración en Aduana del Valor (**DAV**).
- Subpartida arancelaria del producto.(harina de quinua precosida)
- Descripción de mercadería, cantidad, peso, valor unitario y valor total de la factura.
- Forma de pago.
- Información del comprador (nombre y dirección).

Procedimientos Aduaneros

Después de obtener el visto bueno del FUE, se efectúa en la aduana los trámites para el aforo, mediante la correspondiente declaración y el embarque de los productos.

El interesado, entrega la mercadería a la Aduana para su custodia hasta que la autoridad naval, aérea o terrestre, autorice la salida del medio de transporte.

Las mercaderías se embarcan directamente, una vez cumplida las formalidades aduaneras y el pago de gravámenes o tasas correspondientes.

La Aduana puede aceptar la declaración y realizar el despacho de la mercancía, incluso no presentándose todos los documentos, pero a condición de ser presentados en un plazo no mayor a 30 días y de que los productos no sean de prohibida exportación. La declaración deberá presentarse en la Aduana de salida en un plazo que va desde 7 días previos hasta 15 días posteriores al ingreso de las mercancías a la Zona Primaria Aduanera. De no cumplirse este requisito, la mercadería podrá ser declarada por la Aduana como en "abandono tácito". Realizado el despacho de la mercadería, el exportador deberá confrontar en la Aduana el Documento de Embarque (guía aérea, carta de porte o conocimiento de embarque) y las cantidades embarcadas.

Declaración aduanera

Se hace un documento escrito adjuntando:

- DAV aprobado
- Original o copia negociable del conocimiento de embarque, guía aérea, carta o porte.
- Factura comercial
- Autorizaciones previas
- Certificado de inspección.
- Otros requisitos exigibles

Trámites Especiales Para Exportar

En determinados casos, algunas mercaderías para su exportación se rigen por ciertas regulaciones y trámites especiales adicionales a los ya indicados; de los cuales unos requisitos son exigibles para los trámites internos y otros son exigibles por el comercio internacional, por parte de los importadores.

Las exportaciones de harina de quinua precosida desde el Ecuador no presentan tarifas arancelarias en los principales mercados de destino, debido a los acuerdos regionales de tratamiento preferencial.

Europa no aplica arancel en las exportaciones ecuatorianas debido a la aplicación del Sistema Generalizado de Preferencias para los Países Andinos (SGP)

Requisitos Exigibles Para el Trámite Interno

- **Certificado de calidad.**-la harina de quinua precosida previo a la exportación, los interesados deben obtener una certificación de calidad del producto; que al momento lo expide la Corporación Bolsa Nacional de Productos Agropecuarios.
- **Conocimiento de embarque (B/L, AWB, WB):** documento que certifica que las mercancías han sido recibidas por el transportista.

- **Certificado de origen:** documento que certifica que la mercancía ha sido elaborada en el Ecuador; permite acogerse a beneficios arancelarios en los países de destino.
- **Certificado fitosanitario:** documento que certifica que las plantas o vegetales frescos se encuentran libres de plagas.
- **Certificado sanitario:** documento que certifica que el producto a exportar es apto para el consumo humano (alimentos, medicinas).
- **Certificación orgánica,** que es al mismo tiempo la más difícil de obtener, ya que la agricultura orgánica se distingue en algunas de sus bases de la agricultura convencional. Algunas empresas y productores cuentan ya con una certificación orgánica para hierbas aromáticas o medicinales o están embargando en la agricultura orgánica con fines de obtener una certificación internacional:
 - CEDEIN
 - ERPE
 - Asociación Jambi Kiwa
- **Otras certificaciones de calidad e inocuidad del producto: HACCP y GAP.-** Pocos productores / procesadores en el país cuentan con estos certificados o están en capacidad de cumplir con estas normas relacionados con la calidad, calidad sanitaria y ambiental. Con el HACCP registramos a compañías como Cultivos Orgánicos de Ecuador o Industrias Lojana de Especierías ILE.

Documentos requeridos para el ingreso de mercaderías al exterior

Los interesados en exportar material o productos agropecuarios en cualquiera de sus formas y que no sean de prohibida exportación, deberán obtener los siguientes certificados:

Envío Comercial:

- **Dos facturas comerciales.-**Contenido el valor **FOB** o **CIF**, dependiendo el término de venta.

➤ **Certificado de origen.-** Esta certificación se requiere para aquellas mercancías que van a ser exportadas a los países de ALADI, COMUNIDAD ANDINA. Sistema General de Preferencias (países de la Comunidad Europea) y a los Estados Unidos de Norte América, según lo establecido en la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas. Para los envíos que excedan los 60.10 dólares y 20 (Kg), por paquete. No es requerido para mercancías que contengan marcas de fábricas que indican el Origen, bajo condición que los documentos de transporte indiquen estas señales. Estos documentos deben incluir los datos básicos que son los siguientes:

- Nombre y dirección del remitente
- Teléfono
- Tipo
- Marcas y numeración de los paquetes
- Preso Bruto y Neto (si es necesario las unidades en número o medidas).

De los bienes, especificando el tipo de los mismos, medios de transporte. Este certificado debe ser expedito por consulados, embajadas o Cámaras de Comercio local en el país exportador, al menos seis meses antes de arribo de la mercancía.

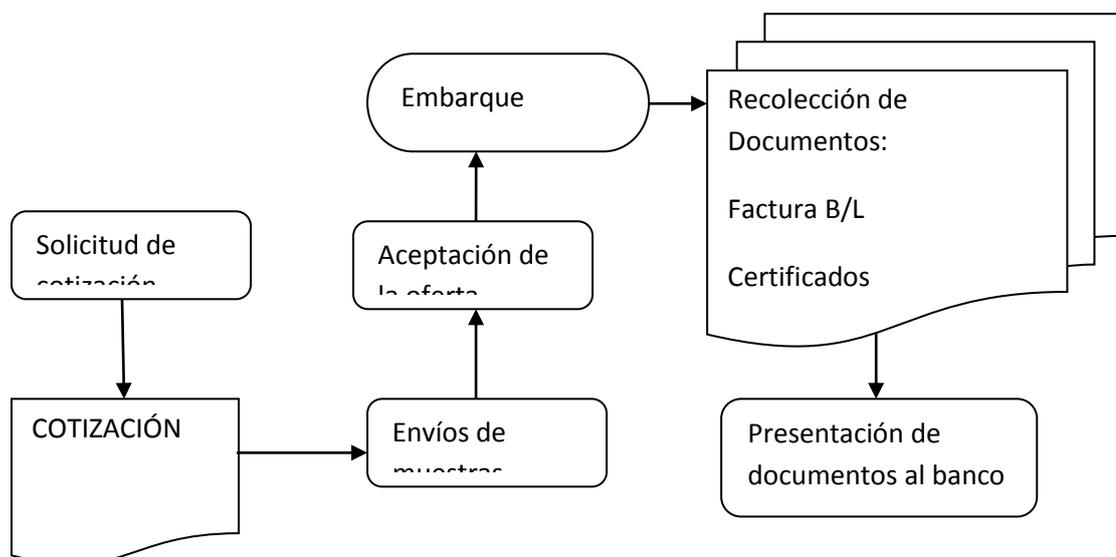
Los Certificados de Origen son expedidos por el Ministerio de Comercio Exterior y por delegación suya, por las Cámaras de: Industrias Pequeña Industria, Comercio, Artesanos, y por la Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR).

➤ **Licencia de Importación.-** Para envíos que excedan los 60.10 Euros y 20 (Kg), por paquete. Licencia de Importación del Ministerio de Comercio (Director del Comercio Exterior) para bienes no liberalizados. Este documento debe ir acompañada con la Factura emitida por el exportador mostrando el valor FOB y CIF de la mercancía (incluyendo los otros costos de transportes y seguro).

➤ **Registro sanitario.-** Productos alimenticios industrializados, aditivos, medicamentos o materia prima para elaborarlos, productos farmacéuticos, productos de tocador, plaguicidas. Se solicita registro para exportación, adjuntando documentos y muestras al Instituto de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez.

- **Certificado de libre venta en el país.**-Aplicable a medicinas, alimentos, productos de higiene o cosméticos. Plaguicidas, material médico quirúrgico Trámite en el Ministerio de Salud Pública.

Proceso de una Exportación



GRAFICOS No. 15: PROCESO DE EXPOTRTACION

Figura No.4 Pre-Embarque

Fuente:GADM-G

Realizado por: El Autor

Envío de la cotización formal por fax o e-mail

- Datos de nuestra empresa
- Descripción exacta del producto y partida arancelaria
- Cantidad, peso, volumen y embalaje
- Precio / término comercial
- Medio de transporte a utilizar
- Fecha posible de embarque / plazos
- Medio de pago a utilizar.
- Lugar de embarque / desembarque
- Certificaciones, inspecciones

- Condiciones de venta
- Vigencia de la cotización, este es muy importante ya que de esa manera se podrá dar a conocer a nuestros clientes el tiempo que tienen para confirmar la exportación.

A estos documentos se adjunta el código bancario swift por el monto total de la exportación.

Envío de muestras:

GADM-G envía muestras del producto adjuntando una ficha técnica del mismo, esto se lo hace por medio de DHL, correo postal, etc. Estas muestras son sin valor comercial (MSVC), es decir el cliente no paga el envío ni el valor de las muestras; por lo tanto las muestras deben coincidir con lo especificado en la cotización remitida.

El cliente luego de analizar las muestras que envió la empresa, remite una orden de compra (O/C) la misma que tiene validez como **Contrato de Compra Internacional**, y así se da inicio a la exportación. Es importante que la empresa elabore un programa para cumplir con los plazos estipulados de esa manera no perderá la credibilidad del cliente.

Pre embarque

La Orden de Embarque, es el documento por el cual se proporciona a la SENA E la información preliminar de las mercancías a ser exportadas, utilizando el formulario electrónico diseñado para el efecto.

La Orden de Embarque, la cual contiene información del declarante, régimen precedente, consignatario, partida, descripción arancelaria y comercial, valor aduanero, peso de las mercancías, entre otros datos.

El declarante es personal y pecuniariamente responsable por la exactitud de los datos consignados en la Orden de Embarque. En el caso de personas jurídicas, la responsabilidad recae en su Representante Legal.

La Orden de Embarque es única y de carácter personal, consecuentemente se formula independientemente por cada exportador o Agente de Aduanas debidamente autorizado para el efecto y se presenta bajo el formato determinado.

Se puede presentar la Orden de Embarque en el Distrito de salida de las mercancías.

La Orden de Embarque, incluso las operaciones que se deriven de ella, se efectúa mediante la transmisión electrónica de datos de acuerdo al formato de “Mensaje de Datos”, establecido por la autoridad aduanera.

Esta orden de embarque se inicia con la transmisión y presentación del Régimen 15, que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar.

El exportador o su Agente de Aduana deberán transmitir electrónicamente al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, en el cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional. Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema **ECUAPASS**, el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero (Zona Primaria) donde se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

Para la presentación de la Orden de Embarque en el departamento de Zona Primaria y que la misma sea autorizada, es obligatorio se anexe la siguiente documentación:

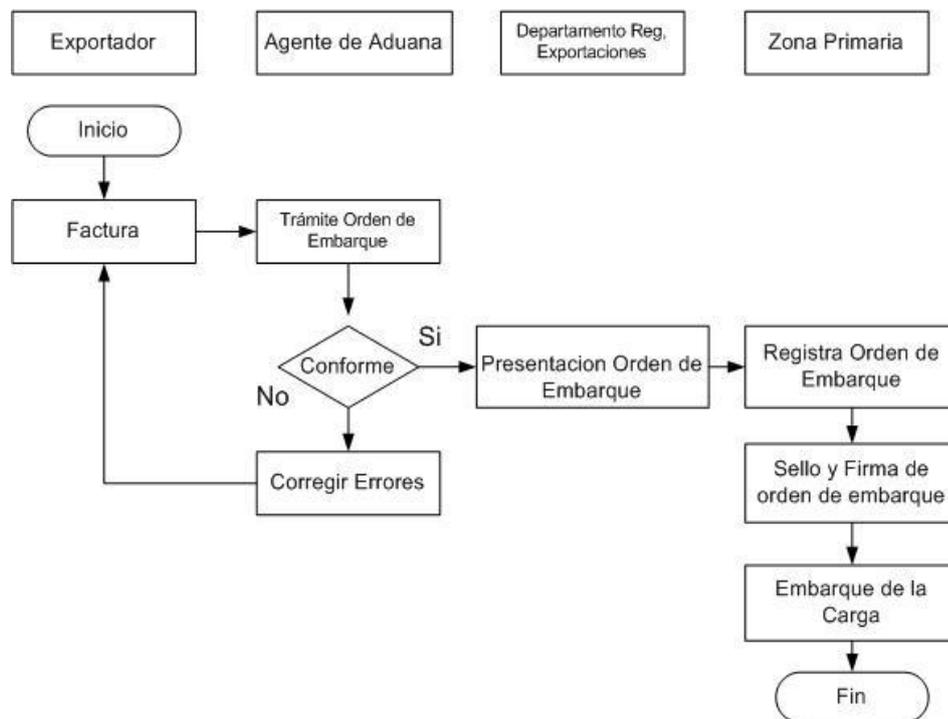
- Factura comercial;

- Corte de guía;
- Packing list;
- Certificado de Origen cuando amerite.

Luego de aprobada la Orden de Embarque en el ECUAPASS, el exportador o su agente afianzado deberán legalizar esta exportación en el Departamento de Zona Primaria y cumplido este proceso se está autorizado para enviar la mercancía al país de destino. El siguiente paso es la entrega de la mercancía a la agencia de carga, ésta es la encargada de trasladarla a la Bodega de Almacenamiento Temporal, para posteriormente ejecutarse la inspección por parte de antinarcóticos y luego de ésta la mercancía está lista para ser embarcada.

Flujo grama de la Fase de Pre-Embarque

GRAFICO 4



GRAFICOS No. 16: PRE-EMBARQUE

Figura No.4 Pre-Embarque

Fuente: GADM-G

Realizado por: El Autor

Post-Embarque

Para la legalización de la Declaración Aduanera Única de la Exportación a Consumo se transmite a través del ECUAPASS la declaración del Régimen 40 ya sea por parte del Exportador o el Agente de Aduanas, en el que se detallan las mercancías exportadas, el régimen al que corresponden, consignatario, medio de transporte, partida, descripción arancelaria y comercial, valor aduanero.

Esta declaración aduanera es única y de carácter personal, consecuentemente se formula independientemente por cada exportador en forma personal o a través de un Agente de Aduanas debidamente autorizado para el efecto y se presenta bajo el formato determinado por la SENA, sea a través de medios electrónicos o documentales de acuerdo a la normativa que para el efecto dicte dicho servicio aduanero.

Según el Art. 46 del Reglamento General del COPCI, esta declaración se transmite en aplicación del Art. 43 de la ley, Obligatoriedad y plazo que señala, que el propietario, consignatario o consignante, en su caso, personalmente o a través de un Agente de Aduanas, presentará en el formulario correspondiente, la declaración de las mercancías provenientes del extranjero o con destino a él, en la que solicitará el régimen aduanero al que se someterán.

El declarante es personal y pecuniariamente responsable por la exactitud de los datos consignados en la declaración. En el caso de personas jurídicas, la responsabilidad recae en la persona de su representante legal.

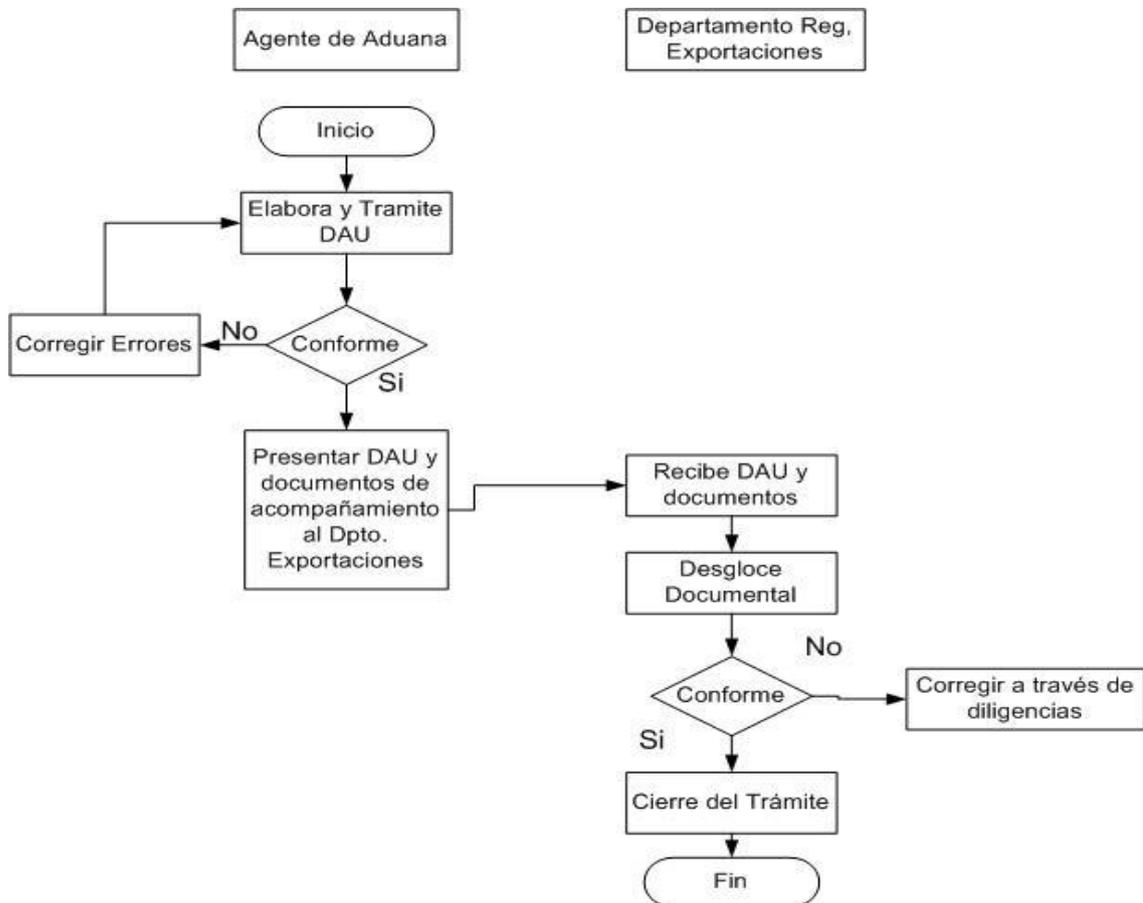
En las exportaciones, la declaración se presenta en la aduana de salida, desde siete días antes hasta quince días hábiles siguientes al ingreso de las mercancías a la zona primaria aduanera.

En la importación y en la exportación a consumo, la declaración incluye la autoliquidación de los tributos correspondientes.

Flujo grama de Fase de Post-Embarque

GRAFICO 5

Fase de Post-Embarque



GRAFICOS No. 17: POST- EMBARQUE

Figura No.5 Post-Embarque

Fuente:GADM-G

Realizado por: El Autor

Luego de este proceso la persona natural o jurídica está apta para realizar exportaciones, pero es necesario verificar si el producto, por su naturaleza, exige documentos de control previo (restricciones), o si está sujeto a cuotas de exportación.

4.3.6.4 Métodos de distribución. E-export

Métodos de distribución. E-export

Comercio Justo

- Tiendas de Comercio Justo
- Vendedores a pequeña escala
- Tiendas de Comercio electrónico con énfasis en Comercio Justo
- Supermercados

Consideramos que la distribución puede hacerse inicialmente a través de los contactos, mercados en los cuales ya se han distribuido otros productos de la empresa y que además conocen, la calidad de éstos, tal es el caso de supermercados y empresas dedicadas a la comercialización de estos productos.

Más adelante la distribución a través de agencias de venta exclusiva de nuestro producto o de productos similares (gestionadas a través de joint-venture)

Los distribuidores pueden ser:

Comerciales tales como panaderías, tiendas de productos naturales, locales comerciales etc.

Utilizaremos las principales cadenas de supermercados que venderán nuestros productos dentro del mercado Estado Unidense New York:

- COLRUYT
- DERHAIZE
- TIENDAS PROVEEDORAS

La tendencia en la concentración de los canales de distribución para harina de quinua hacia los países de Norte América está aumentando cada día. El contacto directo entre productores o exportadores y los múltiples canales de distribución son cada vez menos comunes, especialmente cuando los productos cuentan con un valor agregado. Es por ello que algunos de los importadores se han vuelto sus propios proveedores en servicios como la logística de transporte, los controles de calidad, y la coordinación de toda la cadena productiva agrícola. Desde el productor hasta el consumidor final, Los productos que incursionen en este mercado deben pasar por tres niveles de comercialización:

- **El Productor/Exportador:** Producen y empaican el producto para enviarlo al importador. Generalmente venden a detallistas dentro de su misma área local.
- **Mayoristas:** Locales de mayoristas y exportación son las conexiones esenciales en la cadena de productores a consumidores. Ellos son los que arreglan los temas concernientes al transporte para que llegue a lugar destino con las tiendas minoristas.
- **Tiendas detallistas:** En este canal, la decisión de compra la tiene en consumidor final. Dentro de los canales convencionales de venta al menudeo en New York, se encuentran los hipermercados, supermercados, los mercados locales y las carretas de venta en la calle.

4.3.6.5 Objetivos de venta y proyección de resultados

El objetivo es exportar 8 Tm de harina de quinua pre cosida por embarque al mercado Norte Americano Ciudad de New York con un peso total de 8 000kg.

La mercadería será embarcada y transportada por INTERCILSA, ECUALINE (transportes marítimos), mediante los buques, los mismos que se encuentra ubicada en el puerto marítimo de Guayaquil.

Tipo de Contenedor



Para la exportación de la harina de quinua pre cosida al mercado Norte Americano ciudad de New York utilizaremos un contenedor de 40 pies. Con una capacidad para 48 pallets donde cada uno de ellos lleva 25 cajas de 10 kg. (10 fundas de 1kg por caja) con un peso total de embarque de 8000kg. Repartidos en 32 pallets.

4.3.7 Estrategias

4.3.7.1 Estrategias para entrar en el mercado Norte Americano

Estrategia No 1: Utilizar agentes o brokers

En lo que se refiere al comercio si un exportador desea introducir o mantener un producto con su propia marca debe utilizar agentes o brokers que trabajan con mayoristas o centros de distribución para minoristas o a su vez montar una filial o entrar directamente en los canales de distribución de minoristas. En el rubro de alimentos, el comercio se realiza a través de los supermercados tradicionales y los comercios rápidos o “express stores”

Estrategia No 2: ingreso al mercado

Para ingresar al mercado Norte Americano en particular New York, se deberá realizar las siguientes consideraciones estratégicas:

1. Si estás en Norte América, compórtate como los Norte Americanos. Las personas de diferentes lugares tienen diferentes maneras de realizar negocios, lo que le da gran importancia al hecho de hacer las cosas de la manera en la que la gente del lugar al que vamos está acostumbrada.
2. Tomar en cuenta lo necesario que es un guía con experiencia en temas no tradicionales tales como el Networking, los Venture Capitalists, Business Etiquette, etc. Si se cuenta con un guía que lo lleve de la mano, que conozca el mercado y sepa lo que se necesita, ingresar en el mercado Americano no es tan costoso. En cambio, si uno trata de hacerlo improvisadamente se pueden gastar grandes sumas de dinero sin obtener los resultados deseados.
3. Considerar que la dificultad más grande no es la diferencia cambiaria, sino la diferencia cultural. Es una traba enorme y muy difícil de sobrellevar si no se cuenta con alguien que conoce las dos caras de la moneda. Lamentablemente, contrario a lo

que nos gustaría muchas veces creer, somos nosotros los que tenemos que adaptarnos a su manera de hacer negocios, y no los Americanos a la nuestra.

4. Los productos y servicios con mayores oportunidades son obviamente los innovadores o revolucionarios. Pero no nos debemos olvidar de algo que nuestra economía nos da el lujo de permitirnos: Lo Artesanal La Calidad, y lo natural.
5. Considerar la plataforma universal en la gestión de negocios que es la Internet, que da las ventajas de la ubicuidad y el tiempo real.
6. Oportunidades para Ecuador contar sin la diferencia cambiaria lo que potencia la colocación de productos y servicios en el mercado norteamericano.
7. Buscar Socios Norteamericanos para emprendimientos internacionales y Compradores norteamericanos de productos y servicios para el mercado domestico americano o para el mercado internacional.
8. Desarrollar canales de distribución y socios para Compañías instaladas en USA, Europa y Latinoamérica. Ayudar a Emprendedores a encontrar un equipo gerencial que se ajuste a sus requerimientos personales.

Desarrollar un modelo de cooperación empresarial para que las empresas puedan contar con un modelo de tiempo compartido que les permita: Un repositorio de oportunidades comerciales para que puedan ver en tiempo real las propuestas

4.3.7.2 Estrategias para negociar con New York

Las negociaciones en New York son difíciles, y si como GADM-G no la práctica a menudo entonces rara vez podrá hacerlo bien. Frecuentemente si no tenemos experiencia previa dejamos la mesa de negociación con la sensación de que lo hemos hecho todo mal o que la otra parte tomó ventaja de la situación, por ello será necesario tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

- Si no sabemos lo que estamos tratando de lograr en la negociación, es prácticamente seguro que no llegaremos a obtenerlo. Entonces antes de entrar en cualquier negociación, debemos sentarnos y pensar, cual es el objetivo a buscar y darle prioridad al mismo y el resto de las necesidades. Si sabe tanto lo que usted necesita y lo que el otro quiere y puede otorgar, y puede establecer convenientemente las prioridades, le resultará más fácil establecer una base de negociación que llegará a un acuerdo aceptable con mayor rapidez.
- Nunca negociar un contrato que no se pueda cumplir con los plazos, ya sea para la negociación o la fecha de entrega. Será necesario conocer cuáles son las presiones y que está debajo de los proveedores para ayudarle a evitar que se pongan en desventaja y tener que renegociar el acuerdo más adelante.
- Se buscará siempre acuerdos ganar/ganar. Es siempre el mejor escenario para una buena negociación pero no estamos siempre obligados a crearlo, sino más bien a tratar de inducirlo. Por otro lado, hay negociadores que creen que la única manera de ganar es si la parte del otro lado pierde. Nunca es conveniente participar de ese tipo de negociación.
- Una vez que usted tiene una base de información sobre la cual trabajar, debe elaborar un plan para negociar a partir de sus puntos fuertes y reforzar sus debilidades. Asegúrese de que la otra parte y no usted está bajo las limitaciones de tiempo.
- El dinero a veces no es lo más importante en la lista de uno y otro lado. Negocie primero conforme a sus prioridades para que no se encuentre en apuros. Para un vendedor, los elementos que podrían ser más importantes como objetivos son el volumen de la operación, obtener una cuenta de buena referencia, obtención de referencias por un trabajo bien hecho, y/o conseguir una buena publicidad.
- Una de las habilidades clave de un negociador es la nivelación. Esto significa asegurarse de que está hablando con el otro como un igual, ajustándose a la misma lengua y que no aparezca como una amenaza.

- Asegúrese de que existan cláusulas de salida con las sanciones por incumplimiento correspondientes. No es divertido tener que pagarle a dos proveedores por el mismo trabajo. Si el vendedor que contrató no puede realizar el trabajo, asegúrese de que ha diseñado alguna forma de involucrar a otro y tienen el compromiso del primer proveedor de pagar el problema. Conocer y asegurar que se han detallado claramente todas las condiciones de rescisión del contrato por ambas partes.
- Cuando las metas se alcanzan, ya está todo resuelto. Alcanzar pronto un acuerdo, y conseguir firmarlo.

Para realizar una adecuada negociación con los clientes en New York se considerará los siguientes aspectos:

Las Citas

- Se enfatiza mucho en la puntualidad
- En los Estados Unidos, las personas primero escriben el mes, luego el día y por último el año
- Son necesarias las citas previas
- La semana de trabajo es de lunes a viernes desde las ocho y media o nueve de la mañana hasta las cinco o seis de la tarde, muchas personas trabajan horas extras.

La Negociación

- Los negocios se realizan de manera más rápida en comparación con otras culturas.
- Mientras el tener numerosos contactos y conocer más personas es valorado en la industria, esto no funciona para los vendedores. Para ellos es mucho más importante su historial de récords de ventas.
- Los aspectos financieros más importantes, la nueva tecnología y los beneficios a corto plazo son lo que se enfoca en las negociaciones.
- Antes de iniciar una negociación se suele dar un breve diálogo entre ambas partes.
- No debe importar si la persona con la que se negocia es hombre o mujer, excepto cuando se trata de hacer preguntas personales. Nunca se debe preguntar a una mujer

si es casada o no. Si una mujer menciona q si es casada, usted debería preguntarle unas pocas preguntas corteses a cerca de su esposo e hijos.

- La frase con la que usualmente se inicia una conversación es ¿qué es lo que hace?. Esto significa qué clase de trabajo realiza y para quién. Esto no es considerado rudo o aburrido.
- Hasta que no conozca bien a la otra parte con la que negocia, evite discutir acerca de religión, dinero política y otros temas controversiales
- Algunos temas comunes de conversación son: el trabajo, viajes, comida, ejercicio, deporte, música, películas y libros.
- Antes de fumar, pregunte si esto no es molesto para alguna persona, o espere hasta ver si las demás personas también fuman. Fumar es prohibido en los lugares públicos.
- La mayoría de las personas de negocios tienen tarjetas de identificación, pero estas cartas no deben ser intercambiadas a menos que quiera contactar a la otra persona en otra ocasión.
- El entregar una tarjeta nunca será rechazado, pero no se ofenda si no recibe a cambio la tarjeta de la otra persona.
- Su tarjeta posiblemente sea colocada en una billetera o en el bolsillo trasero del pantalón. Esto no es una falta de respeto.

4.3.7.3 Términos de la negociación

Dentro de las cláusulas de precio, se utilizarán los Incoterm, cada término permite determinar los elementos que lo componen. La selección del Incoterm influye sobre el costo del contrato, por ello los términos de negociación son:

FOB (Free On Board) - Libre a Bordo (puerto de carga convenido)

El costo del transporte lo asume el comprador, es decir la responsabilidad del vendedor termina cuando las mercaderías sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque convenido.

El comprador debe soportar todos los costos y riesgos de la pérdida y el daño de las mercaderías desde aquel punto.

El término FOB exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación.

Obligaciones del vendedor

GADM-G se compromete ante el comprador:

- Entregar la mercadería y documentos necesario
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica (ciudad de Guamate al lugar de exportación (puerto de Guayaquil)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)

Obligaciones del Comprador

Dentro de las obligaciones que asume la empresa que compra el producto están:

- Pago de la mercadería
- Flete y seguro (de lugar de exportación Ecuador al lugar de importación Estados Unidos Miami).

	Modalidad	Indicador	Embalaje verificación documentación	Carga	Transporte interior	Formalidades aduaneras exportación	Costos manipulación	Transporte principal	Seguros	Costos manipulación	Formalidades aduaneras importación	Transporte interior	Entrega
EXW Franco fábrica. Ex works.	Polivalente	Coste	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
		Riesgo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FAS Franco al costado del buque. Free alongside ship.	Marítimo	Coste	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
		Riesgo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FCA Franco transportista. Free carrier.	Polivalente	Coste	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
		Riesgo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FOB Franco a bordo. Free on board.	Marítimo	Coste	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
		Riesgo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CFR Coste y flete. Cost and freight.	Marítimo	Coste	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
		Riesgo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIF Coste seguro y flete. Cost, insurance and freight.	Marítimo	Coste	■	■	■	■	■	■	■*	■	■	■	■
		Riesgo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CPT Transporte pagado hasta. Carriage paid to.	Polivalente	Coste	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
		Riesgo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIP Transporte y seguro pagado hasta. Carriage and insurance paid to.	Polivalente	Coste	■	■	■	■	■	■	■*	■	■	■	■
		Riesgo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAF Entrega en frontera. Delivered at frontier.	Polivalente	Coste	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
		Riesgo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DES Franco fábrica. Delivered Ex Ship.	Marítimo	Coste	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
		Riesgo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DEQ Entrega sobre muelle. Delivered Ex Quay.	Marítimo	Coste	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
		Riesgo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DDU Entrega derechos no pagados. Delivered Duty Unpaid.	Polivalente	Coste	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
		Riesgo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DDU Entrega derechos pagados. Delivered Duty Paid.	Polivalente	Coste	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
		Riesgo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

■ Vendedor ■ Comprador ■ ■ Vendedor/Comprador ■ ■ Se pueden pactar diferentes puntos (lugares de entrega) * Obligatorio

GRAFICOS No. 18: TERMINOS DE NEGOCIACION

Fuente: Diccionario Glosario de Comercio Exterior (2012)

4.3.7.4 Condiciones de la negociación

Dentro de las condiciones que asume GADM-G para la realización de las exportaciones están las siguientes:

- Enviar la mercancía en un contenedor de 40 pies: con 32 euro pallets, cada pales de 25 cajas con 10Kg de harina pre cosida de quinua por caja.
- Entregar el contenedor en el puerto de Guayaquil en la fecha, día y hora pactada.

4.4 UNIDAD 4 ANÁLISIS ECONÓMICO- FINANCIERO

4.4.1 Costos

Dentro de los costos a llevar acabo están los siguientes:

CUADRO No. 156: HOJA DE COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCION

HOJA DE COSTOS Y GASTOS PRODUCCION					
PRODUCTO: HARINA DE QUINUA			UNIDADES PRODUCIDAS: 8 Tn		
COSTOS DE PRODUCCIÓN (PLANTA)					
DETALLE	DIA	CANTIDAD	UND MED	V/ UNIT	V. M
COSTO DIRECTO					41.516,22
MATERIA PRIMA DIRECTA					40.000,00
QUINUA		160,00	qq	250,00	40.000,00
MANO DE OBRA DIRECTA					1.516,22
Jefe de calidad		1,00	Trabajador	558,6	558,60
Trabajadores		2,00	Trabajador	478,81	957,62
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION					1.993,10
MATERIA PRIMA INDIRECTA					1.760,00
Embalaje		8.000,00	Kg	0,20	1.600,00
Etiquetado		8.000,00	Kg	0,02	160,00
SUMINISTROS Y MATERIALES					233,10
Insumos de oficina producción	30			0,32	9,60
Insumos de seguridad industrial	30			7,15	214,50
Insumos de limpieza	30			0,30	9,00
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN					43.509,32

Y los costos operacionales que se muestran a continuación:

GASTOS OPERACIONALES

CUADRO No. 167: GASTOS OPERACIONALES

GASTO OPERACIONAL					2.003,95
<u>Gastos de Administración</u>					1.037,95
Gerente	30	1,00	U	957,55	
Suministros y Materiales				20,40	
Material para oficina	30	0,5		15,00	
Impresos	30	0,09		2,70	
Útiles de aseo y limpieza	30	0,09		2,70	
Servicios Básicos	30	2		60,00	
Gastos de Ventas					966,00
Publicidad		800	cajas	0,60	480,00
Transporte	160		qq	2,10	336,00
Logística internacional					150,00
Gastos Financieros					581,78
Interese Bancarios	30	19,39		581,78	
TOTAL COSTO DE VENTA					45.513,27

4.4.1.2 Costo total de operación de exportación

CUADRO No. 18: HOJA DE COSTOS Y GASTOS TOTALES

HOJA DE COSTOS Y GASTOS TOTALES					
PRODUCTO: HARINA DE QUINUA			UNIDADES PRODUCIDAS: 8 Tn		
COSTOS DE PRODUCCIÓN (PLANTA)					
DETALLE	DIA	CANTIDAD	UND MED	V/ UNIT	V. M
COSTO DIRECTO					41.516,22
MATERIA PRIMA DIRECTA					40.000,00
QUINUA		160,00	qq	250,00	40.000,00
MANO DE OBRA DIRECTA					1.516,22
Jefe de calidad		1,00	Trabajador	558,6	558,60
Trabajadores		2,00	Trabajador	478,81	957,62
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION					1.993,10
MATERIA PRIMA INDIRECTA					1.760,00
Embalaje		8.000,00	Kg	0,20	1.600,00
Etiquetado		8.000,00	Kg	0,02	160,00
SUMINISTROS Y MATERIALES					233,10
Insumos de oficina producción	30			0,32	9,60
Insumos de seguridad industrial	30			7,15	214,50
Insumos de limpieza	30			0,30	9,00
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN					43.509,32
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN					271,93
GASTO OPERACIONAL					2.003,95

Gastos de Administración					1.037,95
Gerente	30	1,00	U	957,55	
Suministros y Materiales				20,40	
Material para oficina	30	0,5		15,00	
Impresos	30	0,09		2,70	
Útiles de aseo y limpieza	30	0,09		2,70	
Servicios Básicos	30	2		60,00	
Gastos de Ventas					966,00
Publicidad		800	Cajas	0,60	480,00
Transporte	160		Qq	2,10	336,00
Logística internacional					150,00
Gastos Financieros					581,78
Interese Bancarios	30	19,39		581,78	
TOTAL COSTO DE VENTA					45.513,27
COSTO UNITARIO DE VENTA					284,46
50%					142,23
PRECIO DE VENTA DE UN qq					426,69

Fuente: Costos de producción y costos y gastos Operacionales

Realizado por: El Autor

4.4.1.2 Inversiones

Las inversiones las dividimos en fijas, intangibles y capital de trabajo, y estas se muestran a continuación:

- **Inversiones Fijas**

INVERSIONES

CUADRO No. 19: INVERSIONES

INVERSIONES				
FIJAS				
DETALLE	AÑO	CANT.	V/U	V/COMPRA
Equipo de automatización básico (cinta receptora, mesa de lavado, sistema de cocción, empaque	2014	1	7800	7800
TOTAL				7800
TER – OVRASC				
DETALLE	AÑO	CANT	V/U	V/COMPRA
TERRENO	2014	1	M2	30549,96
OBRA CIVIL	2014	1	M2	63000
TOTAL				93549,96
DETALLE	AÑO	CANT	V/U	V/COMPRA
ESCRITORIOS	2014	2	50	100
SILLAS	2014	4	15	60
ARCHIVADOR	2014	1	40	40
TELEFONO	2014	1	15	15
COMPU-IMPRESORA	2014	1	780	780
TOTAL				995
DETALLE	AÑO	CANT	V/U	V/COMPRA
VEHICULO Dmax C/S	2014	1	25000	25000
MOLINO HARINA	2014	1	8200	8200
ROMANA	2014	1	600	600
EQUIPO DE AUTOMATIZACION BASICA	2014	1	7500	7500
SISTEMA DE CONTROL DE TEMPERATURA	2014	1	1800	1800
TOTAL				43100
TOTAL INVERSION				145444,96

Fuente: Requerimientos técnicos para la elaboración de la harina pre cocida

Realizado por: El Autor

- **Inversiones intangibles**

Activos Nominales	Costo
Gastos de Constitución	800
Estudio Técnico	700
Gasto de Puesta en Marcha	1.200,00
Total gastos Nominales	2.700,00

DEPRECIACIONES

CUADRO No. 170: DEPRECIACIONES

DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPO DE PLANTA								
ITEM	DETALLE	AÑO	PRECIO	V / S	V / D	D / A	D / M	D / H
1	Edificio	2014	63000,00	3150,00	59850,00	2992,50	249,38	1,60
2	vehículos DmaxC/S	2014	25000,00	5000,00	20000,00	4000,00	333,33	2,14
3	Equipo de automatización	2014	7800,00	780,00	7020,00	702,00	58,50	0,38
4	Equipo de computación	2014	780,00	78,00	702,00	234,00	19,50	0,13
5	Sistema de control	2014	1800,00	180,00	1620,00	162,00	13,50	0,09
6	Molino de harina	2014	8200,00	820,00	7380,00	738,00	0,00	0,39
7	Romana	2014	600,00	60,00	540,00	54,00	0,00	0,03
TOTAL PLANTA			107180,00			8882,50	674,21	4,74

Amortizaciones

540 dólares durante los próximos 5 años

- **Capital de trabajo**

CUADRO No. 181: PRESUPUESTO CAPITAL DE TRABAJO

3. PRESUPUESTO CAPITAL DE TRABAJO				
ITEM	DETALLE	SUBPARCIAL	PARCIAL	TOTAL
3.1.	COSTOS DE PRODUCCION			43.509,32
	QUINUA	40.000,00		
	MANO DE OBRA DIRECTA	1.516,22		
	Materia prima indirecta	1.760,00		
	Suministros y materiales	233,10		
3.2.	GASTOS OPERACIONALES			1.118,35
3.2.1	GASTOS ADMINISTRATIVOS		1.118,35	
3.2.1.1.	Gerencia	1.037,95		
3.2.1.2.	Suministros y Materiales	20,40		
3.2.1.3.	Servicios	60,00		
3.2.2.	GASTOS DE VENTA		966,00	966,00
3.2.2.1.	Publicidad	480,00		
3.2.2.2.	Transporte	336,00		
3.2.2.3.	Logística internacional	150,00		
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO PARA UN MESES				45.593,67

Punto de equilibrio

CUADRO No. 192: PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO				
ITEM	DETALLE	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	TOTAL
3.1.	COSTOS DE PRODUCCION			43.509,32
3.1.1.	QUINUA		40.000,00	
3.1.2.	MANO DE OBRA DIRECTA	1.516,22		
3.1.3.	Materia prima indirecta		1.760,00	
3.1.4.	Suministros y materiales		233,10	
3.2.	GASTOS OPERACIONALES			
3.2.1	GASTOS ADMINISTRATIVOS			1.118,35
3.2.1.1.	Gerencia	1.037,95		
3.2.1.2.	Suministros y Materiales	20,40		
3.2.1.3.	Servicios	60,00		
3.2.2.	GASTOS DE VENTA			480,00
3.2.2.1.	Publicidad	480,00		
		3.114,57	41.993,10	45.107,67

$$PE = \frac{CF}{PR + CV}$$

$$PE = \frac{3.114,57}{426,69 + 284,46}$$

$$PE = \frac{3.114,57}{142,23}$$

$$PE = 21,90 \text{ Tn}$$

El centro de acopio GADM-G del Gobierno Autónomo descentralizado del cantón Guamote logra su punto de equilibrio en la venta exterior de 21,9 tn. De harina de quinua pre cosida.

4.4.2 Estados de resultados del plan de exportación

CUADRO No. 203: ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS		
Anual		
VENTAS		204.809,72
(-) COSTO DE PRODUCCION		132.685,59
COSTO DIRECTO	124.548,66	
Materia Prima Directa	120.000,00	
Mano de Obra Directa	4.548,66	
COSTOS INDIRECTOS	<u>8.136,93</u>	
Gastos Indirectos de Fabricación	5.280,00	
Suministros y Materiales	699,30	
Depreciación	2.022,63	
Amortización	135,00	
GANANCIA BRUTA		72.124,13
(-) GASTOS OPERACIONALES		7.974,48
GASTOS ADMINISTRATIVOS	3.355,05	
Personal	3.113,85	
Suministros y Materiales	61,20	
Servicios	180,00	
GASTOS DE VENTAS	2.898,00	
Publicidad	2.898,00	
GASTOS FINANCIEROS	<u>1.721,43</u>	
Intereses Bancarios	1.721,43	
UTILIDAD OPERACIONAL		64.149,65
15% Participación trabajadores		<u>9.622,45</u>
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO		54.527,20
23% Impuesto a la Renta		<u>12.541,26</u>
UTILIDAD DEL EJERCICIO		41.985,95
RESERVAS		8.397,19
Reserva Legal	4.198,59	
Reserva Estatutaria	2.099,30	
Reserva Facultativa	2.099,30	
UTILIDAD NETA		33.588,76

GADM-G						
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA						
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014						
ACTIVO			PASIVO			80.695,69
ACTIVO CORRIENTE		135.949,50	PASIVO CORRIENTE		16.139,14	
Caja	15.250,20					
Inventario de MPD	120.000,00					
Invent Suministros y Materiales	699,30		Prestamos	9.157,78		
			Obligaciones por pagar	6.981,36		
ACTIVO FIJO		128.042,46				
Terreno	30.549,96					
Obras Civiles	63.000,00		PASIVO A LARGO PLAZO		64.556,56	
Vehículos	25.000,00		Préstamo Bancario a Largo Plazo	49.020,20		
Muebles y Enseres	995,00		obligaciones por pagar largo plazo	15.536,35		
Maquinaria, Equipo e Instalaciones	7800		Otros pasivos			
Equipo de Computación	780,00					
Molino Harina	8.200,00					
Balanza Dig	600,00					
(-) Depreciación	-8.882,50		PATRIMONIO			185.457,78

Acumulada Activo Fijo						
			CAPITAL SOCIAL		135.074,65	
ACTIVO DIFERIDO		2.160,00	Aporte de los Socios	135.074,65		
Gastos de Constitución	800,00					
Estudio Técnico	700,00		UTILIDADES		41.985,95	
Gasto de Puesta en Marcha	1.200,00		Utilidad	41.985,95		
			RESERVAS		8.397,19	
(-) Amortización Acumulada	-540,00		Reserva Legal	4.198,59		
			Reserva Estatutaria	2.099,30		
			Reserva Facultativa	2.099,30		
TOTAL ACTIVOS		266.153,56	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO			266.153,48

Recursos Financieros para la inversión

CUADRO No. 214: PRESUPUESTO DE INVERSION

PRESUPUESTO DE INVERSION		
Items	Inversiones	Rubros
1	INVERSIONES FIJAS	145444,96
2	INVERSIONES INTANGIBLES	2700,00
3	CAPITAL DE TRABAJO	45107,67
TOTAL INVERSIONES		193252,63

4.4.3 PROGRAMA DE FINANCIAMIENTO

CUADRO No. 225: PROGRAMA DE FINANCIAMIENTO

FUENTE	Inversión Fija		Inversión Intangible		Capital de Trabajo		TOTAL	%
	Inversión	%	Inversión	%	Inversión	%		
Aporte propio	87266,976	60%	2700	100%	45107,67	100%	135074,65	70%
Préstamo	58177,984	40%					58177,98	30%
Total	145444,96	100%	2700	100%	45107,67	100%	193252,63	100,00%

$$CF = Dx \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

DX=	58177,98	
i=	12%	
n=	5	
CF=	58177,98	0,2115
		<hr/>
		0,7623
CF=	16139,14	

Periodo	Deuda	Intereses	Amortización	Cuota fija
0	58177,98			
1	49020,20	6981,36	9157,78	16139,14
2	38763,49	5882,42	10256,71	16139,14
3	27275,97	4651,62	11487,52	16139,14
4	14409,95	3273,12	12866,02	16139,14
5	0,00	1729,19	14409,95	16139,14
TOTAL		22517,71	58177,98	80695,69

CUADRO No. 236: FLUJO NETO DEL EFECTIVO

GADM-G					
FLUJO NETO DEL EFECTIVO					
PERIODOS DEL 1 AL AÑO 5					
AÑOS	1	2	3	4	5
INGRESOS	204.809,72	204.809,72	204.809,72	204.809,72	204.809,72
EGRESOS	140.660,07	140.660,07	140.660,07	140.660,07	140.660,07
FLUJO DE CAJA	64.149,65	64.149,65	64.149,65	64.149,65	64.149,65

4.4.4 Evaluación Financiera

	Tasa	
TREMA=	pasiva	8%
	Inflación	2,74%
TREMA=		11%

VALOR ACTUAL NETO

CUADRO No. 247: VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	INVERSION	INGRESOS	EGRESOS	FACTOR ACTUALIZACION $VA = 1/(1+i)^n$		INVERSION	INGRESOS	EGRESOS
					Fact. De Act			
0	193.252,63					193.252,63		
1		204.809,72	140.660,07	$1/(1+0.11)^1$	0,903016074		184.946,46	127.018,30
2		204.809,72	140.660,07	$1/(1+0.11)^2$	0,815438029		167.009,63	114.699,57
3		204.809,72	140.660,07	$1/(1+0.11)^3$	0,736353648		150.812,38	103.575,55
4		204.809,72	140.660,07	$1/(1+0.11)^4$	0,66493918		136.186,00	93.530,39
5		204.809,72	140.660,07	$1/(1+0.11)^5$	0,600450767		122.978,15	84.459,44
	193.252,63	1.024.048,58	703.300,33			193.252,63	761.932,63	523.283,25
						VANI=	45.396,75	

VALOR ACTUAL NETO NEGATIVO

CUADRO No. 25: VALOR ACTUAL NETO NEGATIVO

Costo de oportunidad

60%

INGRESOS	EGRESOS	FACTOR ACTUALIZACION $VA = 1/(1+i)^n$		INVERSION	INGRESOS	EGRESOS
			1,00000	193.252,63		
204.809,72	140.660,07	$1/(1+60)^1$	0,62500		128.006,07	87.912,54
204.809,72	140.660,07	$1/(1+60)^2$	0,39063		80.003,79	54.945,34
204.809,72	140.660,07	$1/(1+60)^3$	0,24414		50.002,37	34.340,84
204.809,72	140.660,07	$1/(1+60)^4$	0,15259		31.251,48	21.463,02
204.809,72	140.660,07	$1/(1+60)^5$	0,09537		19.532,18	13.414,39
12.870.000,00	3.906.615,50			193.252,63	308.795,90	212.076,13
				VAN2=	-96.532,86	

Calculo de la Tasa Interna de retorno TIR

r1	11%
r2	60%
Van 1	45.396,75
Van2	-96.532,86
Tir	60% 0,31985396
Tir	0,192
Tir	19,19%

Al ser la tasa interna de retorno mayor a la tasa de descuento la inversión se recomienda desde el punto de vista financiero.

Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

	0	1	2	3	4	5
		64.149,65	64.149,65	64.149,65	64.149,65	64.149,65
	-193.252,63					
	192.448,95	803,68	64.149,65	100%		
			803,68	X	0,013	
AÑOS						
MESES						
	3					

Es decir la inversión va hacer recuperada en 3 años 15 días

Relación Beneficio Costo

R\$/BC=

	1	2	3	4	5
R\$/BC=	<u>64149,65</u>	<u>64149,65</u>	<u>64149,65</u>	<u>64149,65</u>	<u>64149,65</u>
	1,11	1,23	1,36	1,50	1,67

R\$/BC= 57928,16 52310,06 47236,83 42655,62 38518,71

ING-ACT 238649,38

EGRESOS **193252,63**

R\$/BC= 1,23 -1 de prima

R\$/BC= 0,23CENTAVOS DE DÓLAR INVERTIDO

CONCLUSIONES

Al finalizar el presente Plan de exportación de harina de quinua orgánica precocida del centro de acopio GADM-G del Gobierno Autónomo de centralizado del cantón Guamote, se puede establecer las siguientes Conclusiones:

- La quinua por ser un producto con un alto valor nutritivo, concentrado en la calidad de su proteína, la diferencia de otros cereales por poseer una mayor proporción de aminoácidos y minerales esenciales para la alimentación humana, además por su bajo nivel de gluten la convierten en un producto muy cotizado por los mercados internacionales.
- De acuerdo a la investigación realizada con el Plan de exportación de harina de quinua orgánica pre cocida del centro de acopio GADM-G del Gobierno Autónomo de centralizado del cantón Guamote, se determina que la quinua tiene una gran perspectiva de consumo a nivel nacional e internacionalmente, debido a una tendencia creciente de consumo de productos saludables y de preferencia orgánicos que ayudan a la salud de las personas.
- El centro sierra del país cuenta con una tradición de producción para el cultivo de quinua y pretende ingresar al mercado Americano New York-Estados Unidos de Norteamérica con un producto agregado demandado como es la harina de quinua orgánica precocida a un precio mucho más bajo que el generado por los Estados Unidos.
- En los últimos años las exportaciones de quinua han aumentado en Ecuador, y se espera que sigan creciendo a partir del próximo año.
- En el Ecuador se ha abierto un nuevo mercado para la harina de quinua, lo que representa una ventaja para seguir incursionando en diferentes mercados internacionales.
- Desde el punto de vista financiero, la ejecución del proyecto, representa un valor positivo del VAN de 45.396,75 y una TIR de 19,19%, valor considerable indicadores que tiene un atractivo grado de viabilidad y rentabilidad para los inversionistas.
- El Período de Recuperación de la Inversión es en el segundo año, tiempo que brinda seguridad y expectativas de crecimiento a nivel de inversión y utilidades.

- Por medio del presente Plan de exportación de harina de quinua orgánica precocida se incentiva la producción y exportación de productos NO tradicionales, robusteciendo de esta manera la balanza comercial de nuestro país.
- La factibilidad operativa y financiera del proyecto permite un desarrollo agrícola del cantón Guamote, generando fuentes de empleo y divisas que incentivarán la inversión de capital extranjero, creando una reactivación del sector agrícola.

RECOMENDACIONES

Para que sea exitoso el siguiente Plan de exportación de harina de quinua orgánica precocida, es importante considerar los siguientes aspectos:

- Proponerse metas a futuro, con el objetivo de cumplir los resultados financieros obtenidos en el plan de exportación, y diversificar los mercados internacionales.
- Establecer alianzas estratégicas entre los diferentes productores con el único fin de mantener una oferta exportable que permita satisfacer la demanda potencial.
- Consolidar “Organizaciones Gremiales” que permitan la asociación a nivel regional de productores de quinua con la finalidad de plantear y resolver los problemas actuales de producción, distribución y comercialización del producto a nivel nacional e internacional.
- Buscar igualmente apoyo por parte del gobierno ecuatoriano, para la consolidación de programas de apoyo al productor – exportador de productos agrícolas a través de la capacitación y transferencia de tecnología de países que han logrado una mejor ubicación de sus productos en el mercado internacional.
- Crear estrategias de productividad que permitan minimizar los costos de producción a través de la correcta utilización y distribución del suelo y los recursos, para crear un producto de óptima calidad y de esta manera maximizar las utilidades a nivel del productor, con la finalidad de ofertar el producto internacionalmente a precios inferiores a los de la competencia directa que genera países como Bolivia y Perú.

BIBLIOGRAFIA

- Andersen,A(1999), Diccionario de Economía y negocios, Madrid: Espasa.
- Pujol,B(2002).Diccionario de Comercio Exterior.Madrid: Cultural.
- Lock,(2004). Gestión de proyectos. Madrid Paraninfo.
- Gomez, H(1994), Bogota, Planeación y Gestión Estratégica, legis.
- Morales,(2004) Protagonismo en Comercio Exterior.
- Tapia, Mario; H: Gandarillas; S. Alandia; A. Cardozo; A. Mujica; R. Ortiz; V. Otazu; J. Rea; B. Salas y E. Zanabria. 1979: *Quinoa y Kañiwa cultivos andinos*. CIID; editorial IICA, Bogotá.

CORPORATION, D. (s.f.).

https://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Nueva_York.

- ECUADOR, P. (s.f.). <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/documentos-y-certificaciones/>.
- ECUADOR, P. (s.f.). <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/glosario/>.
- ECUADOR, P. (s.f.). <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/logistica-y-transporte/>.
- EP, U. N. (s.f.). <https://www.una.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/03/Perspectiva-de-Quina-2015-EDITADO.pdf>.

ANEXOS

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO

ENCUESTA SOBRE LA ACOGUIDA PARA LA CREACION DE UN PLAN DE EXPORTACION DE LOS PRODUCTORES DE QUINUA DEL CANTON GUAMOTE.

Género:

Edad:

1.- ¿Qué productos cultiva en su medio?

Categoría	Alternativa
Quinoa	
Cebada	
Trigo	
Chochos	
Brócoli	
Papas	
Otros	

2. Lo que usted produce, vende, y en qué cantidad?

Categoría	Alternativa
La totalidad	
Una parte	
Destina Autoconsumo	

3. Escriba una x en el lugar o lugares donde usted comercializa sus productos:

Categoría	Alternativa
Mercado local	
Mercados del cantón	
Mercados minoristas de Guamote	
Mercado Mayorista de Riobamba	
Supermercados	
Restaurantes	
Otros	

4. ¿El pago que recibe por la venta de sus productos es?

Categoría	Alternativa
------------------	--------------------

Muy bueno	
Bueno	
Regular	
No Cubre Costos de Producción	

5.- ¿Usted pertenece a una asociación de productores agrícolas?

Categoría	Alternativa
NO	
SI	
No contesta	

6. ¿Estaría dispuesto a formar parte del centro de acopio GADM-G?

Categoría	Alternativa
Muy de acuerdo	
Poco de acuerdo	
En desacuerdo	

7.- ¿Estaría dispuesto a comercializar sus productos, a través centro de acopio GADM-G?

Categoría	Alternativa
SI	
NO	
No contesta	

Cuestionario de entrevista para los directivos de para productores del centro de acopio GADM-G Guamote

Genero:

Edad:

B.) Cuestionario de entrevista para los directivos de para productores del centro de acopio GADM-G Guamote

1.-EL Centro de Acopio GADM-G, si cuenta con la participación de agricultores asociados que suministren en cantidades suficientes la quinua orgánica

2.- Para una propuesta de exportación es necesaria la tecnología para realizar harina de quinua precosida, será necesario adquirirla.

3.- New York es un gran mercado, en especial porque consumen productos que contienen Quinua.

4.- La capacidad exportable de harina de quinua orgánica con la que cuenta el centro de acopio GADM-G es de 5Tn.

5.- El centro de acopio GADM-G, deberá adquirir certificaciones de productos orgánicos Locales o Internacionales.

6.- Se pretende incursionar en las exportaciones con el apoyo de la ESPOCH.?

7.- Se considera que el precio de la harina de quinua orgánica, será competitivo en el mercado de New York-Estados Unidos de Norteamérica, ya que el Ecuador es productor de este producto y las zonas que tiene en la serranía son aptas para lograr quinua de calidad.

8.- Se espera que se diseñe adecuados canales de distribución para emprender la exportación.

9.- El centro de acopio GADM-G, cuenta con los recursos económicos necesarios para impulsar la exportación de su harina de quinua orgánica hacia el mercado de New York.