



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y COMERCIO

EXTERIOR

CARRERA: INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

TIPO: Proyecto de Investigación

Previo a la obtención del título de:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE HARINA DE USO INSTANTÁNEO DE QUINUA DE LA CORPORACIÓN DE PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES ORGÁNICOS BIO TAITA CHIMBORAZO “COPROBICH”, DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, HACIA EL MERCADO ESTADOUNIDENSE, PERÍODO 2017 – 2021.

AUTOR:

SANDRA MAGALY ANGAMARCA CANTOS

RIOBAMBA- ECUADOR
2018

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación ha sido desarrollado por la Srta. Sandra Magaly Angamarca Cantos, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

.....
Eco. Jenny Isabel Chávez Rojas
DIRECTORA

.....
Ing. Mario Alfonso Arellano Díaz
MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Sandra Magaly Angamarca Cantos, declaro que 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 provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

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

Riobamba, 30 de enero del 2018

.....

Sandra Magaly Angamarca Cantos

C.C: 0302363213

DEDICATORIA

Mi trabajo de titulación va dedicado a mis padres Juan Angamarca y Nube Cantos por el apoyo incondicional, el esfuerzo la paciencia que me han ofrecido día tras día, por ese cariño, motivación y consejos que he recibido de parte suya para poder alcanzar mí meta propuesta.

A mi hijo Diego Naranjo, el cual es mi motor fundamental para seguir adelante cumpliendo todo lo que me propongo y de esta manera pueda ser su ejemplo a seguir.

A mi hermano Edwin Angamarca, el mismo que me enseñó a vivir con alegría y humildad sin importar lo que tenga o lo que sea, sino más bien a luchar por alcanzar lo que me propongo, por eso y mucho mas siempre vivirá en mi mente y en mi corazón, será recordado con mucho amor y cariño.

Sandra Magaly Angamarca Cantos.

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme dado la vida, salud y la oportunidad de enriquecer mis conocimientos, por permitirme tener unos padres maravillosos, los mismos que están conmigo siempre, apoyándose en las buenas y en las malas para que nunca me dé por vencida ante nada.

A mis hermanos Jorge y Mercedes, por su apoyo, sus consejos, por la ayuda que me han brindado cuando más la he necesitado, les agradezco infinitamente por siempre darme ese ánimo que necesitaba para no rendirme y seguir luchando por alcanzar mi objetivo.

A mi esposo Lucio Naranjo y a mi hijo Diego por brindarme su amor, por apoyarme y tener paciencia durante estos largos años de estudio.

De la misma manera agradezco a mi tribunal por sus enseñanzas, por compartir sus conocimientos, por la paciencia y comprensión entregada durante el desarrollo de mi trabajo de titulación.

Sandra Magaly Angamarca Cantos.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada	i
Certificación del tribunal	II
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenido.....	vi
Índice de tablas	ix
Índice de gráficos	x
Índice de anexos.....	x
Resumen.....	xi
Abstract.....	xii
Introducción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1.1. Formulación del problema	4
1.1.2. Sistematización del problema	4
1.1.3. Delimitación del problema.....	5
1.2. OBJETIVOS	7
1.2.1. Objetivo general.....	7
1.2.2. Objetivos específicos	7
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	8
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	8
2.1.1. Plan de exportación del mango Tommu Atkins PARA LA EMPRESA “Frutalandia S.A.” al estado de los Ángeles California, Estados Unidos de América.....	8
2.1.2. Plan de exportación de brócoli de la empresa OK. ROSES S.A de la ciudad de Quito a Florida- Estados Unidos.....	9
2.1.3. Diseño de un plan de exportaciones de artesanías elaboradas con la fibra del tallo de banano dirigido a la Asociación de Mujeres Agro-Artesanales de la provincia de El Oro.....	10
2.1.4. Investigación del mercado canadiense para la exportación de harina de quinua.	11

2.2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	12
2.2.1.	Proyecto	12
2.2.2.	Comercio Internacional.....	14
2.2.3.	Exportaciones.....	16
2.2.4.	Quinoa.....	29
2.2.5.	Valor nutritivo del grano de quinua	29
2.2.6.	Bondades de la quinua	31
2.2.7.	Principales productos elaborados en Ecuador	32
2.2.8.	Conceptos fundamentales	36
2.3	IDEA A DEFENDER	39
2.4	VARIABLES	39
2.4.1.	Variable independiente	39
2.4.2.	Variable dependiente	39
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		40
3.1	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	40
3.1.1.	Fuentes de información.....	40
3.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	41
3.2.1	Investigación Exploratoria.....	41
3.2.2	Investigación Descriptiva	41
3.2.3	Investigación Bibliográfica.....	42
3.2.4	Investigación de Campo.....	42
3.3	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	43
3.3.1.	Métodos	43
3.3.2.	Técnicas	44
3.3.3.	Instrumentos.....	45
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....		46
4.1	Tema	46
4.2.	Contenido de la propuesta.....	46
4.2.1.	Corporación de Productores y Comercializadores Orgánicos Bio Taita Chimborazo “COPROBICH”	46
4.3.	Estudio de mercado.....	52
4.3.1.	Oferta	52
4.3.2.	Demanda	60
4.4.	Estudio técnico.....	70

4.4.1.	Proceso para la elaboración	70
4.4.2.	Recursos.....	70
4.4.3.	Requisitos para exportar	71
4.4.3.1.	Normativa de exportaciones Ecuador	71
4.4.3.2.	Normativa y requisitos para la importación hacia Estados Unidos	73
4.4.4.	Empaque, embalaje, etiquetado	75
4.4.5.	Modalidad de Transporte	78
4.4.6.	Incoterms	79
4.4.7.	Condiciones de pago	80
4.5.	Estudio FInanciero.....	81
4.5.1.	Costos de producción.....	81
4.5.2.	Gastos de administración	82
4.5.3.	Inversión en Activos Fijos	83
4.5.4.	Presupuesto de inversión	84
4.5.5.	Evaluación Financiera.....	85
4.5.6.	Ingresos	85
4.5.7.	Punto de equilibrio.....	86
4.5.8.	Instrumentos de evaluación	88
4.5.8.1.	Estado de resultados.....	88
4.5.9.	Balance General	89
4.5.10.	Flujo Neto de Caja	89
4.5.11.	Evaluación financiera	90
	CONCLUSIONES	94
	RECOMENDACIONES.....	95
	BIBLIOGRAFÍA	96
	ANEXOS	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:	Sub partidas arancelarias NANDINA de quinua.....	58
Tabla 2:	Países exportadores de quinua hacia Estados Unidos	56
Tabla 3:	Barreras Arancelarias Estados Unidos	59
Tabla 4:	Proyección de la oferta	57
Tabla 5:	Población de la ciudad de Los Ángeles 2013	63
Tabla 6:	Cálculo de la demanda.....	66
Tabla 7:	Proyección de la demanda	67
Tabla 8:	Demanda Insatisfecha.....	68
Tabla 9:	Consumo Aparente	69
Tabla 10:	Recursos requeridos.....	71
Tabla 11:	Valores diarios recomendados de consumo.....	77
Tabla 12:	Peso.....	78
Tabla 13:	Costos de producción.....	81
Tabla 14:	Gastos Administrativos.....	82
Tabla 15:	Costo de exportación	82
Tabla 16:	Resumen Costos totales	83
Tabla 17:	Obra civil	83
Tabla 18:	Activos Fijos.....	84
Tabla 19:	Capital de Trabajo	84
Tabla 20:	Inversión	84
Tabla 21:	Costo fijo, variable y total unitario	85
Tabla 22:	Cálculo de los ingresos	86
Tabla 23:	Costos fijos y variables totales	87
Tabla 24:	Estado de Resultados	88
Tabla 25:	Flujo de efectivo	89
Tabla 26:	Período de recuperación de Capital	92
Tabla 27:	Relación Costo Beneficio	93
Tabla 28:	Viabilidad	93

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Principales destinos de exportación de quinua.....	6
Gráfico 2: Tipos de proyectos.....	12
Gráfico 3: Formas de entrar al mercado extranjero	16
Gráfico 4: Proceso de Exportación	20
Gráfico 5: Valor Nutritivo por cada 100 gramos de porción comestible de quinua.....	30
Gráfico 6: Acción de la quinua en el cuerpo humano.....	32
Gráfico 7: Productos elaborados a base de quinua	33
Gráfico 8: Distribución geográfica de la producción de Quinua 2015-2016.....	34
Gráfico 9: Exportaciones Ecuatorianas de Quinua	35
Gráfico 10: Organigrama COPROBICH	50
Gráfico 11: Producción nacional de quinua.....	52
Gráfico 12: Productos en base de quinua.....	53
Gráfico 13: Exportaciones de quinua desde Ecuador al mundo	55
Gráfico 14: Importaciones de quinua desde Estados Unidos	56
Gráfico 15: Ubicación geográfica de Los Ángeles	61
Gráfico 16: Ubicación Whole Foods Market (Los Ángeles).....	65
Gráfico 17: Página web Whole Foods Market (quinua).....	66
Gráfico 18: Flujograma del proceso de producción.....	70
Gráfico 19: Ruta vía marítima	78
Gráfico 20: Incoterms FOB	79

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Modelo del Certificado de Origen	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 2: Modelo de Declaración Aduanera Única	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 3: Modelo Factura Comercial.....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 4: Portal ECUAPASS.....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 5: Tabla de depreciaciones	¡Error! Marcador no definido.

RESUMEN

El presente diseño de un proyecto de exportación de harina de uso instantáneo de quinua de la Corporación de Productores y Comercializadores Orgánicos Bio Taita Chimborazo “COPROBICH”, en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, hacia el mercado estadounidense, período 2017 – 2021, tiene el propósito de mejorar la competitividad de la empresa. La investigación se efectuó a través de la aplicación de técnicas e instrumentos investigativos para el análisis de la información, en donde se empleó la técnica de la observación sistemática realizada a través de un estudio controlado, se empleó además el método hipotético-deductivo, mismo que ayudó para identificar la información, tratando de extraer conclusiones de carácter universal desde datos particulares para conocer la problemática de la investigación. Es así que se obtuvieron varios hallazgos tales como la demanda existente, así como la oferta necesaria para cubrir con las necesidades del cliente, además se elaboró un análisis financiero en donde se pudieron determinar los ingresos que se obtendrán por las exportaciones. De acuerdo a los resultados obtenidos se ha determinado que la exportación se realizará a la ciudad de Los Ángeles del estado de California, la demanda en esta ciudad es creciente ante la oferta de un 15% de la quinua. La determinación de la evaluación financiera demuestra la viabilidad del proyecto, ya que se espera un Valor Actual Neto de \$56.099,15, una Tasa Interna de Retorno del 60% y un período de recuperación de la inversión de 3 años y 5 meses aproximadamente. Se sugiere a COPROBICH; la incursión en nuevos mercados de manera que la organización obtenga un crecimiento en el mercado nacional e internacional.

Palabras Claves: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>
<EXPORTACIÓN> <PRODUCTORES> <COMERCIALIZADORES> <OFERTA>
<DEMANDA> <CHIMBORAZO (PROVINCIA)>

Eco. Jenny Isabel Chávez Rojas
DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

ABSTRACT

The present design of a project for the export of instant quinoa flour from the Bio Taita Chimborazo Organic Producers and trades Corporation "COPROBICH", in the city of Riobamba, Province of Chimborazo, to the US market, period 2017 – 2021, Its purpose is to improve the competitiveness of the company. The research was carried out through the application of research techniques and instruments for the analysis of information, where the technique of systemic observation was used, carried out through a controlled study, and the hypothetical-deductive method was used. I help to identify the information, trying to draw conclusions of a universal nature from particular data to know the problematic of the investigation. It is so that several findings were obtained such as the existing demand, as well as the supply necessary to cover with the needs of the client. In addition, a financial analysis was prepared where the income obtained from exports could be determined. According to the results obtained, it has been determined that the export will be made to the city of Los Angeles of the state of California, the demand in this city is growing with the offer of 15% of the quinoa. The evaluation of the financial evaluation demonstrates the viability of the project, since a Net Present Value of \$56,009.15 is expected, an Internal Rate of Return of 60% and a period of recovery of the investment of 3 years and 5 months approximately. COPROBICH: the incursion into new markets so that the organization obtains growth in the national and international market.

Key Words: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>
<EXPORTATION> <PRODUCERS> <COMMERCIALIZERS> <OFFER>
<DEMAND> <MARKET STUDY> <CHIMBORAZO (PROVINCE)>

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo se desarrolla dentro del área Comercio Exterior y su fin es el de desarrollar un proyecto de exportación de harina de uso instantáneo de quinua de la Corporación de Productores y Comercializadores Orgánicos Bio Taita Chimborazo “COPROBICH”, de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, hacia el mercado Estado Unidense, en el período 2017 – 2021.

La importancia del crecimiento de la participación del sector externo en el PIB de cada economía mundial va en aumento, lo que hace que cada vez sea mayor. Durante los últimos años el comercio exterior en Ecuador es característico por ser dinámico, que obtienen tasas de crecimiento positivas, en los que se refiere a exportaciones.

Es importante conocer que la economía ecuatoriana es alta y totalmente dependiente de las exportaciones petroleras, además se registran importantes reportes de las exportaciones no petroleras denominadas primarias e industrializadas, lo cual de acuerdo a registros estadísticos ha aumentado en un 19%. Debido a aquello se establece el desarrollo del presente estudio lo cual representa una gran oportunidad para COPROBICH.

Se cree de suma importancia enfatizar que el desarrollo del presente trabajo de titulación se compone de cuatro partes, a las que se las denomina capítulos, a continuación se procederá a dar una breve pauta acerca del contenido de cada uno, mismos que contendrán el problema, marco teórico, marco metodológico y el desarrollo del marco propositivo.

Capítulo I: El Problema, este es el inicio del proceso investigativo, el cual reúne las diferentes dificultades que posee la empresa, y a través de un análisis descriptivo se trata de dar a conocer del modo más efectivo, así como también se plantea la posible solución. Después de realizar un análisis crítico de la realidad de la empresa, se podrá obtener una percepción acerca de los beneficios que se obtendrán para COPROBICH, ya que obtendrán mayores ingresos, al igual que mayor competitividad en el mercado.

Capítulo II: Marco Teórico, en esta etapa se registra un resumen de estudios investigativos que ayudarán a conocer los lineamientos bajo los que debe estar sujeto el presente estudio; así como el contenido necesario que se debe conocer para el desarrollo de la parte investigativa del estudio.

Capítulo III: Marco Metodológico, en este capítulo se establece cómo se ha elaborado la investigación, se detalla el conjunto de pasos, la modalidad de investigación, los tipos de investigación, se determina el mercado que será objeto de estudio, también se cuenta con la explicación de los métodos, técnicas e instrumentos que se han empleado en el desarrollo del presente trabajo, finalmente para presentar los resultados de la investigación y en efecto la verificación de idea a defender.

Capítulo IV: Marco Propositivo, en esta fase se lleva a cabo el diseño de un proyecto de exportación de harina de uso instantáneo de quinua de COPROBICH, lo cual permita una mayor cantidad de ingresos y sea un aporte significativo para la empresa.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A nivel mundial se ha venido dando un proceso de globalización que ha involucrado distintos y varios aspectos tales como la economía, la tecnología, así como lo social y cultural, criterios que se han abarcado a gran escala y que en distintos países han sufrido transformaciones para formar parte de un mercado caracterizado por ser unificado en todo el mundo.

Es así que se puede evidenciar un cambio de conducta en los consumidores quienes en el momento de elegir alimentos, optan por comestibles saludables, lo que ha llevado a las productoras de alimentos enfatizan y recalquen los valores nutricionales de los productos que ofertan.

La problemática a nivel mundial se da en países donde la quinua no puede ser cultivada y la necesidad de la población que demanda productos orgánicos hechos a base de quinua misma que aporta a la salud y nutrición, es así que se puede evidenciar una demanda significativa que se sigue expandiendo, representado una alternativa de negocio y comercialización trascendental para los productores.

La provincia de Chimborazo posee una ventaja en cuanto al cultivo de quinua con un 26% de producción a nivel nacional, debido a su ubicación, suelos fértiles y el clima adecuado para la producción de este cereal; consientes de estas características la Corporación de Productores y Comercializadores Orgánicos Bio Taita Chimborazo, ha conformado una asociación de fabricantes indígenas, integrada por 56 comunidades de los cantones Riobamba, Colta y Guamote, mismos que son productores de quinua.

Debido a la provisión de todos los productores de la asociación, se ha alcanzado una capacidad promedio de producción de quinua 20 Toneladas al mes, lo cual está destinado al mercado internacional con un 75% del total de la producción y al mercado nacional con un 25%, principalmente en las provincias de Chimborazo, Tungurahua y Guayas, sin embargo, existe un excedente de materia prima de entre 10 – 15 Toneladas dependiendo del mes de siembra, existiendo mermas o causando sobreproducción. A pesar de ello

COPROBICH ha implementado tecnología de punta y se ha fortalecido con personal altamente calificado en el ámbito agrícola y de producción, razón por la cual ha logrado sacar al mercado productos orgánicos de calidad, por medio de procesos tecnificados y enfocados al cuidado del medio ambiente, siendo así altamente competitivos, y debido al problema anteriormente señalado surge la necesidad de explorar nuevos mercados que representen la expansión de la empresa y generen mayores utilidades para la misma.

Es por ello que se propone realizar un proyecto de exportación de harina de uso instantáneo de quinua dirigido hacia el mercado estadounidense, herramienta que ayudará a direccionar los procesos que se deberán cumplir en la gestión de exportación, mismo que será de gran utilidad para la organización de productores que conforman COPROBICH.

1.1.1. Formulación del problema

¿Por qué es necesario elaborar un proyecto de exportación de Harina de uso instantáneo de Quinua para la corporación de Productores y Comercializadores Orgánicos Bio Taita Chimborazo “COPROBICH”, en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, hacia el mercado estadounidense, período 2017-2021?

1.1.2. Sistematización del problema

¿Cómo conocer el estado de situación actual de la Corporación de Productores y Comercializadores Orgánicos Bio Taita Chimborazo?

¿Cómo identificar la demanda para la exportación de harina de uso instantáneo de quinua?

¿Cómo se puede generar mayores ingresos a COPROBICH y evitar los desperdicios de materia prima existentes?

1.1.3. Delimitación del problema

El presente trabajo de investigación a realizar, se desarrollará en las inmediaciones de la Corporación de Productores y Comercializadores Orgánicos Bio Taita Chimborazo “COPROBICH”, ubicado en la provincia de Chimborazo, cantón Colta, parroquia Cajabamba, en la calle primero de agosto, en el periodo 2017-2021.

JUSTIFICACIÓN

La principal ventaja competitiva del Ecuador como proveedor de quinua en el mercado estadounidense, es el alto valor nutricional de la quinua considerada como un súper alimento, misma que posee 16 aminoácidos esenciales, oligoelementos, fibra, vitaminas y ausencia de gluten y colesterol, lo que ha convertido al producto en el principal protagonista de las recetas de importantes cadenas alimenticias. El incremento de la producción y la gran aceptación de la demanda internacional, se constituyen en ventajas competitivas para el mercado ecuatoriano.

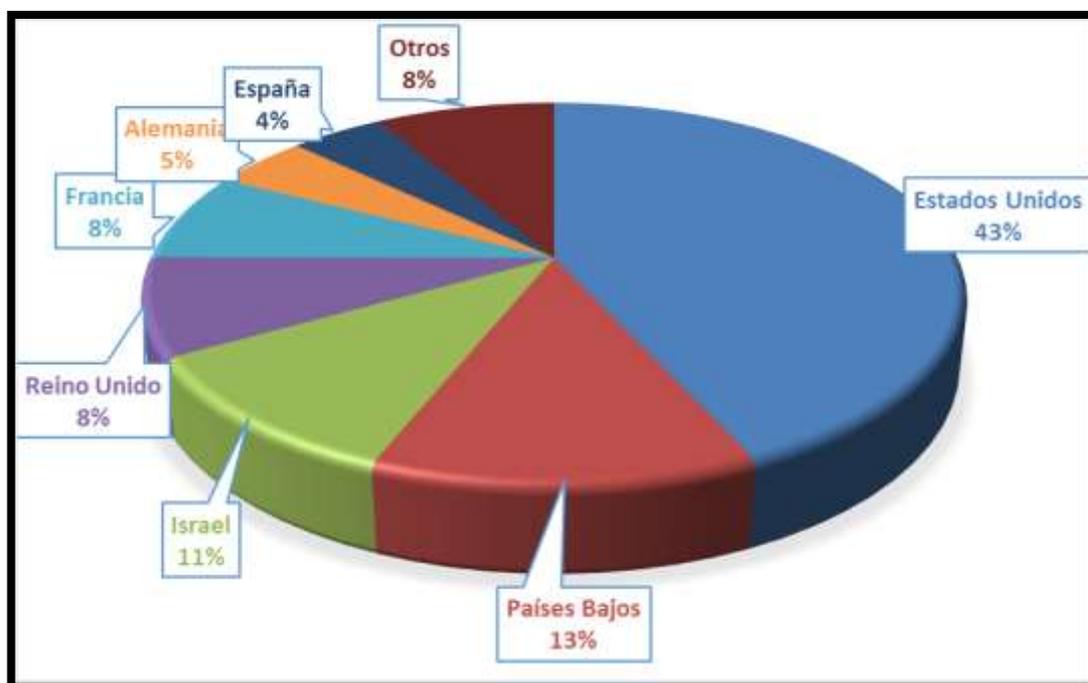
Según datos del Banco Central del Ecuador, actualmente el país ocupa el tercer lugar en la lista de mayores productores y exportadores de quinua, ya que en 2012 vendió principalmente a Estados Unidos y Alemania cerca de 2.400 toneladas del denominado grano de oro, lo que representó un ingreso económico aproximadamente de \$ 10 millones. (El Universo, 2013)

Según los productores de COPROBICH, en el extranjero la quinua Ecuatoriana es muy apetecida y el pago es mejor que los pagos ofertados por las empresas locales, por esta razón el 75% de la producción de esta empresa está destinada a los mercados de Estados Unidos y Francia, de esta manera se puede evidenciar que el principal consumidor del producto en los Estados Unidos busca una alimentación saludable o los denominados “health conscious”; los grandes consumidores de quinua se encuentran en Los Ángeles, California, San Francisco, New York, entre otras ciudades importantes de este país, constituyéndose en nuestros principales mercados de destino a investigar. (Oficina Comercial del Ecuador en Los Ángeles Estados Unidos , 2011).

Para agosto del año 2014, el 92% de la producción de quinua del país se distribuía en las provincias de Carchi con el 29%, Chimborazo 26%, Imbabura 25%, Pichincha 10%, Cotopaxi 8%, Tungurahua 0,81%, Azuay 0,61% y Cañar 0,02% (Monteros, 2016)

Según datos obtenidos por (PROECUADOR, 2015), las exportaciones de quinua en los últimos años han evolucionado favorablemente, con una tasa de crecimiento promedio anual del 53,78% en valor FOB. El principal país al que se destina la producción de quinua es a Estados Unidos con el 43, 22% de la producción nacional, así lo refleja el gráfico a continuación:

Gráfico 1. Principales destinos de exportación de quinua



Fuente: (PROECUADOR, 2015)

Elaborado por: Sandra Angamarca

Las empresas en la actualidad buscan poder exportar sus productos hacia diferentes países, pues el requerimiento de productos orgánicos se encuentra con total aceptación por parte del mercado internacional, así COPROBICH no es la excepción, en este proceso se observa la oportunidad de ofertar e introducir en el mercado un producto innovador como lo es la harina de uso instantáneo de quinua misma que posee grandes cualidades alimenticias.

Es por ello que a través de un análisis exhaustivo, se establecerán estrategias para que el plan de exportaciones sea un éxito, en cuanto a costos y prestación de servicios, características importantes a la hora de tomar decisiones en el mercado; de esta manera y en total conocimiento en cuanto a exportaciones se refiere, la organización de socios de la empresa podrían fijarse un objetivo con miras a crear diferentes y variados productos derivados de su materia prima, en donde tendrán la oportunidad de desarrollar la comercialización de dichos productos no solamente en el mercado estadounidense, sino también en diferentes países, logrando así una fidelización hacia la empresa por parte del cliente, tanto por su calidad como por precio a nivel internacional.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo general

Diseñar un proyecto de exportación de harina de uso instantáneo de quinua de la Corporación de Productores y Comercializadores Orgánicos Bio Taita Chimborazo “COPROBICH”, en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, hacia el mercado estadounidense, período 2017 – 2021, para mejorar la competitividad de la empresa.

1.2.2. Objetivos específicos

- Analizar el estado de situación actual de la Corporación de Productores y Comercializadores Orgánicos Bio Taita Chimborazo.
- Identificar el mercado de mayor demanda para la exportación de harina de uso instantáneo de quinua dentro del mercado estadounidense.
- Diseñar un proyecto de exportación de harina de uso instantáneo de quinua de la corporación “COPROBICH”.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para el desarrollo de la presente investigación se ha realizado la revisión documental de diversos estudios con temas a fines, con el propósito de determinar metodologías que sirvan de guía y sustento el trabajo a desarrollar.

A continuación, y a modo de resumen se presenta el tema de investigación, su autor, una conclusión y recomendación de cada estudio.

2.1.1. Plan de exportación del mango Tommu Atkins PARA LA EMPRESA “Frutalandia S.A.” al estado de los Ángeles California, Estados Unidos de América

Autores: Solange Stephania Merino Laines y María Fernanda Najas Tandazo (2015)

Conclusión:

“La principal fortaleza del mercado ecuatoriano es el sector agrícola, lo cual para el mercado estadounidense da preferencia al consumo de productos orgánicos, por ello se cuenta con una alta oferta de exportación, como lo es en este caso el mango. Los productores ecuatorianos deben cumplir con todos los requisitos legales para una exportación que se requiere tanto en origen como en destino; el mercado de Los ángeles California es un mercado muy exigente al tratarse de importar alimentos de tipo orgánico. Es estudio constituye un proyecto que de ser aplicado será rentable pues posee un impacto positivo en el mercado al que está dirigido, por ser considerado un producto de buena calidad para la población con el fin de mejorar el estilo de salud y vida, de esta manera se puede lograr introducir dicho producto”. (Merino & Najas, 2015)

Recomendación:

“Los exportadores deben mantenerse actualizados con la información que publica la página de la SENAE o instituciones públicas como es el MIPRO, PROECUADOR, AGROCALIDAD, entre otros, de esta manera será posible evitar que existan cambios en

los procedimientos que afecten al proceso de exportación, evitando de esta manera percances que podrían suscitarse en este proceso.” (Merino & Najas, 2015)

En tal contexto es evidente que el realizar exportaciones en Ecuador, es una actividad económica rentable, que ayuda a dinamizar la economía de quien tiene la iniciativa de ser exportador, lo que ayuda a establecer que la creación de un proyecto de exportación será un gran aporte para COPROBICH.

2.1.2. Plan de exportación de brócoli de la empresa OK. ROSES S.A de la ciudad de Quito a Florida- Estados Unidos

Autor: Betania Elizabeth Guerra Guanga (2012)

Conclusión:

“El Ecuador y Estados Unidos mantienen acuerdos comerciales como el ATPDEA con ampliaciones constantes; este acuerdo permite el ingreso de productos agrícolas como el brócoli libre de aranceles, es decir en el país de destino de la exportación no existen demasiadas barreras de entrada en cuestión de productos agrícolas, que para el caso de estudio representa un gran beneficio que se debe aprovechar y es una puerta de ingreso del producto” (Guerra, 2012)

Recomendación:

“La administración responsable se basa en la producción, así también de las negociaciones de las exportaciones, esto se lo realiza mediante un nivel avanzado de producción de acuerdo a las exigencias del mercado como en el cumplimiento con los cliente y cada uno de los contratos desde la Florida-EEUU”. (Guerra, 2012)

Es decir el realizar un plan de exportación, posee además beneficios al ser productos agrícolas, bajo este criterio es necesario actualizarse en cuanto a términos de beneficios existentes para el negocio de la exportación, que ofertan los países destinatarios de la exportación, además es importante detallar y recomendar dentro del presente estudio, mantener los estándares de calidad altos, para que de este modo el producto de

exportación sea requerido y solicitado no únicamente dentro del país propuesto si no en un futuro poder abarcar mercado internacional.

2.1.3. Diseño de un plan de exportaciones de artesanías elaboradas con la fibra del tallo de banano dirigido a la Asociación de Mujeres Agro-Artesanales de la provincia de El Oro.

Autora: Katherine Paola Montesdeoca Cambi y Yanine Isabel Zambrano Mera. (2012)

Conclusión:

“Luego de elaborar un análisis financiero se pudo determinar que existe una gran posibilidad de que el proyecto de exportación se rentable, viable y factible, debido a que los indicadores más relevantes como el TIR es de 117% y el VAN es de \$92.108.08. En vista de que la inversión inicial es menor y la utilidad neta del primer año pronosticado es de \$9.509.96 entonces se puede deducir que la empresa recuperara su inversión dentro del primer año de exportación, convirtiéndose en una atractiva oportunidad de negocio.” (Montesdeoca & Zambrano, 2012)

Recomendación:

“Solicitar a un organismo que brinde apoyo y asesoría al exportador, tal es el caso del Instituto de promoción de exportaciones e inversiones PROECUADOR, que realice capacitaciones constantes a las artesanas de la empresa, para que logren perfeccionar sus técnicas, y de esta manera alcanzar mayor calidad en los productos terminados y por tal motivo captar más clientes.” (Montesdeoca & Zambrano, 2012)

Es así que se puede confirmar que participar en actividades de exportación, beneficia a las empresas involucradas en esta clase de actividades, es importante la creación de un proyecto de exportaciones debido a que en este se podrá contemplar los beneficios que posee, así como las debilidades y cualidades del producto a exportar y qué medidas se deberán tomar para corregirlas o a su vez fortalecerlas, es trascendental además tomar en cuenta a instituciones que poseen mayor experiencia en este ámbito para de este modo adquirir mayores conocimientos.

2.1.4. Investigación del mercado canadiense para la exportación de harina de quinua.

Autor: Johanna Salomé Solís Padilla. (2013)

Conclusión:

“La quinua ha generado un alto interés en la comunidad internacional. Es así que el 2013 ha sido proclamado por la FAO como el año internacional de la quinua. En Ecuador se realizó el congreso internacional de la quinua donde los productores pudieron compartir conocimientos con empresarios de otros países como Bolivia, primer productor a nivel mundial de quinua y sus derivados. En el caso de Ecuador el clima, la riqueza del suelo y la disponibilidad de semillas son los escenarios perfectos para promover el cultivo de este grano.” (Solís, 2013)

Recomendación:

“La provincia de Chimborazo es una de las mayores productoras de quinua. Sin embargo, esta zona no tiene la atención adecuada por parte del gobierno nacional. Mientras que en otras provincias como Imbabura se está ejecutando un proyecto estratégico contra el “hambre y la desnutrición crónica infantil” financiado por el fondo España de la FAO, MAGAP e INIAP. Mediante este proyecto los agricultores han recibido capacitaciones sobre técnicas de cultivo de la quinua.” (Solís, 2013)

Mediante este estudio es evidente que la exportación de quinua es un proceso trascendental para el desarrollo y la competitividad de la empresa, es necesario además incentivar a los productores mediante este tipo de acciones, en donde se evidencie que el producto que ofrecen está siendo consumido y que darle un valor agregado a este tiene una mayor incidencia en su venta; resulta además ventajoso para esta iniciativa que la quinua sea un producto solicitado a nivel mundial por sus cualidades benéficas y que precisamente la provincia de Chimborazo sea considerada como de mayor producción, es entonces necesario que este estudio se tome como una herramienta para futuras inversiones o iniciativas, que ayuden a potencializar la matriz productiva del Ecuador.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Se ha realizado la fundamentación teórica de acuerdo a la información requerida y necesaria para el desarrollo de la presente investigación.

2.2.1. Proyecto

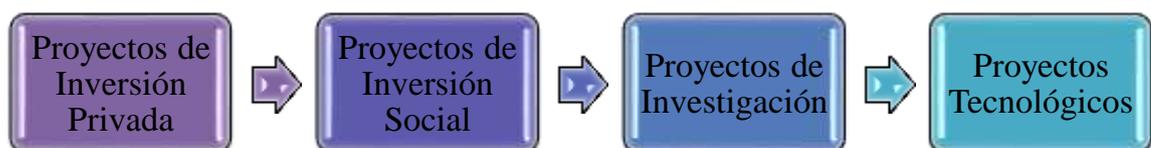
Son varias las definiciones que se dan al concepto de proyecto, la definición que se le da comúnmente aceptada es que es una herramienta que ayuda a la búsqueda, recopilación, creación y análisis de una manera sistemática, es además un compendio de datos e información, que ayuda a la obtención de resultados esperados.

Es así que surgen variadas definiciones a que el proyecto se lo puede tomar como una idea que pretende la solución a un problema o falencia y que a su vez aprovecha la oportunidad de negocio.

Bajo tal contexto, se lo define como una sucesión lógica de pasos a seguir que tienen el fin de obtener conocimiento específico en una categórica área, esto se logrará a través de la recolección y análisis de datos. (Sapag Chain & Sapag Chain, 2010)

De esta manera se puede evidenciar que existen diferentes tipos de proyectos así como maneras de desarrollar proyectos, es así que se pueden encontrar en el siguiente gráfico:

Gráfico 2. Tipos de proyectos



Fuente: (Sapag Chain & Sapag Chain, 2010)

Elaborado por: Sandra Angamarca, 2017

Es así que se puede decir que el término proyecto se refiere al desarrollo de la planificación u organización de un conglomerado de acciones que desarrollan para cumplir con una meta o propósito concluyente.

2.2.1.1 Fases de un proyecto

Bajo la concepción de que existen diferentes tipos de definiciones que se otorgan a la palabra proyecto, se han podido ver que existen cuatro fases durante esta puesta en marcha, a continuación, se describen cada una de las fases que componen un proyecto, de acuerdo a (OBS Business School, 2016):

a. Evaluación inicial:

Inicialmente es ineludible tomar en consideración la realización de un análisis o evaluación inicial, este es desarrollado a través de un estudio exhaustivo de falencias, necesidades, desventajas y ventajas que existen y detectadas además de una reflexión acerca del origen, sus causas, y la posible solución ante las mismas. (OBS Business School, 2016)

b. Planificación:

Esta etapa es un proceso, continuo y unitario que no finaliza con la creación de un plan determinado, sino implica un reajuste permanente entre medios, actividades y fines; específicamente de vías y procedimientos a través de los que se pretende incidir sobre algunos aspectos de la realidad. Estos reajustes se lo realizan de acuerdo a una estrategia que tienen en cuenta los diferentes actores sociales y factores eventuales que actúan e inciden en el mismo escenario en que se desarrolla el plan o programa. (Quintero, 2013)

En dicha fase al ser detectadas las necesidades y analizar su origen, se procede a la realización del diseño del proyecto. Con ello, se ve necesario determinar los objetivos que se persiguen, los pasos a seguir a través de una metodología, el seguimiento que se dará, la organización que deberá seguir el personal, cuáles serán los costos, la financiación a utilizar, las estrategias de comunicación y finalmente los indicadores a ser tomados en cuenta para un proceso de evaluación. (OBS Business School, 2016)

c. Puesta en marcha del proyecto:

De igual manera en esta etapa una vez realizada la planificación, es cuando se podrá ver ejecutado el proyecto. En esta fase se llevará a cabo las fases establecidas y de cumplir con las actividades y estrategias planificadas. Para proseguir con el seguimiento y

valoración que deberá ser continua ya que este proceso es fundamental para conseguir y asegurar eficacia en el proyecto (OBS Business School, 2016).

d. Evaluación final:

La fase final, se llevará a cabo una vez terminado el proyecto, se tendrá que dar evaluación de los resultados obtenidos, es así que se podrá verificar si los objetivos planteados en un inicio se han podido alcanzar y en qué grado. Además, en esta fase, se realizará un estudio de los resultados, en el que se reflejen tanto los conflictos que se pudieron conseguir por el camino como la manera en que se han superado. (OBS Business School, 2016)

En la actualidad el ámbito empresarial, la gestión de proyectos es indispensable para lograr los objetivos con la mayor eficacia posible. Esta etapa reúne todas las fases, desde la planificación del proyecto, hasta la puesta en marcha del mismo. Además, tiene como objetivo principal garantizar el cumplimiento de las metas propuestas dentro del plazo establecido, con el presupuesto acordado y favoreciendo un clima laboral positivo. (OBS Business School, 2016)

2.2.2. Comercio Internacional

Se encuentra determinado como el intercambio de bienes, mismos que se dan entre espacios económicos diversos, la planificación de la actividad de comercio exterior, intervienen agentes de tipo públicos y privados, este no únicamente se da entre países, sino entre agentes de un país con agentes extranjeros de empresas que actúan regidas a legislaciones nacionales y de intercambio comercial o mercantil. (Montesdeoca & Zambrano, 2012)

2.2.1.2 Factores que influyen en la decisión de ingresar a un mercado extranjero

Las organizaciones o empresas optan por internacionalizarse debido a variadas razones, estas se clasifican en proactivas o agresivas y reactivas o defensivas. (Deresky, 2010)

Una de las razones trascendentales que surgen para que las empresas decidan expandirse y con ellos sus operaciones al extranjero, es porque ven su competitividad amenazada o en decaimiento; para poder seguir compitiendo estas organizaciones toman disposiciones

rápidas para obtener posiciones importantes en mercados claves tales como: Estados Unidos, Europa y Japón, estos de entre los destinos de mayor relevancia para exportaciones desde América Latina. (Deresky, 2010)

Algunas razones reactivas por las que las empresas deciden iniciar operaciones en el extranjero de acuerdo al autor (Deresky, 2010) son las siguientes:

- Globalización de su competencia
- Demanda de consumidores

Así también de las razones proactivas que tienen las organizaciones para iniciar operaciones en el extranjero de acuerdo al autor (Deresky, 2010) son las siguientes:

- Economías a escala
- Acceso a recursos
- Ahorro de costos
- Incentivos
- Oportunidades de crecimiento

2.2.1.3 Formas de ingresar a un mercado extranjero

La forma en que una organización o empresa determine ingresar al mercado extranjero depende de varios factores, mismos que se deben tomar en cuenta, razones externas a la empresa como internas de la misma. Consideradas como factores internos son los objetivos de la empresa, así también la necesidad de control, las capacidades, recursos internos y la flexibilidad para la administración. Así mismo los factores externos que se toman en cuenta son el tamaño y crecimiento en el mercado, la competencia existente, así como las regulaciones gubernamentales. (Montesdeoca & Zambrano, 2012).

Se reconocen siete formas para entrar en el mercado extranjero, ilustrado en el gráfico a continuación:

Gráfico 3. Formas de entrar al mercado extranjero



Fuente: (Montesdeoca & Zambrano, 2012)

Elaborado por: Sandra Angamarca, 2017

2.2.3. Exportaciones

Las exportaciones son actividades comerciales ya sea de bienes o de servicios que se realizan entre distintos destinos, enviados fuera del territorio nacional. (Vives Proyectos, 2013)

Este proceso está caracterizado por estar dentro de un régimen aduanero que da paso a la salida definitiva de mercancías o productos que son de libre circulación, es así que estarán destinadas a ir fuera del territorio aduanero en este caso de Ecuador o a su vez de una zona especial de desarrollo económico, y están sujetos a disposiciones preestablecidas en la ley vigente. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2017)

2.2.1.4 Ventajas empresariales de exportar

Existen algunas ventajas en cuanto al proceso de exportación, de acuerdo al (Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C, 2011), de las cuales se pueden rescatar las siguientes:

- Mejora de la competitividad de la organización
- Mejora de la imagen de la empresa.
- Mejor aprovechamiento de la capacidad de producción instalada
- Mayor estabilidad financiera de la compañía por flujo de divisas adicionales
- Reducción de costos por volumen de ventas

- Créditos menos caros. (Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C, 2011)

2.2.1.5 Proceso de exportación en Ecuador

Es así que se puede determinar a la exportación como un régimen aduanero que da la permisibilidad determinante de la salida de productos, también llamados mercancías de libre circulación, es una actividad que se desenvuelve fuera del territorio aduanero del país, de acuerdo a las disposiciones determinadas en la normativa legal que se encuentre en vigencia. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2017)

Para comenzar con el proceso de exportación es necesario obtener con anterioridad el registro de exportador, este documento se lo consigue a través de la presentación del RUC correspondiente, el que se debe tramitar en el Servicio de Rentas Internas, una vez cumplido con dicho requerimiento es necesario realizar dos gestiones antes de empezar con el proceso de exportación de acuerdo a el (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2017):

Paso 1: se deberá obtener un certificado digital para con ello realizar la firma electrónica y autenticación de la misma, la cual es concedida por las siguientes entidades:

- Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>
- Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

Paso 2: Registrarse en el portal de ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>), en esta página web será necesario, actualizar la base de datos, crear usuario y contraseña, dar aceptación a las políticas de uso, y finalmente realizar el registro de la firma electrónica. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2017)

Adicional a ello es necesario conocer que el Consejo Nacional de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) instituyó que los exportadores deben inscribirse con el Ministerio de Industrias y Competitividad cuando se refieran a:

- Exportaciones de chatarra y desperdicios metales ferrosos y no ferrosos. Resolución 400 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial Suplemento 233 del 17 de diciembre de 2007.

- Exportaciones de cueros y pieles. Resolución 402 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial 222 del 29 de noviembre de 2007. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2017)

De acuerdo a las indicaciones del (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2017), para empezar con el proceso de tramitación es necesario realizar una declaración aduanera mediante la utilización de un sistema llamado ECUAPASS, está estructurada por una factura o proforma, la misma que está relacionada con el tipo de embarque, la declaración esta especificada por un embarque y se basa en un reconocimiento de una relación legal por parte del exportador o declarante.

Los datos que se validarán en la DAE de acuerdo al (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2017) son:

- El declarante o exportador
- Representación de mercadería por ítem de factura
- Datos del comprador o consignante
- Lugar de llegada de la carga
- Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS de acuerdo al (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2017) son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito transitoriamente para ser registrada y acopiada previo a su exportación. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2017)

De acuerdo al (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2017), al exportar se notificará el canal de aforo establecido, los mismos que pueden ser:

- Aforo Automático
- Aforo Documental

- Aforo Físico Intrusivo

En el momento que la DAE tenga canal de Aforo Automático, la autorización de salida, misma que será la autorización para que se embarque la mercancía, será automática al momento del ingreso de la carga a los depósitos transitorios o zonas primarias. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2017)

Al momento en el que la DAE posea canal de Aforo Documental serán designados al funcionario a cargo del trámite, al momento de la admisión de la carga al depósito temporal o zona primaria, luego de lo cual se procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y se llevará a cabo el cierre si no existieren ningún tipo de inconvenientes. Es preciso indicar que en caso de existir una observación al trámite, será registrada mediante el esquema de notificación electrónico. Una vez cerrada la DAE cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2017)

Finalmente cuando la DAE tenga canal de Aforo Físico Intrusivo se dará un proceso según lo descrito en el punto anterior y adicionalmente se realiza una inspección física de la carga haciendo una comparación con la documentación electrónica y digitalizada enviada en la DAE. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2017)

Gráfico 4. Proceso de Exportación



Fuente: (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2016)

Elaborado por: Sandra Angamarca

2.2.1.6 ¿Que es un proyecto de exportación?

Básicamente un proyecto de exportación no busca establecer la viabilidad económica del mismo, contradictoriamente su fin principal es el de contar con información eficaz, confiables y concreta que ayude a la toma de decisiones respecto a los mercados a los que se debe procurar buscar para ingresar con el producto que se pretende ofertar. Con la elaboración de este tipo de proyectos se pretende que las organizaciones o empresas no se aventuren al ingresar a nuevos mercados sin antes haber realizado investigaciones previas por medio de los cuales se determine si resulta factible o no realizar la actividad de exportación. (Páramo, 2013).

En el desarrollo del proyecto de exportación, se exponen datos relevantes relacionados con el entorno, giro comercial y varios cambios a considerar en el momento en que se encuentren en relaciones comerciales internacionales (Páramo, 2013).

Realmente no existe una estructura definida para la realización de un proyecto de exportación, todo depende del producto que se pretende exportar, así como de las características, políticas y filosofía con la que se maneja la empresa. A través de la

elaboración del presente proyecto la empresa busca penetrar en un nuevo mercado internacional maximizando los niveles de eficiencia y rentabilidad consecuentemente.

El proyecto de exportación debe poseer información que permita conocer al detalle los productos que se planea ofertar, el mercado al que se desea ingresar, como se pretende introducir el producto a determinado país, con qué recursos se cuenta para iniciar con el proceso de exportación tomando en cuenta los siguientes aspectos sugeridos por (Connect Americas , 2013)

Descripción del negocio

Se refiere a la información sobre la organización de la empresa, en donde debe constar la capacidad, experiencia y habilidades que posee la empresa y con las que cuenta para poner en marcha el proyecto de exportación, además será necesario la aplicación de una matriz FODA, cuyo fin será el de determinar las estrategias que serán de ayuda a la empresa, así como los objetivos que persigue la empresa, sean estos a corto plazo también deben ser expuestos. (Connect Americas , 2013)

Además, se deberá establecer si la empresa ha realizado con anterioridad proyectos de exportación, en caso de haberlo hecho se tendrán que establecer diferentes datos tales como referencias arancelarias, descripción del producto, aceptabilidad de la demanda y su nivel, cual es la competencia directa, las normas de calidad trabajadas, los gustos, preferencias y exigencias del consumidor final, estos de entre otros elementos mismos que deberán ser considerados importantes. (Connect Americas , 2013)

Análisis de mercado

Esta fase es adecuada pues con ello se podrá conocer diferentes aspectos, tales como socioculturales, legales, políticos y económicos, del país de destino de la exportación, mismo que será al que se planea la exportación; de igual manera es necesario conocer los al consumidor y sus diferentes y variadas características tales como gustos, preferencias y exigencias: la competencia local e internacional existente; con la información detallada será mejor la estructuración de estrategias que permitirán el cumplimiento de los objetivos trazados. (Connect Americas , 2013)

Recursos Humanos

Para Bullón Paredes citado por Connect Americas (2013), sostiene que es de trascendental exponer al talento humano con el que cuenta la empresa para dar inicio al proyecto de exportación. La información debe ser detallada para conocer la experiencia y competitividad que tenga en aspectos de comercio internacional, considerando además que influye el contar con asesores externos capacitados específicamente en el área de comercio exterior.

Operativa

En esta fase se establecen diferentes y variadas estrategias a través de las cuales la organización está buscando ingresar a nuevos mercados relacionando los objetivos a largo plazo que han sido plasmados con anterioridad en el proyecto. Además se deben detallar la factibilidad del proyecto desde criterios importantes como los administrativos, técnicos, financieros y comerciales, puesto que es fundamental conocer aquellos aspectos que se relacionan directa e indirectamente con las exportaciones. A continuación se detallan aquellos elementos que se deben considerar al momento de elaborar esta parte del plan de exportación de acuerdo a (Connect Americas , 2013):

Aspectos Internacionales:

- Valor de la exportación
- Estudio internacional
- Obligaciones formales de comercio exterior
- Barreras arancelarias y no arancelarias
- Cotizaciones
- INCOTERMS
- Contratos
- Maneras o formas de realizar el pago
- Jaula
- Seguros
- Fletes

- Contactos en el extranjero (Connect Americas , 2013)

Aspectos de Producción:

- Materia Prima
- Calidad y normas
- Capacidad
- Instalaciones
- Localización
- Mano de obra
- Proveedores
- Relaciones (Connect Americas , 2013)

Proyecciones financieras

Las proyecciones financieras son un paso importante en el proyecto ya que prescindir de las mismas ha provocado en varias ocasiones que varios proyectos de exportación no tengan éxito en su ejecución; por esta razón el empresario deberá proyectar a futuro tanto los ingresos como los egresos a los que va a incurrir con la puesta en marcha del proyecto de exportación, para las respectivas proyecciones fundamentalmente es necesario contar con una base histórica de datos, que permitan establecer los índices de crecimiento o decrecimiento de ingresos y gastos. Así también se deben realizar los respectivos cálculos de los estados financieros correspondientes, ratios financieros de liquidez, actividad, rentabilidad y endeudamiento. (Connect Americas , 2013)

Sumario

Principalmente se hace referencia al resumen del plan de exportaciones, su objetivo principal es el de presentar la situación actual de la empresa y los planes de exportación que tiene la misma. El sumario explica de manera breve y concisa en que consiste el plan, describiendo el producto, ventajas competitivas, nuevo mercado, características de la demanda y por supuesto los requerimientos financieros que son necesarios. (Connect Americas , 2013)

2.2.1.7 Formas de pago a negociar con el consumidor extranjero

Pago Anticipado

Es a importación que se realiza con anterioridad mediante un embarque sobre la mercancía donde el exportador recibe primeramente el pago y después se encarga del despacho de la mercadería. El vendedor no tiene la seguridad de que después se realice el procedimiento de la mercancía, es por ello que solo se base en la confianza que el importador le tenga al vendedor. (PROECUADOR, 2015)

A través de cobranzas

Es cuando el exportador tiene cierto grado de confianza con el importador y sabe que sí le cancelará el valor de su embarque, por lo cual el que corre con el mayor riesgo es el vendedor, estas cobranzas pueden ser:

- Directa, en este caso solo participa el vendedor o comprador como tal.
- Mediante un representante del exportador, es decir toda la documentación será canalizada a través de dicho representante del exportador en la ciudad o país del importador.
- A través de un banco, es decir con una Carta de Crédito irrevocable y confirmada. (PROECUADOR, 2015)

A través de carta de crédito irrevocable y confirmada

El pago debe ser realizado mediante un compromiso del cobrador mediante el emisor con el banco del país del exportador llamado también banco corresponsal. El pago que realice el exportador lo debe realizar el banco que lo confirme, que por lo general es el mismo banco corresponsal siempre y cuando se cumpla con cada uno de los requisitos. (Pro Ecuador, 2016)

A consignación

Cuando las condiciones de pago de la negociación internacional se estipulan en función de las cantidades realmente vendidas en el país de destino. (Pro Ecuador, 2016)

2.2.1.8 Regímenes aduaneros de exportación

Exportación a Consumo – Régimen 40

Es el régimen aduanero por el cual las mercancías nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para su uso o consumo definitivo en el exterior. (PROEcuador, 2015)

Exportación Temporal con Reimportación en el Mismo Estado – Régimen 50

Es el régimen suspensivo del pago de tributos que permite la salida del territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas para ser utilizadas en el extranjero, durante cierto plazo con un fin determinado y reimportado sin modificación alguna, con excepción de la depreciación normal por el uso. (PROEcuador, 2015)

Exportación Temporal para Perfeccionamiento Pasivo – Régimen 51

Es aquel régimen que se basa en la salida de la mercadería de un lugar de destino o territorio aduanero en un cierto plazo para que las mismas sean importadas después de haber sido realizadas el proceso de transformación o reparación. (PROEcuador, 2015)

Devolución Condicionada de Tributos (Draw Back) – Régimen 53

Permite realizar un reembolso sea este total o parcial de los impuestos que son pagados por la realización de la importación de la mercadería el mismo que debe cumplir con un plazo que señala el reglamento de la LOA, en los siguientes casos:

- Aquella mercadería sometida en el país a un proceso de transformación.
- Aquellas que se incorpora a la mercancía para ser exportadas.
- Envases

2.2.1.9 Estructura de comercialización

Clasificación arancelaria

Un criterio básico dentro del comercio exterior es la identificación de cada uno de los productos a través de un sistema ordenado numérico mismo que se ve armonizado por un entendimiento que se podrá dar a nivel internacional. Sobre esto se pueden establecer los requisitos de importación, así como la asignación de los aranceles así como de los gravámenes. La Clasificación Arancelaria permite la tipificación de las mercaderías que se comercializan. Facilita el que las aduanas apliquen las medidas arancelarias y no arancelarias. Se le conoce como un Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, de aceptación internacional, cuya estructura obedece a la siguiente jerarquía: secciones, capítulos, subcapítulos, partidas y sub-partidas. (Pro Ecuador, 2016)

2.2.1.10 Incoterms

Básicamente las Incoterms se definen como un conjunto de términos comerciales empleados en contratos internacionales de venta de bienes, así también sirven para fraccionar costes de transacciones internacionales (Czinkota, 2007)

Antes de realizar las importaciones es necesario entender y comprender de manera adecuada los términos, para lo cual a continuación se presentan los que son usados con mayor frecuencia de acuerdo a (PROECUADOR, 2015)

EXW (EX Works):

“está basado cuando el vendedor indica o menciona sobre la mercancía que dispone con cada una de las instalaciones como el almacén y maquinaria. Os gastos de cada uno de los procesos están a cargo del comprador. Básicamente el incoterms puede ser utilizado en cualquier tipo de transporte” (Pro Ecuador, 2016)

FAS (Free Alongside Ship):

“Se refiere cuando el vendedor traspasa la mercancía en el muelle de puerto de carga convenido. Este Incoterms es utilizado generalmente en cargas a granel o carga voluminosa. El vendedor es la persona responsable las diferentes gestiones y costos incurridos por la aduana de exportación, utilizado para transporte marítimo o fluvial.” (Pro Ecuador, 2016)

FOB (Free On Board):

“El vendedor hace la contratación del transporte para el traslado de la mercancía pero el comprador es quien asume los costos de transporte a los que se incurre. Es uno de los Incoterms más utilizados en las negociaciones, porque es utilizado para carga general dentro de los cuales se encuentran bidones, bobinas, contenedores, entre otros, este Incoterms excluye las cargas a granel.” (Pro Ecuador, 2016)

FCA (Free Carrier):

“El vendedor se encuentra en la obligación de entregar la mercancía en un punto determinado dentro del país de origen, además se responsabiliza del pago de los costos generados en el lugar de destino y de los costos de aduana del país de origen. Esta Incoterms se lo usa con cualquier tipo de transporte sin excluir ninguno.” (Pro Ecuador, 2016)

CFR (Cost and Freight):

“El vendedor asume todos los costos del traslado de la mercancía incluido el transporte hasta que los artículos lleguen al lugar de destino, recalando que el riesgo es transferido al comprador en el momento en el que el buque se encuentra en aguas del país de origen. Este Incoterms es utilizado para carga general, se excluyen contenedores y cargas a granel; el único medio de transporte utilizado es barco ya sea en vía marítima o fluvial.” (Pro Ecuador, 2016)

CIF: (Cost Insurance and Freight):

“El vendedor es quien asume los costos de transporte y seguro hasta que la mercancía llegue al lugar de destino, el seguro es contratado por el comprador sin embargo el beneficiario es el comprador. Al igual que en la Incoterms anterior (Cost and Freight) el comprador asume el riesgo cuando la mercancía se encuentre en aguas del país de origen. El Incoterms CIF es uno de los más utilizados en el comercio y negociaciones internacionales, esto tiene como principal motivo que las condiciones del precio del CIF marcan el valor en la aduana del país de origen del producto importado, ya que se emplea para carga convencional y no se utiliza cuando se transporta en contenedores.” (Pro Ecuador, 2016)

CPT (Carriage Paid To):

“De la misma forma que algunos Incoterms mencionados anteriormente, el vendedor se hace cargo de los costos incluido el transporte hasta que la mercadería llegue al lugar convenido, sin embargo el riesgo es transferido al comprador, cuando los bienes son entregados en el país de origen. Principalmente este Incoterm es empleado con cualquier tipo de transporte incluido el transporte multimodal.” (Pro Ecuador, 2016)

CIP (Carriage and Insurance Paid To):

“El vendedor debe cubrir con los gastos de transporte y seguro hasta que la mercancía se encuentre en el lugar que se acordó anteriormente, el riesgo es transferido al comprador cuando la mercancía se encuentre en el país de origen. Hay que recalcar que aunque el seguro haya sido contratado por el vendedor, el beneficiario de dicho seguro es el comprador, este tipo de Incoterm se utiliza con cualquier tipo de transporte o algún tipo de combinación.” (Pro Ecuador, 2016)

DAT (Delivered at Terminal):

“Este Incoterm aparece en el año 2010, reemplazando al Incoterm DEO; DAT básicamente se refiere cuando el vendedor es quien asume todos los costos tanto de transporte como del seguro (no es obligatorio), hasta que la mercancía se instale en la terminal definida.” (Pro Ecuador, 2016)

DAP (Delivered at Place):

“Este tipo de incoterms surge en el año 2009 y fue reemplazado por el DES, esta basado en que el vendedor se encarga de realizar todos los pagos esto incluye tanto el transporte como el seguro y los costos que se asocian con la importación, incluidos los riesgos que pueden presentarse hasta que el comprador tenga a su disposición la mercadería.” (Pro Ecuador, 2016)

DDP (Delivered Duty Paid):

“Este Incoterm hace referencia a que el comprador no realiza ningún tipo de trámite o pago, mientras que el vendedor es quien asume los gastos hasta que la mercancía se

encuentre en el lugar pactado; así también los gastos de importación son asumidos por el vendedor mismo.” (Pro Ecuador, 2016)

2.2.4. Quinua

“Su nombre científico es *Chenopodium quinoa* Willd es un nutritivo pseudocereal que se cultivó en forma tradicional en el área andina desde la época incásica.” (Rivera, 2015)

La quinua también llamada pseudo cereal, es un producto que se originó en países como Perú, Ecuador y Bolivia, la misma que es conocida y utilizada como una dieta diaria. El tamaño de la planta está estructurada en una altura de 1 a 2,30 m, a pesar que el producto contenga un gran porcentaje de almidón no está dentro del grupo de los cereales. Es una materia que puede ser utilizada para la preparación de galletas, pan, bebida. (Sánchez C. , 2012)

En Ecuador este producto ha estado bajo un proceso de “erosión genética”, es decir su cultivo estaba desapareciendo gradualmente. Es por eso que se han tomado acciones para incentivar la plantación de la quinua, en las diferentes zonas de producción. Las provincias en donde se produce este alimento son: Chimborazo, Imbabura, Cotopaxi, Pichincha, Carchi y Tungurahua. (Sánchez C. , 2012)

2.2.5. Valor nutritivo del grano de quinua

La quinua, al igual que el maíz, el amaranto, el frijol, la papa y muchos otros cultivos nativos, posee grandes valores nutricionales y se ha constituido como uno de los principales alimentos de las personas campesinas. Una de sus mayores cualidades es la adaptabilidad a las diferentes condiciones climáticas ya que su producción no se limita a alturas mayores de los 2500 y menores a los 4000 metros sobre el nivel del mar. (Estado Plurinacional de Bolivia, 2013)

Existen varios alimentos con gran contenido de proteínas, como el chocho, la soya, entre otros, es importante recalcar que la quinua supera a aquellos que se consumen masivamente, como el trigo, arroz, maíz, cebada y se lo puede llegar a comparar con algunos de origen animal, como la carne, leche, huevo, pescado. (Peralta, 2012)

Su verdadero valor nutricional se encuentra en que la calidad de la proteína que brinda supera a la de muchos de los pseudo cereales, es decir, es el portador de un adecuado balance de aminoácidos esenciales, como la lisina, metionina y triptófano esencialmente. Además, la cantidad de proteína que proporciona llega a variar entre 14 y 20%, posee también excelentes cantidades de minerales como calcio, hierro, fósforo y algunas vitaminas. (Peralta, 2012)

Gráfico 5. Valor Nutritivo por cada 100 gramos de porción comestible de quinua

Nombre Común	Calorías	Agua (%)	GRAMOS				MILIGRAMOS			MSGSO (U)	MILIGRAMOS			
			Proteína	Carbohidratos		Grasas	Calcio	Fósforo	Hierro	Vitamina A	Vitamina B	B 2	Niacina	Vitamina C
				Total	Fibra									
Quinua	351	11.0	14.0	67.7	4.6	6.1	112	286	7.5	0	0.36	0.42	1.4	3
Chocho	276	46.3	36.0	17.5	3.8	17.5	54	262	2.3	0	0.16	0.29	1.1	5
Trigo	330	12.5	12.3	71.7	2.3	1.8	46	354	3.4	0	0.52	0.12	4.3	0
Maíz	361	10.6	9.4	74.4	1.8	4.3	9	290	2.5	70	0.43	0.10	1.9	tr
Arroz	364	12.0	7.2	79.7	0.6	0.6	9	104	1.3	0	0.08	0.03	1.4	0
Carne de res	113	75.2	21.4	0	0	2.4	16	179	4.0	0	0.07	0.20	2.9	0
Huevo	148	75.3	11.3	2.7	0	9.8	54	204	2.5	125	0.14	0.37	0.1	0
Pescado	83	77.9	18.2	0	0	1.0	18	208	2.5	0	0.07	0.07	4.2	2

Fuente: (Peralta, 2012)

Elaborado por: Sandra Angamarca

Bajo tal conocimiento es importante mencionar que las semilla de quinua son ricas en VITAMINAS DEL GRUPO B, especialmente B1 (Tiamina), B2 (Riboflavina), B3 (Niacina) y B9 (Ácido Fólico) – C y E. (IMPSECO, 2016)

Además se trata de un alimento muy rico en diferentes minerales, los cuales el autor (IMPSECO, 2016) menciona a continuación:

Calcio: contiene más de cuatro veces que el maíz, casi el triple que el arroz y mucho más que el trigo, fácilmente absorbible por el organismo por lo que su ingesta ayuda a evitar la descalcificación y la osteoporosis.

Hierro: contiene tres veces más cantidad que el trigo y el quintuple que el arroz.

Potasio: posee el doble que el trigo, el cuádruple que el maíz, y ocho veces más que el arroz.

Magnesio: en cantidades muy superiores también al de los otros cereales.

Fosforo: los niveles son parecidos a los del trigo pero muy superiores a los del arroz y sobre todo a los del maíz.

Zinc: casi dobla la cantidad contenida en el trigo.

Manganeso: solo el trigo supera en este mineral a la quinua mientras que el arroz posee la mitad y el maíz la cuarta parte.

Fibra: supone el 6% del peso total del grano y es la que hace que la ingesta de quinua favorezca el tránsito intestinal, regule los niveles de colesterol, estimule el desarrollo de la flora bacteriana beneficiosa y ayude a prevenir el cáncer de colon. (IMP SERCO, 2016)

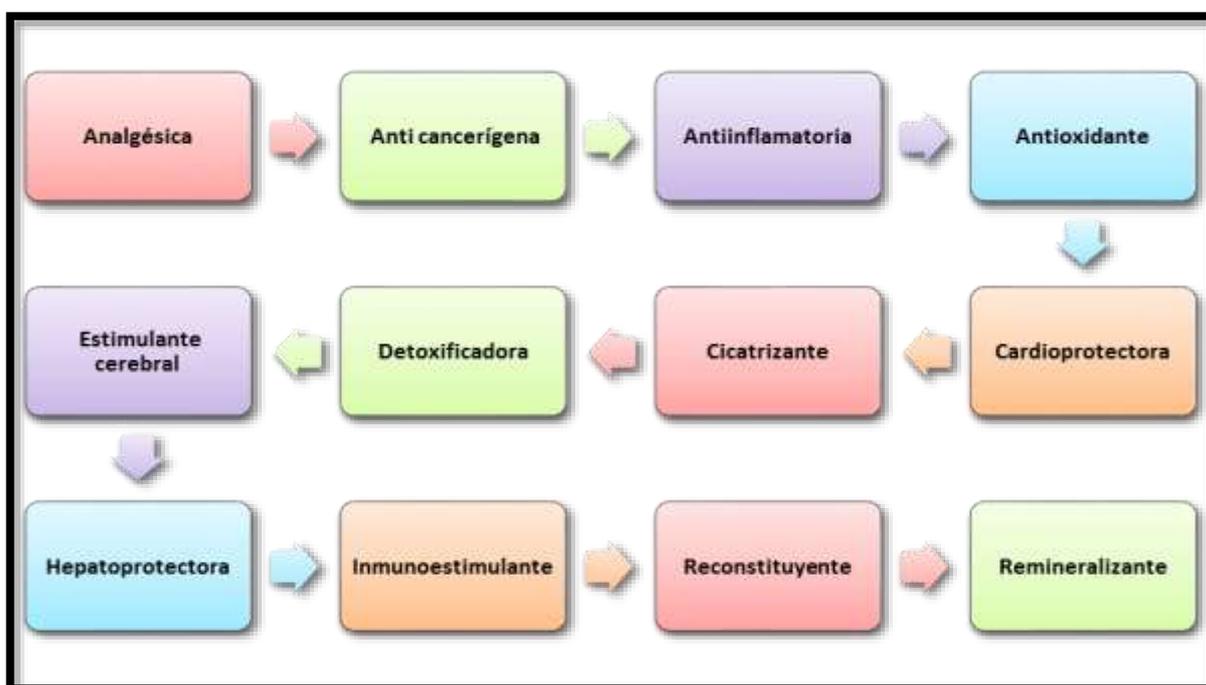
En cuanto a los carbohidratos, las semillas de quinua contienen entre un 58% y un 68% de almidón y un 5% de azúcares, lo que la convierte en una fuente óptima de energía que se libera en el organismo de forma lenta por su importante cantidad de fibra. La grasa en cambio oscila solo entre el 4% y el 9% siendo básicamente omega 6, ácido graso poli insaturado de amplios efectos biológicos positivos para la salud. (IMP SERCO, 2016)

También posee proteínas de alto valor biológico ya que entre el 16% y el 20% del peso de una semilla de quinua los constituyen proteínas, entre ellas todos los aminoácidos, incluidos los esenciales, es decir los que el organismo es incapaz de fabricar y por lo tanto requiere ingerirlos por la alimentación. (IMP SERCO, 2016)

2.2.6. Bondades de la quinua

Este pseudo cereal actúa después de su ingesta en el cuerpo del hombre como:

Gráfico 6. Acción de la quinua en el cuerpo humano



Fuente: (IMP SERCO, 2016)

Elaborado por: Sandra Angamarca

2.2.7. Principales productos elaborados en Ecuador

El principal producto exportado es la quinua en grano lavado o escarificado, libre de sustancias amargas. En el país se cuenta con quinua con certificación orgánica y convencional es decir es baja en uso de insumos externos. Por la ubicación geográfica del Ecuador y sus características climáticas, la quinua no es afectada por plagas o enfermedades importantes. (Instituto de Promoción de exportaciones e inversiones, 2015)

En Ecuador, el procesamiento de la quinua se concentra en el lavado y/o escarificado del grano para eliminar la saponina sustancia que se caracteriza por ser amarga, así mismo, se realiza un proceso de clasificación tanto por tamaños y por color para garantizar la calidad del producto, entre otros. Adicional a la quinua en grano con calidad de exportación, se realizan otros productos que brindan mayor valor agregado. (Instituto de Promoción de exportaciones e inversiones, 2015)

Entre la variedad de productos elaborados a base de quinua, se pueden encontrar:

Gráfico 7. Productos elaborados a base de quinua



Fuente: (Instituto de Promoción de exportaciones e inversiones, 2015)

Elaborado por: Sandra Angamarca, 2017.

El desarrollo de esta diversidad de productos se debe en gran parte a las bondades nutricionales de la quinua antes ya mencionadas; ya que ésta es considerada como un alimento completo, nutritivo y saludable. (Instituto de Promoción de exportaciones e inversiones, 2015)

2.2.1.11 Ubicación de producción de quinua en el Ecuador

En el Ecuador la quinua se produce tradicionalmente en la región Sierra, tanto por las condiciones agroecológicas, como por la importancia de este grano en los sistemas de producción andina. (Instituto de Promoción de exportaciones e inversiones, 2015)

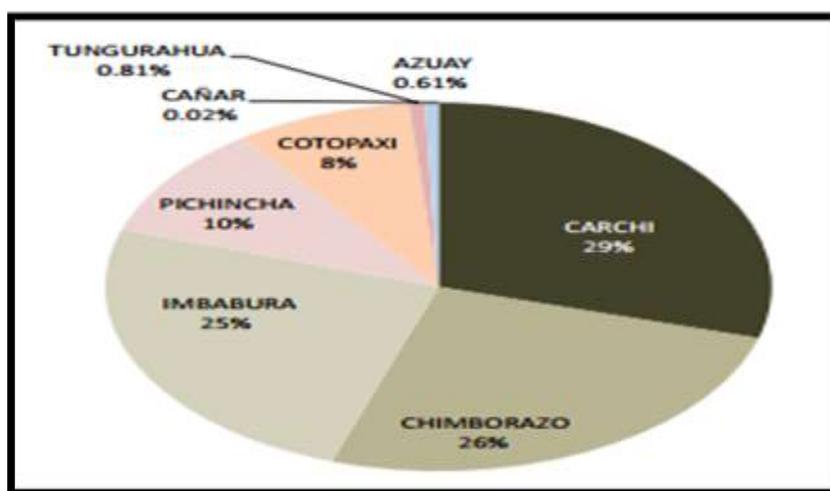
La provincia del Carchi se caracteriza por ser la que produce mayor cantidad de quinua en el país, seguida de la provincia de Imbabura y de Chimborazo. (Instituto de Promoción de exportaciones e inversiones, 2015).

En cuanto la Provincia de Chimborazo existe una variedad de Quinua que se origina en su gran mayoría mediante la creación de cultivos orgánicos el contenido de la quinua esta basada en un alto en saponina por lo que es amarga. De igual manera existe una gran cantidad en variedades y se produce en áreas bien altas y por lo general frías de la sierra. (Instituto de Promoción de exportaciones e inversiones, 2015)

En cuanto al mercado internacional la demanda está enmarcada como la preferencia por lo que es la quinua orgánica. En el país de Ecuador existe la quinua con certificación orgánica, pro a pesar de esto aún existe una gran mayoría de productos de quinua convencional cuya producción es manejada con prácticas agroecológica. (Instituto de Promoción de exportaciones e inversiones, 2015)

Para agosto del año 2014, el 92% de la producción de quinua del país se distribuía en las provincias de Carchi con el 29%, Chimborazo 26%, Imbabura 25%, Pichincha 10%, Cotopaxi 8%, Tungurahua 0,81%, Azuay 0,61% y Cañar 0,02%, ejemplificadas de la siguiente manera en el gráfico:

Gráfico 8. Distribución geográfica de la producción de Quinua 2015-2016



Fuente: (Monteros, 2016)

Elaborado por: Sandra Angamarca

2.2.1.12 Exportación ecuatoriana de quinua

Mediante la gráfica se puede evidenciar que en el periodo 2010 al 014 ha existido una gran tendencia estableciendo así una tasa de crecimiento del 53.78%, en cuanto al valor FOB. En relación al año 2014 fueron registrados un total de 5,2 millones, representado por un crecimiento de 243,72% en relaciono a años anteriores. (Instituto de Promoción de exportaciones e inversiones, 2015).

Gráfico 9. Exportaciones Ecuatorianas de Quinua



Fuente: (Instituto de Promoción de exportaciones e inversiones, 2015)

Elaborado por: Sandra Angamarca

Ecuador ha exportado quinua en grano a alrededor de 16 países, sin embargo, existen muchos destinos a los cuales no se puede exportar por barreras sanitarias y fitosanitarias. (Instituto de Promoción de exportaciones e inversiones, 2015)

La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro, AGROCALIDAD, es la Entidad Nacional competente en la apertura de mercados de productos agrícolas, y se encarga de gestionar ante sus homólogos en los países para poder realizar exportaciones. (Instituto de Promoción de exportaciones e inversiones, 2015)

Por lo general los países de interés de exportación solicitan que se establezcan los requisitos sanitarios y fitosanitarios y de ser el caso, se realice un análisis de riesgo de plagas, para garantizar que el ingreso de los productos no contamine o pongan en riesgo la salud de las personas y demás seres vivos. (Instituto de Promoción de exportaciones e inversiones, 2015)

Actualmente Ecuador puede exportar quinua en grano a Estados Unidos, Canadá, Unión Europea, Australia, Corea del Sur, Emiratos Árabes Unidos, Israel, Japón, Venezuela; cumpliendo los requisitos internos y externos. (Instituto de Promoción de exportaciones e inversiones, 2015)

2.2.8. Conceptos fundamentales

Acuerdos Comerciales: Son contratos que se realizan entre dos o más países, en donde se realiza o regulan materias que especifican la comercialización. Están basados como tratados arancelarios de manera que se procure ventajas y seguridad, en cuanto a las aplicaciones de las tarifas. (Armijos, 2014)

Aduana: Es una unidad que se encarga de la legislación sobre las exportaciones e importaciones, de igual manera se encarga de controlar el tráfico de los bienes tanto interno como externo del país, realizando su valoración, clasificación y verificación, y de la aplicación y la fiscalización de un régimen arancelario y de prohibiciones. (Armijos, 2014)

Aforo: Es la operación o actividad que se encarga de practicar la actuación del examen físico, así como también de la revisión de los documentos necesarios para la clasificación de las mercancías, el origen, y la evaluación, y los demás datos necesarios para fines de tributación y fiscalización aduanera. (Armijos, 2014)

Arancel: Es un impuesto o gravamen que se debe pagar la importación o exportación de mercancías, está enfocada a la aplicación el comercio exterior para agregarle valor al precio de las mismas en el mercado de destino. Este impuesto se grava en las mercancías que se importan con el propósito de equilibrar la producción de un país. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2016)

Bodega Destino: Recinto de depósito que cuenta con autorización sanitaria e individualizado en el certificado de destinación, donde las mercancías extranjeras permanecen almacenadas en espera de obtener la autorización de uso y consumo. (Armijos, 2014)

Carga: Se denomina así a aquellas mercaderías que son objeto de transporte mediante el pago de un precio. También se puede denominar carga a las mercaderías que un buque, un avión u otro tipo de vehículo transportador, tiene en su bodega o depósito en un momento dado. (Armijos, 2014)

Certificado de origen: el certificado de origen es un documento emitido en el formato oficial definido en los respectivos reglamentos establecidos definidos por los países otorgantes de preferencias arancelarias en el marco de la UNCTAD y que sirve para beneficiarse del tratamiento preferencial acordado entre las partes. (Ministerio de Industrias y Productividad, 2016)

Contrataciones: Actividad en la cual la empresa extranjera contacta a una empresa manufacturera local con el objetivo de producir algunas partes de su producto o el producto completo; sin embargo, todas las responsabilidades siguen siendo de la empresa. (Montesdeoca & Zambrano, 2012)

Ecuapass: Es el sistema aduanero del país, que permitirá a todos los Operadores de Comercio Exterior realizar sus operaciones aduaneras de importación y exportación. Este sistema genera transparencia y eficiencia en las operaciones aduaneras, además de asegurar simultáneamente el control aduanero y facilitar el comercio (Guacollante, 2015).

Exportación: Actividad que consiste en vender productos de una determinada organización o empresa destinado al mercado extranjero. (Morales, 2000)

Incoterm: están basado en términos por la Cámara de Comercio que tiene la finalidad de definir el lenguaje en donde se utilice tanto a los compradores como a los vendedores que se encarga de importar o exportar mercancías, es decir participan en negocios internacionales. El objetivo principal es establecer los gastos necesarios para el traslado de la mercadería y que contribuya tanto al importador como exportador. (Armijos, 2014).

Licencia de Exportación: Autorización aduanera que concede permiso bajo requisitos específicos para exportar mercancías (Armijos, 2014).

Licencias: Es el proceso que se da cuando una firma local ofrece una parte de sus activos a una compañía del extranjero a cambio de beneficios, los mismos que pueden ser marcas registradas, tecnología, procesos de producción o patentes (Morales, 2000).

Mercancía Extranjera: La que proviene del exterior y cuya importación no se ha consumado legalmente, aunque sea de producción o manufactura nacional; o que, habiéndose importado bajo condición, ésta deje de cumplirse (Armijos, 2014).

Mercancía Nacional: Es la producida o manufacturada en el país con materias primas nacionales o nacionalizadas (Armijos, 2014).

Nomenclatura arancelaria: Lista o nómina de mercancías, objetos del comercio internacional, ordenadas sistemáticamente a base de determinados principios, su naturaleza, origen, destino, etc. Si frente a cada una de las mercancías de una nomenclatura hacemos figurar los derechos de importación, esta se transforma en un arancel.

Plan de exportación: Es una descripción, análisis y planificación detallados de las actividades de exportación que la compañía planea desarrollar, es una herramienta para presentar a agentes externos que puedan tener una influencia importante en el proceso de exportación (Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C, 2011).

Posición Arancelaria: Permite incorporar la posición arancelaria del producto o servicio. Utiliza el sistema internacional de 6 cifras. El código internacional de 6 dígitos en distintos países se agrega entre 4 y 6 adicionales para una mejor especificación del producto o servicio (Armijos, 2014).

Sub partida arancelaria: Es un código que identifica un bien con el fin de dar una categoría a la mercancía en el instante de realizar transacciones de comercio exterior. Su clasificación se la realiza dependiendo del régimen de cada país y se basa en el Sistema Armonizado de la Organización Mundial de Aduanas (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2017).

2.3 IDEA A DEFENDER

La creación de un proyecto de exportación de Harina de uso instantáneo de Quinoa de la Corporación de Productores y Comercializadores Orgánicos Bio Taita Chimborazo, hacia el mercado Estadounidense, permitirá la mejora de la competitividad de COPROBICH.

2.4 VARIABLES

2.4.1. Variable independiente

Proyecto de exportación de harina de uso instantáneo de Quinoa.

2.4.2. Variable dependiente

Mejora de la competitividad de COPROBICH.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de titulación se realizará mediante la recopilación de información, lo cual se realizará mediante observación de campo y la investigación, análisis y síntesis de datos relevantes para el desarrollo de la investigación. Denominando de tal modo al estudio de tipo exploratorio y descriptivo.

3.1.1. Fuentes de información

Son todos los recursos que contienen datos formales, informales, escritos, orales o multimedia. Se dividen en tres tipos: primarias, secundarias y terciarias.

Las fuentes de información son bases teóricas existentes que sirven para obtener un conocimiento o idea del tema investigativo que se desea desarrollar, con el fin de precisar de mejor manera el problema y aclarar el énfasis de cada uno de los temas requeridos.

3.1.1.1 Primaria

Contienen información original, que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por nadie más. Son producto de una investigación o de una actividad eminentemente creativa.

La información requerida se obtendrá de la recopilación de información y mediante la técnica de la observación de campo.

3.1.1.2 Secundaria

Para el desarrollo del estudio es necesario el uso, análisis y conocimiento de información secundaria, la cual será recopilada a través de la investigación en revistas científicas, estudios con temas afines, así como mediante la navegación en páginas web que serán de

tipo especializadas y por tanto confiables, además se realiza la consulta en libros de interés que poseen temas que están en concordancia con los actuales.

Es importante mencionar que toda la información secundaria recopilada, estará adecuadamente citada, como solicita la Norma APA sexta edición, que indica los requerimientos específicos de trabajos científicos en lo referente a contenido, estilo, edición, citación, referencia, presentación de tablas, figuras, y demás.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.2.1 Investigación Exploratoria

Según el autor (Arias, 2012). “La investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos”. (pág.23)

De acuerdo al concepto anterior este tipo de investigación permitirá tener una visión clara sobre los problemas presentes en la empresa y las desventajas que provienen de la falta de un proyecto de exportación de harina de quinua, y de la necesidad de fijar lineamientos de acción que orienten los esfuerzos y decisiones tanto del personal, como de sus directivos, a fin de que los resultados futuros de la empresa COPROBICH, sean los óptimos y esperados.

3.2.2 Investigación Descriptiva

Para el autor (Arias, 2012), la Investigación descriptiva “consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere”. (pág.24)

En tal contexto, para el presente trabajo, tras aplicar una serie de observaciones, la investigación descriptiva permitirá recoger datos para posteriormente resumir y analizarlos minuciosamente, con el fin de extraer generalizaciones significativas que contribuirán a la finalización de la presente investigación.

3.2.3 Investigación Bibliográfica

Para el autor (Arias, 2012), la investigación bibliográfica: Se fundamenta en la revisión sistemática, rigurosa y profunda del material documental de cualquier clase. Se procura el análisis de los fenómenos o el establecimiento de la relación entre dos o más variables. Cuando opta por este tipo de estudio, el investigador utiliza documentos, los recolecta, selecciona, analiza y presenta resultados coherentes. (pág.87)

Utilizando la investigación bibliográfica, se hará uso de la lectura y consulta en libros, tesis, artículos científicos, folletos, revistas, boletines, archivos, revistas especializadas y cualquier otro tipo de información escrita que se considerará importante y necesaria para realizar la investigación. A partir de esto se podrá obtener una serie de conceptos y aportaciones que servirán para el estudio y fundamentación del conocimiento y por ende para desarrollar el marco teórico en el cual se fundamenta el presente documento.

3.2.4 Investigación de Campo

Según los autores, (Palella & Martins, 2012), definen a la Investigación de Campo:

Como la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta. (pág.88)

En tal medida, esta investigación será de campo debido a que para levantar la información que servirá de base para el desarrollo del proyecto de exportación de harina de uso instantáneo de Quinoa, para la empresa COPROBICH, será necesario estar presente de forma directa con la realidad que se desenvuelve la organización, tanto con su talento humano como en los procesos que se dan dentro de la empresa.

3.3 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.3.1. Métodos

3.3.1.1.Método empírico

El método empírico es una doctrina que afirma que todo conocimiento se basa en la experiencia, experimentos, contrastaciones, en definitiva, en el conocimiento de la realidad externa, sensible, material y cuantificable. Mientras que niega la posibilidad de ideas espontáneas o del pensamiento a priori (Campusano 2015).

Los datos empíricos se pueden recoger mediante la observación sistemática realizada de un fenómeno o a través de un estudio controlado. El método empírico es un modelo de investigación científica que se basa principalmente en la lógica empírica es uno de los más usados en el estudio de las ciencias sociales y descriptivas. Este método es importante dentro de la investigación debido a que permite al investigador realizar una serie de procedimientos prácticos que permitan relevar una serie de procedimientos claves.

Para el desarrollo de la investigación se ha utilizado el método empírico debido a que se ha basado en la observación de cada uno de los procesos que se realiza para la exportación de Quinua.

3.3.1.2.Método teórico

Este método se basa en el estudio de documentos existentes de otras empresas u organizaciones, que hayan incursionado en el mismo análisis o similar al que se realizará en el presente proyecto, esto se lo ejecutará como un análisis previo al desarrollo del marco teórico. Mediante el método teórico se identificó relaciones esenciales de temas similares que se apoyan básicamente en el proceso de análisis, síntesis, aducción y deducción de información. El marco teórico afirma que todo el conocimiento se basa en la experiencia, mientras que niega la posibilidad de ideas espontaneas.

Es un proceso importante para la comprensión y desarrollo del tema de investigación, mediante el uso de este método se destaca la prioridad o relación de las cosas o

fenómenos. No se limita a descartar y aislar alguna prioridad su estudio se lo realiza de manera general, de igual manera permiten descubrir en el objeto de investigación cada una de las relaciones esenciales en cuanto al tema investigativo.

3.3.1.3.El método hipotético-deductivo

Para la presente investigación se empleará el método hipotético – deductivo ya que, a partir de lo observado en la gestión realizada en función de los criterios de la investigación, se formulará la correspondiente hipótesis o idea a defender, posteriormente se aplicarán algunos conocimientos previos acerca del tema para obtener conclusiones que serán verificadas mediante la investigación. (Palella & Martins, 2012)

Mediante la utilización de los métodos tanto hipotético como deductivo se identifica la información, tratando de extraer conclusiones de carácter universal desde datos particulares para conocer la problemática de la investigación. Es decir, a través de las conclusiones generales que son percibidas por el investigador, se busca conocer más a detalle las causas de la problemática, permitiendo así la determinación de conclusiones particulares que permitan incrementar la visión del fenómeno estudiado, conociendo a profundidad cada elemento concerniente en la investigación.

3.3.1.4.Método de análisis y síntesis

Se utilizará este método para la revisión del estado del arte, además para la interpretación y análisis de los datos recolectados; de tal manera que los datos sean analizados y sintetizados para la comprensión de los lectores (Palella & Martins, 2012).

3.3.2. Técnicas

Al mismo tiempo, se ha determinado que para el desarrollo del presente trabajo de titulación se utilizarán las siguientes técnicas:

3.3.2.1.Observación y visitas de campo

A través de la observación se identifican los procesos y actividades esenciales que se realizan en la empresa, así como el manejo del área financiera de la misma. Palella y Martins (2012).

En la presente investigación se aplicará la observación directa, técnica que servirá para realizar el análisis situacional de la empresa, lo que servirá para el proceso de investigación pertinente para el presente estudio.

3.3.3. Instrumentos

El instrumento a utilizar en el presente estudio será: la ficha de observación, que es un instrumento que ayuda a la recolección de datos importantes, en el que a través del registro sistemático, válido y confiable de características determinadas, conductas o criterios diferentes, se plasman las ideas principales que serán un aporte para el desarrollo de la investigación. (Sampieri, 2007)

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 TEMA

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE HARINA DE USO INSTANTÁNEO DE QUINUA DE LA CORPORACIÓN DE PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES ORGÁNICOS BIO TAITA CHIMBORAZO “COPROBICH”, DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, HACIA EL MERCADO ESTADOUNIDENSE, PERÍODO 2017 – 2021.

4.2. Contenido de la propuesta

4.2.1. Corporación de Productores y Comercializadores Orgánicos Bio Taita Chimborazo “COPROBICH”

Antecedentes históricos

La Corporación de Productores y Comercializadores Orgánicos Bio Taita Chimborazo (COPROBICH), fue reconocida de manera legal el 21 de Julio del 2003 según el acuerdo ministerial N°184, emitido por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) (COPROBICH, 2017).

La Ley de Economía Popular y Solidaria y del Sector financiero Popular y Solidario, tiene la potestad de regular las actividades que realiza COPROBICH de acuerdo con lo manifestado por el asesor jurídico del MAGAP. Dicha ley en el artículo 15 menciona que las organizaciones del sector comunitario se refiere a todas aquellas que se vinculan por relaciones territorios, identidades étnicas, culturales, de cuidado de la naturaleza, urbanas o rurales, o comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, que a través del trabajo en conjunto, buscan la producción, comercialización, distribución y consumo de bienes o servicios lícitos (COPROBICH, 2017).

Misión

“Producir, transformar y comercializar productos de alta calidad, cumpliendo estándares mundiales para satisfacer y superar las demandas de sus clientes, promoviendo la protección del medio ambiente, contribuyendo al desarrollo socio-económico de sus socios y de la Provincia de Chimborazo” (COPROBICH, 2017)

Visión

“Ser una organización líder en el país, competitiva, de alta productividad; gracias a su gestión transparente, capacidad y compromiso de su talento humano. Produciendo cereales como quinua, cebada y trigo, productos terminados de alta calidad tanto para el mercado nacional como el de exportación, sus productos cuentan con Certificación de Buenas Prácticas de Manufactura BPM, certificación orgánica BCS y de comercio justo FLO; un trabajo con responsabilidad social – medioambiental”. (COPROBICH, 2017)

Filosofía Institucional

La filosofía con la que se maneja COPROBICH se fundamenta en el fortalecimiento a los pequeños agricultores de la provincia de Chimborazo a través del mejoramiento de sus cultivos en general, pero el de la quinua orgánica en especial, dando seguridad alimentaria a la familia para luego incrementar la comercialización a través de las exportaciones con precios, pesos y trato justo para sus productores (COPROBICH, 2017).

Dentro de los principios y valores que practica COPROBICH, se encuentran:

- Democracia y participación
- Solidaridad
- Equidad
- Respeto
- Transparencia
- Responsabilidad

Políticas Institucionales

1. La democracia y participación de todos sus socios/as, muchas veces a través de la presta mano o realización de migas, en las que cada socio participa de diferentes maneras en los eventos o comisiones a las que son asignados. (COPROBICH, 2017)
2. Velar por el Buen Vivir o Sumak Kawsay de las comunidades rurales mediante su fortalecimiento organizacional, diversificando sus cultivos, consumiendo productos sanos, dando de esta forma seguridad alimentaria a la familia como prioridad, añadiendo valor agregado a sus productos y transformándoles para hacer un comercio con peso y precio justo a nivel nacional e internacional. (COPROBICH, 2017)
3. Cuidado, protección y conservación de la Pachamama su suelo, la defensa del medio ambiente, el cuidado y protección de la biodiversidad, de la alimentación diversificada y la salud de productores y consumidores. (COPROBICH, 2017)
4. Impulso y reconocimiento de la identidad cultural, valorarla y robustecerla a través de la difusión de sus costumbres y tradiciones, su medicina tradicional y el fortalecimiento de su economía. (COPROBICH, 2017)
5. Trabajar intensamente para que a mediano plazo, la Corporación sea propietaria de la cadena completa del procesamiento de la quinua y otros productos propios de las comunidades, esto es desde su siembra, cosecha, procesamiento y añadido de valor agregado, venta y exportación a mercados nacionales e internacionales. (COPROBICH, 2017)

Certificados

Certificación BCS

Es una agencia de certificación independiente con casa matriz en Alemania, donde fue la primera certificadora acreditada para llevar a cabo la ejecución del Reglamento Europeo para la producción orgánica. Bajo los estándares NOP (National Organic Program) de los Estados Unidos, BCS ÖKO-GARANTIE se encuentra acreditado como certificadora de productos orgánicos desde el 30 de abril del 2002. (COPROBICH, 2017)

Certificación SPP

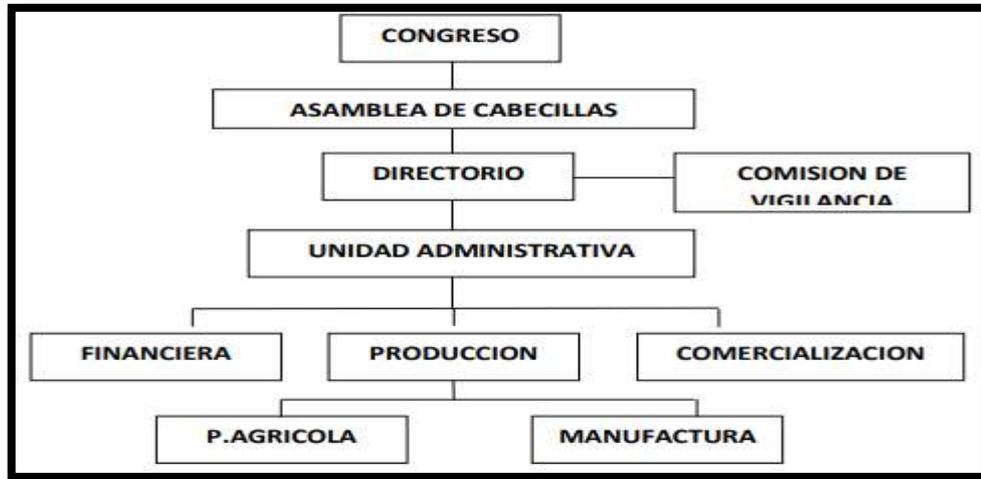
Primer sistema de certificado de Comercio Justo propiedad de los productores, otorgado a COPROBICH, conocido como el Símbolo de los Pequeños Productores (SPP), creada en el año 2012 y representa la garantía de un sistema de comercio justo. (COPROBICH, 2017)

Certificación BPM

La SGCEC del Ecuador s.a. otorga el certificado de Inspección INS-BPM-2016-141, certificando de esta manera las buenas prácticas de Manufactura implementadas en COPROBICH, satisfaciendo lo requerido por la resolución ARCSA-DE-067-2015-GGG Norma Técnica Sanitaria para Alimentos Procesados, Plantas Procesadoras de Alimentos, Establecimientos de Distribución, Comercialización, Transporte y Establecimientos de Alimentación Colectiva, fue otorgada el 06 de Marzo del 2017. (COPROBICH, 2017)

Organigrama

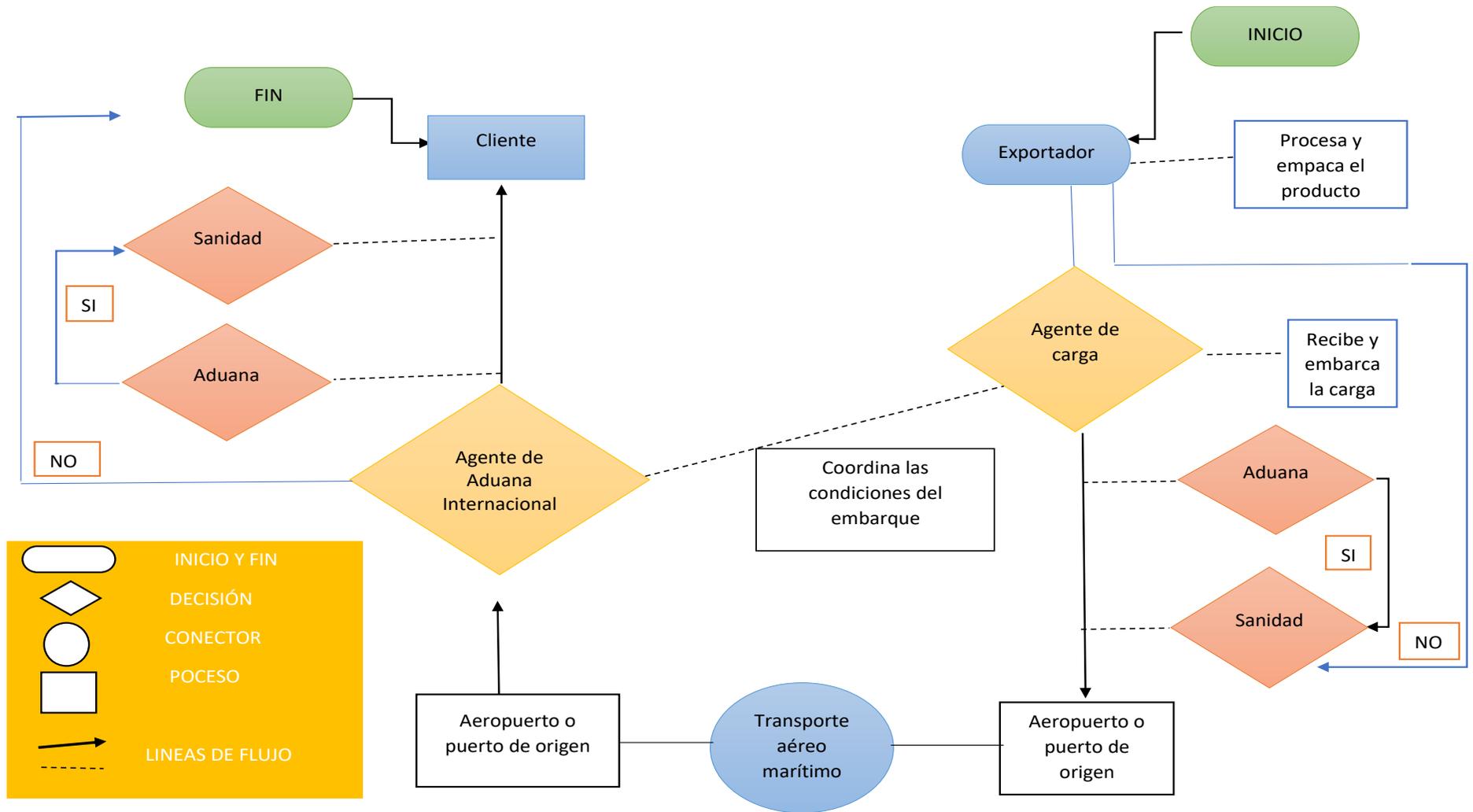
Gráfico 10 Organigrama COPROBICH



Fuente: Documentación COPROBICH

Elaborado por: Sandra Angamarca

DIAGRAMA DE FLUJO DE EXPORTACIÓN



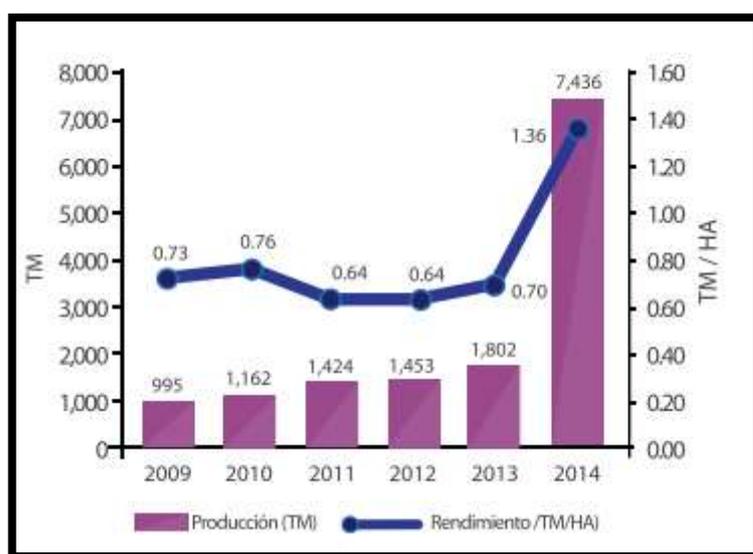
4.3. ESTUDIO DE MERCADO

4.3.1. OFERTA

Para agosto del año 2014, el 92% de la producción de quinua del país se distribuía en las provincias de Carchi con el 29%, Chimborazo 26%, Imbabura 25%, Pichincha 10%, Cotopaxi 8%, Tungurahua 0,81%, Azuay 0,61% y Cañar 0,02%, ejemplificadas de la siguiente manera en el gráfico:

A continuación en el siguiente gráfico se muestra la producción y rendimiento de la quinua a nivel nacional:

Gráfico 11 Producción nacional de quinua



Fuente: (PRO Ecuador, 2015)

Elaborado por: Sandra Angamarca

Como se observa en la ilustración correspondiente, desde el año 2009-2014 se nota el incremento del cultivo de este producto, por lo que se estima que la producción de la quinua con el transcurso del tiempo se incrementará considerablemente de manera que se pueda abastecer del producto a nivel nacional e internacional.

A nivel nacional se ofertan productos elaborados a base de quinua, mismos que de acuerdo a (PRO Ecuador, 2015) son:

Gráfico 12. Productos en base de quinua



Fuente: (PRO Ecuador, 2015)

Elaborado por: Sandra Angamarca

En el caso de COPROBICH; únicamente exporta el producto como materia prima, sin generar mayor valor agregado o alguna transformación como las mencionadas anteriormente.

De acuerdo con el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, en el año 2013 el Ecuador incrementó alrededor de 1.200 hectáreas de cultivo, el 2014 fue de 7.500 hectáreas y en el 2015 fue de 10.000 a 12.000 hectáreas

En cuanto a las exportaciones de este producto, durante los últimos años de manera específica desde el año 2010 las exportaciones de quinua muestran una tendencia positiva, con una tasa promedio anual del 53,78% en valor FOB.

Los principales países a los que se exporta la quinua son: Estados Unidos, países Bajos, Israel, Reino Unido, se considera a Estado Unidos el principal destino de exportación con el 43,22% del total de la producción exportada.

Ecuador se encuentra como el tercer proveedor de quinua a Estados Unidos, con el 1,61% del total de producto, su principal competidor es Bolivia con el 53,63% y Perú con el 43,72%; sin embargo es necesario recalcar que al comparar los índices de exportaciones del año 2013 y 2014 se observa un crecimiento del 301,92% superando a los países

citados; lo que conlleva a determinar que la quinua ecuatoriana está ganando clientes y genera mayor reconocimiento y valoración al producto.

La quinua (*Chenopodium quinoa*) es conocida con diversos nombres tales como quinoa, juba, trigo inca, entre otros; es una planta herbácea nativa de los Andes, fue utilizada como un alimento desde tiempos antiguos. La quinua es cultivada en países sudamericanos desde Nariño- Colombia hasta Tucumán-Argentina y las Islas de Chiloé-Chile, producto que fue cultivado desde la época precolombina, actualmente su cultivo se da en la mayoría de los países de América, Europa, Asia y África (Mujica, Izquierdo, & Marathee, 2001).

De acuerdo con los autores Mujica, Izquierdo, & Marathee (2001), determinan que:

El principal mérito de la quinua es que el grano, las hojas, así como las inflorescencias son fuentes de proteínas. La calidad nutricional del grano es importante por su contenido y calidad proteínica, siendo rico en los aminoácidos, lisina y azufrados, mientras que, por el contrario, las proteínas de los cereales son deficientes en estos aminoácidos.

La quinua es reconocida mundialmente como un alimento que posee alto valor nutricional y es así que a este producto se lo compara con la leche materna, superando en proteínas a alimentos como la cebada, trigo, arroz, maíz, carne, leche, huevos y pescado. Aproximadamente tiene 21 aminoácidos, entre los cuales se encuentra la lisina que favorece al desarrollo físico e intelectual, así también tiene metionina que ayuda al metabolismo de la insulina, es rica en minerales que permiten el desarrollo físico e intelectual como el calcio, hierro y algunas vitaminas (Mujica, Izquierdo, & Marathee, 2001).

Los medios de comunicación han aportado mediante la promoción y publicidad del producto en los diferentes países, de manera que los habitantes extranjeros adquieren nuevos conocimientos sobre los beneficios y propiedades de la quinua, y se incentivan en realizar las compras correspondientes (Oficina Comercial del Ecuador en Los Ángeles Estados Unidos , 2011).

4.3.1.1. Ventaja competitiva del Ecuador como proveedor

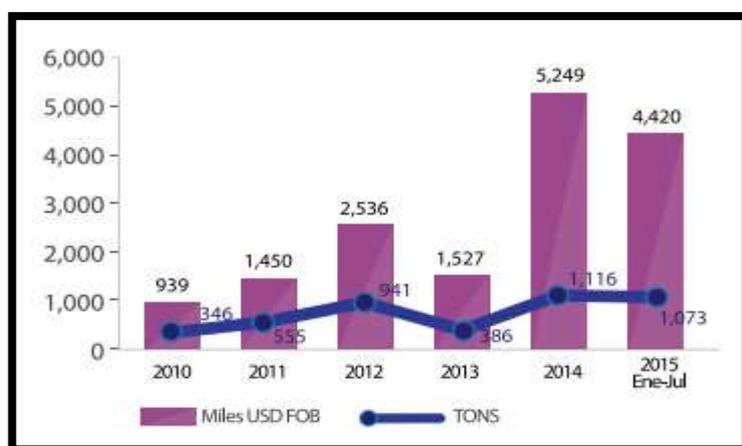
En la actualidad, se conoce que la quinua es un alimento con altos valores nutricionales, de fácil digestión, versatilidad para la preparación de alimentos por lo que constituye parte de los menús de diferentes restaurantes de mayor exclusividad a nivel mundial.

La quinua producida en Ecuador contiene porcentajes excepcionales de vitaminas, minerales, antioxidantes y otros nutrientes que brindan características únicas a este producto, además existentes variedades como la *Tunkahuán* que es conocida por su fácil procesamiento y uniformidad del producto.

El incremento de la producción de este producto es una ventaja competitiva, el país cuenta con la capacidad suficiente para satisfacer a los diversos mercados, el apoyo del Gobierno Nacional a través del Programa de Fomento de la quinua y el incremento de la demanda internacional, juegan un papel importante para la innovación del producto terminado que se oferte a nivel nacional e internacional; de manera que se beneficie tanto al comprador como al vendedor.

De acuerdo con los datos obtenidos de PRO Ecuador (2015), durante el período 2010-2014 las exportaciones de la quinua han mostrado un crecimiento positivo en el mercado, con un promedio anual del 53,78% en valor FOB. A continuación se muestran las variaciones que existieron durante el período mencionado.

Gráfico 13 Exportaciones de quinua desde Ecuador al mundo



Fuente: (PRO Ecuador, 2015)

Elaborado por: Sandra Angamarca

A continuación se muestra la siguiente tabla en donde se establecen, los 3 países de los cuales proviene la mayor cantidad de producto (quinua) importado por Estados Unidos:

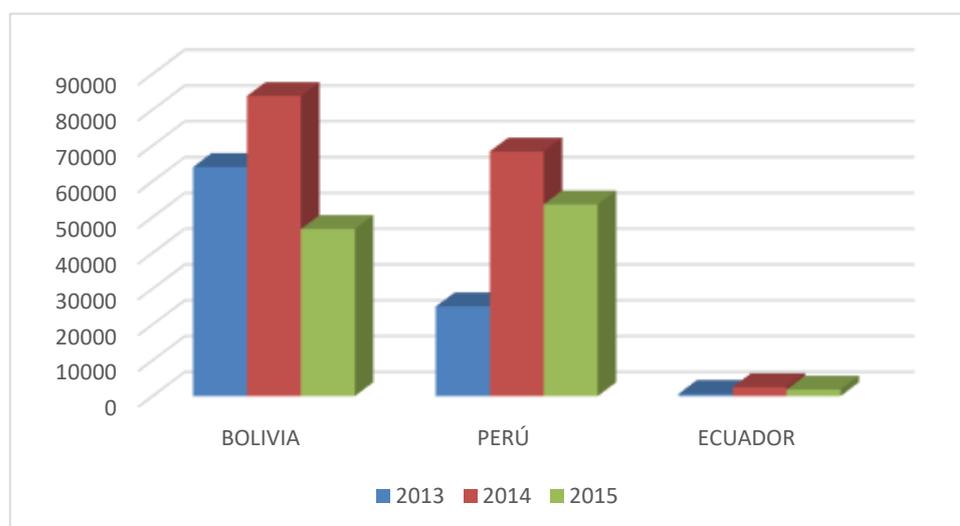
Tabla 1 Países exportadores de quinua hacia Estados Unidos

AÑO	PAÍSES		
	BOLIVIA	PERÚ	ECUADOR
2013	63.990 toneladas	25.053 toneladas	625 toneladas
2014	83.803 toneladas	68.324 toneladas	2.513 toneladas
2015	46.688 toneladas	53.557 toneladas	1.821 toneladas

Fuente: (Oficina Comercial del Ecuador en Los Ángeles, 2016)

Elaborado por: Sandra Angamarca

Gráfico 14 Importaciones de quinua desde Estados Unidos



Fuente: Tabla 2 Países exportadores de quinua

Elaborado por: Sandra Angamarca

Básicamente las importaciones de quinua desde el Ecuador han ido creciendo, desde el año 2014 debido a las relaciones comerciales entre Ecuador y Estados Unidos, así se lo observa en la gráfica correspondiente, en el año 2015 se observa un decrecimiento en relación al año 2014 sin embargo aún existe incremento comparado al año 2013.

Proyección de la oferta

La Corporación de Productores y Comercializadores Orgánicos Bio Taita Chimborazo, cuenta con una oferta aproximadamente de quinua de 7000 kilos mensuales es decir anualmente la empresa cuenta con 84.000 kilos, por lo tanto, es necesario realizar las proyecciones correspondientes; para lo cual se procede a utilizar la siguiente fórmula:

$$P_n: PO (1+i)^n$$

Dónde: **P_n**= Población en el año n
P_o= Población en el año inicial
1= Constante
i= Tasa de crecimiento poblacional
n= Número de año

Tabla 2 Proyección de la oferta

Año 2017	Año 2018
P_n: PO (1+i)ⁿ P _n = 84.000 (1+0,0089) ¹ P _n = 84.748	P_n: PO (1+i)ⁿ P _n = 84.748 (1+0,0089) ² P _n = 86.263
Año 2019	Año 2020
P_n: PO (1+i)ⁿ P _n = 86.263 (1+0,0089) ³ P _n = 88.587	P_n: PO (1+i)ⁿ P _n = 88.587 (1+0,0089) ⁴ P _n = 91.783

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Sandra Angamarca

4.3.1.2. Relaciones comerciales entre Ecuador y Estados Unidos

Las preferencias arancelarias bajo el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), que cubre algunos productos como el mango, flores de verano, claveles, crisantemos, productos agroindustriales, maderas procesadas y materiales de construcción, entre otros, son productos ecuatorianos incluidos en el mecanismo.

El Sistema Generalizado de Preferencias, fue renovado hasta el 31 de diciembre del 2018 , y se establece un arancel cero para alrededor de 400 subpartidas de la oferta exportable ecuatoriana. Este sistema concedido como arancel cero está enfocado a diferentes países entre ellos se encuentra Ecuador, Bolivia, Brasil, Paraguay, Uruguay, Venezuela, entre otros.

De acuerdo con el código arancelario del Ecuador NANDINA, que corresponde a la quinua es la que se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 3 Sub partidas arancelarias NANDINA de quinua

Sub partida	Descripción
1008.90.11.00	Los demás cereales: quinua (<i>Chenopodium quinua</i>) para siembra
1008.90.19.00	Los demás cereales: quinua (<i>Chenopodium quinoa</i>) los demás (excepto para siembra)
1102.90.00.00	Las demás harinas de cereales excepto de trigo de morcajo
1103.19.00.00	Grañones, sémola y “pellets” de los demás cereales
1104.19.00.00	Granos de los demás cereales trabajados de otro modo
1104.29.90.00	Los demás granos trabajados de los demás cereales
1904.10.00.00	Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado
1905.31.00.00	Galletas dulces (con adición de edulcorante)

Fuente: Arancel de Importación Nacional

Elaborado por: Sandra Angamarca

Barreras arancelarias

Estados Unidos adicionalmente aplica aranceles no ad-valoren sobre el 8.2% del total de las subpartidas del arancel, adicionalmente su cobertura de consolidación arancelaria es del 100% del universo arancelario, es que sobre todos los productos tiene compromiso de aplicación arancelaria máxima.

Tabla 4 Barreras Arancelarias Estados Unidos

PAÍS	SA 07	DESCRIPCIÓN	NMF AD VALOR	NMF AD ESPECIFICO	NMF PREFERENCIAL A ECUADOR AL	REFERENCIA NMF PREFERENCIAL	CONSOLIDADO AD VALOR	CONSOLIDADO ESPECIFICO
ESTADOS UNIDOS	100890	Quinoa	1,1				1,1	

Fuente: (Pro Ecuador, 2014)

Elaborado por: Sandra Angamarca

Según la regulación de administración y exportación, el exportador es el responsable de una adecuada utilización, del producto, así como su clasificación, licencias, y los requisitos de exportación correspondientes.

La documentación apropiada sobre la exportación, rigurosamente completadas, debe cumplir con los requisitos. El incumplimiento de los determinados requisitos puede establecer un pago de impuestos, en retención o incautación de la mercadería, esto mediante errores de exportación, sanciones, inspecciones por parte del gobierno estadounidense.

A continuación, se establecen los documentos necesarios para la exportación:

- Factura Comercial
- Lista de embalaje
- Declaración de Exportación del remitente

El formulario 7525-V de la Declaración de Exportación del remitente, es utilizado para recopilar estadísticas oficiales y es requerido para exportaciones autorizadas por el Ministerio de Comercio.

Los exportadores deben mantener registros por un período de 5 años desde la fecha de la exportación, o de la última exportación o re-exportación.

4.3.2. DEMANDA

Ciudad de los Ángeles

El estado de California se ubica en la costa oeste de los Estados Unidos, cuenta con una superficie de 423.972 km². La división general de este estado es *Northern* y *Southern California*, cuyas capitales son San Francisco al norte y Los Ángeles al sur, contado con 58 condados en total (Álvarez, 2016).

La población en California se encuentra distribuida, de la siguiente manera, según lo manifiesta (Álvarez, 2016):

- Población afroamericana: 6,5%
- Población blanca: 38,5%
- Población hispana o latina: 38,6%
- Población india americana y nativos de Alaska: 1,7%
- Población asiática: 14,4%
- Población nativa hawaiana y otras Islas del Pacífico: 0,5%
- Población de dos o más razas: 3,7%

El Condado de Los Ángeles es el más poblado de Estados Unidos, las principales ciudades del mismo son: Los Ángeles, Long Beach, Pomona, El Monte, South Gate, Norwalk, Baldwin Park, Pico Rivera, Lynwood, Huntington Park, Compton, Downey, Montebello Whittier, Inglewood, Paramount, Bell Gardens, Pasadera, entre otras.

El condado cuenta con mayor diversidad racial a nivel mundial y es así que se encuentra:

- Latinos: 47%
- Blancos: 30%
- Asiáticos: 12%
- Afroamericanos: 9,5%
- Otros: 1,5%

Gráfico 15 Ubicación geográfica de Los Ángeles



Fuente: Internet
Elaborado por: Sandra Angamarca

Clima

De acuerdo con lo mencionado en (LATourism , 2016) en muchas ocasiones el clima de esta parte de planeta ha sido catalogada como “perfecto”, la gran mayoría de los días son soleados y templados, con “gentiles brisas del océano durante el verano”, el clima húmedo es muy bajo y rara vez llueve, es así que el factor climático en esta ciudad, se visualiza en la siguiente tabla:

Precipitación anual	15 pulgadas	Temperatura alta promedio	74° F
Promedio días sol/parcialmente	292 días	Temperatura baja promedio	56° F

Fuente: (LATourism , 2016)
Elaborado por: Sandra Angamarca

Transporte

La ciudad de los Ángeles, cuenta con diferentes aeropuertos entre los principales según lo especificado por (LATourism , 2016), son los que a continuación se detallan:

- Aeropuerto Internacional de Los Ángeles (LAX)
- Aeropuerto Internacional LA(Ontorio)
- Aeropuerto Bob Hope (Burbank)
- Aeropuerto de Long Beach

Los principales complejos de puertos más grandes en los Estados Unidos son;

- Los Ángeles
- Long Beach

Economía

La ciudad de los Ángeles es considerada como uno de los principales centros económicos y de actividad cultural en el mundo, al comparar la economía de 25 países a nivel global, el área del Condado de Los Ángeles ocuparía el lugar número 16 (LATourism , 2016).

En manera de resumen se determina que:

La ciudad que se ha escogido como punto clave para la exportación del producto es la ciudad de Los Ángeles del Estado de California, debido a las razones que a continuación se mencionan:

- Geográficamente se encuentra en un sitio privilegiado de los estados de América del Norte
- El poder adquisitivo de la población, es bastante alto en relación a otros estados, superando los \$320.000 millones de dólares al año (Univision , 2017)
- Estado en el que se encuentran habitando gran número de latinoamericanos, en California habitan cerca de 14,4 millones de latinos (BBC Mundo, 2016).
- Los Ángeles es la ciudad más poblada del estado, con 2.017.076 habitantes
- El público objetivo para el consumo de la quinua se encuentra en dos rangos: entre 25 y 35 años y entre 55 y 65 años; sumando estimada mente 536.414 clientes potenciales, sin embargo para el presente estudio se estima que el 50% de cada uno de los grupos mencionados consumirá harina de uso instantáneo de quinua, debido a que es un producto nuevo que ingresa al mercado y es necesario que sea conocido para que lo consuma la mayor parte del público.

Tabla 5 Población de la ciudad de Los Ángeles 2013

Tramos por edad	Los Ángeles (habs. y porcentaje)	Hombres (N° habs. Y porcentaje)	Mujeres (N° habs. Y porcentaje)
Menor de 10 años	510.296 (12,7%)	261.175 (6,5%)	249.121 (6,2%)
Entre 10 y 25 años	875.941 (21,8%)	450.025 (11,2%)	425.916 (10,6%)
Entre 25 y 35 años (1)	675.038 (16,8%)	349.573 (8,7%)	325.465 (8,1%)
Entre 35 y 45 años	602.712 (15,0%)	309.392 (7,7%)	293.320 (7,3%)
Entre 45 y 55 años	534.405 (13,3%)	265.194 (6,6%)	269.211 (6,7%)
Entre 55 y 65 años (2)	397.790 (9,90%)	188.850 (4,7%)	208.940 (5,2%)
Más de 65 años	421.898 (10,5%)	176.795 (4,4%)	245.103 (6,1%)
Total población	4.018.080	2.001.004 (49,8%)	2.017.076 (50,2%)

Fuente: Datos obtenidos de www.census.gov

Elaborado por: Sandra Angamarca

- Promedio de personas que conforman una familia: 3,70
- Población Económicamente Activa (sobre los 16 años de edad): 4'906.260
- Edad promedio: 33,8 años.

Se ha determinado que la exportación se realice a este mercado por las razones expuestas anteriormente, además de acuerdo con varios estudios se establece que en la actualidad en el mercado en el que se planea comercializar la harina instantánea de quinua, cuenta con una demanda que se preocupa por su salud y que generalmente son reconocidos como “health conscious”, razón por la cual se escogió la ciudad de Los Ángeles y *WHOLE FOODS MARKET* para la comercialización del producto debido al perfil de los pobladores que siempre buscan alimentos que les permitan alimentarse más saludablemente. (Oficina Comercial del Ecuador en Los Ángeles Estados Unidos , 2011).

De acuerdo con la investigación realizada por Warren Beaument en Junio del año 2014 en “Organic Wellness News”, las tendencias de consumo de la quinua se van incrementando y la demanda busca una amplia variedad de presentaciones para el consumo y es así que se requiere de quinua cocinada que esté lista para usarse en ensaladas, pasta de quinua, jarabe o leche de quinua, quinua en polvo para sustituir las harinas de trigo y otro tipo de harinas (Oficina Comercial del Ecuador en Los Ángeles, 2016).

En base a la información obtenida de la Oficina Comercial del Ecuador en Los Ángeles Estados Unidos (2011), se determinó después de la aplicación de una entrevista que:

El comprador de quinua en Whole Foods¹, en un 97% se ajusta al perfil de preocuparse por su salud y por lo que consume estos alimentos. Un gerente de este supermercado informó a la Oficina Comercial de Ecuador en Los Ángeles, que los productos de quinua son cada vez más populares y que ellos mismos promocionan el producto bajo una campaña de salud en la cual educan a la gente a como comer más sano.

En la ciudad de New York el consumo de alimentos naturales ha aumentado considerablemente, el 45% de la población adquiere este tipo de alimentos. En la ciudad de Boston el 41% consume este tipo de alimentos; entre otras ciudades como Miami y Chicago consumen en pocas proporciones.

Es por estas razones, que se ha decidido que la exportación se realice a la ciudad de Los Ángeles, ya que en base a los análisis realizados existe la probabilidad de que el consumo del producto ofertado se incremente, recalcando además que el producto que se pretende exportar es uno de los que la demanda solicita “harina de quinua de uso instantáneo”.

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

La Corporación de Productores Orgánicos Bio Taita Chimborazo exportará su producto a la ciudad de los Ángeles, la empresa importadora es *WHOLE FOODS MARKET*.

Esta empresa es la primera distribuidora de productos orgánicos, por lo tanto es uno de los supermercados más reconocidos en el país de Estados Unidos y por ende en cada uno de las ciudades de dicho país.

Como se mencionó, *Whole Foods Market* es la cadena de supermercados especializados en comida orgánica y natural que más importancia tiene en el mercado estadounidense. Cuenta con más de 300 tiendas en Estados Unidos e Inglaterra y es un referente para toda la industria por que influye como promotor de cultura orgánica que integra valores como: alimentos libres de agroquímicos y aditivos sintéticos, protección animal, cuidado al

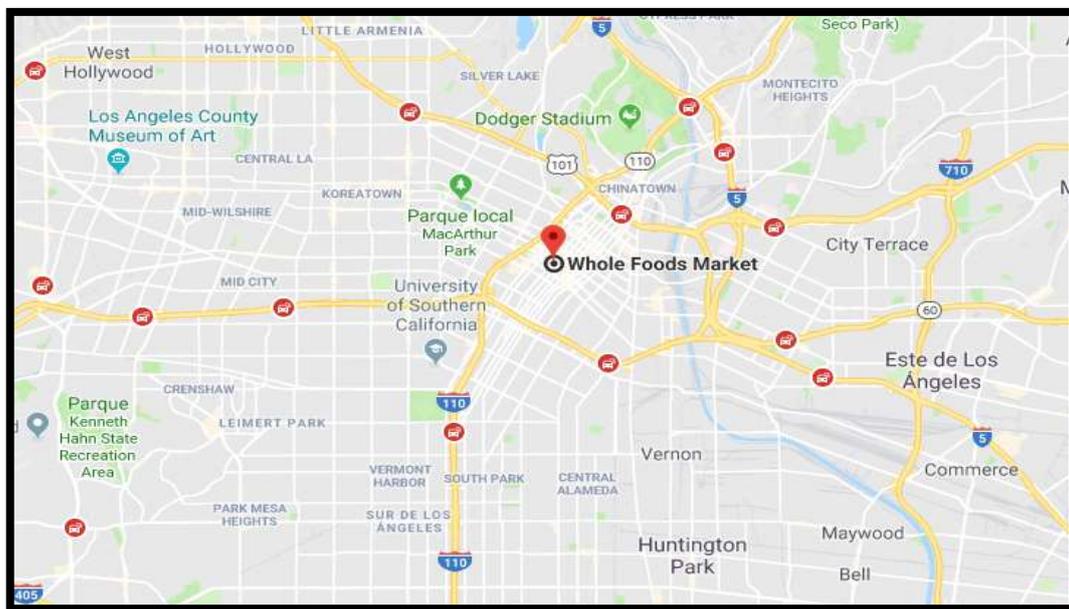
¹ Cadena de supermercados especializados de Estados Unidos en productos orgánicos y naturales

medio ambiente, acceso a alimentos verdaderamente saludables, consumo responsable, apoyo a pequeños productores y comercio justo.

Un cliente habitual de este supermercado es Ana Arizmendi, quien es PsicoNutriòloga y en un blog que ella mismo administra, quien da su criterio sobre este supermercado, expresando que:

Whole Foods me fascina porque integra mis dos tendencias en la cocina: saludable y gourmet. Y además porque su filosofía es congruente con la mía. De verdad es el paraíso para los que nos gusta comer sano y delicioso. Mucha gente piensa que la comida sana es insípida, aburrida, difícil de preparar y que es para vegetarianos y enfermos. Whole Foods prueba todo lo contrario. Considero que mucho de su éxito radica en que ha logrado demostrar que la comida saludable ofrece variedad, es deliciosa y gourmet. Además, ha transformado una actividad tan rutinaria y a veces tediosa, como ir al supermercado, en toda una experiencia gastronómica (Arizmendi, 2016).

Gráfico 16 Ubicación Whole Foods Market (Los Ángeles)

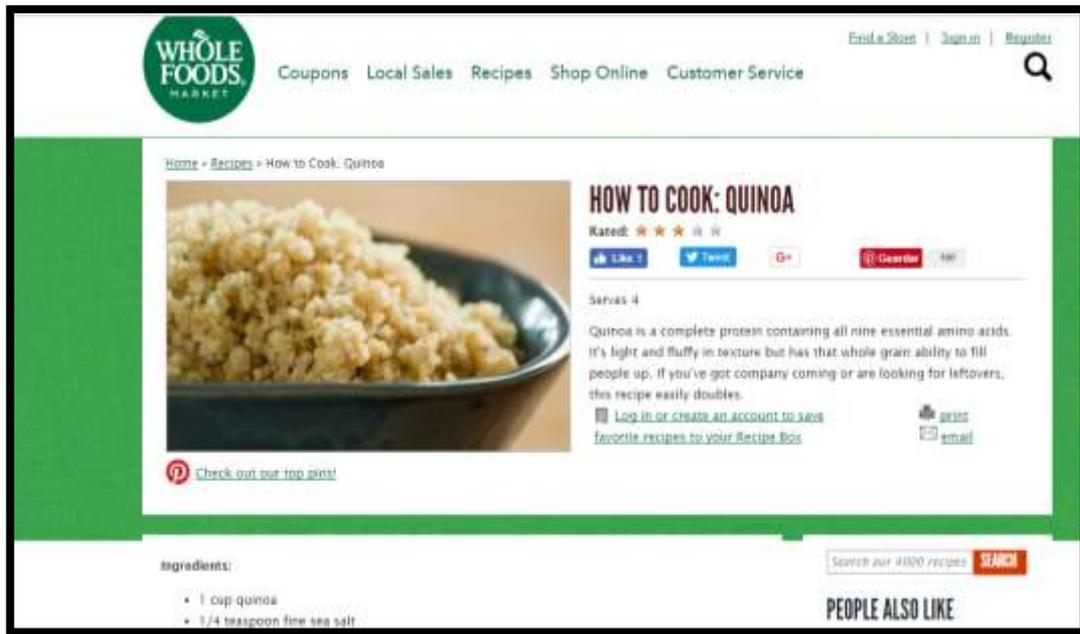


Fuente: Google maps

Elaborado por: Sandra Angmarca

En el siguiente gráfico se muestra como la empresa Whole Foods Market, promociona los productos orgánicos en este caso quinoa para la elaboración de diferentes platillos

Gráfico 17 Página web Whole Foods Market (quinua)



Fuente: Whole Foods Market
Elaborado por: Sandra Angamarca

De acuerdo con la opinión mencionada del cliente habitual, y la promoción que realiza la empresa sobre el producto se ha decidido que la empresa con la que se va a realizar los contactos correspondientes para el proceso de comercialización de la harina de uso instantáneo de quinua, en la ciudad de Los Ángeles es Whole Foods Market.

4.3.2.1. Cálculo de la demanda

Para el cálculo de la demanda correspondiente se considerará la tabla N°3, por lo tanto, la demanda existente es de:

Tabla 6 Cálculo de la demanda

Segmento de mercado	Población total	Demanda mensual estimada (50%) de la población total
Entre 25 y 35 años	675.038 hab	337.519 hab.
Entre 55 y 65 años	397.790 hab.	198.895 hab.
Total	1'072.828 hab.	536.414 hab.

Fuente: Datos obtenidos de www.census.gov

Elaborado por: Sandra Angamarca

4.3.2.1.1. Proyección de la demanda

Para los cálculos de estudio se prevé un crecimiento poblacional de 0,89% debido a los datos mencionados en (LATourism , 2016). Se estima que debido a los hábitos de consumo de la población, la demanda del producto se incremente, por lo tanto a través de estrategias de marketing y publicidad se pretende obtener un crecimiento porcentual de la cantidad de pe debido a eso se ha realizado las siguientes proyecciones.

Para realizar las respectivas proyecciones de la demanda, se utilizarán las siguientes fórmulas:

$$P_n = P_0 (1+i)^n$$

Dónde: **P_n**= Población en el año n
P₀= Población en el año inicial
1= Constante
i= Tasa de crecimiento poblacional
n= Número de año

Tabla 7 Proyección de la demanda

Año 2017	Año 2018
<p>P_n: PO (1+i)ⁿ P_n= 536.414 (1+0,0089)¹ P_n= 541.188</p>	<p>P_n: PO (1+i)ⁿ P_n= 541.188 (1+0,0089)² P_n= 550.864</p>
Año 2019	Año 2020
<p>P_n: PO (1+i)ⁿ P_n= 550.864 (1+0,0089)³ P_n= 565.703</p>	<p>P_n: PO (1+i)ⁿ P_n= 565.703 (1+0,0089)⁴ P_n= 586.112</p>

Fuente: Datos obtenidos de www.census.gov

Elaborado por: Sandra Angamarca

Demanda insatisfecha

Tabla 8 Demanda Insatisfecha

Año	Demanda kg	Oferta kg	Demanda insatisfecha kg
2016	536.414	84.000	452.414
2017	541.188	84.748	456.440
2018	550.864	86.263	464.601
2019	565.703	88.587	477.116
2020	586.112	91.783	494.329

Fuente: Proyección de la oferta y proyección de la demanda

Elaborado por: Sandra Angamarca

Se estima que el consumo de quinua sea de un kilogramo por persona, es así que la demanda de este producto sea de 536.414 kg mensual; mientras que la oferta del producto tiene un supuesto de 84.000 kilos anuales; generando un resultado de 452.414 kg que son necesarios para cubrir con la demanda existente.

4.3.2.2. Consumo aparente

El consumo aparente hace referencia a la suma de producción existente del mercado que se está investigado, más las importaciones realizadas por el mismo y menos las exportaciones, en el caso de estudio ya que Los Ángeles al no producir y exportar la quinua se considerará únicamente las importaciones realizados por dicha ciudad.

Hábitos de consumo

La demanda estadounidense, en los últimos años ha sustituido el consumo del arroz por gramíneas como la quinua, de tal manera que el incremento de la demanda hacia este producto es considerablemente alta, y es así que aproximadamente este mercado importa alrededor de 69.970 toneladas de quinua, producto que proviene de los países de Bolivia, Perú, Chile y Ecuador.

De acuerdo con el estudio realizado por la Oficina Comercial del Ecuador en Los Ángeles (2016), la demanda de la quinua crecerá constantemente debido a varios factores de importancia los cuales son:

- Crecimiento poblacional
- Tendencia de consumo de productos saludables.
- Confianza del consumidor
- Diversidad de presentaciones del producto
- Innovación del producto

Para obtener el resultado del consumo aparente es: la suma de la producción que existe en el mercado al que se va a exportar más las importaciones que realiza este país y menos las exportaciones.

Fórmula: $CA_{xj} = P_{xj} + M_{xj} - X_{xj}$

Tabla 9 Consumo Aparente

Año	Toneladas
2013	625
2014	2513
2015	1821

Fuente: (PRO Ecuador, 2015)

Elaborado por: Sandra Angamarca

En el año 2016, las preferencias de los consumidores norteamericanos están netamente dirigidos en el consumo de la quinua por ser un alimento sano. Según el análisis que realizo Warren Beaument, Junio 2014, en "Organic Wellness" mientras más se incrementen las preferencias en el consumo de la quinua se solicitará mayor especialización de los productos derivados de la quinua como son: quinua cosida y lista para usarse en ensaladas, pasta de quinua, como complemento nutricional jarabe de quinua, leche de quinua o simplemente, quinua en polvo o harina de uso instantáneo de quinua misma que será de mayor aceptación en el mercado, de esta manera los consumidores podrán sustituir la harina de trigo por un alimento más saludable y fácil de preparar (PROECUADOR, 2016).

4.4. ESTUDIO TÉCNICO

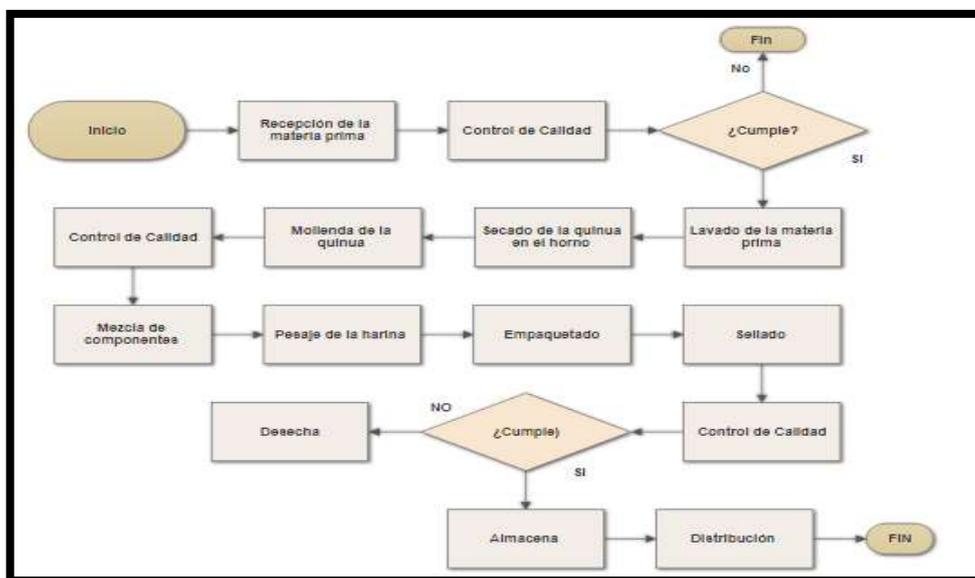
4.4.1. Proceso para la elaboración

Producto: Harina de uso instantáneo de quinua

Para el proceso de elaboración de la harina de uso instantáneo de quinua es necesario determinar que del total de la cantidad de materia prima a utilizar, se obtendrá un rendimiento del 90%; es decir existirá una disminución del 10% debido al procesamiento de la quinua para convertirla en harina de uso instantáneo

A continuación se muestra el flujograma de procesos respectivo, para la elaboración del producto que se pretende exportar, recalcando que actualmente este producto no es elaborado por COPROBICH, sin embargo con la presente investigación se propone la creación y exportación de este producto.

Gráfico 18 Flujograma del proceso de producción



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Sandra Angamarca

4.4.2. Recursos

Para el proceso productivo es necesario la compra de nueva maquinaria e incrementar el personal para el área de producción.

En la siguiente tabla se detalla, cada uno de los requerimientos:

Tabla 10 Recursos requeridos

RECURSOS		
Maquinaria	Instalaciones	Mano de obra
Horno	Adecuaciones para la producción con un espacio de 64 m2 aproximados	Operario 1
Secadora		Operario 2
Moledora		

Fuente: Personal de producción COPROBICH

Elaborado por: Sandra Angamarca

4.4.3. REQUISITOS PARA EXPORTAR

4.4.3.1. Normativa de exportaciones Ecuador

Los requisitos generales para exportar desde el Ecuador, de acuerdo con lo expuesto por la (Cámara de Comercio de Quito, 2016) son los que a continuación se detallan:

1. Estar registradas en el Registro Único de Contribuyentes (RUC)
2. Estar en la capacidad de emitir comprobantes de venta y guías de remisión
3. Estar en la lista blanca de la base de datos del Servicio de Rentas Internas (SRI)
4. Contar con la firma electrónica, que debe ser adquirida en dispositivos tipo *token* HSM (Hardware Security Module)
5. Registrarse en el sistema ECUAPASS del Servicio Nacional de Aduana de Ecuador SENA (ecuapass.aduana.gob.ec)

Los requisitos específicos son:

- 1. Autorizaciones previas**, emitidas por las siguientes instituciones
 - Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) para la exportación de ganado y productos o subproductos de origen animal
 - Ministerio del Ambiente / Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro) para exportar productos forestales y semielaborados
 - Instituto Nacional de Patrimonio Cultural para la exportación temporal de bienes pertenecientes al Patrimonio Nacional
 - Ministerio de Defensa Nacional, para la exportación de armas, municiones, entre otros

- Comisión de energía atómica, para la exportación de materias fértiles, fisionables y radiactivos
 - Secretaria Técnica de Drogas, para exportar sustancias sujetas a fiscalización
 - Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (Agrocalidad), para la exportación de animales de compañía
- Instituto Nacional de Donación y Trasplante de órganos, tejidos y células, para la exportación de órganos, tejidos y/o células destinados a procesos de donación y trasplantes. (Cámara de Comercio de Quito, 2016)

2. Certificados sanitarios.

- Certificado fitosanitario de la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro, para la exportación de material vegetal o productos agrícolas en cualquiera de sus formas
- Certificado zoosanitario, para la exportación de ganado, productos y subproductos de origen animal
- Certificado ictiosanitario del Instituto Nacional de Pesca, para la exportación de productos acuícolas y pesqueros
- Registro sanitario o notificación sanitaria para la exportación de alimentos procesado, aditivos, alimentarios, médicos, nutracéuticos, biológicos, naturales, entre otros.
- Registro de exportadores de flores y ramas cortadas, plantas, productos vegetales o material vegetal
- Marca que garantiza el tratamiento de los embalajes de madera, y para los países que lo requieran certificado fitosanitario de Agrocalidad. (Cámara de Comercio de Quito, 2016)

3. Otros requisitos previos, dependiendo del producto a exportar.

Certificado Fitosanitario emitido por la Organización Nacional de Protección Fitosanitario de Ecuador. (Cámara de Comercio de Quito, 2016)

4. Otros certificados

- Certificado de calidad, otorgado por el Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN) para productos ecuatoriano de exportación que deban tener un certificado de conformidad con norma para ingresar a otros países. (Cámara de Comercio de Quito, 2016)

Proceso de exportación

Además para cumplir con el proceso de exportación, es necesario el cumplimiento de ciertos parámetros, de manera que el proceso sea realizado de manera adecuada y sin ningún tipo de contratiempos, para lo cual es indispensable cumplir con:

1. **Declaración aduanera:** La misma que puede ser presentada de forma electrónica o física. Dentro de los documentos necesarios para esta declaración se pueden encontrar facturas, documentos de transporte, documentos de acompañamiento. (Cámara de Comercio de Quito, 2016)
2. **Documentos de soporte:** Constituyen la base de información de la declaración aduanera, estos deben ser físicos o electrónicos. Dentro de estos documentos se encuentran:
 - Documentos de transporte
 - Factura comercial
 - Certificado de origen
 - Documentos que el SENAEC considere necesarios
3. **Aforo:** Para el despacho de la mercancía se puede utilizar las siguientes modalidades de aforo:
 - Automático
 - Electrónico
 - Documental
 - Físico
4. **Régimen aduanero:** para el caso de estudio, el régimen aduanero correspondiente es el de exportación definitiva.

Se ha establecido este tipo de régimen debido a que el mismo permite la salida definitiva de mercadería en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o de la Zona Especial de Desarrollo Económico (ZEDE), de acuerdo a lo establecido en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones y en las demás normas que se apliquen al caso. (Cámara de Comercio de Quito, 2016)

4.4.3.2. Normativa y requisitos para la importación hacia Estados Unidos

De acuerdo a lo mencionado por la (Oficina Comercial del Ecuador en Los Ángeles, 2016), dentro de los requisitos necesarios para el ingreso de los productos a los Estados Unidos es necesario en primera instancia el cumplimiento de varios aspectos, mismos que a continuación se detallan:

1. **Requisitos generales:** Es necesario que los productos estén empaquetados correctamente y los documentos de soporte sean entregados oportunamente. Para lo cual a continuación se presentan algunas sugerencias con el fin de que no existan inconvenientes durante el proceso:
 - Las facturas deben ser escritas con claridad, dejando el espacio suficiente entre línea
 - Asegurarse de que las facturas contengan la información necesaria
 - Indicar el número y marca de lo que contiene cada paquete
 - Descripción en la factura de cada producto empaquetado
 - Marcar los productos de manera legible
 - Prestar atención a las instrucciones para la facturación, embalaje, mercado, etiquetado
 - Trabajar con CBP para la elaboración de normas de embalaje
 - Contratar los servicios de un agente de aduanas autorizado, de preferencia proveniente de la empresa Automated Broker Interface (ABI)
 - Certificado fitosanitario del National Seed Health System – USDA, para adquirir este certificado se debe cumplir el proceso en el que existen 4 etapas: pruebas de salud de semilla, inspección fitosanitaria, semillas de muestra e inspección visual. (Oficina Comercial del Ecuador en Los Ángeles, 2016)
2. **Requisitos sanitarios y fitosanitarios:** Los mismo que son otorgados por la Food and Drug Administration (FDA)
3. **Régimen de muestra**
4. **Licencias de importación y autorizaciones previas:** La empresa exportadora debe estar registrada en el FDA, según la norma de Anti-Bioterrorismo; además se debe notificar con anterioridad la llegada de la mercadería al puerto a través del formulario “Priority Notice” (Oficina Comercial del Ecuador en Los Ángeles, 2016)
5. **Requisitos de etiquetado:** Según la FDA, el etiquetado debe contener la siguiente información:
 - Origen del producto
 - Denominación del producto
 - Datos de la empresa que manufactura y datos de la empresa que importa y distribuye
 - Ingredientes
 - Tabla de valores nutricionales (Oficina Comercial del Ecuador en Los Ángeles, 2016)

6. **Requisitos de empaque y embalaje:** No existen requisitos específicos, por la que la empresa exportadora debe utilizar la logística más adecuada y conveniente
7. **Certificaciones:** dentro de las cuales se encuentran:
 - Comercio justo (fair trade): www.transfairusa.org
 - Kosher www.oukosher.org
 - USDA Organic: www.usda.gov
 - Gluten Free (libre de gluten) www.gfco.org
 - Friend of the heart
 - Whole Grain Council Organization www.wholegraincouncil.org
 - Objetivo carbón cero
 - 100% Samlla Farmers “Pequeños Agricultores” (Oficina Comercial del Ecuador en Los Ángeles, 2016)

4.4.4. Empaque, embalaje, etiquetado

De acuerdo a los requerimientos establecidos por Los Estados Unidos de Norteamérica es importante considerar diferentes aspectos relacionados con el empaque, embalaje y etiquetado del producto, para que no exista ningún tipo de contratiempos, para lo cual de acuerdo con lo determinado en (Pro Ecuador, 2014)

Se debe realizar el marcado de origen, el mismo que hace referencia al país de producción del bien, si el producto no cuenta con este requisito no podrá ingresar a los Estados Unidos. Hay que considerar que el marcado de país debe ser permanente, legible, estar en inglés o traducido al inglés; en caso de no cumplir con este requisito la sanción es del 10% del valor del bien, la multa asciende a \$5000,00 y una sentencia de un año en prisión (Pro Ecuador, 2014)

Tabla 11 Valores diarios recomendados de consumo

VALORES DIARIOS RECOMENDADOS DE CONSUMO	
Vitamina A	5,000 unidades internacionales
Vitamina C (Ácido Ascórbico)	60 miligramos
Calcio	1,000 miligramos
Hierro	18 miligramos
Vitamina D	400 unidades internacionales
Vitamina E	30 unidades internacionales
Vitamina K	80 microgramos
Thiamina (Vitamina B1)	1.5 miligramos
Riboflavina (Vitamina B2)	1.7 miligramos
Niacina	20 miligramos
Vitamina B6	2 miligramos
Folate (Ácido Fólico y Folacin)	400 miligramos
Vitamina B12	6 miligramos
Biotin	300 microgramos
Ácido pantothenico	10 miligramos
Fósforo	1,000 miligramos
Iodina	150 miligramos
Magnesio	400 miligramos
Zinc	15 miligramos
Selenio	70 microgramos
Cobre	2 miligramos
Manganeso	2 miligramos
Molybdeno	75 microgramos
Cloruro	3,400 miligramos

Fuente: (Pro Ecuador, 2016)

Elaborado por: Sandra Angamarca

Así mismo es necesario que se determine el peso del producto, de acuerdo a la siguiente tabla.

Tabla 12 Peso

Peso	
1 kg	2.2. libras
1 libra	16 onzas
1 libra	0,454 kilogramos
1 onza	28,35 gramos

Fuente: (Pro Ecuador, 2014)

Elaborado por: Sandra Angamarca

Para realizar el transporte se utilizarán sacos, los mismos que tendrán una capacidad para 50 kilos del producto que se va a exportar; los mismos por ende deben poseer la información respectiva y antes mencionada, en un lugar visible para facilitar las labores de transporte.

4.4.5. Modalidad de Transporte

Con la finalidad de evitar posibles contaminaciones al producto, y sobre todo al ser alimentos de consumo humano, se ha determinado la contratación de un contenedor completo (FCL), es decir que en dicho contenedor únicamente se encontraran los productos exportados sin compartir espacio con otros bienes.

El transporte que se va a utilizar para el proceso de exportación es el marítimo, el mismo cuya ruta inicia desde el Puerto Marítimo de Guayaquil hasta el Puerto de los Ángeles. En la gráfica se visualiza el recorrido que seguirá a través de la vía marítima

Gráfico 19 Ruta vía marítima



Fuente: Internet

Elaborado por: Sandra Angamarca

Aproximadamente el tiempo que se demorará en llegar la mercancía desde el Puerto de Guayaquil a la ciudad de Los Ángeles es de 12 días.

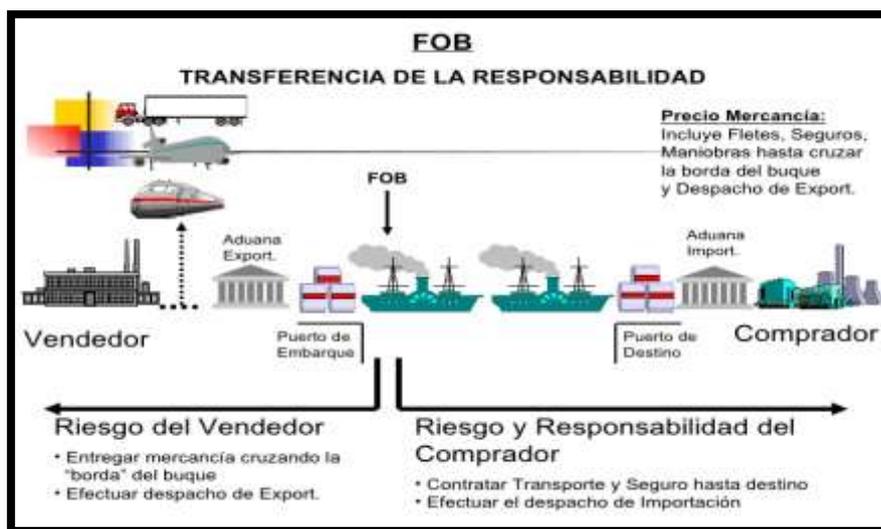
4.4.6. Incoterms

Generalmente las exportaciones desde el Ecuador a Estados Unidos son en términos FOB. Este Incoterm de acuerdo con lo establecido por Pro Ecuador (2016) hace referencia a que el vendedor debe realizar los respectivos tramites de exportación y cubrir con todos los costos que conlleve la misma, en cuanto al transporte el vendedor no tiene la obligación de contratarlo, sin embargo si el comprador así lo requiere debe cumplir con este requisito, recalcando que de ser el caso el vendedor no asume ningún tipo de riesgo.

Es importante recalcar que:

Se considerará la mercancía entregada, cuando el vendedor coloca la misma a bordo del buque designado por el comprador en el punto de carga, si ha sido indicado por el comprador en el puerto de embarque designado, o proporcionando la mercancía así entregada. En cualquiera de los dos casos el vendedor deberá entregar la mercancía dentro del plazo acordado. Si el comprador no ha indicado un punto de carga específico, el vendedor podrá elegir el punto de carga que mejor le convenga en el puerto de embarque designado (Pro Ecuador, 2016).

Gráfico 20 Incoterms FOB



Fuente: Internet

Elaborado por: Sandra Angamarca

4.4.7. Condiciones de pago

Pago anticipado

Es el pago que se hace con anterioridad al embarque de la mercancía, es decir la empresa exportadora primero recibe el pago por el producto negociado y posteriormente se envía la producción a la empresa importadora.

A través de cobranzas

Dependiendo del nivel de confianza existente entre la empresa exportadora e importadora, se puede llegar al acuerdo en el que el importador cancelará los valores correspondientes cuando el embarque llegue al destino. Obviamente quien corre un gran riesgo es el vendedor, estas cobranzas pueden ser de diferentes tipos entre las que se encuentran:

- **Directa:** Importador y exportador
- **A través de un representante del exportador:** todo el proceso se canalizará por medio del representante
- **A través de un banco:** Por medio de una carta de crédito irrevocable y verificado.

A través de carta de crédito irrevocable y confirmada

El pago debe ser realizado por el importador a través una entidad financiera (emisor) y un banco del país exportador (banco corresponsal). Es importante recalcar la importancia de las habilidades negociadoras para que tanto el comprador como el vendedor se encuentren en una relación de ganar-ganar

A consignación

Cuando la negociación estipula que el pago será de acuerdo a la mercadería vendida en el país de destino

4.5. ESTUDIO FINANCIERO

A continuación, se muestran los datos necesarios tales como la inversión y gastos a los que se incurrirán durante el proceso de exportación, así también se procede a la respectiva proyección de ventas, la misma que determinará la viabilidad para la empresa para iniciar con la exportación de harina de uso instantáneo de quinua.

4.5.1. Costos de producción

A continuación, se presenta la siguiente tabla, en la que se detallan los costos de producción necesarios para la elaboración del producto que se pretende exportar; dentro de dichos aspectos se mencionan:

- Materia prima Directa
- Materia Prima Indirecta
- Mano de obra

Tabla 13 Costos de producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN				
MATERIA PRIMA DIRECTA				
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Quinua	6000kg	0,69	4.140,00	49.680,00
TOTAL			4.140,00	49.680,00
MATERIA PRIMA INDIRECTA				
Fundas de 1 kg	6000	0,02	120,00	1.440,00
Sacos de 50 kg	120	0,17	20,40	244,80
Hilos de coser	2	15,00	30,00	360,00
Electricidad		70,00	70,00	840,00
Kit Equipo de seguridad	2	50,00	100,00	1.200,00
TOTAL			340,40	4.084,80
MANO DE OBRA				
Operarios	2		995,56	11.946,74
TOTAL			995,56	11.946,74

Fuente: Personal de producción COPROBICH

Elaborado por: Sandra Angamarca

4.5.2. Gastos de administración

Resulta fundamental conocer que se denominan “gastos de administración a aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización, pero no directamente identificables con la financiación, la comercialización, o las operaciones de producción.” (Rivera D. , 2013)

Los gastos de administración se resumen en la siguiente tabla:

Tabla 14 Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldos y salarios	1.979,75	23.757,00
Útiles de aseo	60,00	720,00
Papelería	30,00	360,00
Servicios Básicos	25,00	300,00
TOTAL	2.094,75	25.137,00

Fuente: COPROBICH

Elaborado por: Sandra Angamarca

Tabla 15 Costo de exportación

COSTO DE EXPORTACIÓN		
DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Transporte Interno	500,00	6.000,00
Transporte Internacional	950,00	11.400,00
Agente Afianzado	100,00	1.200,00
Trámite aduanero	150,00	1.800,00
Certificado de inspección	225,00	2.700,00
Recargos locales en naviera	150,00	1.800,00
Manejo de carga	100,00	1.200,00
Seguro	364,95	4.379,40
TOTAL	2.539,95	30.479,40

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Sandra Angamarca

Los costos de exportación, están sujetos a modificación ya que los valores presentados en la tabla correspondiente reflejan un estimado de los valores reales, dicha información se ha determinado de estudios previos que han sido realizados por diferentes autores, en el caso de estudio se ha analizado lo mencionado por (Proaño, 2011), en la investigación

denominada “Plan de exportación de la quinua Ecuatoriana al mercado de los Estados Unidos para las Asociaciones de Productores en la Provincia de Cotopaxi”.

Tabla 16 Resumen Costos totales

COSTO TOTAL		
DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Costo de producción	5.475,96	65.711,54
Gasto de administración	2.094,75	25.137,00
Costo de exportación	2.539,95	30.479,40
TOTAL	10.110,66	121.327,94

Fuente: COPROBICH

Elaborado por: Sandra Angamarca

4.5.3. Inversión en Activos Fijos

Es necesario conocer que la inversión en activos fijos es la adquisición de como su nombre lo dice todos los activos fijos mismos que son de total necesidad y uso de la empresa, dentro de los que se tiene: muebles y enseres, herramientas, maquinaria y equipo, capacitación para su manejo, así como vehículos, terrenos y edificios con su respectiva adecuación, construcciones e instalaciones, compra de patentes, marcas, diseños. (Silva, 2012). En base a aquello y con el fin de que COPROBICH pueda iniciar con el nuevo proceso de producción de harinas de uso instantáneo de quinua, es necesario que cuente con nuevas adecuaciones, en la siguiente tabla se muestra el detalle de la misma.

Tabla 17 Obra civil

ADECUACIONES				
DETALLE	Cantidad	Unidad	V. Unitario	V. Total
Adecuaciones para la producción de harina	64	m ²	45	2.880,00
TOTAL				2.880,00

Fuente: COPROBICH

Elaborado por: Sandra Angamarca

Tabla 18 Activos Fijos

MAQUINARIA Y EQUIPO			
Concepto	Cantidad	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Horno	1	4.500,00	4.500,00
Moledora	1	3.100,00	3.100,00
Secadora	1	2.600,00	2.600,00
Total			10.200,00

Fuente: COPROBICH

Elaborado por: Sandra Angamarca

Tabla 19 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
Descripción	Mensual	3 meses
Sueldos	995,56	2.986,69
Materia Prima Directa	4.140,00	12.420,00
Materia Prima Indirecta	340,40	1.021,20
TOTAL	5.475,96	16.427,89

Fuente: COPROBICH

Elaborado por: Sandra Angamarca

4.5.4. Presupuesto de inversión

Se detallan a continuación los requerimientos para que COPROBICH pueda iniciar con el proceso de producción de harina de uso instantáneo de quinua

Tabla 20 Inversión

INVERSIÓN TOTAL	
DETALLE	VALOR
Capital de Trabajo	16.427,89
Obra civil	2.880,00
Maquinaria y equipo	10.200,00
TOTAL	29.507,89

Fuente: COPROBICH

Elaborado por: Sandra Angamarca

“Capital de trabajo es el recurso económico destinado al funcionamiento inicial y permanente del negocio, que cubre el desfase natural entre flujo de ingresos y egresos. Se entiende como la cantidad de dinero necesaria para sustentar los egresos operativos que el giro de un negocio requiera” (Zapata, 1999)

El capital de trabajo es aquel valor que permite a la empresa contar con un fondo que le permita cumplir con sus obligaciones por un tiempo estimado de 3 meses, este rubro es el resultado de la suma de sueldos y materia prima directa e indirecta.

4.5.5. Evaluación Financiera

Luego determinada la inversión requerida para iniciar con el proyecto, es necesario realizar la evaluación financiera correspondiente, la misma que permitirá determinar la viabilidad del proyecto.

Los valores monetarios requeridos serán financiados por la Corporación de Productores y Comercializadores Orgánicos Bio Taita Chimborazo.

4.5.6. Ingresos

Los ingresos constituyen aquellos valores fundamentales para la organización, los mismos provienen de las ventas del producto.

Para determinar los ingresos se multiplica la cantidad de productos vendidos por el precio establecido.

FORMULA.

$$I = Q * P$$

I= Ingresos

Q= Cantidad

P= Precio

Para lo cual es necesario realizar el cálculo del precio, el mismo que se presenta a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 21 Costo fijo, variable y total unitario

DETALLE	Cvu	Cfu	Ctu
KG HARINA DE QUINUA	0,87	1,01	1,87

Fuente: COPROBICH

Elaborado por: Sandra Angamarca

Tabla 22 Cálculo de los ingresos

INGRESOS						
Descripción	COSTO POR KG	Margen de utilidad por Kg	Precio por kg	Estimado de Kg por mes	Total ingreso mensual USD	Total ingreso anual USD
KG HARINA DE QUINUA	1,87	10,00%	2,00	5.400,000	10.800,00	129.600,00

Fuente: COPROBICH

Elaborado por: Sandra Angamarca

4.5.7. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio permite determinar la cantidad que debe ser vendida, para que la empresa no tenga ganancia ni pérdida, y básicamente esta evaluación es realizada para conocer los niveles más bajos de producción con los que la empresa puede manejarse para que no exista peligro financiero.

Para la determinación del punto de equilibrio se trabajará con la siguiente formula:

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

Donde:

PE= Punto de equilibrio

CFT= Costos Fijos Totales

CV= Costos Variables

VT= Ventas Totales

Para determinar el punto de equilibrio, a continuación, se presenta la tabla desglosada de costos fijos y variables:

Tabla 23 Costos fijos y variables totales

DETALLE	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLE	COSTO TOTAL
Producción			
Quinoa		4.140,00	
Fundas de 1 kg		120,00	
Sacos de 50 kg		20,40	
Hilos de coser		30,00	
Electricidad		70,00	
Kit equipo de seguridad		100,00	
Operarios	995,56		
Administrativo			
Sueldos y salarios(administrativo)	1.979,75		
Útiles de aseo	60,00		
Papelería	30,00		
Servicios Básicos	25,00		
Exportación			
Transporte Interno	500,00		
Transporte internacional		950,00	
Agente afianzado	100,00		
Trámite aduanero	150,00		
Certificado de inspección	225,00		
Recargos locales en naviera	150,00		
Manejo de carga	100,00		
Seguro	364,95		
COSTO TOTAL	4.680,26	5.430,40	10.110,66

Fuente: COPROBICH

Elaborado por: Sandra Angamarca

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$PE = \frac{4.680,26}{1 - \frac{5.430,40}{10.800,00}}$$

$$PE = \frac{4.680,26}{0,50}$$

$$PE = 9360$$

La empresa debe vender 9360 kilos de harina mensuales para que no exista pérdida ni ganancia, es decir se encuentre en un estado de equilibrio.

4.5.8. Instrumentos de evaluación

Para realizar la respectiva evaluación del proyecto es necesario construir:

4.5.8.1. Estado de resultados

A continuación, se muestra el estado de resultados, que representa el nivel de pérdida o beneficio con el nuevo proyecto que se pretende impulsar (exportación de harina de quinua de uso instantáneo)

Tabla 24 Estado de Resultados

COPROBICH	
ESTADO DE RESULTADOS	
Del 1 de Enero al 31 de Diciembre del 2016	
(+) Ventas	129.600,00
(-) Costos de producción	65.711,54
(=) Utilidad bruta	63.888,46
(-) Gastos Administrativos	25.137,00
(-) Gastos de Ventas	30.479,40
Transporte Interno	6.000,00
Transporte Internacional	11.400,00
Agente Afianzado	1.200,00
Trámite aduanero	1.800,00
Certificado de inspección	2.700,00
Recargos locales en naviera	1.800,00
Manejo de carga	1.200,00
Seguro	4.379,40
(-) Costos financieros	0,00
(=) Utilidad Operacional	8.272,06
(-) 15% reparto utilidad trab.	1.240,81
(=) Utilidad antes de impuestos	7.031,25
(-) 23% Impuesto a la Renta	1.617,19
(=) Utilidad antes de reservas	5.414,06
(-) 5% Reserva de Capital	270,70
(=) Utilidad Neta	5.143,36

Fuente: COPROBICH

Elaborado por: Sandra Angamarca

4.5.9. Balance General

El balance general es conocido también como el Estado de posición financiera, este documento contable muestra la situación financiera en la que se encuentra la empresa en un determinado período de tiempo. Se compone de Activo, Pasivo y Patrimonio (Lara, 2016)

Tabla 25 Balance General

BALANCE GENERAL					
ACTIVOS			PASIVOS		
Activo Corriente		16.427,89	Pasivo corriente	no	0,00
Caja/Bancos	16.427,89		Préstamo Bancario		0,00
Activo no corriente		13.080,00			
Adecuaciones	2.880,00				
Equipo operativo	10.200,00				
			Patrimonio		29.507,89
			Capital Social		29.507,89
TOTAL, ACTIVOS		29.507,89	TOTAL PAS. + PAT.		29.507,89 29.507,89

Fuente: COPROBICH

Elaborado por: Sandra Angamarca

4.5.10. Flujo Neto de Caja

“Calcula las entradas y salidas de dinero, durante un periodo; con el objetivo de medir la capacidad de generar dinero en la normal actividad de la empresa y la manera como se emplearán dichos recursos económicos” (Sarmiento, 1998)

Tabla 26 Flujo de efectivo

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	129.600,00	136.080,00	142.884,00	150.028,20	157.529,61
EGRESOS	121.327,94	127.394,34	133.764,05	140.452,26	147.474,87
FLUJO DE CAJA	8.272,06	8.685,66	9.119,95	9.575,94	10.054,74

Fuente: COPROBICH

Elaborado por: Sandra Angamarca

4.5.11. Evaluación financiera

En el presente proyecto se utilizarán los siguientes indicadores:

- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Periodo de Recuperación de Capital (PRC)
- Costo de Oportunidad

Valor Actual Neto (VAN)

“Es la sumatoria de los valores actualizados del flujo neto de caja, a una tasa mínima atractiva de rendimiento de capital (TMAR), o una tasa adecuada o pertinente para el inversionista” (Caldas, 2001)

Fórmula:

$$VAN = \sum \left[\frac{FN}{(1+i)^n} \right]^{-1}$$

Dónde:

Fn = Flujo de dinero del proyecto en cada periodo

I₀ = Inversión realizada en el momento inicial.

n = Es el número de períodos considerados en el tiempo.

i = Tasa de descuento

$$VAN1 = \frac{8,272,06}{(1+0,1148)^1} + \frac{8.685,66}{(1+0,1148)^2} + \frac{9.119,95}{(1+0,1148)^3} + \frac{9.575,94}{(1+0,1148)^4} + \frac{10.054,74}{(1+0,1148)^5}$$

$$VAN1 = 56.099,15$$

$$VAN2 = \frac{8.272,06}{(1+0,16)^1} + \frac{8.685,66}{(1+0,16)^2} + \frac{9.119,95}{(1+0,16)^3} + \frac{9.575,94}{(1+0,16)^4} + \frac{10.054,74}{(1+0,16)^5}$$

$$VAN2 = 50.872,84$$

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para realizar el cálculo de la Tasa Interna de Retorno, se utiliza la misma fórmula del VAN, mismo que sería reemplazado por 0, de manera que se encuentre la tasa de descuento.

Fórmula:

$$TIR = i2 - VAN2 \left[\left(\frac{i2 - i1}{VAN2 - VAN1} \right) \right]$$

Dónde:

TIR= Tasa Interna de Retorno

I2= Tasa de interés (16%)

I1= Tasa de interés (11.48%)

Van 2= Valor Actual Neto 2

Van 1= Valor Actual Neto 1

$$TIR = 0,16 - 50.872,88 \left[\frac{(0,16 - 0,1148)}{50.872,88 - 56.099,15} \right]$$

$$TIR = 0,16 - (50.872,88 (0,0452 / -5225,27))$$

$$TIR = 0,16 - (2.299,45) / (-5.225,27)$$

$$TIR = 0,16 - (-0,4415)$$

$$TIR = 0,16 + 0,4415$$

$$TIR = 0,60 * 100$$

$$\mathbf{TIR = 60\%}$$

Periodo de recuperación de capital

“Se define como el tiempo que transcurre para que se produzca una cantidad igual al importe de la inversión. Es establecer un periodo de tiempo en el que se puede recuperar el capital invertido” (Caldas, 2001)

Tabla 27 Período de recuperación de Capital

	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja	-29.507,89	8.272,06	8.685,66	9.119,95	9.575,94	10.054,74
Flujo de caja acumulado	-29.507,89	-21.235,83	-12.550,16	-3.430,22	6.145,73	16.200,47

Fuente: Flujo de caja proyectado

Elaborado por: Sandra Angamarca

$$PRI = (Pufn) + VAUFNA/VFCSP$$

Donde:

PUFN= Periodo ultimo con Flujo Acumulado Negativo

VAUFNA= Valor absoluto del ultimo flujo acumulado negativo

VFCSP= Valor del flujo de caja en el siguiente periodo

$$PRI = 3 + \left(\frac{-3430,22}{6145,73} \right)$$

$$PRI = 3 + 0,55$$

PRI= 3 años y 5 meses

Posterior al cálculo se determinó que el capital se recupera en aproximadamente en 3 años y 5 meses determinando así la viabilidad del proyecto

Relación costo-beneficio

Tabla 28 Relación Costo Beneficio

Tasa descuento	
Años	Flujos
Año 1	8.272,06
Año 2	8.685,66
Año 3	9.119,95
Año 4	9.575,94
Año 5	10.054,74
Total	45.708,35
Inversión	29.507,89
Beneficio/Costo	1,55

Fuente: Flujo de caja proyectado

Elaborado por: Sandra Angamarca

Al analizar los cálculos presentados se determina que COPROBICH; por cada dólar invertido tiene una ganancia de 0,55 centavos.

Después de observar los resultados correspondientes, se observa la factibilidad del proyecto de exportación de harina de uso instantáneo de quinua al mercado estadounidense.

Viabilidad del proyecto

Tabla 29 Viabilidad

CRITERIO DE EVALUACIÓN		
Criterios	Evaluación	Resultado
TIR > TMAR		Viable
VAN descontado TMAR > 0		Viable
PRC < 5 años		Viable

Fuente: (Caldas, 2001)

Elaborado por: Sandra Angamarca

CONCLUSIONES

- Los productos elaborados que oferta COBROBICH, actualmente se encuentran incursionando en el mercado internacional, en países como Francia, Bélgica, Alemania, Canadá y Holanda constituidos como los principales consumidores, por lo que se ha considerado buscar el crecimiento organizacional en nuevos mercados extranjeros, aprovechando la ventaja competitiva existente, es necesario recalcar que la empresa cuenta con certificados como: Certificación SPP (Símbolo de los Pequeños Productores); Certificación BPM (Buenas Prácticas de Manufactura), mismos que ratifican la calidad de los productos ofertados.
- Estados Unidos es un país muy grande, razón por la cual se ha determinado que las exportaciones se realizarán a la ciudad de Los Ángeles del Estado de California, con una población de 2.017.076 habitantes aproximadamente, este mercado ha sido elegido luego de realizar el análisis correspondiente, la demanda en esta ciudad es creciente ante la oferta de un 15% de la quinua, los hábitos de consumo han cambiado y es por esta razón que los ciudadanos de este sector buscan alimentos saludables, por lo tanto han optado por sustituir los productos tradicionales por la quinua, producto que contiene vitaminas, nutrientes y minerales 100% naturales y comestibles. El segmento de mercado que mayoritariamente consume estos productos son los ciudadanos de edades entre los 25 y 35 años y entre 55 y 65 años; sumando alrededor de 536.414 clientes potenciales.
- Se ha realizado el diseño de un proyecto de exportación de harina de uso instantáneo de quinua, mismo que ha permitido determinar los requerimientos necesarios para realizar el proceso de exportación desde el país de Ecuador hacia los Estados Unidos, ciudad de Los Ángeles, posteriormente se realizó la respectiva evaluación financiera cuyos indicadores demuestran la viabilidad del proyecto, ya que se espera un Valor Actual Neto de \$56.099,15, una Tasa Interna de Retorno del 60% y un período de recuperación de la inversión de 3 años y 5 meses aproximadamente.

RECOMENDACIONES

- COPROBICH debe adquirir nuevos certificados que validen aún más la calidad de los productos ofertados, debido a que varios países europeos son conocidos como los más exigentes en cuanto a calidad se refiere; la empresa se encuentra en la posibilidad de incursionar en varios mercados internacionales, por la cual es fundamental que se realice capacitaciones al personal de manera que se reduzcan los desperdicios o productos con algún tipo de falla, buscando la optimización de tiempos y recursos que le permitan generar mayor rentabilidad.
- Es necesario que COPROBICH maneje una diversidad de productos, con la finalidad de brindar al cliente la oportunidad de contar con diversidad de alimentos que pueden ser adquiridos en base a las necesidades, gustos y preferencias de los mismos, de la misma manera es importante realizar convenios y alianzas estratégicas que le permitan a la empresa mejorar la tecnología con la que cuentan, para que la producción sea la adecuada.
- Se sugiere a COPROBICH; la incursión en nuevos mercados de manera que la organización crezca en el mercado nacional e internacional, generando beneficios lucrativos para los socios de esta organización, actualmente la producción nacional de quinua está incrementando por lo tanto hay que generar valor agregado, buscar nuevas opciones de producto y de esta manera pueda ser competitivo dentro del mercado.

BIBLIOGRAFÍA

Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación, Introducción a la metodología científica*. Caracas: EPISTEME C.A.

Armijos, D. (2014). *Glosario de términos de comercio exterior*. Obtenido de: <http://www.mardelplata.gob.ar/documentos/exportar/glosario.pdf>

Banco Nacional de Comercio Exterior. (2011). *Guía básica del exportador*. México: Bancomext.

Cámara de Comercio de Quito. (2016). *Guía general del exportador*. Quito: Cámara de Comercio de Quito.

Connect Americas . (2013). *Que es un plan de exportacion*. Obtenido de: <https://connectamericas.com/es/content/%C2%BFqu%C3%A9-debe-contener-un-plan-de-exportaci%C3%B3n>

COPROBICH. (2017). *Antecedentes de la empresa*. Obtenido de: <http://es.coprobich.com/>

Deresky, H. (2010). *International managment*. New York: Prentice Hall.

Donoso, S. (2011). *Proyecto de factibilidad para la creación de una Importadora de llantas y repuestos automotrices desde China para la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo*. (Tesis Pregrado. Escuela Superior Politecnica de Chimborazo). recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/1804>.

El Universo. (12 de 07 de 2013). *Consumo y producción de quinua*. Obtenido de: <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/07/12/nota/1150171/13-paises-hablan-consumo-produccion-quinua>

Oficina Regional para América latina y el Caribe. (2013). *La quinua, cultivo milenario para contribuir a la seguridad alimentaria mundial*. Bolivia: FAO.

Guerra, B. (2012). *Plan de exportación de Brocoli de la empresa OK. ROSES S.A de la ciudad de Quito a Florida-Estados Unidos.* (Tesis Pregrado. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2743/1/52T00212.pdf>.

ICESI. (2008). *Que es una importacion.* Obtenido de: <http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/02/01/%C2%BFque-es-una-importacion/>

Instituto de Promoción de exportaciones e inversiones. (2015). *Análisis Sectorial Quinoa.* Quito: MAGAP .

Instituto de Promoción de Exportadores e Inversiones. (s.f.). *Barreras arancelarias.* Obtenido de: <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-arancelarias/>

Merino, S., & Najas, M. (2015). *Plan de exportación del mango Tommu Atkins para la empresa "Frutalandia S.A." al estado de los Ángeles California, Estados Unidos de América.* (Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana). Recuperado de: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10024/1/UPS-GT001032.pdf>.

Ministerio de Industrias y Productividad. (2016). *Certificado de origen.* Obtenido de: <https://www.mipro.gov.ec>

Montesdeoca, K., & Zambrano, Y. (2012). *Diseño de un plan de exportación de artesanías elaboradas con la fibra del tallo de banano dirigida a la asociación de mujeres Agro-Artesanalaes de la provincia de El Oro.* (Tesis de Pregrado, Universidad Politécnica Salesiana). Recuperado de: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1894/14/UPS-GT000286.pdf>.

Morales, C. (2000). *Plan de exportación.* México: Unidos.

Mujica, Á. J., Izquierdo, J., & Marathee, J. (2001). *Cultivos andinos: quinua.* Mérida: Redalyc.

Narváez, J., & Vaca, M. (2010). *Plan de negocios de importación de llantas para la empresa TRANSCOMERCIAL NARVÁEZ S.A.* (Tesis de Pregrado, Universidad del Azuay). Recuperado de: <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/1786/1/07877.pdf>.

OBS Business School. (2016). *OBS-Edu. Qué es un proyecto.* Obtenido de: <http://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/administracion-de-proyectos/que-es-un-proyecto-una-definicion-practica>

Oficina Comercial del Ecuador en Los Ángeles. (2016). *La preferencia del consumidor norteamericano hacia la quinua se mantiene.* California: ProEcuador.

Oficina Comercial del Ecuador en Los Ángeles Estados Unidos. (2011). *Perfil de quinua y elaborados en Estados Unidos.* California: ProEcuador.

Palella, S., & Martins, F. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa.* Caracas: FEDUPEL.

Páramo, D. (2013). El proyecto de exportación, elemento básico de la planeación del marketing internacional . *Pensamiento y gestión.* Obtenido de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762013000100001

Pro Ecuador. (2014). *Perfil logístico de Estados Unidos año 2014.* California: PRO ECUADOR.

PRO Ecuador. (2015). *Análisis sectorial Quinua 2015 .* Quito: PRO ECUADOR

Pro Ecuador. (2016). *Formas de pago que se pueden negociar con el comprador extranjero.* Obtenido de: <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-tipos-de-cobros-en-negociaciones-se-pueden-usar/>

PROECUADOR. (03 de 2016). *Preferencia del consumidor norteamericano.* Obtenido de: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/La-preferencia-del-consumidor-norteamericano-hacia-la-quinua-Los-Angeles-Enero-2016.pdf>

Quintero, J. (2013). *Planificación*. La Habana: Emprestur, S.A.

Sampieri, R. (2007). *Fundamentos de metodología de investigación*. México: McGraw-Hill.

Sánchez, A. (2014). *Que es el comercio exterior*. Obtenido de: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/desaduanizaci-n>

Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2010). *La preparación y evaluación de proyectos, 4a. ed.* Santiago: Editorial McGraw-Hill.

Sapag, N. (2002). *La preparación y evaluación de proyectos*. Santiago: McGraw-Hill.

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. SENA. (2016). *Proceso de exportacion*. Obtenido de: www.aduana.gov.ec

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2017). *Requisitos para exportar*. Obtenido de: https://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action

Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (Marzo de 2016). *Proceso de Nacionalización de Mercancías*. Obtenido de: <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>.

Solís, J. (2013). *Investigación del mercado canadiense para la exportación de harina de quinua*. (Tesis de Pregrado. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil). Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2220/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-58.pdf>

Vives Proyectos. (2013). *Exportación e importación en la empresa*. Fundación Acción contra el hambre. Berlín: ACF International.

Zapata, P. (1999). *Contabilidad General*. Cali: McGraw-Hill.

