



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR**

“TRABAJO DE TITULACIÓN”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

**“FACTIBILIDAD PARA EXPORTACIÓN DE LA QUINUA
ORGÁNICA HACIA EL MERCADO JAPONÉS”**

TUTOR:

Msc. Lcda. Lorena Acosta Acosta

AUTORES:

**ILLICACHI GUALLI WILLIAN ROBERTO
MORA HERMIDAS JONATHAN FRANCISCO**

**GUAYAQUIL-ECUADOR
2014-2015**

CERTIFICACIÓN DE LOS AUTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Guayaquil, 07 Noviembre del 2014

Certifico que el Proyecto de Investigación titulado **FACTIBILIDAD PARA EXPORTACIÓN DE LA QUINUA ORGÁNICA HACIA EL MERCADO JAPONÉS**, ha sido elaborado por **ILICACHI GUALLI WILLIAN ROBERTO** y **MORA HERMIDAS JONATHAN FRANCISCO**, egresados de la Escuela de Comercio Exterior, bajo mi tutoría, y que el mismo reúne los requisitos para ser defendido ante el Tribunal.

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este Proyecto de Investigación: **FACTIBILIDAD PARA EXPORTACIÓN DE LA QUINUA ORGÁNICA HACIA EL MERCADO JAPONÉS**, corresponde a **ILLICACHI GUALLI WILLIAN ROBERTO** y **MORA HERMIDAS JONATHAN FRANCISCO**, estudiantes de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de la Facultad de Comercio Exterior.

ILLICACHI GUALLI WILLIAN R.

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este Proyecto de Investigación: **FACTIBILIDAD PARA EXPORTACIÓN DE LA QUINUA ORGÁNICA HACIA EL MERCADO JAPONÉS**, corresponde a **ILLICACHI GUALLI WILLIAN ROBERTO** y **MORA HERMIDAS JONATHAN FRANCISCO**, estudiantes de la Universidad LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL Facultad de Comercio Exterior.

MORA HERMIDAS JONATHAN F.

CERTIFICACION DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACION

Certifico que el Trabajo de Titulación: **FACTIBILIDAD PARA EXPORTACIÓN DE LA QUINUA ORGÁNICA HACIA EL MERCADO JAPONÉS**, ha sido elaborado con los egresados Sr. Illicachi Gualli Willian Roberto y el Sr. Mora Hermidas Jonathan Francisco, bajo mi tutoría el mismo que reúne los requisitos establecidos para ser defendido ante el Tribunal Examintorio que designe para el efecto.

Atentamente,

Msc. Lcda. Lorena Acosta Acosta

CERTIFICADO DEL GRAMATÓLOGO

Por medio de la presente, tengo a bien certificar que, he revisado la redacción y ortografía del trabajo de graduación con el tema: **“FACTIBILIDAD PARA EXPORTACIÓN DE LA QUINUA ORGÁNICA HACIA EL MERCADO JAPONÉS”** elaborado por Mora Hermidas Jonathan Francisco C.I. 0926559238 e Illicachi Gualli Willian Roberto C.I. 0927142273, previo a la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior, de la Escuela de Comercio Exterior de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

El proyecto revisado ha sido escrito de acuerdo a las normas ortográficas y de sintaxis vigentes.

Por lo expuesto, autorizo a los peticionarios, a hacer uso de este certificado, como considere conveniente a sus intereses.

Guayaquil, 14 de Noviembre del 2014

Lcdo. Carlos Marcos Montúfar Macías
C.I. 0905877247

DEDICATORIA:

Agradecemos primero a Dios, por ser guía y gestor de nuestros pasos como personas y seres humanos; a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, por habernos dado la oportunidad de seguir sirviéndole con nuestros conocimientos, con los principios con los cuales fueron inculcados durante nuestra trayectoria de la carrera, a la Facultad de Comercio Exterior, por recibirnos en sus aulas e impartirnos los conocimientos necesarios por parte del personal docente, que durante estos años nos servirán para engrandecer los conocimientos y poderlos transmitir las diferentes técnicas aprendidas.

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirnos la existencia y brindarnos a estas personas tan significativas en nuestras vidas.

A nuestros padres por todo el apoyo, ayuda y predisposición que nos han brindado todas sus vidas para permitirnos lograr culminar este objetivo.

A nuestros hermanos que siempre nos han estado apoyando en los buenos y malos momentos de la vida.

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN DE LOS AUTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	II
DECLARACIÓN EXPRESA	III
CERTIFICADO DEL TUTOR	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICADO DEL GRAMATÓLOGO	VI
DEDICATORIA:	VII
AGRADECIMIENTO	VIII
INDICE DE TABLAS	XII
INDICE DE IMÁGENES, FIGURAS Y CUADROS.....	XIV
RESUMEN.....	XV
INTRODUCCIÓN.....	XIX
CAPÍTULO I	1
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1 TEMA.....	1
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	1
1.4 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	3
1.5 SISTEMATIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.6 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.7 LÍMITES DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
1.8 IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES.....	5
1.9 HIPÓTESIS	6
1.10 OPERALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	6
CAPÍTULO II	7
MARCO TEÓRICO	7
2.1 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.....	7
2.2 MARCO CONCEPTUAL	7
2.3 MARCO LEGAL.....	10
CAPÍTULO III	24
METODOLOGIA.....	24
3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	24
3.1.1 PARADIGMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	24
3.1.2 TIPO DE ESTUDIO.....	24

3.2	MARCO METODOLÓGICO.....	24
3.3	MÉTODOS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	25
3.4	POBLACION Y MUESTRA.....	26
3.4.1	UNIDAD DE ANÁLISIS.....	26
3.4.2	CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA.....	27
3.5	RECOLECCION Y PROCESAMIENTO DE DATOS.....	27
3.5.1	RECOLECCIÓN DE DATOS.....	27
3.5.2	PROCESAMIENTO DE DATOS.....	27
3.6	ANÁLISIS DE DATOS.....	28
3.6.1	RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	32
3.7	ANALISIS GENERAL DE LA ENCUESTA.....	41
3.8	ANALISIS DEL MERCADO META: JAPÓN.....	41
3.9	EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE QUINUA ECUATORIANA HACIA JAPÓN.....	47
3.10	ANALISIS DEL TÉCNICO.....	49
3.10.1	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	50
3.10.2	LOCALIZACION DE LA EMPRESA.....	50
3.10.3	MACRO LOCALIZACIÓN.....	50
3.10.4	MICRO LOCALIZACIÓN.....	50
3.10.5	INGENIERIA DEL PROYECTO.....	51
3.10.6	ESTRUCTURA DE LA EMPRESA.....	51
3.10.7	MERCADOS.....	52
3.10.8	DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA.....	52
3.10.9	ORGANIGRAMA POSICIONAL.....	54
	CAPÍTULO IV.....	55
	PROPUESTA.....	55
4.1	TITULO DE LA PROPUESTA.....	55
4.2	JUSTIFICACION DE LA PROPUESTA.....	55
4.3	OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	55
4.4	DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	56
4.4.1	REGÍMENES ADUANEROS.....	56
4.4.2	PLAN DE MARKETING MIX.....	57
4.4.3	PROCESO DE DISTRIBUCIÓN DE LA QUINUA.....	59

4.4.4 PROCESO OPERATIVO DE EMPAQUE Y ALMACENAMIENTO DE LA QUINUA	59
4.4.5 FLUJOGRAMA DEL PROCESO	62
4.4.6 PROCESO DE EXPORTACIÓN.....	62
4.4.7 LOGÍSTICA Y TRANSPORTE PARA LA QUINUA DE EXPORTACIÓN.....	64
4.4.8 FLUJOGRAMA DE EXPORTACIÓN DE QUINUA AL JAPÓN.....	66
4.4.9 PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN	67
4.5 INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	68
4.5.1 ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	68
4.5.2 ACTIVOS DIFERIDOS	70
4.5.3 COSTOS DIRECTOS	71
4.5.4 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	73
4.5.5 COSTOS E INGRESOS.....	73
4.5.6 GASTOS DE EXPORTACION	76
4.5.7 COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES	77
4.5.8 PROYECCIÓN DE LOS COSTOS	78
4.5.9 INGRESOS DEL PROYECTO	79
4.5.10 EVALUACIÓN FINANCIERA	80
4.5.11 ÍNDICES FINANCIEROS.....	89
CONCLUSIONES.....	91
RECOMENDACIONES	92
BIBLIOGRAFÍA.....	93
ANEXOS.....	95
ANEXO A.....	96
ENCUESTA PARA LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN	96
ANEXO B.....	97
PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA APLICADA AL SUPERVISOR DEL ÁREA DE COMERCIO EXTERIOR	97
ANEXO C.....	98
REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES	98

INDICE DE TABLAS

	PÁG.
Tabla # 1 Delimitación del problema	1
Tabla # 2 Empleados a encuestar	26
Tabla # 3 Caracterización de la muestra	27
Tabla # 4 Consumo de quinua	32
Tabla # 5 Beneficios y propiedades alimenticias de la quinua	33
Tabla # 6 Comercialización del producto	34
Tabla # 7 Exportación a Japón	35
Tabla # 8 Apoyo al sector campesino	36
Tabla # 9 Conocimiento sobre los tramites de exportación	37
Tabla # 10 Apoyo del gobierno	38
Tabla # 11 Estrategias internacionales	39
Tabla # 12 Rentabilidad del proyecto	40
Tabla # 13 Situación de la exportación de quinua	41
Tabla # 14 Balanza Comercial Ecuador - Japón	42
Tabla # 15 Principales Productos Exportados a Japón	43
Tabla # 16 Principales Exportadores Ecuatorianos a Japón	44
Tabla # 17 Exportaciones	51
Tabla # 18 Capital De Trabajo	70
Tabla # 19 Total Inversión	71
Tabla # 20 Preparación De Suelos	71
Tabla # 21 Mano de Obra	71
Tabla # 22 Insumos	72
Tabla # 23 Fuentes y Usos	73
Tabla # 24 Preparación de Suelos	73
Tabla # 25 Mano de Obra	74

Tabla # 26 Insumos	74
Tabla # 27 Gastos de Administración	75
Tabla # 28 Gastos de Exportación	76
Tabla # 29 Costos Fijos	77
Tabla # 30 Costos variables	77
Tabla # 31 Costos variables	77
Tabla # 32 Proyección de Costos	78
Tabla # 33 Presupuesto de ingreso	79
Tabla # 34 Estado de Situación Inicial	80
Tabla # 35 Estado de Resultados	81
Tabla # 36 Flujo De Caja	83
Tabla # 37 VAN	84
Tabla # 38 TIR	85
Tabla # 39 Periodo de Recuperación de la Inversión	86

INDICE DE IMÁGENES, FIGURAS Y CUADROS

	PÁG.
Imagen # 1 Proceso de Distribución de la Quinoa	59
Imagen # 2 Flujograma del Proceso	62
Imagen # 3 Unidades y Entidades que intervienen en una operación de Exportación	63
Imagen # 4 Diagrama operativo logístico y transporte hacia Japón	66
Imagen # 5 Diagrama para exportación de quinua al Japón	67
Figura # 1 Comparación de perfiles de aminoácidos entre la quinua y otros granos, incluida la leche de vaca	9
Figura # 2 Contenido de minerales (mg/100g) de quinua en relación con otros granos	9
Figura # 3 Organigrama Estructural de Sumak Life Cía. Ltda	514
Cuadro # 1 exportación en toneladas	2
Cuadro # 2 Exportación en dólares	2
Cuadro # 3 exportación en 2007- 2011	3
Cuadro # 4 Consumo de quinua	32
Cuadro # 5 Beneficios y propiedades alimenticias de la quinua	33
Cuadro # 6 Comercialización del producto	34
Cuadro # 7 Exportación a Japón	35
Cuadro # 8 Apoyo al sector campesino	36
Cuadro # 9 Conocimiento sobre los tramites de exportación	37
Cuadro # 10 Apoyo del gobierno	38
Cuadro # 11 Estrategias internacionales	39
Cuadro # 12 Rentabilidad del proyecto	40

RESUMEN

La oferta exportable de Ecuador se encuentra fuertemente concentrada en recursos naturales no renovables y productos básicos, que se exportan como insumos para ser transformados e incorporados en bienes finales fuera del ámbito económico nacional o para el consumo final, siendo en el caso mayoritariamente bienes de consumo perecedero.

La ERPE (Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, han logrado capacitar a campesinos de 245 comunidades indígenas de Chimborazo y Bolívar, sobre el cultivo de la quinua orgánica, proyecto que funciona desde 1998 y ha logrado exportar su producto a EE.UU. y Europa con gran acogida. Sin embargo en los últimos años no han conseguido ubicar toda su producción, teniendo un excedente promedio de 200 t de quinua por año.

El proyecto va destinado a todas las Asociaciones productores de Quinua, y de manera especial a Sumak Life, con el fin de que optimicen el proceso de comercialización a nivel internacional. Conociendo su proceso productivo, de los componentes nutrientes y del beneficio para la salud del ser humano, así como también los requisitos de exportación que se deben cumplir al exportar la quinua al mercado japonés. El proceso logístico que va desde la producción de la quinua, hasta el consumidor final, pasando por la Aduana de Origen (Ecuador) y destino (Japón) y el de establecer estrategias las cuales permiten tener una mejor entrada al mercado, y así incrementar las exportaciones de los productos no tradicionales, en este caso la quinua. Este plan de exportación de la quinua al mercado japonés, permite conocer factores como: Económicos, políticos, sociales, culturales y competidores, los cuales están involucrados con la quinua directamente.

En el primer capítulo de la tesis elaboraremos la fundamentación, delimitación y definición del problema, se plantean los objetivos generales y específicos para la propuesta, así como también la justificación, la hipótesis y las variables de investigación de la tesis.

El segundo capítulo se elabora el marco teórico, esta es la fase más importante del trabajo de investigación, consiste en desarrollar la teoría que va a

fundamentar el proyecto con base al planteamiento del problema que se ha realizado, así como también elaboraremos el marco legal.

En el tercer capítulo se realiza un estudio metodológico el mismo que hace referencia al conjunto de procedimientos racionales utilizados para alcanzar los objetivos que rigen en la investigación, en esta parte damos a conocer el tipo de investigación, los métodos que utilizamos, los instrumentos de investigación las fuentes de información, la muestra, el tamaño y la caracterización de la muestra.

El cuarto capítulo implica el análisis del contenido que permite contrastar las informaciones emanadas de los diferentes instrumentos empleados en las tres etapas en las que se organizó el trabajo.

La quinta a parte del proyecto daríamos las conclusiones y recomendaciones que se desprenden de este trabajo de investigación.

La sexta parte corresponde al desarrollo de la propuesta y finalmente encontramos el análisis de viabilidad con el cual demostramos que el proyecto es factible.

Los anexos están constituidos por material adicional que ha sido utilizado en el presente trabajo: los instrumentos físicos utilizados, los gráficos y todo documento que respalde el estudio efectuado.

ABSTRACT

Ecuador's export supply is heavily concentrated in non-renewable natural resources and commodities, which are exported as inputs to be processed and incorporated into final goods outside the national economic sphere or for final consumption, being mostly in the case of consumer goods perishable.

The PREE (Popular Radio Schools of Ecuador, have managed to train 245 farmers from indigenous communities in Chimborazo and Bolivar, about growing organic quinoa, project operating since 1998 and has exported its products to USA and Europe great reception. however in recent years have failed to locate all of its production, with an average surplus of 200 tonnes per year quinoa.

The project is aimed at all organizations Quinoa producers, and especially to *sumak Life*, in order to optimize the process of marketing internationally. Knowing its production, nutrient components and the benefit to human health process, as well as export requirements that must be met when exporting to the Japanese market quinoa. The logistics process from the production of quinoa to the end consumer, through Customs Origin (Ecuador) and destination (Japan) and establish strategies which allow a better market entry, thus increasing the exports of non-traditional products, in this case the quinoa. This plan quinoa export to the Japanese market, allows knowing factors such as: Economic, political, social, cultural and competitors, which are directly involved with quinoa.

In the first chapter of the thesis will elaborate the rationale, delineation and definition of the problem, the general and specific objectives for the proposal, as well as justification, assumptions and variables of thesis research are raised.

The second chapter develops the theoretical framework, this is the most important phase of the research is to develop a theory that will support the project based on the problem statement has been made, as well as elaborate legal framework.

In the third chapter a methodological study that it refers to the set of rational procedures used to achieve the objectives that govern research in this part we

present the type of research, the methods we use, the research instruments is performed sources of information, the sample size and sample characteristics.

The fourth chapter involves content analysis which allows to verify the reports emanating from the various instruments used in the three stages in which the work is organized.

The fifth part of the project would give the conclusions and recommendations arising from this research.

The sixth part is the development of the proposal and finally found the feasibility analysis which demonstrated that the project is feasible.

The appendices consist of additional material that has been used in this paper: the physical tools used graphics and all documents supporting the study performed.

INTRODUCCIÓN

La quinua, el llamado grano de oro de los incas, de forma silenciosa pero sostenida se está abriendo paso en el competitivo mercado internacional, no sólo por su alto valor nutricional sino, además, por sus infinitas aplicaciones en la cocina gourmet. La indiscutible reina de los andes, tendrá al fin el sitio que merece por derecho propio, ya que las Naciones Unidas ha declarado 2013 como el 'Año Internacional de la Quinua', para resaltar las virtudes de uno de los productos de nuestra rica biodiversidad que más cautiva la atención de los compradores extranjeros, como el mercado japonés.

La demanda general por la quinua del Ecuador es de alrededor de 1.000 TM/año, que comparando con su oferta, de 600 TM/ha en promedio, implica que esta demanda es cubierta con importaciones formales e informales desde Perú y Bolivia. La importación informal ha determinado que los precios de la quinua en el mercado local bajen significativamente desestimulando aún más la producción local. El Ecuador exporta quinua en grano desaponificada (sin amargor) y de calidad orgánica principalmente hacia los Estados Unidos, Inglaterra y Francia. Ésta tendencia ha sido ascendente en los últimos 10 años, pasando de 36 TM/año a 247 TM/año. También España compra quinua ecuatoriana, aunque en menor escala. La producción, industrialización y comercialización de la quinua son actividades que, de una manera organizada, pueden convertirse en generador de alimento seguro para las poblaciones, así como ser un estímulo para los productores y procesadores.¹

¹ www.fao.org/ec/archivos/comunicados/agroecologia%20quinua.pdf. Agroecología quinua

Palabras claves:

Quinoa

Competitivo

Mercado internacional

Importación

Producción

Industrialización

Comercialización.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 TEMA

Proyecto de factibilidad para exportación de la quinua orgánica hacia el mercado japonés.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Sumak-Life en particular, hemos realizado un estudio de factibilidad con la finalidad de elaborar una propuesta para exportar la quinua orgánica hacia el mercado japonés.

CAMPO	Industrial
ÁREA	Exportación
ASPECTO	Exportar quinua al mercado japonés
TEMA	Factibilidad para exportación de la quinua orgánica hacia el mercado japonés.
PROBLEMA	Necesidad de concentrar la atención al mercado japonés en la función que desempeña la biodiversidad de la quinua, debido a su valor nutritivo.
TIEMPO	Año 2013
LUGAR	Sumak-Life

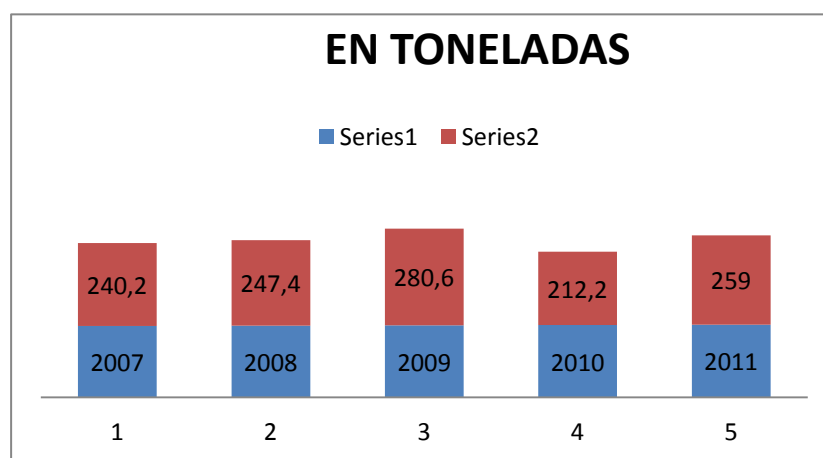
Tabla # 1 Delimitación del problema
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

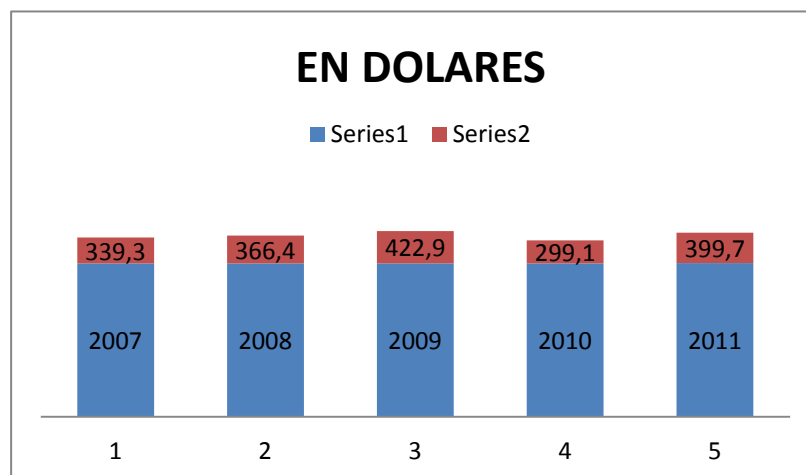
La producción y exportación de quinua aumentó más de cinco veces en cuatro años y conviene al país crear las mejores condiciones para atender las demandas del mercado internacional, resulta oportuno y estratégico el

reconocimiento especial a ese grano en el Ecuador, que es un cultivo ancestral de alto contenido nutricional.

Existe un marcado interés del empresariado extranjero por la quinua orgánica producida en el Ecuador, situación que se ha visto reflejada en los niveles de exportación de los últimos años. La exportación de quinua en el Ecuador ha aumentado entre los años 2007 y 2011 (ver cuadro # 1 y 2), según cifras del ministerio de Coordinación de la Producción que corresponden al último estudio.



Cuadro # 1 Exportación en toneladas
(Fuente: Mopec /JCH Editorial Hoy)



Cuadro # 2 Exportación en dólares
(Fuente: Mopec /JCH Editorial Hoy)

Según estadísticas de ProEcuador, los principales importadores mundiales de quinua son Holanda, Alemania, Palestina, Italia y Francia, mientras que los países con mayor volumen de producción son los EEUU con \$43 640 en exportaciones de 2010, Alemania \$32 900 en el mismo año, Bolivia \$47 195 y Francia \$20 654.

Los EEUU, Reino Unido, Alemania, España y Francia son los principales destinos de las exportaciones del Ecuador (ver cuadro # 3). Dicha cifra no sólo refleja el aumento de la demanda sino igualmente de los precios, los cuales han pasado de 1.329 dólares por tonelada a 3.199 dólares.



Cuadro # 3 Exportación en 2007- 2011
(Fuente: Mopec /JCH Editorial Hoy)

Por lo mencionado anteriormente se afirma la necesidad de concentrar la atención al mercado japonés en la función que desempeña la biodiversidad de la quinua, debido a su valor nutritivo, en el logro de la seguridad alimentaria y la nutrición para apoyar la consecución de los objetivos de desarrollo acordados internacionalmente, incluidos los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

1.4 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

En el mercado local poco se ha valorado a la quinua como alimento. El producto data de más de 4.000 años y era la principal fuente de alimento de

nuestros indígenas. Pero debido al desconocimiento de sus propiedades alimenticias, su consumo estaba básicamente limitado al granel.

El 2013 fue declarado como el Año de la quinua por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura (FAO) y, acaba de conformarse el primer Consorcio ecuatoriano de exportadores de Quinua.

Cinco medianas y pequeñas empresas ecuatorianas exportadoras de este producto dieron el primer paso en la conformación de esta figura asociativa que lleva adelante Pro Ecuador, el Instituto Estatal de Promoción de Exportaciones e Inversiones.

Luego se unieron Urcupac, Maquita Cushunchic, Rogetore, Franco, Cereales Andinos y Fundamyf con la idea de lograr mayores exportaciones del producto y competir de manera conjunta frente a otros países andinos como Bolivia y Perú, donde la quinua es uno de los principales productos agrícolas de exportación.

La exportación de quinua orgánica como alternativa de diversificación de productos no tradicionales va atraer nuevos rubros de divisas al país generando fuentes de empleo en las zonas rurales y satisfaciendo la demanda insatisfecha que tiene el producto en el mercado japonés.

1.5 SISTEMATIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El desarrollo de este proyecto de investigación lo que pretende es contribuir al incremento de las exportaciones, abrir y diversificar nuevos mercados de destino para nuestra oferta exportable logrando generar más divisas provenientes del extranjero con la finalidad de mantener equilibrada su balanza comercial la quinua orgánica reúne las características idóneas para la investigación enfocada exportación a un mercado muy importante como lo es el japonés.

1.6 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad para la exportación de quinua ecuatoriana al mercado japonés, apoyándonos en el hecho de que es el producto andino más conocido en este mercado.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Realizar un estudio acerca de los orígenes de la quinua en nuestro país y los beneficios que otorga el consumo de la misma.
- ✓ Investigar técnicamente las ventajas comparativas del producto en relación con otros.
- ✓ Establecer los canales de comercialización exportación y logística.

1.7 LÍMITES DE LA INVESTIGACIÓN

Existen limitaciones para la realización del proyecto, las mismas que deben tomarse muy en cuenta en el momento que los directivos de Sumaklife tomen una decisión de continuar o no con el mismo, limitaciones que se detallan a continuación:

- ✓ No se analizarán otros mercados potenciales, así como productos similares dentro del mercado japonés.
- ✓ No se consideran otras empresas que cosechen y comercialicen el mismo cereal. Sin embargo puede ser utilizado por ellas también con ciertas modificaciones.

1.8 IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES

La variable es el valor que se le da a la hipótesis, viene a ser el contenido de solución al problema de investigación.² Las variables que utilizaremos en el proyecto para exportación de la quinua orgánica hacia el mercado japonés son:

- ✓ Variable independiente: el valor de verdad que se le da a una hipótesis en relación con la causa.

² <http://www.monografias.com/trabajos/elabproyec/elabproyec.shtml>
Factibilidad para Exportación de la Quinua Orgánica hacia el Mercado Japonés

- ✓ Variable dependiente: cuando el valor de verdad hace referencia al efecto y no a la causa.

1.9 HIPÓTESIS

En el mercado japonés los consumidores conocen la quinua, por lo que el Proyecto de Exportación de quinua será técnicamente factible y económicamente rentable.

1.10 OPERALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLE INDEPENDIENTE

La exportación de quinua bajo normas técnicas, sanitarias y de calidad internacional.

VARIABLE DEPENDIENTE

Condiciones necesarias para exportar al mercado japonés productos no tradicionales, obteniendo rentabilidad.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

La economía ecuatoriana, durante muchos años, ha dependido de un modelo de comercio exterior, basado principalmente en productos de origen primario; además ha contado con muy pocos mercados de destino, lo cual ha hecho que la nuestra economía sea cada vez más vulnerable ante las variaciones de precios y demanda en los mercados internacionales.

La exportación junto con la importación, forma parte del comercio exterior de un país, que a su vez integra el conjunto de relaciones económicas internacionales. La exportación se da porque ningún país produce todo lo necesario para satisfacer sus necesidades, en tanto que otros producen en forma excedente lo que requiere aquél.³

Dentro de este modelo, no sólo es importante el papel que juega el sector exportador, sino que también es fundamental el papel que juegan los sectores residenciales (destinados a cubrir la demanda local), especialmente desde una perspectiva dinámica, en la que no sólo es esencial la especialización actual, sino también la capacidad de renovación continua de la especialización y la posibilidad de desviar recursos de unos sectores en declive a otros en alza, la calidad y la cantidad de los servicios a la producción, a las instalaciones educativas y de capacitación profesional, a los servicios al consumidor y a los servicios públicos.⁴

2.2 MARCO CONCEPTUAL

ORÍGENES DE LA QUINUA EN ECUADOR

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

³ Zorrilla Arena, Santiago Silvestre Méndez, José Limusa Diccionario de Economía

⁴ Cuadrado Roura, 1992, pág. 531

Factibilidad para Exportación de la Quinua Orgánica hacia el Mercado Japonés

su uso es el de un cereal. La quinua es un producto netamente andino y tiene un sinnúmero de ventajas para la salud lo que la diferencia de otros cereales.

La preocupación de los países desarrollados por preservar su salud e ingerir alimentos orgánicos ha ubicado a la quinua como uno de los alimentos más codiciados y apetecidos por el mercado norteamericano y europeo, siendo Estados Unidos el principal comprador de quinua orgánica ecuatoriana.

BENEFICIOS QUE OTORGA EL CONSUMO DE QUINUA

La quinua es rica en proteínas, grasas, carbohidratos, minerales y vitaminas, especialmente calcio, fósforo, hierro, riboflavina* y vitamina C. Se destaca la calidad de la proteína, en base a la cantidad y distribución de aminoácidos* esenciales, que es única entre los cereales y leguminosas de grano por ser especialmente rica en lisina*, metionina*, histidina* y triptófano.⁵

Esta combinación de aminoácidos convierte a la quinua en un alimento reconstituyente por excelencia. La lisina es un aminoácido no muy abundante en el reino vegetal, que tiene funciones claves en el crecimiento y desarrollo de las células del cerebro.⁶

Cabe mencionar que la quinua contiene mayor valor proteico, entre el 14 y 18%, que la carne, el huevo y la leche. No es común que una proteína vegetal, como la de la quinua se aproxime tanto a la calidad de la caseína*. La quinua presenta porcentajes altos de eficiencia de proteína, medidos en base al control de caseína. La quinua cruda tiene porcentajes de eficiencia entre 44 y 93% y la quinua cocinada entre el 102 y 105%, frente a porcentajes entre 23 a 32% presentes en el maíz crudo o cocinado.

⁵ PERALTA Eduardo, "Producción de Quinua en el Ecuador", Quito-Ecuador, 2.001

⁶ PERALTA Eduardo, "Producción de Quinua en el Ecuador", Quito-Ecuador, 2.001

Factibilidad para Exportación de la Quinua Orgánica hacia el Mercado Japonés

VENTAJAS COMPARATIVAS DEL PRODUCTO EN RELACIÓN CON OTROS

<u>Aminoácido</u>	<u>Quinua</u>	<u>Trigo</u>	<u>Cebada</u>	<u>Maíz</u>	<u>Arroz</u>	<u>Leche (3,5% grasa)</u>
<u>Esenciales</u>						
Isoleucina	0,88	0,53	0,50	0,46	0,35	0,21
Leucina	0,98	0,90	0,86	1,32	0,71	0,31
Lisina	0,91	0,37	0,41	0,31	0,31	0,26
Metionina	0,33	0,22	0,19	0,20	0,17	0,08
Fenilalanina	0,48	0,63	0,64	0,50	0,43	0,17
Treonina	0,63	0,42	0,46	0,42	0,34	0,15
Triptofano	0,15	0,15	0,16	0,08	0,09	0,05
Valina	0,55	0,64	0,63	0,55	0,51	0,23
<u>Esenciales para bebés y niños:</u>						
Arginina	1,02	0,61	0,60	0,45	0,62	0,12
Histidina	0,37	0,27	0,23	0,28	0,19	0,09
<u>Semiesenciales:</u>						
tirosina	0,39	0,40	0,42	0,41	0,33	0,17
Cistina	0,33	0,28	0,24	0,15	0,10	0,03

Figura # 1 Comparación de perfiles de aminoácidos entre la quinua y otros granos, incluida la leche de vaca
Fuente: REPO-CARRASCO, "Valor Nutricional y Usos de la Quinua".2.001.
Elaborado por: María Dolores Figueroa Arroyo.

<u>Elemento (mg/100g)</u>	<u>Quinua</u>	<u>Trigo</u>	<u>Arroz</u>	<u>Maíz</u>
Calcio	66,6	43,7	23,0	15,0
Fosforo	408,3	406,0	325,0	256,0
Magnesio	204,2	147,0	157,0	120,0
Potasio	1.040,0	502,0	150,0	330,0
Hierro	10,9	3,3	2,6	--
Manganeso	2,21	3,4	1,1	0,48
Zinc	7,47	4,1	--	2,5

Figura # 2 Contenido de minerales (mg/100g) de quinua en relación con otros granos.
Fuente: REPO-CARRASCO, Rodrigo, "Valor Nutricional y Usos de la Quinua".2.001.
Elaborado por: María Dolores Figueroa Arroyo.

Desde hace 14 años, este producto es promovido por varias comunidades en Ecuador, que empezaron siendo cinco y hoy ya suman 86, Sumak Life, empresa de ERPE (Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador) es una de ellas que se dedica a la compra y producción de varios derivados de la quinua como: café, galletas, fideos, infusiones, chocolate, barras energéticas

entre otros. Todo esto en Riobamba, provincia del Chimborazo, donde según datos del III Censo Nacional Agropecuario del año 2000, se da el 70% de la producción de quinua en el país.

Producción que actualmente tiene estándares de calidad que han facilitado la comercialización del cereal a otros países. Se tiene contratos internacionales. Exportamos de 23 a 24 contenedores al año y eso representa más de 400 toneladas anualmente. Los principales compradores son Alemania, Estados Unidos, Francia y un poco a Inglaterra.

Desde entonces, el fortalecimiento lo han dado los cantones que se han ido sumando al proyecto de exportar quinua de calidad. Entre los que se destacan: Guano, Colta, Riobamba, Guamote y una parte de Alausí.

En el Ecuador, el 90% de la quinua es producida por pequeños productores de la Sierra, una de las zonas más pobres. En este sentido la quinua resulta un cultivo estratégico para favorecer a poblaciones y zonas vulnerables.

Pese a ello, en el mapa mundial de importación y exportación que maneja el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca en su página web, no se incluye a la quinua entre los principales cereales que generan ganancias.

2.3 MARCO LEGAL

El proyecto de investigación se fundamenta en el Código Orgánico de la Producción e Inversiones (COPCI), específicamente en los siguientes artículos:

LIBRO IV DEL COMERCIO EXTERIOR, SUS ÓRGANOS DE CONTROL E INSTRUMENTOS TÍTULO I Art. 71.- Institucionalidad.-

El organismo que aprobará las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, será un cuerpo colegiado de carácter intersectorial público, encargado de la regulación de todos los asuntos y procesos vinculados a esta materia, que se denominará Comité de Comercio Exterior (COMEX), y que estará compuesto por titulares o delegados de las siguientes instituciones: a. El Ministerio rector de la política de comercio exterior; b. El Ministerio rector de la política agrícola; c. El Ministerio rector de la política industrial; d. El Ministerio a cargo de coordinar el desarrollo productivo; e. El Ministerio a cargo de coordinar la política económica; f. El Ministerio a cargo de las

finanzas públicas; g. El Organismo Nacional de Planificación; h. El Ministerio a cargo de coordinar los sectores estratégicos; i. El Servicio de Rentas Internas; j. La autoridad aduanera nacional; y, k. Las demás instituciones que determine el Presidente de la República mediante decreto ejecutivo.

TÍTULO IV

Del Fomento y la Promoción de las Exportaciones

Art. 93.- Fomento a la exportación.- El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno: a. Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios; b. Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos y materias primas incorporados a productos que se exporten, de conformidad con lo establecido en este Código; c. Derecho a acogerse a los regímenes especiales aduaneros, con suspensión del pago de derechos Arancelarios e impuestos a la importación y recargos aplicables de naturaleza tributaria, de mercancías destinadas a la exportación, de conformidad con lo establecido en el libro V de este Código; d. Asistencia o facilitación financiera prevista en los programas generales o sectoriales que se establezcan de acuerdo al programa nacional de desarrollo; e. Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el Gobierno nacional; y, f. Derecho a acceder a los incentivos a la inversión productiva previstos en el presente Código y demás normas pertinentes.

ORGANISMOS RELACIONADOS CON LA ACTIVIDAD AGRÍCOLA EN EL ECUADOR

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA (MAG)⁷

Las funciones que realiza el MAG y que son de mucha ayuda para el desarrollo del proyecto ya que son básicas para saber sobre el cultivo y manejo del producto y las siguientes:

- ✓ Difunde leyes, reglamentos y normas que rigen en las actividades agropecuarias.
- ✓ Promueve el desarrollo agropecuario del Ecuador en función del mejoramiento socioeconómico del país así como la preservación de los recursos naturales.
- ✓ Suministra los mapas de suelo y asesora en su interpretación y uso mediante la ejecución de programas agropecuarios, la aplicación de normas fito y zoonosanitarias para la prevención y control de plagas y enfermedades.
- ✓ Además fomenta a la agricultura productiva a través de tecnologías de cultivo modernas, se encarga de solventar la prestación de servicios técnicos.
- ✓ Difunde los perfiles de mercado de productos tradicionales y no tradicionales de exportación, informando también sobre las perspectivas del Comercio Exterior, vigilando y autorizando la aplicación de normas y procedimientos para la producción, exportación e importación de productos e insumos agropecuarios.
- ✓ Detectar y sugerir posibles soluciones problemas relacionados con el Comercio Exterior e informar sobre la oferta y demanda de productos agro exportables.

⁷ Folleto Corporativo del MAG

Factibilidad para Exportación de la Quinua Orgánica hacia el Mercado Japonés

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR, INDUSTRIALIZACIÓN, PESCA Y COMPETITIVIDAD (MICIP).

Este Organismo de Derecho Público, facultado para planificar, dirigir, controlar y ser el ejecutor de políticas en las áreas de su competencia es el principal ente constructor de la competitividad en el país.

Políticas Institucionales:

- ✓ Liderar la ejecución de propuestas y políticas en materia de Comercio Exterior e Inversiones, dando cumplimiento a lo establecido en la LEXI y aprovechar las capacidades institucionales del país, procurando sistematizarlas y fortalecerlas.
- ✓ Establecer mecanismos de apoyo para el desarrollo de las exportaciones de productos no tradicionales, mediante la entrega de incentivos tecnológicos, promocionales y económicos.
- ✓ Brindar asesoría en capacitación e información en las áreas de su competencia, para liderar las negociaciones comerciales internacionales.
- ✓ Apoyar al desarrollo competitivo de las pequeñas, medianas empresas, microempresas y artesanías incorporando elementos innovadores que permitan mejorar las condiciones de su comercialización en el exterior.
- ✓ Esta entidad con sus Políticas Institucionales para el desarrollo del comercio internacional permitirá que nuestro proyecto se enfoque en nuestra meta propuesta que es la llegar al mercado internacional brindando excelente calidad y precio para llegar a ser más competitivos.⁸

INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACIONES AGROPECUARIAS (INIAP).

Investiga, genera, adapta, promueve y difunde el conocimiento y tecnologías adecuadas a las demandas de la cadena agro productivas, a fin de

⁸ Folleto de Planeación Estratégica MICIP
Factibilidad para Exportación de la Quinua Orgánica hacia el Mercado Japonés

propender al desarrollo sustentable y competitivo del sector y contribuir al bienestar de la sociedad ecuatoriana, misión que la cumplirá de forma directa o asociada con otras organizaciones públicas y privadas.

Las principales funciones del instituto son:

- ✓ Investigar, desarrollar aplicar al conocimiento científico y tecnológico para lograr una racional explotación, utilización y conservación de los recursos naturales.
- ✓ Producción y comercialización de semillas.
- ✓ Provisión de servicios técnicos de apoyo.

Esta Institución nos brindará un apoyo indirecto a nuestro proyecto de exportación de quinua ya que el INIAP se encarga de asesorar en cuanto a lo que se refiere a producción y técnicas para conservar y mejorar el suelo, lo que también es importante para el proyecto ya que si no se obtiene un buen cultivo del fruto no podremos incursionar en el mercado internacional.

INSTITUTO NACIONAL DE HIGIENE, MEDICINA TROPICAL REGISTRO Y CONTROL SANITARIO LEOPOLDO IZQUIETA PÉREZ.

El proceso de Registro y Control Sanitario cumple con la responsabilidad de preservar la salud de nuestra población garantizando la calidad integral de los productos que se aprueban para su consumo.⁹

El Registro Sanitario es fundamental para nuestro proyecto, este requisito es necesario para poder vender nuestro producto ya sea dentro o fuera del país, ya que para obtener este Registro el fruto es sometido a una serie de análisis cuya certificación brinda confianza al consumidor de adquirir el producto que nosotros ofrecemos.

⁹ www.inh.gov.ec

INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN (INEN).

“Se encarga de la elaboración de documentos normativos para precautelar la salud humana y el control de productos restringidos a nivel mundial”.¹⁰

Es importante para el proyecto contar con la autorización de normalización ya que brinda seguridad al consumidor de adquirir nuestro producto porque se demuestra que no se afecta a la salud humana ya sea por los químicos utilizados al momento de la producción.

SESA

“El Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria SESA es una entidad de autogestión, de derecho público y patrimonio propio, adscrita al Ministerio de Agricultura y Ganadería MAG que fue creado en el año 2001, funciona como ente oficial, regulador y de control, define y ejecuta la política de Sanidad Agropecuaria del país, respaldado por normas sanitarias y fitosanitarias nacionales e internacionales, su finalidad básica es la precautelar el estado sanitario y fitosanitario de productos agropecuarios, en su propagación y consumo, evitando el ingreso de pestes y enfermedades tóxicas que afecten a las plantas y animales, y apoya al comercio internacional”¹¹

Sus funciones son las siguientes:

- ✓ División de Inspección, Certificación y Control Cuarentenario.
- ✓ Esta división se encarga de controlar la calidad sanitaria de productos agropecuarios para la comercialización interna y externa, establece los requisitos y resoluciones sanitarias agropecuarias para las importaciones y exportaciones de animales y vegetales, productos y subproductos de origen animal y vegetal.
- ✓ División de Acreditación Fito y Zoonosanitaria.

¹⁰ www.inen.gov.ec

¹¹ www.sesa.gov.ec

- ✓ Es la encargada de establecer los mecanismos legales que posibiliten la Acreditación de funciones y actividades delegables del sector privado.

El SESA en unión con el MAG constituye un apoyo en nuestro proyecto ya que brinda asesoramiento técnico y permite la obtención del Certificado Fitosanitario de Exportación.

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS

SECCIÓN 16 A: DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS Y SU FUNCIONAMIENTO

Art. 430 (EX440) (Naturaleza Jurídico). La Superintendencia de Compañías es el organismo técnico y con autonomía administrativa, económica y financiera, que vigila y controla la organización, actividades funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades, en las circunstancias y condiciones establecidas por la LEY.

Art. 431 (EX440) (Superintendencia de Compañías). La Superintendencia de Compañías tiene personalidad jurídica y su primera autoridad y representante y legal es el Superintendente de Compañías.

La Superintendencia de Compañías ejercerá la vigilancia y control de:
Compañías Nacionales Anónimas, En comandita por Acciones y de Economía Mixta, en general.

De empresas extranjeras que ejerzan sus actividades en el Ecuador, cualquiera que fuera su especie.

De las compañías de Responsabilidad Limitada¹²

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS (SRI).

¹² www.supercias.gov.ec

Factibilidad para Exportación de la Quinua Orgánica hacia el Mercado Japonés

“Es una entidad técnica y autónoma, encargada de la administración y recaudación de los impuestos que están bajo su ámbito de acción.

El SRI tiene como objetivo general, impulsar una administración tributaria moderna y profesional que mantenga una relación transparente entre el Fisco y los Contribuyentes, para asegurar un incremento sostenido en valores reales de los tributos administrados por la Institución.¹³

FEDERACIÓN ECUATORIANA DE EXPORTADORES (FEDEXPOR).

“Fundada desde 1986, representa a todos los exportadores a nivel nacional.

Entre sus principales funciones se encuentran:

Asistencia técnica y suministración de información comercial.

- ✓ Promoción comercial externa, fomento de la participación ecuatoriana en ferias y exposiciones.
- ✓ Capacitación en negocios internacionales y acceso a mercados.
- ✓ Políticas para mejorar el entorno macroeconómico del país”¹⁴

LEY DE SANIDAD VEGETAL.

Del Reglamento General de la Ley de Sanidad Vegetal se tomará los principales artículos referentes a las normas de exportación de materia vegetal así como la movilización de productos.

Art. 1 “El Ministerio de Agricultura y Ganadería a través del Servicio de Sanidad Agropecuaria SESA, se encargará de precautelar el buen estado fitosanitario de los cultivos agrícolas, del material de propagación y productos de consumo, impidiendo el ingreso al país de plagas y enfermedades evitando su diseminación.

Art. 2 El Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria SESA, con el fin de conservar el buen estado fitosanitario de los cultivos agrícolas del material de propagación y productos de consumo vegetal, deberá:

¹³ www.sri.gov.ec

¹⁴ www.ecuador.fedexpor.com./fedexpor1

Factibilidad para Exportación de la Quinua Orgánica hacia el Mercado Japonés

Prevenir el apareamiento de plagas, a través de la implementación de medidas de vigilancia fitosanitarias, así como el análisis y su diagnóstico oportuno en los laboratorios, la ejecución de campañas fitosanitarias para la prevención, propagación y erradicación de plagas.

Emprender campañas de divulgación en temas fitosanitarios a través de medios de comunicación masivos con el objeto de lograr una concientización en la comunidad.

Establecer puestos de control fitosanitarios en Puertos, Aeropuertos y puestos de vigilancia en tierra en las fronteras del país en coordinación con las instituciones públicas y privadas vinculadas al sector agrícola.”¹⁵

LEY DE COMERCIO EXTERIOR.

La Ley de Comercio Exterior e Inversiones (LEXI) publicada en el Registro Oficial N.- 82 en junio de 1997 explica:

Art. 1 “La presente Ley tiene por objeto normar y promover el Comercio Exterior y la inversión directa, incrementar la competitividad de la economía nacional, proporcionar el uso eficiente de los recursos productivos del país y propender a su desarrollo sostenible e integrar la economía ecuatoriana con la internacional y contribuir a la elevación del bienestar de la población.

Art. 2 Se entiende por Sector Comercio Exterior al conjunto de organismos y entidades del sector público y de instituciones o personas naturales o jurídicas del sector privado que participen en el diseño y ejecución de la Política de Comercio Exterior de bienes, servicios y tecnología que desarrollan actividades de Comercio Exterior o relacionadas con éste, salvo las exportaciones de hidrocarburos que realiza el Estado Ecuatoriano y que continuarán sujetas al ordenamiento legal que las regula.

Art. 3 Se considera de prioridad nacional el Comercio Exterior y en especial el fomento de las exportaciones e inversiones.

¹⁵ Ley de Sanidad Vegetal, Registro Oficial N.- 315 Viernes 16 de Abril del 2004
Factibilidad para Exportación de la Quinua Orgánica hacia el Mercado Japonés

El Estado diseñará y ejecutará las políticas en esta materia conforme a lo siguiente:

- Asegurar la libertad para el desenvolvimiento de las actividades de exportación e importación para facilitar la gestión de los agentes económicos en esta materia.
- Impulsar la internacionalización de la economía ecuatoriana para lograr un ritmo creciente y sostenido del desarrollo.
- Aprovechar las oportunidades que brinda el comercio mundial de tecnologías y servicios
- para beneficio de la producción exportable del país
- Impulsar la modernización y eficiencia de la producción local, para satisfacer adecuadamente la demanda interna y externa, para mejorar su competitividad internacional y satisfacer las necesidades del consumidor, tomando en consideración las exigencias del comercio mundial en lo que respecta a la preservación del medio ambiente.”¹⁶

SISTEMA GENERAL DE PREFERENCIAS ANDINO (SGP PLUS)

“Es un Programa de Cooperación por medio de la cual los países de la Unión Europea, otorgan rebajas arancelarias en forma unilateral desde 1971 a los productos provenientes de países afectados por narcotráfico (Bolivia, Colombia, Venezuela, Ecuador y Perú).

Es una ayuda de carácter unilateral y temporal, que concede preferencias arancelarias, sin límites cuantitativos para el sector industrial, pero con la posibilidad de aplicar límites cuantitativos al sector agroindustrial y el resto del Universo Arancelario.

Este programa consiste en una rebaja de hasta el 100% del gravamen aduanero, para casi el 90% de las exportaciones provenientes de países en vía de desarrollo, que sean vulnerables y con necesidades de desarrollo

¹⁶ www.comexi.gov.ec

Factibilidad para Exportación de la Quinua Orgánica hacia el Mercado Japonés

especiales, el objetivo es ayudar a que estos generen ingresos a través del comercio internacional.

El nuevo SGP PLUS permite que más de 7.200 productos se comercialicen hacia los 25 países de la UE y sus 455 millones de habitantes sin pagar ningún arancel, este acuerdo se aplicó provisionalmente desde el 1 de julio hasta diciembre del 2005 y a partir del 1 de enero del 2006 se extendió a tres años más, este es el más generoso de los regímenes de preferencia arancelaria que los países desarrollados brindan a los más desfavorecidos, pero para formar parte del SGP PLUS, los países deben cumplir con una serie de convenciones en referencia a las condiciones humanas, laborales, de protección al medio ambiente, gobernabilidad, derechos civiles y políticos, eliminación de discriminación racial y contra las mujeres, los derechos del niño, diversidad biológica, bioseguridad, corrupción, cambio climático, tráfico ilícito de narcóticos, entre otros.

La UE es el mayor proveedor mundial de preferencias comerciales y el mayor importador de productos agrícolas con estas ventajas Ecuador y Colombia podrán exportar varios productos como: atún, café, flores, textiles, frutas, cacao, aceites, entre otros sin pagar ningún arancel.”¹⁷

Certificado de Origen Modelo A.

Este documento confirma el origen del producto y por ende la preferencia que será otorgada a las mercancías, y los expiden previa petición a las autoridades nacionales competentes del país beneficiario. Los exportadores que soliciten la expedición de este documento deben presentar todos los documentos pertinentes para demostrar el carácter originario del producto, en Ecuador este certificado lo concede el MICIP.

¹⁷ www.europa.eu.int/eur-lex

Factibilidad para Exportación de la Quinua Orgánica hacia el Mercado Japonés

Declaración en Factura.

Los exportadores que extiendan una declaración en factura deben poder presentar, a petición de las autoridades nacionales competentes del país beneficiario, todos los documentos pertinentes para demostrar el carácter originario de los productos.

TRAMITOLOGÍA PARA SER EXPORTADOR

Para realizar la exportación de quinua al mercado japonés, es necesario cumplir con ciertos requisitos:

REGISTRO DE FIRMAS EN EL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR¹⁸

Este trámite se lo realiza por una sola vez y los requisitos necesarios son:

Personas Naturales.-

- Cedula de ciudadanía
- Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Personas Jurídicas.-

- Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Oficio del Representante Legal donde consten los nombres, apellidos y número de cédula de las personas autorizadas para firmar las declaraciones de exportación.

REALIZACION DE LA DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION (DAE).

“Se realiza el llenado de la declaración aduanera de exportación a través del sistema informático ECUAPASS.

Se realiza un AISV “Autorización de entrada y salida de vehículo” en la página de la bodega donde ingresa la mercancía.

¹⁸ www.bce.fin.ec

En documento se debe detallar la siguiente información:

Descripción de la mercancía

Cantidad.

Peso bruto – neto.

Total de bultos.

Unidades físicas

Tipo de carga.

Datos del transportista.

Placas del vehículo.

El Packing List o Lista de Bultos no es un requisito necesario u obligatorio pero puede ser adjunto especialmente cuando se embarca productos que varían las dimensiones el peso o contenido de cada unidad.

La DAE tiene una validez indefinida

PROCEDIMIENTO ADUANERO

Una vez ingresada la mercancía en el respectivo puerto el sistema informático ECUAPASS determinara el tipo de canal de aforo.

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

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

No se permite la salida de la mercancía si la DAE no se encuentra ingresada en el sistema informático ECUAPASS. La declaración de las mercancías a exportarse se presenta al ingreso del Puerto por parte del interesado la cual deberá ser entregada en la garita de Control de Zona Primaria, con los siguientes documentos:

- Declaración Aduanera de exportación (DAE).
- Fotocopia de Factura original a color.
- AISV

RÉGIMEN DE EXPORTACIÓN PARA ACCEDER AL MERCADO JAPONÉS

REQUISITOS EXIGIBLES PARA EL TRÁMITE EXTERNO.

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

Certificado de Origen

“Esta certificación se requiere para aquellas mercancías que van a ser exportadas a los países de ALADI, CAN, Sistema General de Preferencias de los países de la Comunidad Andina CE y Estados Unidos de Norte América, según lo establecido en la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas.

Los certificados de origen son expedidos por el Ministerio de Comercio Exterior y por delegación suya, por las Cámaras de la Industria, Pequeña Industria, Comercio y Artesanos y por la Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR), como ya se indicó anteriormente este certificado lo otorga el MICIP.

Certificado Fitosanitario

Para exportar productos agrícolas en cualquiera de sus formas, excepto industrializados los interesados deberán acercarse a las oficinas de Cuarentena Vegetal del Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuario (SESA), localizados en los diferentes puertos marítimos, aeropuertos y puertos terrestres de las fronteras, para adquirir dicho certificado.”¹⁹

¹⁹ www.ecuadorexporta.org.ec

Factibilidad para Exportación de la Quinua Orgánica hacia el Mercado Japonés

CAPÍTULO III

METODOLOGIA

3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1 PARADIGMA DE LA INVESTIGACIÓN

La modalidad de la investigación es la de proyecto factible, ya que se realizará un plan de exportación de la quinua orgánica hacia el mercado japonés.

Se denomina Proyecto Factible a la elaboración de una propuesta viable, destinada atender necesidades específicas a partir de un diagnóstico.

El propósito de esta óptica metodológica es asegurar que el proyecto de investigación alcance altos niveles de coherencia interna e integridad. En este sentido, el diseño representa una combinatoria de componentes estratégicos y necesarios.

3.1.2 TIPO DE ESTUDIO

El tipo de investigación que se utilizó es descriptiva y propositiva, porque parte de un análisis y con base a ello se diseñó una propuesta para exportar quinua al mercado japonés.

3.2 MARCO METODOLÓGICO

El componente investigativo de este trabajo considera aspectos tomados del enfoque cualitativo y de procesos de la investigación de tipo descriptivo analítico, ya que la herramienta empleada para la recolección de la información es la encuesta.

Podemos señalar que la metodología es el estudio lógico y sistemático de los principios que guían la investigación. La metodología implica afirmaciones sobre la población, en tanto objeto-método se afirman y

determinan. Por tanto, el método acota y define lo relevante para el conocimiento.

Nos permite la elaboración de una propuesta de un modelo operativo viable, o una solución posible, cuyo propósito es satisfacer una necesidad o solución a un problema

3.3 MÉTODOS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Los Métodos que se van a utilizar en el proceso de desarrollo del proyecto serán los siguientes:

- Método Histórico - Lógico.- Mediante este método se analizará los antecedentes históricos de la quinua, sus características y métodos de cultivo, los procesos de evaluación de la producción y exportación de la quinua en el Ecuador, las implicaciones de riesgo y calidad y finalmente su proyección.
- Método Inductivo.- Permite despejar el problema planteado, partiendo desde elementos particulares para luego pasar a un análisis global y general del contexto económico en estudio.
- Método Estadístico.- A través del cual se interpretarán de una manera precisa el análisis de los datos estadísticos planteados.
- Método de Síntesis.- Será utilizado para las conclusiones y recomendaciones

Las técnicas utilizadas para poder realizar un mejor levantamiento de la información serán:

- Observación.
- Entrevistas.
- Consultas Bibliográficas.
- Revisión de Documentos de organizaciones nacionales e internacionales vía electrónica.

3.4 POBLACION Y MUESTRA

3.4.1 UNIDAD DE ANÁLISIS

El departamento de exportaciones de las empresas Sumaklife, Maquita Cushunchic, Rogetore, Franco Cereales Andinos y Fundamyf, tienen de 1 a 2 empleados, por lo que el presente estudio no amerita calcular una muestra por los métodos estadísticos existentes. En este caso, se entrevistará al personal experto en cada uno de los puestos.

Por la naturaleza de nuestra población, para nuestro estudio se tomará una muestra representativa de 15 empleados de las 5 empresas como sigue:

EMPRESAS	ÁREAS		
	Exportaciones	Bodega	Contabilidad
	# Empleados	# Empleados	# Empleados
Sumak life	Ing. Wladimir López	Tnlgo. Francisco Izurieta	Eco. Carlos Flores
Maquita Cushunchic	Ing. Patricia Logroño	Eco. José Antepara	C.P.A. Kleber Choez
Rogetore	Eco. Danny Vega	Eco. Christian López	C.P.A. Arelis Ortiz
Franco, Cereales Andinos	Téc. Denise Magaña	Ing. Pablo Bustillos	Ing. Paulina García
Fundamyf	Tnlgo. Celso Collantes	Eco. Andrea Freire	Eco. Celine Egas
TOTAL DE EMPLEADOS	5	5	5
TOTAL	15 EMPLEADOS A ENCUESTAR		

Tabla # 2 Personal a encuestar
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

3.4.2 CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA

Para realizar la presente investigación se realizó un muestreo intencional quedando la muestra conformada por los 15 miembros de las compañías exportadoras 6 mujeres y 9 hombres, con una edad promedio de 25 años

Cantidad de empleados que integran la muestra	15
Edad promedio	25 años
Nivel de escolaridad	Nivel Superior 5
	Técnico Medio 10
Sexo	Mujeres 6
	Hombres 9

Tabla # 3 Caracterización de la muestra
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

3.5 RECOLECCION Y PROCESAMIENTO DE DATOS

3.5.1 RECOLECCIÓN DE DATOS.

Los ejemplares de las encuestas aplicadas, las hojas de cálculo de correlaciones y una copia de los reportes individuales para la empresa participante se retienen; para cualquier análisis detallado y verificación de la información, por un período de seis meses a partir de la entrega del propio reporte.

La confidencialidad de los datos recolectados en los cuestionarios, el análisis de los datos y los reportes emitidos se garantiza permanentemente por el autor de este estudio.

3.5.2 PROCESAMIENTO DE DATOS

La forma en que se realizará el procesamiento de datos que se obtuvieron al aplicarse la técnica de la encuesta por medio del instrumento llamado

Factibilidad para Exportación de la Quinua Orgánica hacia el Mercado Japonés

cuestionario en donde las preguntas son codificadas y tabuladas, se elaboraran cuadros y gráficos para permitir un mejor análisis de dichos resultados.

La información obtenida de los documentos analizados servirá para la proyección de los beneficios y los gastos y posterior análisis para determinar la viabilidad de ejecución de la propuesta.

3.6 ANÁLISIS DE DATOS

Con la utilización de la entrevista se mantuvo una conversación con el Directivo que está a cargo de cada una de las actividades que se realizan dentro de la empresa. Para lo cual se empleó la guía de entrevista que fue un instrumento que permitió adquirir información relevante y suficiente para el análisis correspondiente.

Se administró el instrumento de cuestionario a una muestra de 15 empleados para validar la escala de resultados y se modificó a una escala de 3 valores desde 1 que significa totalmente en desacuerdo, hasta 3 que equivale a de acuerdo. Una vez confirmada la utilidad del instrumento, se administró a la muestra total seleccionada y la información recolectada se capturó en una base de datos para analizar los valores mínimos y máximos, medidas de tendencia central como la moda y el promedio, medidas de la dispersión de los datos como la desviación estándar y analizar los comentarios generales.

Los resultados del grupo estudiado se estratificaron de acuerdo a la productividad individual y de grupo. Se hicieron las correlaciones entre cada elemento evaluado y las correlaciones generales, profundizando en el análisis de las correlaciones más significativas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENTREVISTA APLICADA AL SUPERVISOR DEL ÁREA DE COMERCIO EXTERIOR

La entrevista fue aplicada en Sumak-Life al Supervisor del Área de Comercio Exterior Eco. Patricio Juelas, mediante el cual se pudo determinar las siguientes explicaciones relacionados con el tema de investigación.

1.- ¿Conoce usted que es el Comercio Exterior?

Es una actividad económica que consiste en el intercambio de productos entre dos o más países con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes y obtener mayor rentabilidad para lograr una ventaja competitiva en el mercado internacional.

2.- ¿Sabe usted cual es el proceso de importación y exportación?

El conjunto de actos y formalidades respecto a la entrada y salida de mercancías al territorio nacional, cumpliendo con cada uno de los requisitos establecidos en la ley para la realización de estas actividades de comercio que sirven para la producción y comercialización de los productos.

3.- ¿Considera necesario el análisis del proceso de exportación en la administración a su cargo?

Si es necesario realizar un análisis que permita identificar el grado de eficiencia que existe en las actividades de comercio exterior que se realiza en Sumak Life, lo cual permitirá detectar las falencias existentes para corregirlas y obtener beneficios rentables en la misma.

4.- ¿Existe un manual de procedimientos y de funciones para ejecutar las actividades de exportación de quinua al mercado japonés?

No, existe un manual específico que guie cada una de las actividades de comercio exterior, pero las actividades son controladas debidas a que existe mucho dinero que se maneja y de la cual depende la productividad y subsistencia económica de Sumak Life.

5.- ¿Las actividades que se realizan dentro del Comercio Exterior tienen una previa planificación?

Si existe una previa planificación debido a que las actividades son primordiales, por ende tienen gran importancia dentro de Sumak-Life y además de ello representan un porcentaje significativo de rentabilidad dentro de la situación económica de la empresa, por ello es necesario que sean analizadas ya que deben estar enmarcadas al cumplimiento de los objetivos de la entidad, para de esa manera obtener las certificaciones por parte de los organismos de control.

6.- ¿Existe un ente regulador que controla las actividades de Comercio Exterior?

Para las actividades de exportación existen los siguientes entes reguladores: el Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria (SESA) el cual tiene como función principal revisar y comprobar los documentos, e inspeccionar los productos en sí, para examinar la condición fitosanitarias en las que se encuentran las mercancías, y el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) el cual está encargado de la revisión previa a la salida de la mercancía con el cumplimiento adecuado de los diferentes requisitos que emana dichas actividades.

7.- ¿Cuáles son los requisitos que deben cumplir para realizar las actividades de Comercio Exterior?

Requisitos para exportar:

- ✓ Registrar los datos ingresando en la página del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).
- ✓ Llenar la Solicitud de Claves, firmada por el Exportador o Representante legal. Posteriormente se envía la solicitud y se convalidan con los datos enviados en el formulario electrónico.

8.- ¿De acuerdo a que normativa se realizan las actividades de Comercio Exterior?

Las actividades de comercio exterior se encuentran reguladas de acuerdo a la siguiente normativa: Ley de Aduanas, Código Orgánico de Inversión y Productividad.

9.- ¿Para la producción y comercialización de quinua que clase de insumos se importa?

Los diferentes insumos relacionados con el empaque como mallas, cajas y cartón prensado, debido que en el mercado internacional el precio es sumamente bajo lo cual ayuda al precio final de los productos que ofrece la empresa.

10.- ¿Cuáles son los beneficios que obtiene la empresa al importar estos productos?

El principal beneficio es que los precios son sumamente bajos lo cual ayuda al precio final de los productos que ofrece Sumak-Life y obtener una ventaja sobre la competencia.

ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA

Se pudo determinar que la persona encargada del área de Comercio Exterior tiene un conocimiento amplio de las actividades de exportación que se realizan dentro de Sumak Life, el cual inicia con la compra de los insumos necesarios, para la producción y comercialización de quinua a nivel nacional e internacional, cumpliendo con cada uno de los requisitos establecidos en la ley.

3.6.1 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

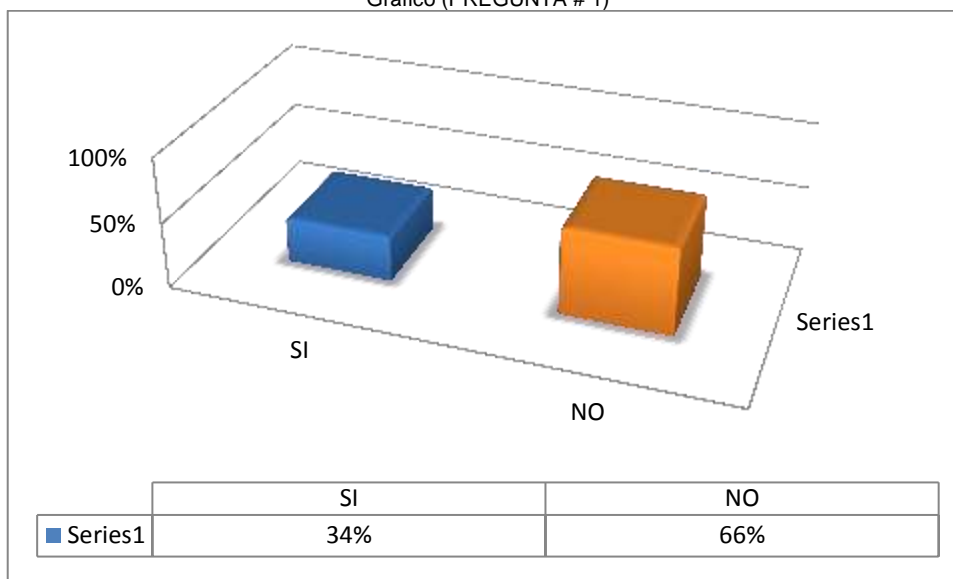
1. Tiene conocimiento si en la dieta alimenticia del mercado japonés se consume quinua.

Tabla # 4 Consumo de quinua (PREGUNTA # 1)

ESCALA DE VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	34%
NO	10	66%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuestas a personal de SUMAK LIFE
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

Gráfico (PREGUNTA # 1)



Cuadro # 4 Consumo de quinua
Fuente: Encuestas a personal de SUMAK LIFE
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

Análisis de la figura

El 34 % del personal encuestado si conocimiento que en la dieta alimenticia del mercado japonés se consume quinua, el 66 % contesto que NO.

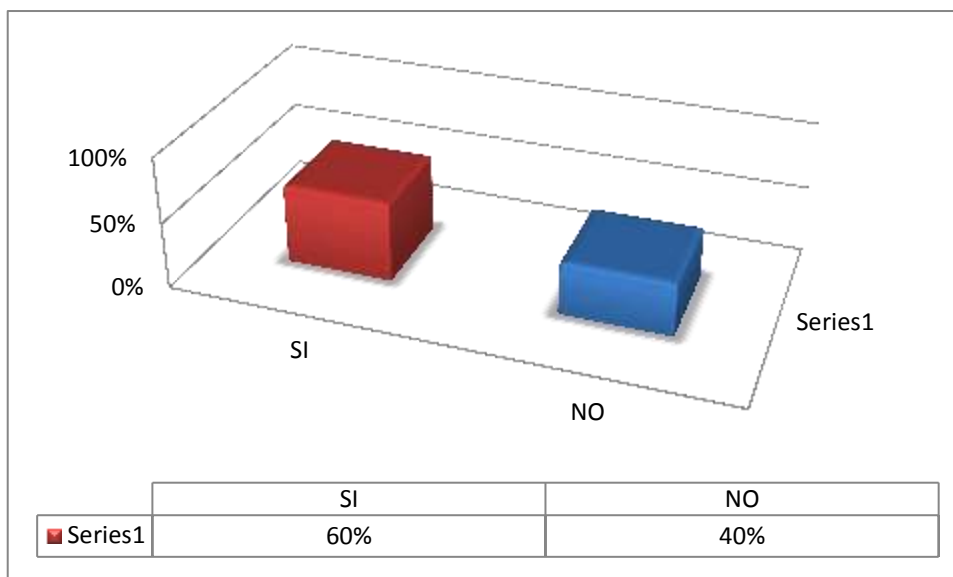
2. Sabe si en el mercado japonés se conocen los beneficios y propiedades alimenticias de la quinua.

Tabla # 5 Beneficios y propiedades alimenticias de la quinua (PREGUNTA # 2)

ESCALA DE VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	60 %
NO	6	40 %
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuestas a personal de SUMAK LIFE
Elaborado por: Jonathan Mora y Willia Illicachi

GRÁFICO (PREGUNTA # 2)



Cuadro # 5 Beneficios y propiedades alimenticias de la quinua

Fuente: Encuestas a personal de SUMAK LIFE
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

Análisis de la figura

EL 60% de los encuestados contestos que en el mercado japonés Si tienen conocimiento sobre los beneficios y propiedades alimenticias de la quinua, 40 % desconoce si el mercado japonés tiene conocimiento de los beneficios y propiedades alimenticias de la quinua.

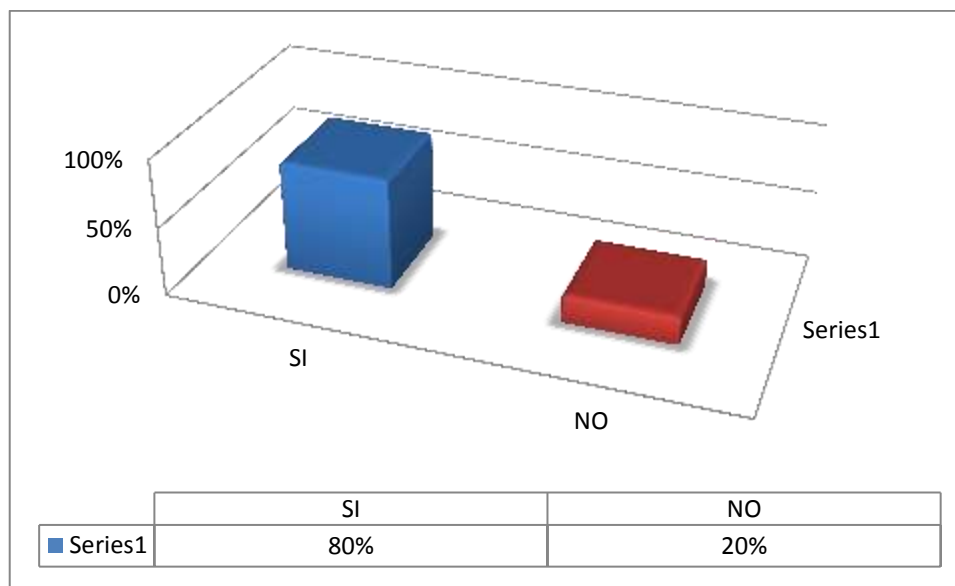
3. La empresa Sumaklife comercializa directamente al consumidor su producto.

Tabla # 6 Comercialización del producto (PREGUNTA # 3)

ESCALA DE VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	80%
NO	3	20%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuestas a personal de SUMAK LIFE
 Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

GRÁFICO (PREGUNTA # 3)



Cuadro # 6 Comercialización del producto
 Fuente: Encuestas a personal de SUMAK LIFE
 Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

Análisis de la figura

El 80% del personal encuestado respondió que si se comercializa directamente al consumidor, 20% respondió que NO.

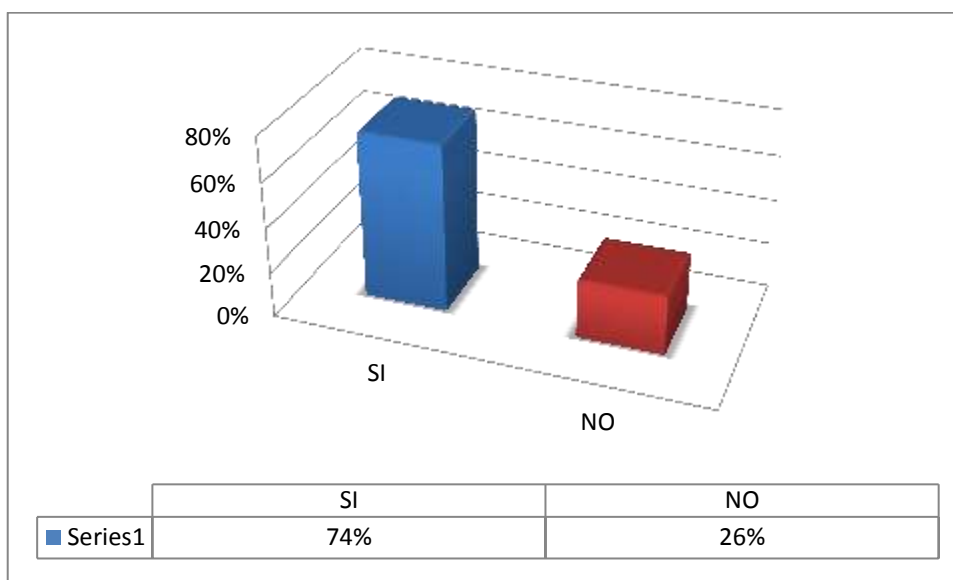
4. La empresa debe exportar quinua al mercado japonés.

Tabla # 7 Exportación a Japón (PREGUNTA # 4)

ESCALA DE VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	74 %
NO	4	26 %
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuestas a personal de SUMAK LIFE
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

GRÁFICO (PREGUNTA # 4)



Cuadro # 7 Exportación a Japón
Fuente: Encuestas a personal de SUMAK LIFE
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

Análisis de la figura

El 74% considera como muy buena opción que la empresa exporte quinua al mercado japonés y el ,26 % respondió que NO.

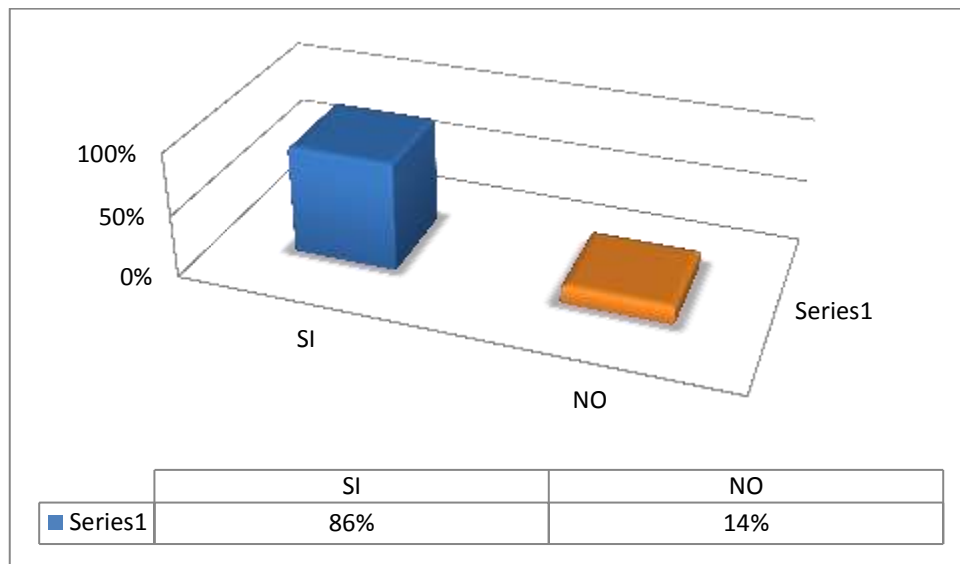
5. ¿Cree Ud. que se debería brindar apoyo al sector campesino que se dedica a esta actividad en la comercialización internacional de este producto?

Tabla # 8 Apoyo al sector campesino (PREGUNTA # 5)

ESCALA DE VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	13	86 %
NO	2	14 %
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuestas a personal de SUMAK LIFE
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

GRÁFICO (PREGUNTA # 5)



Cuadro # 8 Apoyo al sector campesino
Fuente: Encuestas a personal de SUMAK LIFE
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

Análisis de la figura:

El 86 % considera que se debería brindar apoyo al sector campesino que se dedica a esta actividad en la comercialización internacional de este producto. y el 14% determinó que NO.

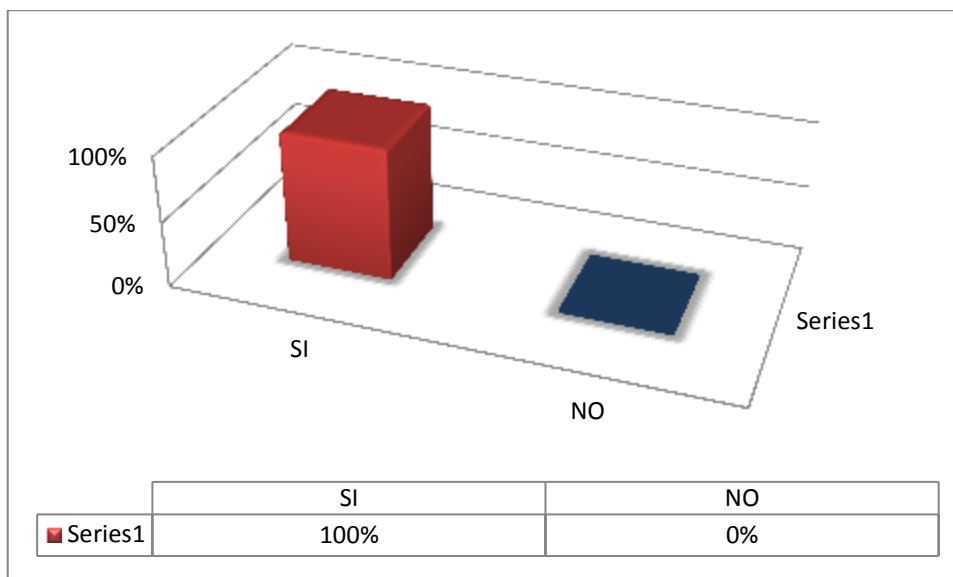
6. Tiene conocimiento sobre los trámites de exportación.

Tabla # 9 Conocimiento sobre los tramites de exportación (PREGUNTA # 6)

ESCALA DE VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	15	100 %
NO	0	0 %
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuestas a personal de SUMAK LIFE
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

GRÁFICO (PREGUNTA # 6)



Cuadro # 9 Conocimiento sobre los tramites de exportación

Fuente: Encuestas a personal de SUMAK LIFE
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

Análisis de la figura

El 100% del personal de SUMAK LIFE contestó que SI tiene conocimiento sobre los trámites de exportación.

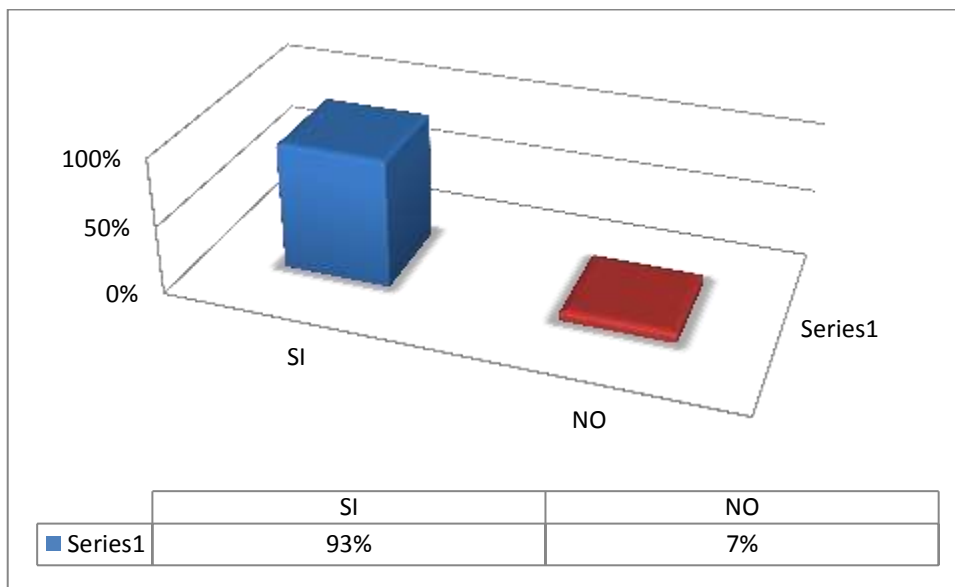
7. Usted cree que el gobierno de ahora está apoyando a las Asociaciones de productores de Quinua para exportarla al mercado japonés.

Tabla # 10 Apoyo del gobierno (PREGUNTA # 7)

ESCALA DE VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	14	93 %
NO	1	7 %
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuestas a personal de SUMAK LIFE
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

GRÁFICO (PREGUNTA # 7)



Cuadro # 10 Apoyo del gobierno
Fuente: Encuestas a personal de SUMAK LIFE
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

Análisis de la figura

El 93 % de los encuestados respondió que Si cree que el gobierno de ahora está apoyando a las Asociaciones de productores de Quinua para exportarla al mercado japonés el 7% respondió que NO.

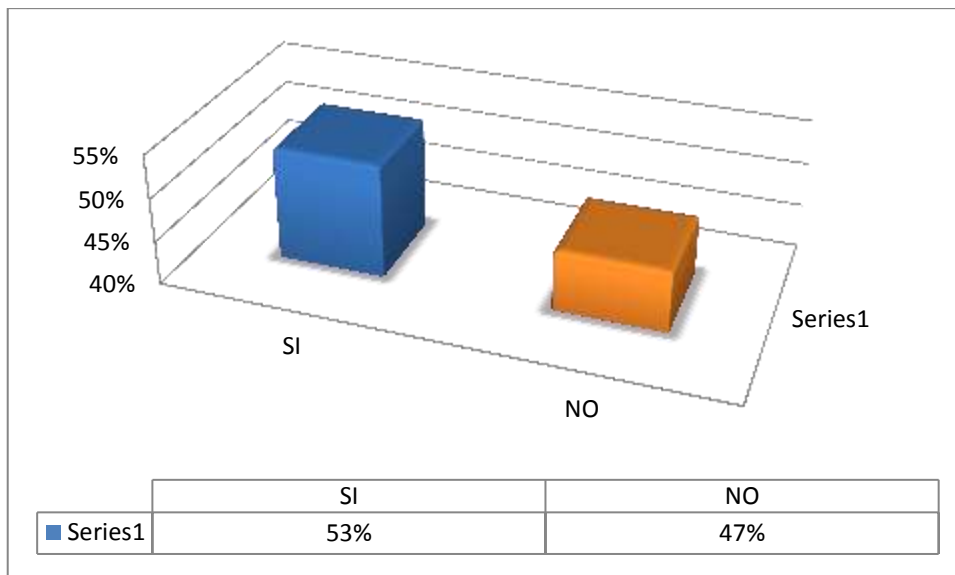
8. Cree usted que el gobierno y la empresa privada puede ayudar de manera positiva para que la Quinoa se pueda exportar al mercado japonés a través de estrategias de mercados internacionales

Tabla # 11 Estrategias internacionales (PREGUNTA # 8)

ESCALA DE VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	53 %
NO	7	47 %
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuestas a personal de SUMAK LIFE
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

GRÁFICO (PREGUNTA # 8)



Cuadro # 11 Estrategias internacionales
Fuente: Encuestas a personal de SUMAK LIFE
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

Análisis de la figura

El 53% SI cree que el gobierno y la empresa privada puede ayudar de manera positiva para que la Quinoa se pueda exportar al mercado japonés a través de estrategias de mercados el 47 % cree que NO.

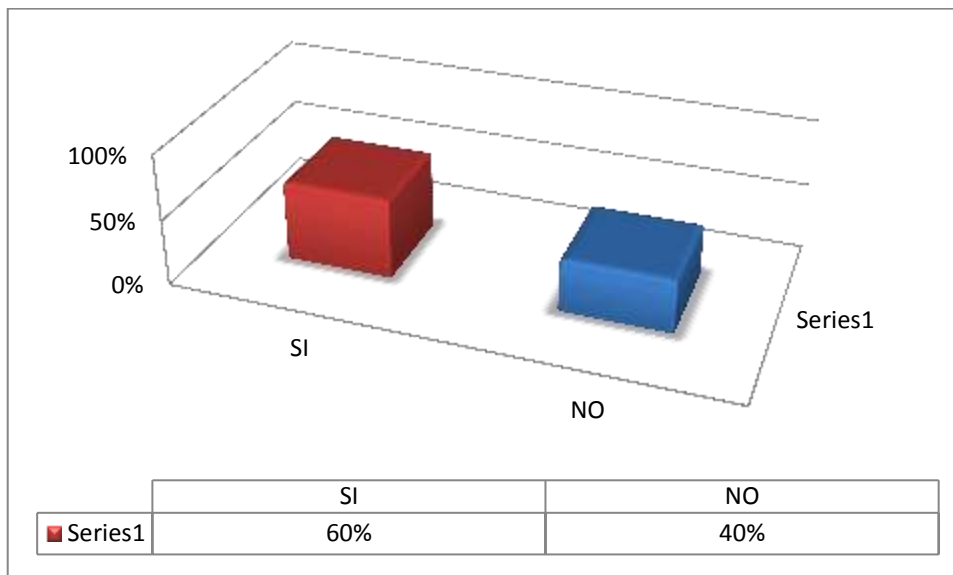
9. Considera usted que el proyecto, según las variaciones del mercado, ofrece una buena rentabilidad.

Tabla # 12 Rentabilidad del proyecto (PREGUNTA # 9)

ESCALA DE VALORACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	60 %
NO	6	40 %
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuestas a personal de SUMAK LIFE
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

GRÁFICO (PREGUNTA # 9)



Cuadro # 12 Rentabilidad del proyecto
Fuente: Encuestas a personal de SUMAK LIFE
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

Análisis de la figura 2-1:

El 60 % considera que el proyecto, según las variaciones del mercado, ofrece una buena rentabilidad, en cambio el 40% contestó que NO.

3.7 ANALISIS GENERAL DE LA ENCUESTA

Los resultados de la encuesta permiten determinar las percepciones de los consumidores sobre el producto quinua orgánica, siendo un producto no tradicional está mostrando una marcada preferencia en el mercado internacional, de la cual existe producción muy escasa. Se deben aprovechar las características nutricionales de la quinua como una herramienta de mercadeo para ingresar a los mercados internacionales.

El Ecuador ya está en los mercados internacionales con este producto. Si bien el volumen de exportaciones no ha crecido conforme a las expectativas, se ha abierto un nuevo mercado para la quinua orgánica, en el cual el Ecuador puede incursionar.

3.8 ANALISIS DEL MERCADO META: JAPÓN

3.8.1 SITUACIÓN DE LA EXPORTACIÓN DE QUINUA

Ecuador comenzó a exportar quinua desaponificada a Estados Unidos, Europa y Japón. Mientras que las estadísticas del Banco Central no reportan exportaciones de quinua previas al 2004. La irregularidad de la evolución de las exportaciones es evidente ya que ha tenido alzas y repetidas caídas, tanto en el valor FOB como en el volumen.

Sin embargo, durante los últimos seis años los volúmenes de las exportaciones de quinua han incrementado, aunque durante el año 2000 el volumen de exportaciones disminuyó significativamente. Posterior a esto, el producto ha iniciado una fase de crecimiento en sus volúmenes de exportación, llegando en el 2011 a 366200 dólares. En comparación con el año 2010, en el 2011 las exportaciones de quinua han incrementado en un 8.13%. De igual forma en los últimos años ha mejorado la valoración del producto, aumentando su precio en los mercados internacionales, debido al inicio de las exportaciones orgánicas.

AÑOS	TONELADAS	FOB (USD)	USD/TM
2003	31.29	40.230,00	1.285,71
2004	7.08	10.420,00	1.471,75
2005	57.74	85.490,00	1.480,60
2006	41.58	52.980,00	1.274,17
2007	41.06	66.130,00	1.610,57
2008	96.62	137.030,00	1.418,24
2009	137.14	198.150,00	1.444,87
2010	239.75	338.640,00	1.412,47
2011	246.96	366.200,00	1.482,83
PROMEDIO	99.91	143.918,89	160,05

Tabla # 13 Situación de la exportación de quinua
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Banco Central del Ecuador

3.8.2 RELACIÓN COMERCIAL ENTRE ECUADOR Y JAPÓN

Japón representa actualmente para el Ecuador, el mercado más importante de Asia, con una población de alrededor de 127 millones de habitantes caracterizados por un elevado poder de compra pero al mismo tiempo por una alta exigencia en la calidad y presentación de los productos demandados.

Hoy en día, Japón es uno de los mayores importadores de alimentos del mundo. Resulta interesante conocer que, el principal pasatiempo de los japoneses consiste en cenar fuera de su casa, hecho que estimula la importación y el consumo de productos alimenticios desde los más variados orígenes, entre los que destacan las hortalizas y frutas. Todo esto configura un mercado potencial muy importante para productos de la oferta exportable ecuatoriana.

El mercado japonés abastece por sí mismo un 40% de su consumo interno y el 60% proviene de las importaciones, en el 2003. En términos de comercio global (importaciones + exportaciones), Japón representó en 2003 el octavo socio comercial en importancia para el Ecuador. La importancia de Japón, como socio comercial, radica fundamentalmente en la magnitud de las

importaciones, las mismas que representaron alrededor de un 4.23% del total importado por Ecuador durante ese año.²⁰

BALANZA COMERCIAL ECUADOR - JAPON
(millones de US\$)

AÑO	EXPORTACIONES FOB	IMPORTACIONES CIF	BALANZA COMERCIAL
1998	63	234,3	-171,30
1999	61,8	321,7	-259,90
2000	52,6	330,7	-278,10
2001	76	511,4	-435,40
2002	118,4	329,2	-210,80
2003	138,8	203,4	-64,60
2004	150	290,2	-140,20
2005	124,4	481,3	-356,90
2006	112,1	142	-29,90
2007	130,6	296,1	- 165,50
2008	123,03	293,1	-170,1
2009	97,9	391,6	-293.7
2010	85,5	273,5	-188
2011	17,2	74,5	-57.5

Tabla # 14 Balanza Comercial Ecuador - Japón
Fuente: Banco Central del Ecuador / Sistema de Inteligencia de Mercados
Elaborado por: Centro de Información Comercial

Las exportaciones ecuatorianas a Japón presentan un comportamiento relativamente estable durante la última década. Este dinamismo se basa en variaciones de las exportaciones de productos tradicionales (banano, pescado, camarón, café, cacao, madera) antes que en una ampliación de la gama de exportaciones ecuatorianas.

En la actualidad Japón constituye el octavo mercado de exportación más importante para el Ecuador captando el 2.62% de las exportaciones totales en 2003. Ecuador exportó en el 2003 una variedad de 2063 partidas

²⁰ http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/04/PROEC_AM2013_MAR-ABR.pdf
Factibilidad para Exportación de la Quinua Orgánica hacia el Mercado Japonés

arancelarias, de las cuales 89 partidas arancelarias se exportaron hacia Japón, esta última cifra equivale a 4.31% del total de partidas arancelarias.

La escasa diversificación y concentración de las exportaciones ecuatorianas a Japón se demuestra al conocer que alrededor del 95% de las exportaciones no petroleras, pertenecen al rubro alimentos, entre los que dominan las exportaciones de banano, productos del mar -camarón, atún, langostinos, tiburón, entre otros. Otros productos de importancia son: café y elaborados de café; harina de pescado; cacao y elaborados de cacao; jugos y concentrados de frutas, etc. Dentro de las materias primas y productos industrializados, destacan las exportaciones de madera en bruto e industrializada; y, fibras de abacá.²¹

En el cuadro que se detalla a continuación, se encuentran los principales productos ecuatorianos de exportación al Japón, donde se destacan las exportaciones en volumen, valor FOB y peso relativo de cada producto, en el valor total de exportación, en el año 2003.

No.	NANDINA	DESCRIPCION	TON	FOB	%
1	803001200	Banano	151,007.12	38,965.31	45.56
2	2301201000	Harina de pescado	33,277.86	12,697.63	14.85
3	1801001000	Cacao en grano	4,865.49	8,813.07	10.31
4	306139000	Camarón	1,105.80	7,960.68	9.31
5	2101110000	Extractos de café	981.1	3,007.32	3.52
6	704100000	Brócoli	2,185.40	2,846.27	3.33
7	803001900	Plátano	3,811.79	1,765.56	2.06
8	603900000	Flores	39.42	1,416.57	1.66
9	5305210000	Fibra de abacá	2,275.55	1,365.49	1.60
10	603104000	Rosas	144.47	1,072.81	1.25
11	303410000	Atún	466.9	1,058.20	1.24
		Otros	2,747.84	4,550.41	5.32
		TOTAL	202,908.74	85,519.32	100.00

Tabla # 15 Principales Productos Exportados a Japón
Fuente: Sistema de Inteligencia de Mercados
Elaboración: Centro de Información Comercial

²¹ http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/04/PROEC_AM2013_MAR-ABR.pdf
Factibilidad para Exportación de la Quinua Orgánica hacia el Mercado Japonés

3.8.3 PARTICIPACIÓN DE EXPORTACIONES ECUATORIANAS HACIA JAPÓN

En el 2003 se contabilizó un total de 2684 exportadores ecuatorianos, de los cuales 458 exportadores abastecieron el mercado japonés con sus productos lo cual equivale al 17,06% del total de exportadores. Cabe señalar que el 92,05% de las exportaciones realizadas hacia Japón está concentrado en las 15 principales empresas exportadoras.²²

PRINCIPALES EXPORTADORES ECUATORIANOS A JAPON EN EL 2003			
TOTAL EXPORTADORES ECUATORIANOS (2684 EXPORTADORES)	CIUDAD	DOLARES FOB	%
EXPORTADORA BANANERA NOBOA S.A."EBN"	GUAYAQUIL	38,525,980.75	42.52
NEGOCIOS INDUSTRIALES REAL S.A."NIRSA" (ECUADOR)	GUAYAQUIL	8,609,882.04	9.50
EXPOFORESTAL S.A.	QUITO	8,383,339.97	9.25
INDUSTRIAL PESQUERA JUNIN S.A.(ECUADOR)	LA LIBERTAD	4,531,171.67	5.00
INMOBILIARIA GUANGALA S.A.(ECUADOR)	GUAYAQUIL	3,961,711.06	4.37
PROMARISCO S.A. (ECUADOR)	DURAN	3,551,651.22	3.92
SOLUBLES INSTANTANEOS C.A. (ECUADOR)	GUAYAQUIL	2,640,012.00	2.91
PROVEFRUT S.A.PROCESAD.D.VEGET.Y FRUTAS TROPICALES	QUITO	2,590,477.98	2.86
EXPORTADORA DE ALIMENTOS S.A."EXP ALSA"	DURAN	2,438,407.48	2.69
COFINA S.A. (ECUADOR)	GUAYAQUIL	2,259,108.35	2.49
ECOFROZ S.A.(ECUADOR)	QUITO	2,148,858.00	2.37
EXP.E.I.MP.ORELLANA C.LTD EXIMORE (ECUADOR)	GUAYAQUIL	1,366,316.04	1.51
TRANSMARINA C.A. (ECUADOR)	MANTA	874,752.20	0.97
NESTLE ECUADOR S.A. (ECUADOR)	QUITO	804,186.82	0.89
BIOCARE LTD.(ECUADOR)	QUITO	710,748.56	0.78
ABACA UNION DEL ECUADOR S.A. ABAUDESA	QUITO	679,476.23	0.75
FURUKAWA PLANTACIONES C.A. DEL ECUADOR	GUAYAQUIL	650,667.50	0.72
OTROS EXPORTADORES		5,870,298.31	6.48
TOTAL EXPORTADORES A JAPON (458 EXPORTADORES)		90,597,046.20	100.00

Tabla # 16 Principales Exportadores Ecuatorianos a Japón
Fuente: Empresa de Manifiestos
Elaborado por: Centro de Información Comercial

3.8.4 PERSPECTIVAS COMERCIALES

El mercado japonés de alimentos y bebidas orgánicas es el más importante de la región asiática, las ventas de estos productos ascienden a 350 millones de dólares, este mercado tiene perspectivas de crecimiento que llegarían a los 3 billones de dólares, considerando las exigencias del mercado japonés en relación a las regulaciones gubernamentales y estándares de calidad JAS – Japanese Agricultural Standards.

²² <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/agroindustria/>
Factibilidad para Exportación de la Quinua Orgánica hacia el Mercado Japonés

El mercado de orgánicos en Japón se encuentra en una etapa de formalización en cuanto a estándares, certificación y regulaciones se refiere. No obstante, de acuerdo al Directorio de Certificaciones Orgánicas 2003 de una base de datos de 83 organismos, 65 están localizadas en Japón.

3.8.5 PROGRAMAS INTERNACIONALES

Este programa cuenta con el apoyo de JETRO y busca promover la importación de productos orgánicos sudamericanos en Japón. El programa consiste en presentar productos sudamericanos a importadores y distribuidores japoneses; proveer de información de mercado a exportadores sudamericanos y buscar contrapartes comerciales.²³

3.8.6 EL SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS DE JAPÓN

El principal mecanismo preferencial que pueden utilizar los productos ecuatorianos al mercado japonés, es el denominado Sistema Generalizado de Preferencias (SGP). Este mecanismo, impulsado originalmente por la UNCTAD, tiene como objetivo contribuir con el crecimiento económico y el desarrollo de las exportaciones de los países en vías de desarrollo.

El Ecuador, al ser beneficiario del esquema SGP de Japón, tiene derecho a reducciones arancelarias, incluyendo tratamiento libre de derechos, para los productos cubiertos bajo este esquema. La lista de productos incluidos es limitada, generalmente incluye productos industriales, agrícolas y pesqueros, y es sujeta a revisión anual. Por otro lado, existe una serie de techos y límites para los diversos productos o grupos de productos considerados sensibles, de manera de que su importación no amenace la producción nacional.

En términos generales, los criterios que aplica Japón para la inclusión de países en su esquema SGP, son los siguientes:

- ✓ La economía del país debe estar en fase de desarrollo.

²³ Programa para Fomentar la Industria de Alimentos Organicos de Sudamerica – Jetro
Factibilidad para Exportación de la Quinua Orgánica hacia el Mercado Japonés

- ✓ El país debe ser miembro de la UNCTAD.
- ✓ Debe tener arancel propio y sistema organizado de comercio exterior.
- ✓ Debe solicitar se le califique para recibir un beneficio especial, como la exoneración de los impuestos de aduanas.
- ✓ Debe demostrar capacidad de proveer artículos al mercado japonés desde su territorio.

Los productos exportados desde un determinado país beneficiario, deben ser reconocidos como originarios de ese país para ser elegibles (de acuerdo con los criterios de origen del SGP Japonés) y trasladados al Japón de acuerdo a reglas de transportación que garantizan que los bienes guardan su identidad y no son manipulados en el transcurso del embarque.

3.9 EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE QUINUA ECUATORIANA HACIA JAPÓN

3.9.1 ACUERDOS COMERCIALES ENTRE ECUADOR Y JAPÓN

En la actualidad, Ecuador no ha firmado ningún tratado de libre comercio con Japón, por esta razón al momento los productos ecuatorianos solo se benefician en Japón por la cláusula de la Nación Más Favorecida.

Según la Organización Mundial de Comercio, dicho principio establece que los países no pueden normalmente establecer discriminaciones entre sus diversos interlocutores comerciales, es decir que si se concede a un país una ventaja especial (por ejemplo, la reducción del tipo arancelario aplicable a uno de sus productos), se tiene que hacer lo mismo con todos los demás Miembros de la OMC.

3.9.2 DEMANDA DE QUINUA EN JAPÓN

Debido a sus cualidades nutricionales, la quinua tiene aceptación en el mercado japonés, ya que por su calidad proteínica está considerada como uno de los mejores cereales del mundo.

El mercado internacional demanda quinua de grano homogéneo en tamaño y color, libre de impurezas y con bajo contenido de saponina. Además se exige certificación como producto orgánico. El mercado de Japón es el más exigente en cuanto a calidad, ellos piden una certificación del grano, y la reprocesan para alcanzar los grados de calidad exigidos por sus consumidores. Al respecto, Sakamoto (2005) menciona que dentro de la estructura de precios en el Japón, este proceso de adecuación del producto tiene un costo aproximado de 5 dólares americanos por kilogramo, lo cual hace que un kilogramo de quinua cueste más de tres veces que el arroz de calidad que consume la población nipona.

Actualmente, no se exporta harina de quinua por causas de malos antecedentes como la adulteración detectada en el producto exportado, y a consecuencia de esto los mercados internacionales desconfían de la calidad de harina de quinua procesada en el Perú; en cambio, prefieren comprar quinua en grano con la certificación debida para procesar ellos mismos bajo normas estrictas de control de calidad. Por tal razón, la exportación de quinua procesada en el año 2004 solamente alcanzó el 1.09% del total.²⁴

3.8.3 ANÁLISIS FODA DEL SECTOR DE LA QUINUA EN EL ECUADOR

Fortalezas

- ✓ Condiciones climáticas y agroecológicas muy favorables para la producción de quinua.
- ✓ Especie nativa de zonas altoandinas
- ✓ Se han desarrollado semillas y técnicas mejoradas que pueden elevar la productividad.
- ✓ Condiciones orgánicas de producción.
- ✓ Disponibilidad de medios de transporte.
- ✓ Presencia de cooperación nacional e internacional para desarrollo productivo comercial.

²⁴ <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/agroindustria/>
Factibilidad para Exportación de la Quinua Orgánica hacia el Mercado Japonés

Debilidades

- ✓ Manejo agronómico heterogéneo en promedio bajo nivel tecnológico y productividad.
- ✓ Baja difusión de semillas y técnicas mejoradas limitado uso de maquinaria.
- ✓ Deficientes labores e infraestructura de post cosecha.
- ✓ Alta dispersión y fragmentación de la oferta productiva y reducida oferta exportable.
- ✓ Insuficientes acciones de capacitación y transferencia tecnológica.
- ✓ Desconocimiento de la mayoría de productores sobre técnicas productivas orgánicas y estandarización.
- ✓ Limitación en la parte empresarial y exportadora.
- ✓ Limitación al financiamiento.

Oportunidades

- ✓ Acuerdos comerciales internacionales.
- ✓ Políticas y normas para desarrollar las exportaciones.
- ✓ Crecimiento de la demanda internacional.

Amenazas

- ✓ Cambio climático.
- ✓ Disminución del precio referencial entre orgánico y convencional.
- ✓ Preferencia de compradores internacionales por un tipo de quinua.

3.10 ANALISIS DEL TÉCNICO

Mediante el Estudio Técnico podemos determinar la posibilidad técnica de prestar un servicio determinado. Este estudio nos proveerá información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes, para así, fijar el tamaño óptimo desde el punto de vista físico y financiero, identificar el proceso productivo más adecuado, la localización correcta, determinar el requerimiento de mano de obra, recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

3.10.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Tamaño del Proyecto es la capacidad de producción del servicio en un periodo determinado.

EL proyecto debe cubrir la demanda insatisfecha del mercado japonés por lo tanto deberá procesar 94 TM aproximadamente de Quinoa Orgánica al año.

3.10.2 LOCALIZACION DE LA EMPRESA

La empresa SUMAK LIFE está ubicada en la ciudad de Riobamba en la Velasco 20-60 y Guayaquil; y la planta de producción se encuentra ubicada en Los Elenes-Guano.

3.10.3 MACRO LOCALIZACIÓN

La empresa SUMAK LIFE está ubicada en la provincia de Chimborazo. Esta provincia cumple con los requerimientos económicos, climatológicos y físicos para el funcionamiento de la empresa, Además está cerca de las provincias con mayor índice de producción de quinua como son Bolívar, Cotopaxi y Tungurahua.

3.10.4 MICRO LOCALIZACIÓN

La localización de la empresa SUMAK LIFE ciudad de Riobamba en la Velasco 20-60 y Guayaquil; y la planta de producción se encuentra ubicada en Los Elenes-Guano

3.10.5 INGENIERIA DEL PROYECTO.

La Ingeniería del Proyecto nos permite determinar la distribución óptima de la Empresa, así como la correcta selección de la maquinaria y equipos para el proceso al que se debe someter a la Quinoa Orgánica antes de ser exportada y la estructura organizacional con la que se maneja la empresa.

3.10.6 ESTRUCTURA DE LA EMPRESA

La empresa está construida en función de la cantidad de Quinoa Orgánica que va a ser procesada y exportada en el periodo de un año siendo 93 TM aproximadamente, esta cantidad esta enviada cada cuatro meses en embarques de 31TM, es decir, en tres embarques al año.

Las exportaciones que se han realizado a los distintos países desde el 2000, se muestran en la tabla.

EXPORTACIONES		
AÑOS	TON	MONTO EN USD\$
2000	27.6	42.504,00
2001	25	38.500,00
2002	31.7	48.818,00
2003	79	121.660,00
2004	102.9	158.466,00
2005	206	317.240,00
2006	224	344.960,00
2007	338	520.520,00
2008	220	315.000,00
2009	186	292.989,00
2010	324	624.485,00
2011	192	509.500,00

Tabla # 17 Exportaciones
Fuente: Sumak Life Cía. Ltda.
Elaborado Por: Tatiana Mantilla

3.10.7 MERCADOS

Actualmente SUMAK LIFE, se encuentra exportando quinua desaponificada, principalmente a los países de Estados Unidos, Alemania, Inglaterra y Francia. Al vecino país, Colombia, únicamente se realizan exportaciones temporales.

3.10.8 DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA

La empresa SUMAK LIFE está distribuida de la siguiente manera:

✓ **ÁREA DE GUARDIANIA**

El punto de guardianía está ubicada en la puerta de la empresa al ingreso al parqueadero, esta tendrá un área de 4 mts² está construida en base a hojas metálicas y estructura prefabricada.

✓ **ÁREA DE PARQUEADERO**

Este punto está ubicada al ingreso de la empresa tiene un área de 52 mts² con capacidad para unos 5 vehículos aproximadamente.

✓ **ÁREA DE TRÁNSITO**

Este punto está ubicado estratégicamente de modo que facilita la carga, descarga y el libre tránsito entre las demás áreas relacionadas con el proceso del producto, cuenta con un pavimento rugoso que permite evitar accidentes en casos de lluvia, el área será de 116,5 mts².

✓ **ÁREA DE RECEPCIÓN MATERIA PRIMA, CONTROL DE HUMEDAD E INFECCIÓN**

Este punto es el centro de acopio en el cual se almacena la quinua para determinar la humedad y el grado de infección. Esta zona tiene un área de 70mts².

✓ **ÁREA DE SECADO**

Este punto tiene un área de 56 mts² el cual está construido de ladrillo y cubierta con zinc, aquí se seca la Quinoa de forma natural exponiéndola al sol para obtener una humedad adecuada.

✓ **ÁREA DE LAVADO**

Este punto tiene un área de 56 mts² en la cual se realiza el proceso de desaponificación mediante escarificado o lavado en agua según sea el caso, está construida de ladrillo y cubierta con zinc.

✓ **ÁREA DE SECADO CONTINUO DE TUNEL**

Este punto tiene un área de 28mts² se lo utiliza solo cuando la quinua es lavada con agua ya que necesita un secado inmediato.

✓ **ÁREA DE ENPAQUETADO Y EMBALAJE**

Para esto se utiliza un área de 28mts² punto en el cual se empaca y sella la quinua en bultos de 25kilos c/u en sacos de polipropileno.

✓ **ÁREA DE BODEGA DE PRODUCTO TERMINADO**

Este punto de bodega donde se almacena la quinua empacada en sacos de polipropileno de 25 kilos c/u, donde permanecen hasta ser embarcados hacia el puerto, está construida de ladrillo y cubierta de zinc, la cual tiene un área de 45 mts².

✓ **ÁREA ADMINISTRATIVA**

La zona Administrativa tiene un área de 60,5 mts² es un solo ambiente en el cual está la oficina del Gerente, del asistente, del contador y del jefe de exportaciones, está construida de ladrillo los alrededores y su distribución es por medio de paneles.

✓ **ÁREA DE SSHH**

Esta zona estará dividida en dos un baño para el área administrativa y otro para el área operacional el primero es de 4,5 mts² el cual está compuesta por urinario, lavamos e inodoro y el otro es 24,5 mts² el cual esta proporcionado de duchas, urinarios, lavamos e inodoros.

3.10.9 ORGANIGRAMA POSICIONAL

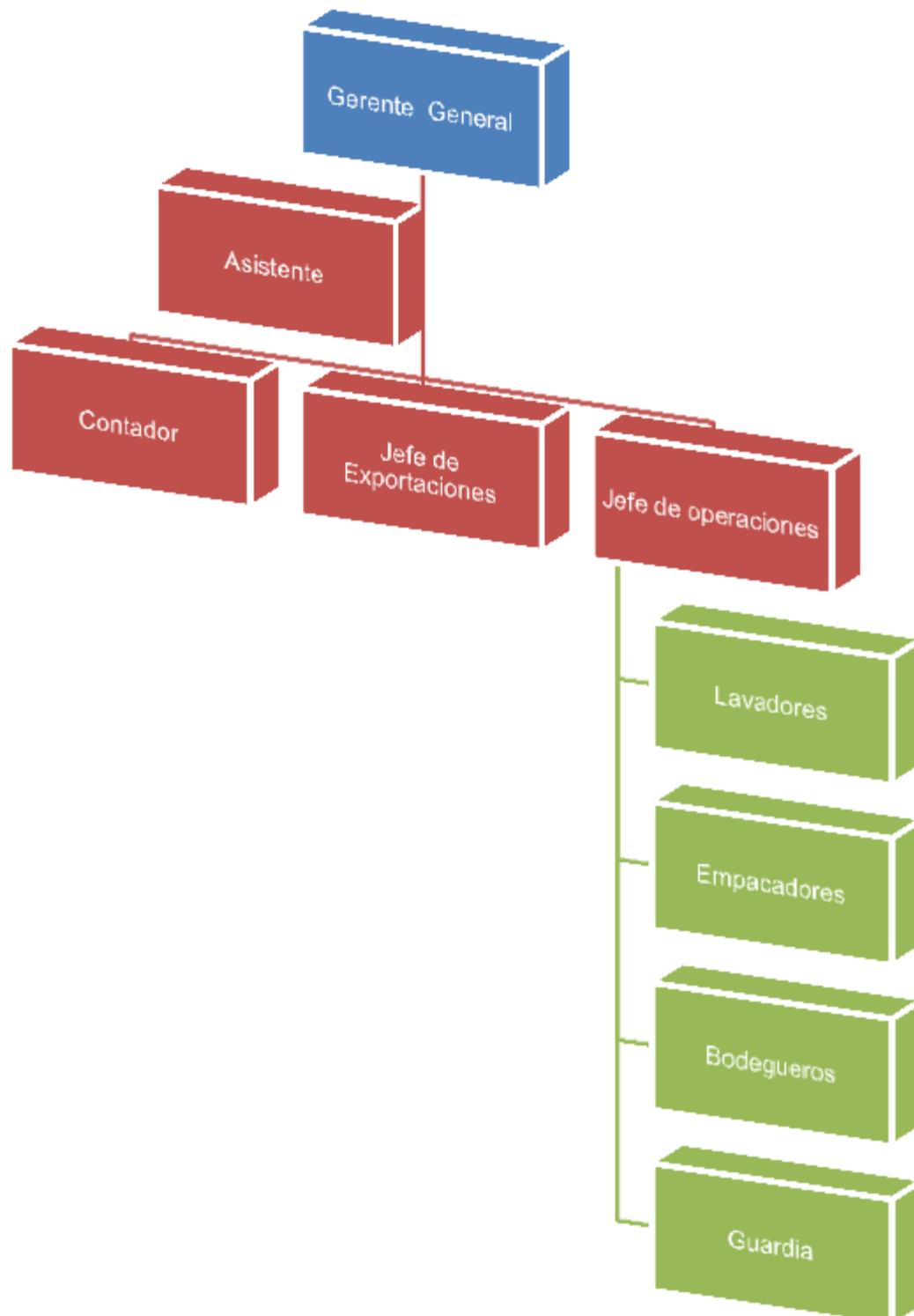


Figura # 3 Organigrama Estructural de Sumak Life Cía. Ltda.
Fuente: Sumak Life Cía. Ltda.
Elaborado Por: Sumak Life Cía. Ltda.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1 TITULO DE LA PROPUESTA

Plan de exportación y marketing para la empresa Sumak life S.A., de quinua orgánica hacia el mercado japonés.

4.2 JUSTIFICACION DE LA PROPUESTA

La economía ecuatoriana, su evolución y desarrollo, ha dependido fuertemente del comercio exterior. La estructura de sus exportaciones basada en productos primario – exportador no ha permitido al país mejorar su comercio y su competitividad, por lo tanto se ha visto la necesidad de la implementación de una nueva estructura de comercio exterior con base en nuevas alternativas explorables, como productos no tradicionales (quinua), con mayor valor agregado y mejor nivel tecnológico que permitan alcanzar eficiencia y calidad en nuestros productos y nos libere en parte de la dependencia hacia el sector externo, al cual hemos estado acostumbrados durante muchos años.

No cabe duda que la oferta ecuatoriana de exportación de quinua al mercado de Japón generará ingresos a nivel y ayudará al progreso económico y productivo a los actores y personas que se dedican a esta actividad, por dicha razón, Ecuador es un país donde se está buscando otros mecanismos de producción y cultivo. La quinua ecuatoriana se destaca por sus cualidades nutritivas y por su forma orgánica de cultivo, que reflejan la riqueza de nuestras cuatro regiones naturales.

4.3 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

Objetivo General.

Elaborar un Proyecto de Factibilidad para exportar quinua orgánica al mercado japonés.

Objetivos Específicos.

- ✓ Realizar y establecer la capacidad de oferta y demanda en el mercado.
- ✓ Elaborar un estudio de nuestro mercado objetivo que nos permita conocer cuál es la demanda insatisfecha existente.
- ✓ Identificar los canales de distribución para ingresar al mercado japonés.
- ✓ Determinar los costos e inversiones del proyecto, costo y precio del producto.

4.4 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

4.4.1 REGÍMENES ADUANEROS

Sección II

Regímenes de Exportación

Art. 154.- Exportación definitiva.- Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente Código y en las demás normas aplicables.

Art. 155.- Exportación temporal para reimportación en el mismo estado.- Es el régimen aduanero que permite la salida temporal del territorio aduanero de mercancías en libre circulación con un fin y plazo determinado, durante el cual deberán ser reimportadas sin haber experimentado modificación alguna, con excepción del deterioro normal por el uso que de ellas se haga.

Art. 156.- Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo.- Es el régimen aduanero por el cual las mercancías que están en libre circulación en el territorio aduanero pueden ser exportadas temporalmente fuera del territorio aduanero o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro de dicho territorio para su

transformación, elaboración o reparación y luego reimportarlas como productos compensadores con la exención de los tributos correspondientes conforme las condiciones previstas en el reglamento al presente Código.

4.4.2 PLAN DE MARKETING MIX

El plan estratégico de marketing, tendrá como objetivo general persuadir la mente del consumidor, dando a conocer los beneficios de la quinua, resaltando los nutrientes naturales de la quinua para lograr la aceptación y posicionamiento en el mercado japonés.

El marketing mix es un concepto que se utiliza para nombrar al conjunto de herramientas y variables que tiene el responsable de marketing de una organización para cumplir con los objetivos de la entidad.

Producto.- la quinua es un cereal valorado por su naturaleza química, por las transformaciones que sufre al ser ingerido y por los efectos que produce en el consumidor.

La quinua constituye uno de los principales componentes de la dieta alimentaria.

Desde el punto de Vista nutricional y alimentario la quinua es la fuente natural de proteína vegetal económica y de alto valor nutritivo por la combinación de una mayor proporción de aminoácidos esenciales.

Precio.- las decisiones acerca del precio del producto son de gran importancia en la estrategia de marketing, se debe encontrar un equilibrio entre lo que un cliente está dispuesto a pagar por el producto (precios orientados al cliente), la rentabilidad que se debe obtener de la venta del mismo frente a su producción (precios orientados a los costos), y la fuerza que ejerce el mercado (precio orientados al mercado japonés).

Plaza.- la quinua orgánica será distribuida al mercado japonés, donde estará disponible para los consumidores en los principales Supermercados, tiendas naturistas y locales comerciales.

Promoción.- La promoción consiste en comunicar, informar o dar a conocer la existencia de un producto con sus características, atributos y beneficios, así como también persuadir, motivar o inducir al público a decidirse por su adquisición.

Para persuadir a los clientes a consumir la quinua, se hará uso de los tres elementos de la mezcla promocional:

- Promoción de ventas: se refiere al uso de incentivos para inducir al cliente a adquirir el producto, tiene como objetivo incrementar las ventas a corto plazo para de esta manera ganar participación en el mercado.
- Merchandising: son actividades que estimulan al consumidor a comprar el producto que se ofrece en el punto de venta con el objeto de aumentar la rentabilidad de la empresa.

El Merchandising se ocupa del conjunto de estudios y técnicas comerciales que permiten presentar el producto en las mejores condiciones.

- Publicidad.- Se puede definir a la publicidad como un medio oneroso a través del cual se puede promocionar al producto. Para lograr este efecto se hará uso de la página web de la empresa y boletines electrónicos y ferias internacionales.

Se debe realizar una campaña publicitaria en donde se dará a conocer los beneficios de consumir este producto alimenticio y se realzará el valor nutricional de la quinua.

4.4.3 PROCESO DE DISTRIBUCIÓN DE LA QUINUA

En el siguiente grafico se muestra que la distribución de la quinua se lo hace desde la producción, pasando por un transporte local hasta llegar a la aduana (origen), para posteriormente contratar un transporte internacional, el cual llevara la quinua hasta el consumidor internacional.

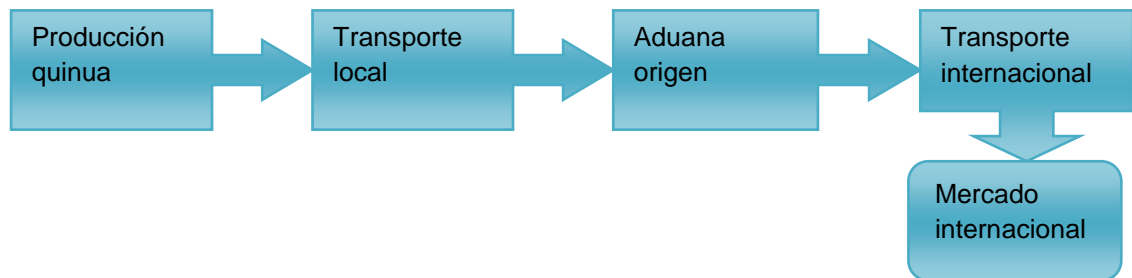


Imagen # 1 Proceso de Distribución de la Quinua
Fuente: Estudio de campo Diego Proaño
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

4.4.4 PROCESO OPERATIVO DE EMPAQUE Y ALMACENAMIENTO DE LA QUINUA

ENVASES.- Los envases deberán estar fabricados de tal manera que su volumen y peso sea el mínimo adecuado para mantener el nivel de seguridad, higiene y aceptación necesario para el producto envasado y el consumidor.

Los envases deberán diseñarse, fabricarse y comercializarse en condiciones que permitan su reutilización o valorización, incluido el reciclado o deben estar elaborados con materiales biodegradables los cuales al ser desechados no alteren el ecosistema.

Los envases estarán fabricados de tal forma que la presencia de sustancias nocivas y otras sustancias y materiales peligrosos en el material de envase y en cualquiera de sus componentes haya quedado reducida al mínimo.

ETIQUETADO Es imprescindible que todo producto que va a ser enviado desde Ecuador debe estar etiquetado, caso contrario, Japón no acepta que un producto no tenga la especificación técnica correspondiente.

Los términos “orgánico”, “ecológico” o “biológico” se podrán utilizar únicamente en el etiquetado de productos agrícolas crudos o procesados. Los productos para exportación se podrán etiquetar de acuerdo con los requisitos de etiquetado exigidos por el país, abalizados por el permiso otorgado por la agencia certificadora.²⁵

Las dimensiones mínimas que debe tener la etiqueta son de 9,5 centímetros de longitud por 4 centímetros de altura y contemplará en caracteres legibles e indelebles, las siguientes especificaciones:

- ✓ Denominación comercial y científica del producto.
- ✓ Método de producción:
 - Nombre de la zona de producción.
 - Peso neto.
 - Identificación del primer expedidor o centro de expedición.

Esta etiqueta ha de constar en el envase y/o embalaje en su primera puesta a la venta, y deberá acompañar al producto en las diversas fases de comercialización desde dicha primera venta o puesta en el mercado hasta el consumidor final, incluyendo el transporte y la distribución.

EMPAQUE.- El material de empaque puede ser en sacos de yute, cabuya o plástico. El grano debe tener un máximo de 12% de humedad. Para el almacenaje se debe usar un ambiente limpio, fresco y bien ventilado.

En el Ecuador la quinua se coloca en sacos de polipropileno que van sueltos dentro del contenedor.

²⁵ <http://www.comercioexterior.com.ec/qs/content/alza-de-exportacion-de-la-quinua-incentiva-la-tecnologia-nacional>

Una vez que ya se ha seleccionado y clasificado el producto se lo recoge manualmente con la ayuda de palas manuales y se lo empaca en sacos de polipropileno, estos sacos deben ser nuevos pueden ser de 25 kilos o 50 kilos c/u pero en nuestro caso será de 25 kilos para facilitar el manipuleo ya que irán sueltos dentro del contenedor.

Al momento del sellado se lo hará manualmente teniendo cuidado de no contaminar el producto.

ALMACENAMIENTO.- Para mantener la calificación de producto orgánico es importante que durante el almacenamiento las bodegas no sean expuestas a sustancias químicas y su nivel de humedad y temperatura debe ser controlado para no afectar al producto. Ya que las leyes son muy estrictas y el producto podría ser rechazado y no se le permitiría el ingreso y su posterior comercialización en el país importador.

TRANSPORTE.- Para el transporte es muy importante que los contenedores en los que se transportará la quinua estén limpios y no tengan residuos de productos químicos o sintéticos excepto los permitidos.

Para el transporte se utilizará dos contenedores de 20 pies debido a que existen restricciones sobre el peso ya que para un contenedor de 20 pies se puede transportar hasta 20 toneladas y para un contenedor de 40 pies se puede transportar hasta 28 toneladas.

4.4.5 FLUJOGRAMA DEL PROCESO

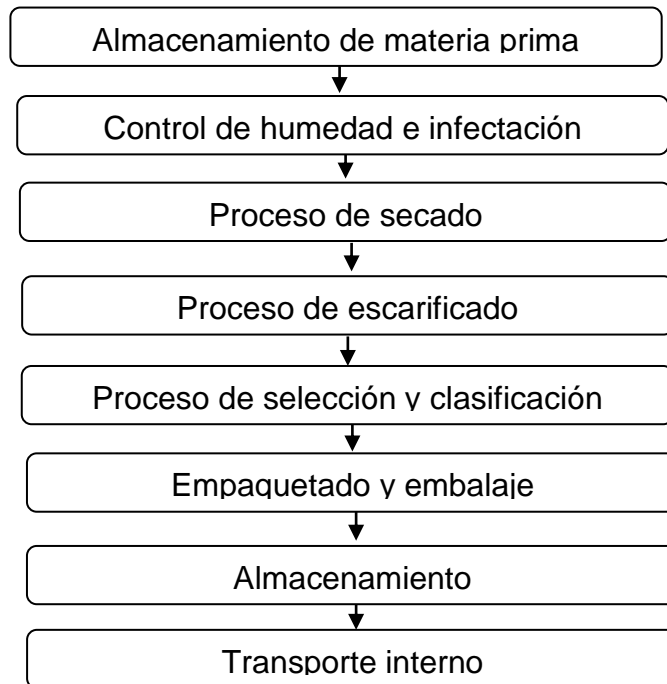


Imagen # 2 Flujograma del Proceso
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

4.4.6 PROCESO DE EXPORTACIÓN

La empresa pretende comercializar sus productos al mercado japonés; por lo tanto, es necesario tener claro cómo se llevará a cabo la exportación de los productos, sabiendo que en el proceso existen algunos involucrados:

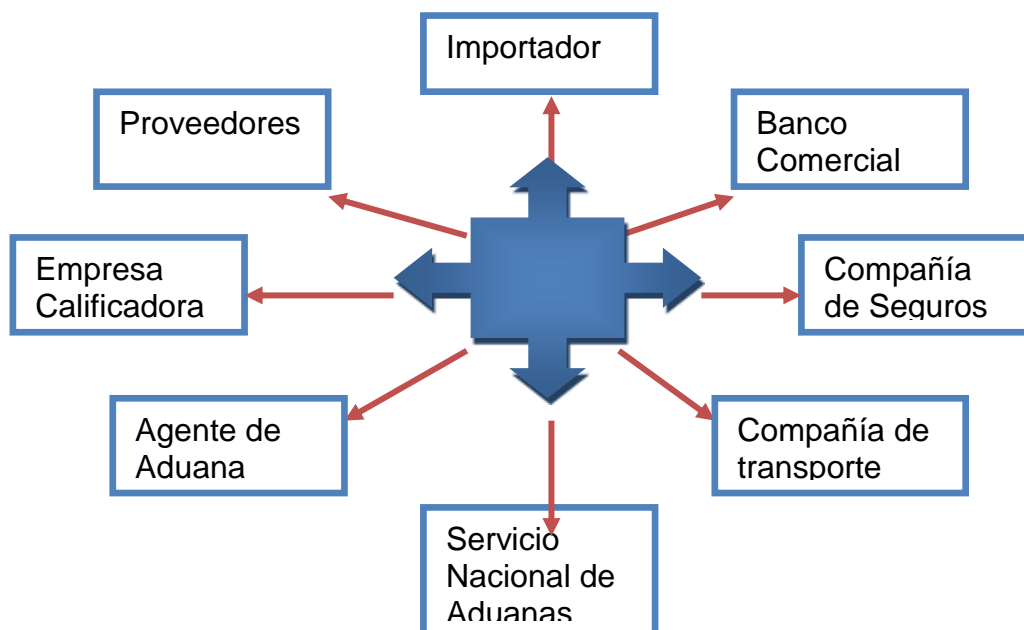


Imagen # 3 Unidades y Entidades que intervienen en una operación de Exportación
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi
Factibilidad para Exportación de la Quinua Orgánica hacia el Mercado Japonés

El Procedimiento de exportación a seguir dentro de la aduana es el siguiente.

- 1) Se realizara electrónicamente a través de un agente de aduana, la Declaración Aduanera de Exportación (DAE), la declaración de las mercancías destinadas al extranjero, en la que se establecerá el régimen aduanero al que estarán sometidas dichas mercancías. En las exportaciones, se ingresara las mercancías a la zona primaria aduanera, con los documentos DAE, Factura Comercial y el AISV.
- 2) Con toda la documentación aprobada la mercancía es embarcada directamente adjuntando:
- 3) Es obligatorio la intervención del agente afianzado de aduanas en los siguientes casos:
 - En los despachos de las exportaciones de mercancías cuyo valor sea igual o mayor de US \$2.000.
 - La DAE se podrá regularizar hasta un periodo no mayor a 30 días y quien lo realiza son las empresas navieras ya que son las que interlanzas a través del sistema informático ECUAPASS con Aduana los datos del buque en el cual será transportada la carga y declarara el valor del flete que se certificara.

CONDICIONES PARA EL INGRESO DEL PRODUCTO

Controles fitosanitarios.- Las importaciones que realiza Japón están reguladas por la Ley de Sanidad Alimentaria (Food Sanitation Law) cuyos requisitos se pueden esquematizar en las siguientes etapas:

- De acuerdo al artículo 27 de la esta ley, los importadores deben presentar un cuestionario de notificación para importación de alimentos sometido a la Estación de Cuarentena del Ministerio de Salud del puerto de destino.

- Otros documentos requeridos son: certificado sanitario, información de ingredientes, materiales y método de manufacturación.
- Toda la documentación y la carga son sometidos a inspección de acuerdo a los estándares de calidad para un análisis de sus componentes en materia de: preservantes, saborizantes, colorantes, químicos, pesticidas, etc.
- Los alimentos genéticamente modificados o que contengan ingredientes capaces de producir alergias tales como: salmón, naranja, langosta, cangrejo, carnes, nueces, sardinas, soya, pollo, cerdo, hongos, ciruelas, manzanas y gelatinas; deberán contener un aviso en la etiqueta.
- Posteriormente el producto es rechazado o aprobado en cuyo caso se le otorga el certificado de inspección lo cual indica que se encuentra listo para su distribución y consumo.

4.4.7 LOGÍSTICA Y TRANSPORTE PARA LA QUINUA DE EXPORTACIÓN

El proceso logístico esta dado de la siguiente manera:

- ✓ Empieza desde las asociaciones de la provincia, donde hay dos tipos de quinua en las cuales son procesadas por productores de quinua que son aliadas.
- ✓ Posteriormente sacar la quinua perlada y quinua en grano estos dos tipos de quinua pueden ser comercializadas dependiendo de la demanda requerida.
- ✓ Va a la industria de alimentos para luego dirigirse a los mercados mayoristas y posteriormente a los supermercados, tiendas naturales, locales comerciales y ventas por catálogo, para terminar a los consumidores finales.

- ✓ En caso de que la quinua se exportada, pasaría por el mismo proceso logístico solo que en vez de irse a las industrias de alimentos, pasaría por el importador de productos en presentaciones para consumidor final, para luego dirigirse a los supermercados, tiendas naturales, locales comerciales y ventas por catálogo.
- ✓ Para que finalmente la quinua ecuatoriana llegue a los consumidores finales.

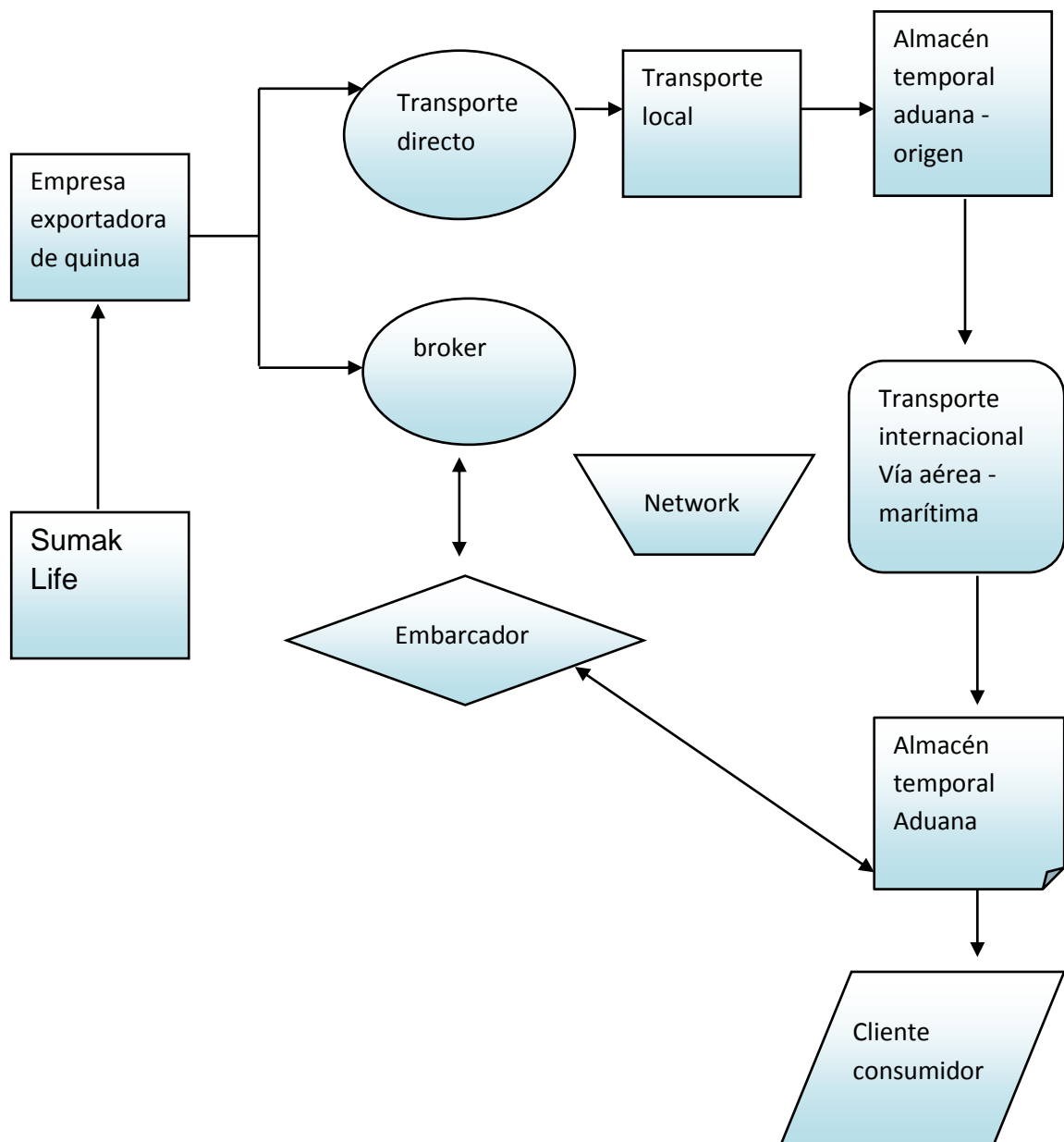


Imagen # 4 Diagrama operativo logístico y transporte hacia Japón
Fuente: Estudio de campo Diego Proaño
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

4.4.8 FLUJOGRAMA DE EXPORTACIÓN DE QUINUA AL JAPÓN

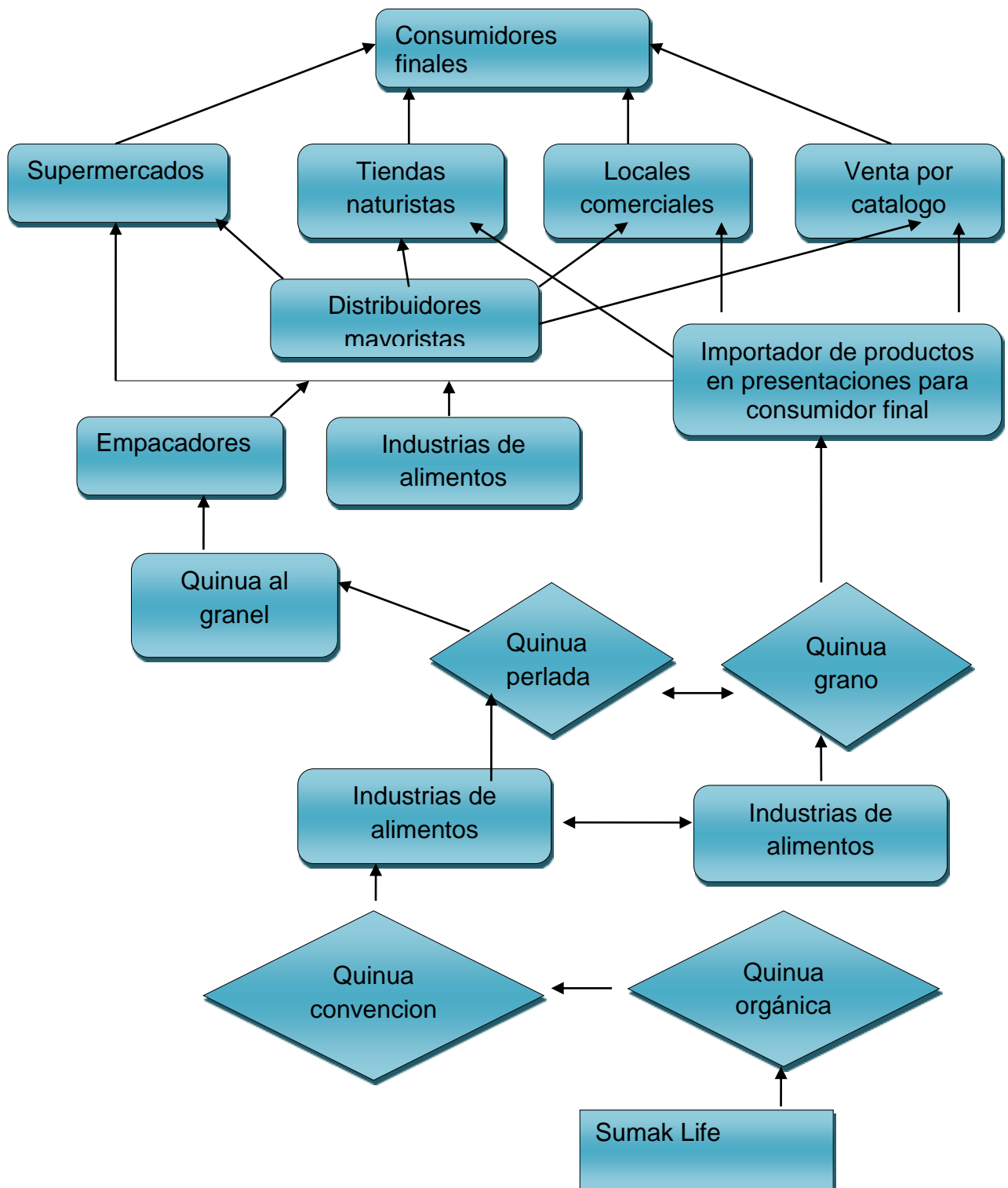


Imagen # 5 Diagrama para exportación de quinua al Japón
Fuente: Fuente: Estudio de campo Diego Proaño
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Ilicachi

Factibilidad para Exportación de la Quinoa Orgánica hacia el Mercado Japonés

4.4.9 PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

EMBARQUE.- El embarque se lo realizará en el puerto de Guayaquil en Ecuador y será enviado hasta Japón por medio de la compañía Maersk que será la encargada del transporte internacional.

INCOTERM.- Los Incoterms son términos utilizados en el Comercio Exterior para definir el tipo de negociación que se va a realizar y hasta dónde va la responsabilidad del exportador y desde donde empieza la responsabilidad del importador.

En nuestro caso se va a realizar la negociación en términos:

CIF: Costo, Flete y Seguro

- ✓ Se utiliza únicamente en transporte marítimo.
- ✓ El vendedor debe entregar la mercancía con todos los gastos pagados hasta ponerlo a bordo del buque, incluir el costo del flete del transporte internacional y la cobertura del seguro.
- ✓ El vendedor debe notificar.
- ✓ El riesgo del vendedor se transfiere, cuando cruza la borda del buque.

FORMA DE PAGO

La forma de pago en nuestro caso se la realizará por medio de una carta de crédito confirmada e irrevocable.

- ✓ PARTES QUE INTERVIENEN EN LA CARTA DE CRÉDITO
 - Importador o comprador.
 - Exportador, vendedor o beneficiario.
 - Banco corresponsal, domiciliado en el país del exportador
 - Banco emisor, domiciliado en el país del importador.
- ✓ TIPOS DE CARTAS DE CRÉDITO

Carta de crédito avisada: Es aquella mediante la cual el banco corresponsal se encarga únicamente de avisar al beneficiario de que el importador apertura una carta de crédito a su favor.

Carta de crédito confirmada e irrevocable: Es aquella que el banco corresponsal además de comunicar al exportador la apertura de la carta de crédito incluye un compromiso de pago de la misma a su vencimiento y la característica de irrevocable nos da la seguridad de que no se puede echar para atrás con el negocio.

Carta de crédito a la vista: Es aquella que se hace efectiva una vez que el importador este satisfecho con la recepción de la mercadería y procede a pagar inmediatamente.

Carta de crédito a plazo: El pago de esta carta de crédito no se lo realiza inmediatamente a la entrega de los documento sino se lo realiza después de un plazo estipulado en el contrato, este puede ser 30, 60, 90 o 180 días.

- ✓ DOCUMENTOS ESTIPULADOS PARA DAR LA ORDEN DE PAGO
 - Factura comercial.
 - Certificado de origen.
 - Póliza de seguros
 - Conocimiento de embarque.

4.5 INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

4.5.1 ACTIVOS FIJOS TANGIBLES

Activos Fijos

Necesitamos de Activos Fijos que son aquellos bienes que están al servicio o para producir bienes de la empresa, es decir no están destinados a la venta, tienen una duración mayor a un año y son físicamente tangibles.

Las principales cuentas que conforman este rubro son:

Factibilidad para Exportación de la Quinua Orgánica hacia el Mercado Japonés

- ✓ Terrenos.
- ✓ Vehículo.
- ✓ Maquinarias y Equipos.
- ✓ Instalaciones.
- ✓ Muebles y Enseres.
- ✓ Equipos de Computación y Software.

SUMAK LIFE cuenta con el terreno, vehículo, las instalaciones, la maquinaria y equipos, es decir su aporte a la sociedad es el usufructo de estos activos fijos; el aporta el capital y trabajo. (Ver Tabla # 34 Estado de Situación Inicial)

ESTADO DE SITUACION INICIAL

<u>ACTIVOS</u>		AÑO 0
<u>Activo Corriente</u>		\$ 41.274,65
Caja	\$ 41.274,65	
<u>Activos fijos</u>		
Maquinarias y Equipos		
Mobiliarios de Oficina		
Equipos de Computo		
<u>Activos diferidos</u>		
Software contable		
Total Activos		
<u>PASIVOS</u>		
<u>Pasivo largo plazo</u>		
Prestamos por Pagar		
Total Pasivo		
PATRIMONIO		
Capital Social		
TOTAL PATRIMONIO		
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 41.274,65

4.5.2 ACTIVOS DIFERIDOS

Son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados, por la empresa, en ningún momento. Se deben amortizar durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos. Tienen, pues, a diferencia de los gastos pagados por anticipado, propiamente dichos, naturaleza de partidas no monetarias; en consecuencia, no son susceptibles de ser ajustados por inflación, inclusive en lo que se refiere a su amortización.²⁶

La empresa no incurre en activos diferidos

CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
Mano de Obra Directa	12.090,00	24.180,00
Materiales Directos	2.980,00	5.960,00
Mano de Obra Indirecta	13.973,75	27.947,50
Mantenimiento y Reparación	800,00	1.600,00
Insumos	3.310,00	6.620,00
Seguros	1.178,00	2.356,00
Gastos Generales	1.260,00	2.520,00
Gastos de Exportación	5.682,90	11.365,80
TOTAL	41.274,65	82.549,30

Tabla # 18 Capital De Trabajo
Fuente: SUMAK LIFE
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

DESCRIPCION	USD
Activos	Fijos 0,00
Activos	Diferidos 0,00
Capital de Trabajo	41.274,65
TOTAL	41.274,65

Tabla # 19 Total Inversión
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

²⁶ <http://ec.viadeo.com/es/search/rc1/ec/SUMAK+LIFE/es/>
Factibilidad para Exportación de la Quinua Orgánica hacia el Mercado Japonés

DESGLOCE DEL CAPITAL DE TRABAJO, PRODUCCION DE QUINUA ORGÁNICA

4.5.3 COSTOS DIRECTOS

1.- PREPARACION DE SUELOS					
CONCEPTO	UNIDAD	CAN	V. UNIT	V.TOTAL	V.ANUAL
Análisis de suelos	Muestra	20	25,00	500,00	1.000,00
Arado	H/tractor	40	16,00	640,00	1.280,00
Rastra	H/tractor	40	6,00	640,00	1.280,00
Surcada	Yunta/día	40	30,00	1.200,00	2.400,00
SUBTOTAL DE PREPARACIÓN DE SUELOS				2.980,00	5.960,00

Tabla # 20 Preparación De Suelos
Fuente: SUMAK LIFE
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

2.- MANO DE OBRA					
CONCEPTO	UND	CANT.	V. UNIT	V.TOTAL EMBARQUE	V. ANUAL
Siembra	Jornal	120	6,00	720,00	1.440,00
Fertilización	Jornal	40	6,00	240,00	480,00
Aplicación de pesticidas	Jornal	40	6,00	240,00	480,00
Deshierbas	Jornal	200	6,00	1.200,00	2.400,00
Aporques	Jornal	240	6,00	1.440,00	2.880,00
Riego	Jornal	160	6,00	960,00	1.920,00
Cosecha	Jornal	600	6,00	3.600,00	7.200,00
Trilla	Kilos	36.900	0,04	1.476,00	2.952,00
Escarificada	Kilos	36.900	0,03	1.107,00	2.214,00
Lavada	Kilos	36.900	0,03	1.107,00	2.214,00
SUB TOTAL DE MANO DE OBRA				12.090,00	24.180,00

Tabla # 21 Mano de Obra
Fuente: SUMAK LIFE
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

3.- INSUMOS					
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNIT	VALOR TOTAL	V. ANUAL
Semilla quinua	Kg	300	1,20	360,00	720,00
Pacha Mama	Kg	40	16,00	640,00	1.280,00
Novaplex	Kg.	20	22,00	440,00	880,00
Companion 2-3-2	Lt.	20	40,00	800,00	1.600,00
Caltec 9%	Lt.	40	20,00	800,00	1.600,00
Costales	Costal	900	0,30	270,00	540,00
SUB TOTAL INSUMOS				3.310,00	6.620,00

Tabla # 22 Insumos
Fuente: SUMAK LIFE
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

4.5.4 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Como se explica en la tabla número once, la inversión total del proyecto es el valor del capital de trabajo \$41,274.65

Cuyo valor será cubierto en su totalidad por SUMAK LIFE, en consecuencia no se requiere financiamiento bancario para financiar la inversión.

FUENTES Y USOS			
CONCEPTOS	INVERSION TOTAL	CAPITAL PROPIO	
		Valor (\$)	Porcentaje (%)
Mano de Obra Directa	12.090,00	2.090,00	100,00
Materiales Directos	2.980,00	2.980,00	100
Mano de Obra Indirecta	13.973,75	13.973,75	100
Mantenimiento y Reparación	800,00	800,00	100
Insumos	3.310,00	3.310,00	100
Seguros	1.178,00	1.178,00	100
Gastos Generales	1.260,00	1.260,00	100
Gastos de Exportación	5.682,90	5.682,90	100
TOTAL	41.274,65	41.274,65	100

Tabla # 23 Fuentes y Usos

Fuente: SUMAK LIFE

Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

4.5.5 COSTOS E INGRESOS

COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCIÓN

1.- PREPARACION DE SUELOS					
CONCEPTO	UND	CANT	V. UNIT	VALOR TOTAL EMBARGUE	V.ANUAL
Análisis de suelos	Muestra	20	25,00	500,00	1.000,00
Arado	H/tractor	40	16,00	640,00	1.280,00
Rastra	H/tractor	40	16,00	640,00	1.280,00
Surcada	Yunta/día	40	30,00	1.200,00	2.400,00
SUBTOTAL DE PREPARACIÓN DE SUELOS				2.980,00	5.960,00

Tabla # 24 Preparación de Suelos

Fuente: SUMAK LIFE

Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

2.- MANO DE OBRA					
CONCEPTO	UNIDAD	CANT.	V. UNIT (\$)	V.TOTAL EMBARQUE	V. ANUAL
Siembra	Jornal	120	6,00	720,00	1.440,00
Fertilización	Jornal	40	6,00	240,00	480,00
Aplicación de pesticidas	Jornal	40	6,00	240,00	480,00
Deshierbas	Jornal	200	6,00	1.200,00	2.400,00
Aporques	Jornal	240	6,00	1.440,00	2.880,00
Riego	Jornal	160	6,00	960,00	1.920,00
Cosecha	Jornal	600	6,00	3.600,00	7.200,00
Trilla	Kilos	36.900	0,04	1.476,00	2.952,00
Escarificada	Kilos	36.900	0,03	1.107,00	2.214,00
Lavada	Kilos	36.900	0,03	1.107,00	2.214,00
SUB TOTAL DE MANO DE OBRA				12.090,00	24.180,00

Tabla # 25 Mano de Obra
Fuente: SUMAK LIFE
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

3.- INSUMOS					
CONCEPTO	UND	CAND	V. UNIT	VALOR TOTAL	V. ANUAL
Semilla quinua	Kg	300	1,20	360,00	720,00
Pacha Mama	Kg	40	16,00	640,00	1.280,00
Novaplex	Kg.	20	22,00	440,00	880,00
Companion 2-3-2	Lt.	20	40,00	800,00	1.600,00
Caltec 9%	Lt.	40	20,00	800,00	1.600,00
Costales	Costal	900	0,30	270,00	540,00
SUB TOTAL INSUMOS				3.310,00	6.620,00

Tabla # 26 Insumos
Fuente: SUMAK LIFE
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

DESCRIPCION	U. MEDIDA	CAN	MENSUAL	BENEFICIO			BENEFICIO	
				DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	ANO 1	FONDOS RESERVA
GASTOS ADMINISTRATIVOS								
Gerente General	Mensual	1	1.000,00	83,33	20,00	41,67	12.145,00	1.000,00
Asistente Técnico	Mensual	1	800,00	66.66	20,00	33.33	9.720,00	800,00
Secretaria Contadora	Mensual	1	500,00	41.66	20,00	20.83	6.082.50	500,00
SUBTOTAL GASTOS ADM.							27.947,50	
GASTOS GENERALES								
Consumo de Energía Eléct.	Mensual	1	30,00				360,00	
Consumo de Agua Potable	Mensual	1	80,00				960,00	
Consumo de Teléfono	Mensual	1	40,00				480,00	
Suministros de Oficina	Mensual	1	40,00				480,00	
Material de Limpieza	Mensual	1	20,00				240,00	
SUBTOTAL GASTOS GENERALES							2.520,00	
OTROS GASTOS								
Mantenimiento y Reparación							1.600,00	
Seguros							2.356,00	
SUBTOTAL OTROS GASTOS							3.956,00	
TOTAL							34.423,50	

Tabla # 27 Gastos de Administración
Fuente: SUMAK LIFE
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

4.5.6 GASTOS DE EXPORTACION

GASTOS DE EXPORTACION				
DESCRIPCION	CAN. EMBARQUE	UNID	V.UNIT	V.ANUAL
Almacenaje	38,00	Ton	1.344,00	2.688,00
Transporte Interno	38,00	Ton	900,00	1.800,00
Transporte Internacional Marítimo	38,00	Ton	1.896,64	3.793,28
Registro como operador orgánico	1,00	Doc	15,00	30,00
Solicitud de inspección de producción	1,00	Doc	10,00	20,00
Aval Oficial del Certificado orgánico (MAG)	1,00	Doc	4,00	8,00
Certificado fitosanitario	1,00	Doc	11,00	22,00
Agente afianzado (Orden de embarque)	1,00	Interm	200,00	400,00
Certificado de origen	1,00	Doc	15,00	30,00
CORPEI	1,00	Doc	99,76	199,52
Empaques y Embalajes	760,00	1qq	760,00	1.520,00
Comisiones Bancarias Carta Crédito	1,00	Doc	427,50	855,00
TOTAL			5.682,90	11.365,80

Tabla # 28 Gastos de Exportación
Fuente: SUMAK LIFE
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

4.5.7 COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES

COSTOS FIJOS	
CONCEPTO	VALOR
Administrativos	34.423,50
TOTAL	34.423,50

Tabla # 29 Costos Fijos
Fuente: Gastos de Exportación (Tabla # 28)
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

COSTOS VARIABLES

COSTOS VARIABLES	
CONCEPTO	VALOR (\$)
Producción	36.760,00
Exportación	11.365,80
TOTAL	48.125,80

Tabla # 30 Costos variables
Fuente: Tabla # 22 Insumos, Tabla # 23 Fuentes y usos, Tabla # 24 Costos directos, Tabla # 26 Insumos
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

COSTOS TOTALES

COSTOS TOTALES	
CONCEPTO	VALOR
COSTOSFIJOS	34.423,50
COSTOS VARIABLES	48.125,80
TOTAL	82.549,30

Tabla # 31 Costos variables
Fuente: Tabla # 27 Gastos de Administración y Tabla # 28 Gastos de Exportación
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

4.5.8 PROYECCIÓN DE LOS COSTOS

PROYECCION DE COSTOS EN 10 ANOS										
CONCEPTO	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8	ANO 9	ANO 10
Administrativos	34.423,50	35.800,44	37.232,46	38.721,76	40.270,63	41.881,45	43.556,71	45.298,98	47.110,94	48.995,37
Producción	36.760,00	38.230,40	39.759,62	41.350,00	43.004,00	44.724,16	46.513,13	48.373,65	50.308,60	52.320,94
Exportación	11.365,80	11.820,43	12.293,25	12.784,98	13.296,38	13.828,23	14.381,36	14.956,62	15.554,88	16.177,08
TOTAL	82.549,30	85.851,27	89.285,32	92.856,73	96.571,00	100.433,84	104.451,19	108.629,24	112.974,41	117.493,39

Tabla # 32 Proyección de Costos
 Fuente: SUMAK LIFE
 Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

Las proyecciones se realizaron a 10 años y se consideró un incremento del 3.99%, tomando en cuenta una inflación de aproximadamente 2.99%, y un incremento en el salario básico del 5%, si tomamos en consideración que la mano de obra directa e indirecta representa el 62.99% del total de gastos, el incremento anual sería del 3,14%; que casi representa el estimado de inflación, por lo que el 3.99 % es un incremento razonable.

4.5.9 INGRESOS DEL PROYECTO

PRESUPUESTO DE INGRESO

INGRESOS						
ANO	COSTOS TOTALES	VOLUMEN	COSTO UNITARIO (CT/VOLUMEN)	UTILIDAD 65,7191%	PRECIO DE VENTA (CT+UTILIDAD)	INGRESO TOTAL (PVP*VOLUMEN)
1	82.549,30	76,00	1.086,18	713,82	1.800,00	136.800,00
2	85.851,27	76,00	1.129,62	742,38	1.872,00	142.272,00
3	89.285,32	76,00	1.174,81	772,19	1.947,00	147.972,00
4	92.856,73	76,00	1.221,80	803,00	2.024,80	153.884,80
5	96.571,00	76,00	1.270,67	835,03	2.105,70	160.033,20
6	100.433,84	76,00	1.321,50	868,50	2.190,00	166.440,00
7	104.451,19	76,00	1.374,36	903,24	2.277,60	173.097,60
8	108.629,24	76,00	1.429,33	939,37	2.368,70	180.021,20
9	112.974,41	76,00	1.486,51	976,89	2.463,40	187.218,40
10	117.493,39	76,00	1.545,97	1.016,03	2.562,00	194.712,00

Tabla # 33 Presupuesto de ingreso
 Fuente: Tabla # 30 Costos variables
 Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

Es importante indicar que el precio de venta \$1.800,00 es bajo, tomando en cuenta que de acuerdo a lo investigado, en el año 2011 tenía un precio de \$2.200, y para inicios del 2012 estaba en \$3.100 la tonelada.

4.5.10 EVALUACIÓN FINANCIERA

ESTADO DE SITUACION INICIAL	
ACTIVOS	
ACTIVO CIRCULANTE	
Caja Bancos	41.274,65
Activo Fijo	0,00
TOTAL ACTIVOS	41.274,65
PASIVO	0,00
(+) Capital	41.274,65
TOTAL	41.274,65

Tabla # 34 Estado de Situación Inicial
Fuente: Tabla # 23 Fuentes y Usos
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

ESTADO DE RESULTADOS

BALANCE DE PERDIDAS Y GANANCIAS											
INGRESOS ANUALES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
VENTAS	0,00	136.800,00	142.272,00	147.972,00	153.884,80	160.033,20	166.440,00	173.097,60	180.021,20	187.218,40	194.712,00
(-) COSTO DE PRODUCCION	18.380,00	36.760,00	38.230,40	39.759,62	41.350,00	43.004,00	44.724,16	46.513,13	48.373,65	50.308,60	52.320,94
UTILIDAD PREVISTA DE VENTAS	- 18.380,00	100.040,00	104.041,60	108.212,38	112.534,80	117.029,20	121.715,84	126.584,47	131.647,55	136.909,80	142.391,06
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	17.211,75	34.423,50	35.800,44	37.232,46	38.721,76	40.270,63	41.881,45	43.556,71	45.298,98	47.110,94	48.995,37
(-) GASTOS EXPORTACION	5.682,90	11.365,80	11.820,43	12.293,25	12.784,98	13.296,38	13.828,23	14.381,36	14.956,62	15.554,88	16.177,08
(-)GASTOS FINANCIEROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	- 41.274,65	54.250,70	56.420,73	58.686,68	61.028,06	63.462,19	66.006,15	68.646,40	71.391,95	74.243,98	77.218,61
(-) 15% DE EMPLEADOS	0,00	8.137,61	8.463,11	8.803,00	9.154,21	9.519,33	9.900,92	10.296,96	10.708,79	1.136,60	11.582,79
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	0,00	46.113,10	47.957,62	49.883,68	51.873,85	53.942,87	56.105,23	58.349,44	60.683,16	63.107,39	65.635,82
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	0,00	11.528,27	11.989,40	12.470,92	12.968,46	13.485,72	14.026,31	14.587,36	15.170,79	15.776,85	16.408,95
UTILIDAD NETA	- 41.274,65	34.584,82	35.968,21	37.412,76	38.905,39	40.457,15	42.078,93	43.762,09	45.512,37	47.330,54	49.226,86

Tabla # 35 Estado de Resultados
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

FLUJO DE CAJA

Debido a que la quinua es un producto que se puede encontrar la mayor parte del año, el negocio de ese producto es capaz de generar un flujo de ingresos todas las semanas.

Se realizan exportaciones continuas, motivo por lo cual, tanto el Flujo de Caja como el Estado de Resultados se totalizaron para obtener los ingresos y los costos de las operaciones realizadas en todo el año.

Las ventas fueron proyectadas en base a las estimaciones de ventas realizadas en estudios anteriores y según la población meta donde se pretende vender la quinua, además se consideró la capacidad exportable de la empresa y los resultados obtenidos por la aplicación del Plan de Mercadeo.

FLUJO DE CAJA											
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8	ANO 9	ANO 10
UTILIDADES	0,00	34.584,82	35.968,21	37.412,76	38.905,39	40.457,15	42.078,93	43.762,09	45.512,37	47.330,54	49.226,86
(+) DEPRECIACIONES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) AMORTIZACIONES ACTIVOS DIFERIDOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) PRESTAMOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) INVERSIONES	41.274,65	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) AMORTIZACIONES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
FNC	-41.274,65	34.584,82	35.968,21	37.412,76	38.905,39	40.457,15	42.078,93	43.762,09	45.512,37	47.330,54	49.226,86

Tabla # 36 Flujo De Caja
 Fuente: Tabla # 33 Presupuesto de ingreso
 Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

TASA DE DESCUENTO

FORMULA

(% DE CAPITAL PROPIO*%INTERES PASIVO) + (% DE CAPITAL AJENO*%TASA DE INTERES ACTIVA) * (1-Tasa impositiva) + riesgo país + inflación.

DESARROLLO

$(1,00 * 0,04) + (0,00) * (1,00 - 0,3625) + (0,02 + 0,03)$

$0,04 + (0,00) + 0,05$

RESULTADO 0,09 (=) 9,00%

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Actual Neto, plantea que el proyecto debe aceptarse si este es igual o superior a cero, donde el VAN representa la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual. Para su cálculo, se necesita traer al presente los saldos finales de los flujos de caja proyectados para los 10 años de vida útil del proyecto.

VAN			
AÑOS	FNC	TASA DE DESCUENTO	VAN
$(1+r)^n=(1,09)^n$		$FNC/(1+r)^n$	
0	-41.274,65	1,0000	-41.274,65
1	34.584,82	1,0900	31.729,19
2	35.968,21	1,1881	30.273,72
3	37.412,76	1,2950	28.890,16
4	38.905,39	1,4116	27.561,20
5	40.457,15	1,5386	26.294,78
6	42.078,93	1,6771	25.090,29
7	43.762,09	1,8280	23.939,87
8	45.512,37	1,9926	22.840,70
9	47.330,54	2,1719	21.792,23
10	49.226,86	2,3674	20.793,60
TOTAL			217.931,10
(-)INVERSION INICIAL			41.274,65
VAN			176.656,44

Tabla # 37 VAN
Fuente: Tabla # 34 Estado de Situación Inicial
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Mediante la evaluación económica y financiera, se analiza la factibilidad del proyecto, es decir si es rentable, lo cual se lo determina a través de la estimación del Flujo de Caja de los costos y beneficios para cada

período; para medir en base a dichos flujos la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el cálculo del Valor Actual Neto (VAN), siendo este un método que muestra el valor del dinero a través del tiempo. Además se calculó la tasa interna de retorno modificada y el método de recuperación descontado, siendo este método una técnica que nos muestra el número de años necesarios para recuperar la inversión de los flujos netos de efectivo descontado. Finalizando con un análisis de sensibilidad sobre la base de las variables más incidentes en el proyecto.

La Tasa Interna de Retorno, evalúa el proyecto en función de una tasa de rendimiento por período con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual, es decir, la TIR determina una tasa de interés que se obtiene en un periodo de tiempo, tomando todos sus valores y proyectándolos al presente. Esta tasa de interés representa el valor más alto que un inversionista puede aspirar como retorno para su inversión.

CÁLCULO DEL TIR

$$TIR = Tm + (TM - Tm) \times \frac{VAN \times Tm}{(VAN \times Tm) - (VAN \times Tm)}$$

$$TIR = 0.05 + (0.10 - 0.05) \times \frac{274,423.64}{(274,423.64 - 206,013.50)}$$

$$TIR = 0.05 + (0.05) \times (4,0114)$$

$$TIR = 0.05 + 0,2006$$

$$TIR = 0,2506$$

$$TIR = 25,06 \%$$

$$TIR > TD \rightarrow 25,06\% \rightarrow \text{mayor a tasa de descuento } 9,00\%$$

Si la TIR fuera mayor, el proyecto empezaría a no ser rentable, pues el BNA (beneficio neto actualizado es el valor actual del flujo de caja o beneficio neto proyectado, el cual ha sido actualizado a través de una tasa de descuento) empezaría a ser menor que la inversión. Y si la tasa fuera menor (como en el caso del ejemplo del VAN donde la tasa es de 9%), a menor tasa, el proyecto sería cada vez más rentable, pues el BNA sería cada vez mayor que la inversión.

TASA INTERNA DE RETORNO

PERIODO	FNC	TIR	
		$T_m(1+r)=(1,05)$	$T_M(1+r)=1,10$
0	-41.274,65	-41.274,65	-41.274,65
1	34.584,82	32.937,92	31.440,75
2	35.968,21	32.698,37	29.725,79
3	37.412,76	32.318,41	28.129,89
4	38.905,39	32.007,73	26.647,53
5	40.457,15	31.699,27	25.128,66
6	42.078,93	31.399,84	23.773,41
7	43.762,09	31.100,91	22.442,10
8	45.512,37	30.804,68	21.168,54
9	47.330,54	30.510,24	19.970,69
10	49.226,86	30.220,92	18.860,87
TOTAL		274.423,64	206.013,50

Tabla # 38 TIR
Fuente: Tabla # 33 Presupuesto de ingreso
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

PERIODO	FNC	FNCA(VAN)	FNCA(ACUMULADO)
0	-41.274,65	-42.274,65	-41.274,65
1	34.584,82	31.729,19	-9.545,46
2	35.968,21	30.273,72	20.728,26
3	37.412,76	28.890,16	49.618,42
4	38.905,39	27.561,20	77.179,62
5	40.457,15	26.294,78	103.474,40
6	42.078,93	25.090,29	128.564,69
7	43.762,09	23.939,87	152.504,56
8	45.512,37	22.840,70	175.345,26
9	47.330,54	21.792,23	197.137,49
10	49.226,86	20.793,60	217.931,09

Tabla # 39 Periodo de Recuperación de la Inversión
Fuente: Tabla # 34 Estado de Situación Inicial y Tabla # 35 Estado de Resultados
Elaborado por: Jonathan Mora y Willian Illicachi

PUNTO DE EQUILIBRIO

$$PE = \frac{CF}{PV - CV (UNITARIO)}$$

$$PE = \frac{34.423,50}{1800 - \frac{48.125,80}{76}} = 29.50 TM$$

CF = Costo fijo

PV = Precio venta

CV = Costo variable

INGRESO

$$I_E = q \times PV = 29.50 \times 1.800$$

$$I_E = \$ 53.100$$

Después de vender 29,5 TM se comienza a tener utilidades y el ingreso es de \$53.100,00

4.5.11 ÍNDICES FINANCIEROS

Rentabilidad sobre la Inversión

Para poder calcularla, es indispensable que la empresa haya generado utilidades en el periodo. A continuación haremos el cálculo del porcentaje de rentabilidad del primer año de actividad.

$$ROI = \frac{UTILIDAD NETA}{INVERSIÓN TOTAL}$$

$$ROI = \frac{34.584,82}{41.274,65}$$

$$ROI = 0,84$$

El resultado es que se tendrá un 84% de utilidad en el primer año.

Rentabilidad sobre el Capital

Mide la rentabilidad que obtienen los accionistas de los fondos invertidos en la sociedad, es decir la capacidad de la empresa de remunerar a sus accionistas.

$$ROI = \frac{UTILIDAD NETA}{CAPITAL SOCIAL}$$

$$ROI = \frac{34.584,82}{41.274,65}$$

$$ROI = 0,84$$

Esto significa que el capital invertido por los accionistas tiene una rentabilidad de 84% en el primer año, un porcentaje alto gracias a que SUMAK LIFE ya posee todos los activos fijos, y presta los mismos a la sociedad.

Rentabilidad sobre Ventas

Se le conoce como índice de productividad; mide la relación entre las utilidades netas e ingresos por venta.

$$ROI = \frac{UTILIDAD NETA}{VENTAS NETAS}$$

$$ROI = \frac{34.584,82}{136.800,00}$$

$$ROI = 0,25$$

Esto indica que se obtendrá una rentabilidad del 25% por unidad vendida.

CONCLUSIONES

- ✓ La quinua es un producto muy conocido en nuestro mercado nacional, pero es en la actualidad que la quinua está llegando a mercados internacionales y siendo un producto muy codiciado por estos.
- ✓ Mediante este proyecto se pudo conocer lo noble y fuerte que es la planta de la quinua, así como también los grandes beneficios nutricionales que esta contiene.
- ✓ La Quinua Orgánica, es un cereal el cual tiene una gran variedad de proteínas y carbohidratos esenciales para la alimentación del ser humano, esto hace que sea un producto con gran futuro en el mercado internacional, además, que es dietético que es lo que buscan los mercados Europeos.
- ✓ Se pudo determinar los factores y características más adecuados con respecto a la ubicación de la planta, el proceso del producto y la logística, para así obtener el mayor margen de utilidad.

RECOMENDACIONES

- ✓ Es necesario que existan más fuentes estadísticas actualizadas, puesto que esto permite que exista un menor margen de error en los proyectos.
- ✓ Se debería conversar y crear convenios entre las naciones en este caso Ecuador y Japón, con la finalidad de que exista un mayor y mejor acceso a la información de sus naciones en especial económica y comercial.
- ✓ Es importante realizar una difusión a las comunidades que producen quinua y demás productos orgánicos, referente a lo que es el mercado nacional e internacional y lo que estos significan para que no sean explotados por las grandes empresas.
- ✓ Difundir los grandes atributos alimenticios que tiene la quinua para que se vuelva un producto comercial, además, que es un alimento muy versátil lo cual permite incluirlo en muchas recetas culinarias.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ Folleto Corporativo del MAG año 2013
- ✓ Folleto de Planeación Estratégica MICIP
- ✓ BARRENO, Luis. "Manual de Formulación y Elaboración de Proyectos." Primera Edición. Quito.
- ✓ OROZCO, Arturo. "Investigación de Mercados, Concepto y Práctica." Editorial
- ✓ Caracterización del mercado de quinua en el Ecuador, Inés Llimiquinga, julio 2006
- ✓ Dirección Nacional de Estudios del Banco Central del Ecuador, Informática Estadística Mensual, número 1757
- ✓ Evaluación de Proyectos (Baca Urbina)
- ✓ Producción y Comercialización de Quinua En El Ecuador"
- ✓ Catálogo de Variedades Mejoradas de Granos Andinos: Chocho, Quinua, y Amaranto, para la Sierra Ecuatoriana. INIAP. Noviembre 2009 Quito-Ecuador.
- ✓ Ascexlogic-Asesoramiento de Comercio Exterior y LOGISTICA; Carina Puente

Páginas web:

- ✓ www.elcomercio.com.pe (25 de mayo de 2008)
- ✓ www.sica.gov.ec/agronegocios/Biblioteca/Convenio%20MAG%20IICA/productos/quinua_mag.pdf.
- ✓ www.soitu.es (Actualizado 31-03-2008 09:43 CET)
- ✓ www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/712/1/1312.pdf.
- ✓ www.ibce.org.bo/documentos/Perfil_mdo_quinua.pdf
- ✓ www.200.110.94.59/productos_down/perfil_quinua_2005743.pdf
- ✓ www.cpts.org/pdf/InfoGralDesarrTecnolPMLQuinua.pdf
- ✓ www.cpts.org CPTS (Centro de Promoción de Tecnologías Sostenibles)
- ✓ www.agrocalidad.gov.ec/inocuidad/inocuidad/Registro/BaseLegal/Reglamento.pdf
- ✓ www.pymex.pe/descargas/category/71-quinua.html (Evolución de las Exportaciones Ecuatorianas)

ANEXOS

ANEXO A

ENCUESTA PARA LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

1. Tiene conocimiento si en la dieta alimenticia del mercado japonés se consume quinua.

SI	NO	PORQUE

2. Sabe si en el mercado japonés se conoce los beneficios y propiedades alimenticias de la quinua

SI	NO	PORQUE

3. La empresa Sumaklife comercializa directamente al consumidor su producto.

SI	NO	PORQUE

4. La empresa ha exportado quinua al mercado japonés.

SI	NO	PORQUE

5. ¿Cree Ud. que se debería brindar apoyo al sector campesino que se dedica a esta actividad en la comercialización internacional de este producto.

SI	NO	PORQUE

6. Tiene conocimiento sobre los trámites de exportación.

SI	NO	PORQUE

7. Usted cree que el gobierno de ahora está apoyando a las Asociaciones de productores de Quinua para exportarla al mercado japonés.

SI	NO	PORQUE

8. Cree usted que el gobierno y la empresa privada puede ayudar de manera positiva para que la Quinua se pueda exportar al mercado japonés a través de estrategias de mercados internacionales

SI	NO	PORQUE

9. Considera usted que el proyecto, según las variaciones del mercado, ofrece una buena rentabilidad.

SI	NO	PORQUE

ANEXO B

PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA APLICADA AL SUPERVISOR DEL ÁREA DE COMERCIO EXTERIOR

- 1.- ¿Conoce usted que es el Comercio Exterior?**
- 2.- ¿Sabe usted cual es el proceso de exportación?**
- 3.- ¿Considera necesario el análisis del proceso de exportación en la administración a su cargo?**
- 4.- ¿Existe un manual de procedimientos y de funciones para ejecutar las actividades de exportación de quinua al mercado japonés?**
- 5.- ¿Las actividades que se realizan dentro del Comercio Exterior tienen una previa planificación?**
- 6.- ¿Existe un ente regulador que controla las actividades de Comercio Exterior?**
- 7.- ¿Cuáles son los requisitos que deben cumplir para realizar las actividades de Comercio Exterior?**
- 8.- ¿De acuerdo a que normativa se realizan las actividades de Comercio Exterior?**
- 9.- ¿Para la producción y comercialización de quinua que clase de insumos se importa?**
- 10.- ¿Cuáles son los beneficios que obtiene la empresa al importar estos productos?**

ANEXO C

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES

NUMERO RUC: 0691714993001
RAZON SOCIAL: PRODUCTOS ORGANICOS CHIMBORAZO SUMAKLIFE CIA. LTDA.
NOMBRE COMERCIAL:
CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS
RÉP. LEGAL / AGENTE DE RETENCIÓN: JUELAS CARRILLO PATRICIO DANIEL
CONTADOR: VINTIMILLA ORTIZ KARINA ELIZABETH

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 31/01/2006 **FEC. CONSTITUCION:** 31/01/2006
FEC. INSCRIPCIÓN: 14/02/2006 **FECHA DE ACTUALIZACIÓN:** 08/06/2010

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

ELABORACION DE ALIMENTOS.

DIRECCIÓN PRINCIPAL:

Provincia: CHIMBORAZO Cantón: RIOBAMBA Parroquia: VELOZ Calle: VELASCO Número: 20-60 Intersección:
GUAYAQUIL Edificio: ERPE Referencia ubicación: A UNA CUADRA DE LA CASA INDIGENA Teléfono Trabajo:
032961608 Fax: 032961625 Apartado Postal: 06-01-693 Email: pjuelas@yahoo.es

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

- * ANEXO DE COMPRAS Y RETENCIONES EN LA FUENTE POR OTROS CONCEPTOS
- * ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- * DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA_SOCIEDADES
- * DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- * DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001

ABIERTOS: 1

JURISDICCION: \ REGIONAL CENTRO II CHIMBORAZO

CERRADOS: 0


FIRMA DEL CONTRIBUYENTE


SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: VMPR160407

Lugar de emisión: RIOBAMBA/PRIMERA

Fecha y hora: 08/06/2010



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES

NUMERO RUC: 0691714993001
RAZON SOCIAL: PRODUCTOS ORGANICOS CHIMBORAZO SUMAKLIFE CIA. LTDA.

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001 **ESTADO** ABIERTO **MATRIZ** **FEC. INICIO ACT.** 31/01/2006
NOMBRE COMERCIAL: **FEC. CIERRE:**
FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:
CULTIVO DE CEREALES.
ELABORACION DE ALIMENTOS.

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: CHIMBORAZO Cantón: RIOBAMBA Parroquia: VELOZ Calle: VELASCO Número: 20-60 Intersección:
GUAYAQUIL Referencia: A UNA CUADRA DE LA CASA INDIGENA Edificio: ERPE Telefono Trabajo: 032961608 Fax:
032961625 Apartado Postal: 06-01-693 Email: pjuelas@yahoo.es

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE



Usuario: VMPR160407

Lugar de emisión: RIOBAMBA/PRIMERA

Fecha y hora: 08/06/2010

