

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

**PROGRAMA CARRERA INGENIERÍA EN COMERCIO
EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

**“PLAN DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL PARA LA EXPORTACIÓN DE QUINUA
HACIA ESTADOS UNIDOS”**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

**SOFIA NATALY VINUEZA ALEMÁN
LUIS ALBERTO VACA PELAEZ**

Quito – Ecuador

2010

EXTRACTO

En el presente estudio se analizará los siguientes contenidos:

El primer capítulo contiene información acerca de: antecedentes industriales, áreas de cultivo, descripción del producto, las características generales de la quinua, la estacionalidad, características físicas y nutricionales, su presentación.

El segundo capítulo se refiere al estudio de mercado como: producción nacional, productores nacionales, estudio de la competencia nacional e internacional, estudio de la demanda, estadísticas de exportación, posibles potenciales importadores de Estados Unidos.

En el tercer capítulo realizamos un análisis de la normativa nacional e internacional, tomando en cuenta requisitos, restricciones, impuestos y procesos a seguir dentro y fuera del país. Se diseñó un procedimiento a seguir en las operaciones de Comercio Exterior.

El cuarto capítulo establecimos una propuesta de marketing internacional que permita satisfacer las necesidades de los consumidores internacionales a través de una imagen corporativa consolidada, para lograr nuestros objetivos como empresa exportadora.

En el quinto capítulo se estableció todo lo referente a inversión costos, gastos y situación financiera de nuestra empresa para definir si el proyecto es viable y genera rentabilidad. Además realizaremos un presupuesto de exportación el cual está relacionado al estudio financiero.

EXTRACT

In the present study we analyze the next contents:

The first chapter contains information about: industrial background, areas of cultivation, product description, general characteristics of quinoa, seasonality, physical and nutritional characteristics and presentation.

The second chapter is about study of market as: national production, national producer, study of national and international competition, demand study, exportation statistics, possible potential clients of USA.

In the third chapter we do an analysis of national and international rules, we take into account requirements, restrictions, taxes and processes to follow inside and outside of the country. We design a procedure to follow in the international trade operation.

The fourth chapter will do an international marketing proposal that allows to satisfy the necessity of international customers through a good corporate image; to achieve our goal as an exporting company.

In the fifth chapter we establish all about regarding investment, costs, expenses and financial situation of our company that to define if the project is implementable and generate profitability. Also we realize an exportation budget that which is connected with financial study.

DEDICATORIA

Este proyecto esta dedicado de manera muy especial a los pilares de mi vida que son DIOS, mis padres, mis hermanas y mi sobrino.

Mi familia ha sido pieza fundamental para la culminación de la tesis, pues ellos con su apoyo y cariño han contribuido para la culminación de este proyecto.

SOFIA NATALY VINUEZA ALEMAN

DEDICATORIA

Este proyecto y el esfuerzo que ha representado el mismo, está dedicado de manera muy especial a mis padres y a DIOS, quien ha sido el que me ha apoyado en todos los momentos de la elaboración del mismo.

LUIS ALBERTO VACA PELAEZ

AGRADECIMIENTO

Durante el proceso de elaboración de la tesis hubieron muchas personas que han estado conmigo y han sido fundamentales para la finalización de la tesis.

Agradezco de DIOS, pues él es el mentor de todas mis actividades diarias y con su luz guía mi camino. Gracias a mis PADRES porque ellos han estado conmigo en las buenas y en las malas, han sido quienes me han impulsado a seguir y quienes me han ayudado a levantarme cuando parecía que todas las cosas me estaban mal.

Mi hermana y mejor amiga Gaby por estar conmigo siempre y ser la persona que me apoya y que cree en mí. A mi hermana Cris y sobrino Martín por su cariño y colaboración.

Al Eco. Pablo Robayo por su apoyo y su amistad.

Gracias al Ing. Fabian Guayasamín e Ing. Byron Aviles por su tiempo y dedicación en la dirección de este proyecto y no podría dejar de agradecer de todo corazón al Ing. Jorge Ojeda que me ha dado su ayuda, su tiempo, su asesoramiento y su paciencia.

SOFIA NATALY VINUEZA ALEMAN

AGRADECIMIENTO

Agradezco a DIOS por que gracias a él hemos podido llegar a la culminación de la tesis, a MIS PADRES por todo su apoyo y por ser el ejemplo a seguir de mi vida, gracias por sus enseñanzas y por el apoyo que me dieron en todo momento.

Gracias al Ing. Fabian Guayasamín e Ing. Byron Aviles por su tiempo y dedicación en la dirección de este proyecto y no podría dejar de agradecer de todo corazón al Ing. Jorge Ojeda que me ha dado su ayuda, su tiempo, su asesoramiento y su paciencia.

LUIS ALBERTO VACA PELAEZ.

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por los Sres: NATALY SOFIA VINUEZA ALEMAN con cédula de identidad N.- 171958874-9 y LUIS ALBERTO VACA PELAEZ con cédula de identidad N.- 171455529-7 como requerimiento para la obtención del título de INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION INTERNACIONAL.

ING. FABIAN GUAYASAMIN

DIRECTOR

ING. BYRON AVILES

COORDIRECTOR

AUTORIA

Nosotros, SOFIA NATALY VINUEZA ALEMAN, portadora de la cédula de identidad N.- 171958874-9 y LUIS ALBERTO VACA PELAEZ, portador de la cédula de identidad N.- 171455529-7, estudiantes de la carrera de Comercio Exterior y Negociación Internacional de la ESCUELA POLITECNICA DEL EJÉRCITO, certificamos que el presente trabajo fue realizado personalmente en su totalidad.

AUTORIZACION

Nosotros, SOFIA NATALY VINUEZA ALEMAN, portadora de la cédula de identidad N.- 171958874-9 y LUIS ALBERTO VACA PELAEZ, portador de la cédula de identidad N.- 171455529-7, autorizamos a quien corresponda para que nuestra Tesis de grado “PLAN DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE EXPORTACIÓN DE QUINUA HACIA ESTADOS UNIDOS”, se publicada en la página WEB de la ESPE.

Atentamente,

Nataly Sofía Vinueza Alemán.

Luis Alberto Vaca Pelaez.

INDICE

PAGINAS PRELIMINARES

	PAG
Extracto	I
Extract	II
Dedicatoria	III
Agradecimiento	IV-V
Certificación	VI
Autoria	VII
Autorización	VII

CAPITULO I

ANTECEDENTES DEL PROYECTO

		PAG
1	Antecedentes	21
1.1	Introducción	22
1.2	Justificación	23
1.3.1	Objetivo General	24
1.3.2	Objetivos Especificos	24
1.4	Definición del producto	25
1.4.1	Historia de la quinua	25
1.4.2	Especificaciones del producto	26
1.4.2.1	Variedades	28
1.5	Zonas y temporadas del cultivo	29
1.6	Valor nutritivo	30
1.7	Uso del producto principal y subproductos	33
1.7.1	Recetas culinarias	35

CAPITULO II

DIAGNOSTICO DE LAS VARIABLES UTILIZADAS EN COMERCIO EXTERIOR- MARCO LEGAL QUE REGULA LAS RELACIONES INTERNACIONALES

		PAG
2.	Normativa legal nacional	38
2.1	Exportación a consumo	38
2.1.1	Requisitos para ser exportador	38
2.1.2	Registro en el SRI	39
2.1.2.1	Persona Natural	39
2.1.2.2	Persona Jurídica	39
2.1.3	Calificación importador y exportador	40
2.1.3.1	Requisitos	40
2.1.3.2	Registro corporación aduanera ecuatoriana	41
2.1.4	Negociación	44

2.1.4.1	Contrato de exportación	44
2.1.4.2	Término de negociación	45
2.1.4.2.1	Obligaciones del vendedor	46
2.1.4.2.2	Obligaciones del comprador	46
2.1.5	Clasificación arancelaria	46
2.1.6	Definición del medio para ser transportadas las mercancías	48
2.1.7	Normas técnicas INEN	49
2.1.7.1	Normas de etiquetado	49
2.1.8	Medidas de control de cantidad - cupos arancelarios	52
2.1.9	Normas de calidad y sanidad	52
2.1.9.1	Certificación de calidad (INEN)	53
2.1.9.1.1	Certificación por lotes aislados de producción	53
2.1.9.1.1	Objetivo	53
2.1.9.1.1.2	Beneficios	54
2.1.9.1.1.3	Proceso para la obtención del certificado de conformidad con norma para lotes aislados de producción	55
2.1.9.1.2	Certificación conforme con el sello de calidad INEN	56
2.2.9.1.2.1	Objetivo	56
2.1.9.1.2.2	Beneficios	56
2.1.9.1.2.3	Requisitos para la obtención de la certificación de conformidad con sello de calidad INEN	57
2.1.9.1.2.4	Proceso para la obtención del certificado de conformidad con sello de calidad INEN	58
2.1.10	Requisitos Previos	59
2.1.10.1	Registro Sanitario	59
2.1.10.1.1	Requisitos para obtención del Registro Sanitario	60
2.1.11	Certificado fitosanitario	61
2.1.11.1	Procedimiento para obtención de certificado fitosanitario	62
2.1.11.2	Flujograma	64
2.12	Requisitos para ser afiliado a FEDEXPOR	66
2.12.1	Ventajas de la afiliación	67
2.13	Selección del transporte	67
2.13.1	Directorio de empresas de transporte local	68
2.13.1.1	Selección de la empresa de transporte local	69
2.14	Directorio de empresas de transporte internacional	69
2.14.1	GREENANDES ECUADOR S.A	71
2.14.2	MAERSK DEL ECUADOR C.A	71
2.14.3	INCA LINES DEL ECUADOR	73
2.14.4	Selección de la empresa de transporte internacional	74
2.15	Selección de la empresa de seguro	74
2.15.1	Directorio de aseguradoras	75
2.15.1.1	COOPSEGUROS	77
2.15.1.2	SEGUROS DEL PICHINCHA	78
2.15.1.3	SEGUROS ORIENTE	79
2.15.1.4	Determinación de la empresa de seguros.	80
2.1.16	Descripción del proceso de exportación	81
2.1.16.1	Flujograma de exportación	81
2.1.16.2	Orden de Embarque	83
2.1.16.2.1	Transmisión de Orden de Embarque	83
2.1.16.2.2	Flujograma Orden de Embarque	85
2.1.16.2.3	Generación del número de manifiesto de	87

	carga.	
2.1.16.2.4	Coordinación con la naviera	87
2.1.16.2.5	Carga de la mercancía	88
2.1.16.2.6	Salida de la mercancía	88
2.1.16.2.7	Llegada al puerto de Guayaquil	88
2.1.16.2.8	Ingreso de la mercancía a los patios del puerto de Guayaquil	89
2.1.16.2.9	Inspección antinarcóticos	89
2.1.16.2.10	Mercancía a bordo	90
2.1.16.3	Ruta de embarque	92
2.1.17	Regularización de la exportación	95
2.1.17.1	Flujograma exportación a consumo (40)	97
2.1.18	Documentos de acompañamiento	99
2.1.18.1	Factura Comercial	99
2.1.18.2	Packing List	101
2.1.18.3	Documento de Transporte (BILL OF LADING)	102
2.1.18.4	Certificado Fitosanitario:	103
2.1.18.5	Pago CORPEI	103
2.1.19	Cuadro de tiempos y costos estimados	104
2.1.20	Forma de pago	105
2.2	Análisis de la Normativa Legal Estados Unidos	106
2.2.1	Aranceles de importación y otros impuestos	106
2.2.2	Registro de instalaciones alimenticias en la FDA	107
2.2.3	Proceso de importación	109
2.2.3.1	Llegada de productos	111
2.2.3.2	Fases del ingreso de mercancías	112
2.2.3.2.1	Documentos de entrada de mercancías	113
2.2.3.2.2	Resumen de la documentación de entrada de mercancías	113
2.2.3.3	Entrada simplificada de las mercancías	114
2.2.3.4	Entrada formal de productos	115
2.2.3.5	Reconocimiento de la mercancía	116
2.2.3.6	Protesta	117
2.2.3.7	Mercancía restringida	117
2.2.3.8	Control de FDA (agencia de alimentos y medicamentos FOOD AND DRUG ADMINISTRATION).	119
2.2.3.8.1	Inspección del producto alimentario importado	120
2.2.3.8.2	Procedimiento para importación de la FDA	125
2.2.3.8.3	Normas de etiquetado	129
2.2.3.8.4	Rechazos	133
2.2.4	Logística país de destino (Estados Unidos)	136
2.2.4.1	Arribo Puerto de OAKLAND CALIFORNIA	136
2.2.4.2	Costos de derechos arancelarios.	136
2.2.4.3	Impuestos de importación en Estados Unidos	137
2.2.4.4	Pago a agente de aduana	137
2.2.4.5	Transporte interno OAKLAND- SAN PABLO AV.	138

CAPÍTULO III

DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN COMERCIAL DEL SECTOR

		PAG.
3.1	Producción nacional de quinua	139
3.1.1	Capacidad de producción del país	140
3.1.1.1	Zonas de producción de quinua	142
3.2	Relaciones comerciales con diferentes países del mundo	143
3.2.2	Directorio de exportadores ecuatorianos de quinua	156
3.2.3	Directorio de importadores de quinua en Ecuador	157
3.3	Análisis de los proveedores	158
3.3.1	SUMAKLIFE	158
3.3.1.1	Capacidad productiva	158
3.3.1.2	Frecuencia de la producción	158
3.3.1.3	Precios de venta a distribuidores	158
3.3.1.4	Tipos de empaques utilizados para la exportación	158
3.3.2	CAMARI	159
3.3.2.1	Capacidad productiva	159
3.3.2.2	Frecuencia de la producción	159
3.3.2.3	Precios de venta a distribuidores	159
3.3.2.4	Tipos de empaques utilizados para la exportación	159
3.3.3	MAQUITA CUSHUNCHIG	160
3.3.3.1	Capacidad productiva	160
3.3.3.2	Frecuencia de la producción	160
3.3.3.3	Precios de venta a distribuidores	160
3.3.3.4	Tipos de empaques utilizados para la exportación	160
3.4	Análisis de la demanda internacional	160
3.4.1	Variables mercado de destino	162
3.4.1.1	Variables económicas	162
3.4.1.2	Variables demográficas	163
3.4.1.3	Variables geográficas	163
3.4.1.4	Variables culturales	164
3.4.2	Demanda en Estados Unidos	165
3.4.2.1	Empresas importadoras de quinua en Estados Unidos	166
3.4.2.1.1	Directorio de importadores	166
3.4.2.1.2	Características de empresas importadoras	167
3.4.2.1.3	Ferias Especializadas	168
3.4.2.2	Demanda cualitativa	169
3.4.2.3	EE.UU. principal socio comercial del Ecuador	170
3.4.2.4	Canales de distribución	170
3.5	Análisis de la competencia	171
3.5.1	Nacional	171
3.5.1.1	Perspectivas futuras	175
3.5.2	Internacional	175
3.5.2.1	Países competidores	175
3.5.2.2	Empresas de los países competidores	179
3.5.2.2.1	Empresas de Bolivia	179
3.5.2.2.2	Empresas de Perú	185
3.6	Productos sustitutos	186

3.7	Marco legal	190
3.7.1	Requisito Previo	190
3.7.1.1	Certificado Fitosanitarios	190

CAPITULO IV

PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO Y OPERATIVO NACIONAL E INTERNACIONAL

		PAG.
4.1	Marketing Estratégico	191
4.1.1	Factores a ser analizados	191
4.1.2	Idea del negocio	193
4.1.3	Macroambiente	196
4.1.4	Microambiente	199
4.2	Objetivos Estrategicos de Crecimiento	203
4.2.1	Crecimiento intensivo	203
4.2.2	Desarrollo de mercados	204
4.2.3	Desarrollo de productos	204
4.2.4	Lineamiento estrategico	205
4.3	Filosofía Corporativa	205
4.3.1	Identificación de la empresa	205
4.3.2	Misión	205
4.3.3	Visión	206
4.3.4	Valores corporativos	206
4.4	Marketing Operativo	207
4.4.1	Posicionamiento de la marca	207
4.4.1.1	Marca	207
4.4.1.2	Slogan	208
4.4.1.3	Tipografía Corporativa	209
4.4.1.4	Papelería	211
4.4.1.4.1	Factura	211
4.4.1.4.2	Hoja membretada	212
4.4.1.4.3	Tarjeta de presentación	213
4.4.2	Beneficios de la quinua	214
4.4.3	Deseos	215
4.4.4	Recetas	216
4.4.5	Línea de productos	223
4.4.6	Exportación ecuatoriana de quinua	224
4.4.7	Cumplimiento de requisitos previos	225
4.4.8	Estrategia de publicidad	226
4.4.9	Canales de distribución	227
4.4.10	Responsabilidad social	229
4.4.11	Plan de medios y relaciones públicas	230
4.4.12	Estrategia de penetración en el mercado	231
4.4.13	Pagina WEB	232

CAPITULO V ANÁLISIS FINANCIERO

		PAG.
5.1	Inversiones	239
5.1.1	Activos corrientes	241
5.1.2	Activos fijos	241
5.1.3	Activos diferidos	242
5.2	Gastos presupuestados	242
5.2.1	Costos variables	242
5.2.2	Costos fijos	244
5.3	Presupuesto de la inversión	247
5.4	Ingresos presupuestados	247
5.5	Margen de contribución	248
5.6	Precio de venta	250
5.7	Punto de equilibrio	250
5.8	Flujo de caja	252
5.8.1	Cálculo de la tasa mínima aceptable de rendimiento	255
5.8.1.1	Evaluación financiera	255
5.8.1.1.1	Tasa Interna de Retorno (TIR)	256
5.8.1.1.2	Valor Actual Neto	256
5.8.1.1.3	Costo Beneficio	256
5.9	Estado de Resultados	257
5.10	Balance de Situación	258

CAPITULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

		PAG.
6.1	Conclusiones	259
6.2	Recomendación	260
	BIBLIOGRAFIA	261
	ANEXOS	262

INDICE GRAFICOS

		PAG.
N.-01	Tipos de quinua	29
N.-02	RUC Empresa Cereales Andinos	40
	Formulario registro Importador – Exportador	41
N.-03	(paso 1)	
	Formulario registro Importador – Exportador	42
N.-04	(paso 2)	
N.-05	Formulario registro firmas DAV	43
N.-06	INCONTERM FOB	46
N.-07	Arancel Nacional de importación	48
N.-08	Presentación producto	48
N.-09	Etiqueta	51

N.-10	Cupos Arancelarios	52
	Proceso para la obtención del certificado de conformidad con la norma para lotes aislados de producción	55
N.-11	Proceso para la obtención del certificado de conformidad con sello de calidad INEN	58
N.-12	Flujograma obtención Certificado Fitosanitario	64
N.-13	Formato Certificado Fitosanitario Cereales	65
N.- 14	Andinos	
N.- 15	Formato Solicitud de Afiliación FEDEXPOR	66
N.-16	Itinerario de Exportación INCA LINES	74
N.-17	Flujograma de Exportación	81
N.-18	Flujograma Orden de Embarque	85
N.-19	Orden de Embarque	86
N.-20	Contenedor de 1x20	90
N.-21	Ruta de embarque	92
N.-22	Tiempo de tránsito	93
N.-23	Horario de salida de buques EVERGREEN	94
N.-24	Rotación del buque	94
N.-25	Flujograma de exportación a consumo	97
N.-26	Legalización de la exportación	98
N.-27	Formato factura comercial Cereales Andinos	100
N.-28	Formato Packing List	101
N.-29	Bill of Lading	102
N.-30	CORPEI	104
N.-31	Formato de transferencia electronica.	105
N.-32	Arancel de Estados Unidos	106
	Procedimiento para importación de alimentos a Estados Unidos	124
N.-33	Estados Unidos	
N.-34	Etiqueta de envases y paquetes	129
N.-35	Posición etiqueta informativa	130
N.-36	Formato etiqueta	132
N.-37	Arancel de los Estados Unidos	136
N.-38	Ruta OAKLAND	138
N.-39	Superficie y producción de quinua 2002-2008	140
N.-40	Promedio de Superficie y Producción 2002-2008	141
N.-41	Principales Zonas Productoras	142
N.-42	Porcentaje de Exportación de quinua	144
N.-43	Exportaciones de quinua	146
N.-44	Importaciones de quinua	148
N.-45	Evolución Balanza comercial	149
	Evolución Balanza Comercial del Ecuador - Estados Unidos	151
N.-46	Evolución Balanza Comercial del Ecuador - Perú	152
N.-47	Perú	
N.-48	Evolución de Precios de la quinua nivel mundial	154
N.-49	Evolución de Exportaciones Kilos,FOB,Precios	155
N.-50	Escuela Formación Empresarial -FEPP	172
N.-51	Cultivos de quinua En Colta - Chimborazo	173
	Producto Empresa CECAOT LTDA –Bolivia	179
N.-52	(Quinua Perlada)	
	Producto Empresa CECAOT LTDA –Bolivia	179
N.-53	(Quinua Graneada)	
	Producto Empresa CECAOT LTDA –Bolivia	180
N.-54	(Pasankalla)	
	Producto Empresa CECAOT LTDA –Bolivia	180
N.-55	(Harina)	
N.-56	Producto Empresa CECAOT LTDA –Bolivia	180

	(Semola)	
	Producto Empresa CECAOT LTDA –Bolivia	181
N.-57	(Quicoa)	
	Producto Empresa QUINUA FOOD COMPANY-	182
N.-58	Bolivia (Quinua)	
N.-59	Producto Empresa QUINUA BOL (Quinua)	183
N.-60	Producto Empresa QUINUA BOL (Harina)	183
N.-61	Producto Empresa QUINUA BOL (Pi pocas)	183
	Producto Empresa QUINUA BOL (Amaranto	184
N.-62	Orgánico)	
	Producto Empresa QUINUA BOL (Sésamo	184
N.-63	Orgánico)	
	Producto Empresa QUINUA BOL (Quinua	184
N.-64	precocidad)	
	Producto Empresa QUINUA BOL (Sopa de	185
N.-65	quinua)	
	Producto de la Empresa SIERRA Y	186
N.-66	SELVA.AGRO ORGANICO	
N.-67	Etiqueta	210
N.-68	Fotos de quinua	214
N.-69	Recetas de quinua	216
N.-70	Presentación producto	223
N.-71	Estadísticas de exportación de quinua	224
N.-72	Quinua	224
N.-73	Planta de quinua	225
N.-74	Arte culinario	226
	Formulario contacto con empresa CEREALES	228
N.-75	ANDINOS	
N.-76	Responsabilidad social	229
N.-77	Portada-Quienes Somos Página WEB.	232
N.-78	Valores Corporativos	233
N.-79	Características del producto	234
N.-80	Recetario	235
N.-81	Novedades	236
N.-82	Formulario de pedido	242
N.-83	Punto de equilibrio	251

INDICE DE TABLAS

		PAG
N.-01	Valor Nutritivo	30
N.-02	Nutrientes contenidos en la Quinua	32
N.-03	Normas Técnicas INEN	49
N.-04	Directorio de empresas de transporte local	68
N.-05	Características de empresa de transporte local	69
	Directorio de empresas de transporte	69
N.-06	internacional	
	Cuadro comparativo de tarifas de transporte	74
N.-07	internacional	
N.-08	Directorio Aseguradoras	75
N.-09	Comparación tarifas de aseguradoras	80
N.-10	Características de un contenedor de 20 pies	91
N.-11	Tiempos y costos estimados	104
N.-12	Superficie, Producción, Rendimiento de la	139

	quinua 2002-2008	
N.-13	Promedio de Superficie y Producción 2002-2008	140
	Exportación de quinua del Ecuador hacia el resto	143
N.-14	del mundo	
N.-15	Exportaciones de quinua	145
N.-16	Importaciones de quinua	147
N.-17	Evolucion de la Balanza comercial	149
	Balanza Comercial del Ecuador - Estados	150
N.-18	Unidos	
N.-19	Balanza Comercial del Ecuador - Perú	152
N.-20	Evolución de Precios de la quinua nivel mundial	153
N.-21	Evolución de Exportaciones Kilos,FOB,Precios	155
	Directorio de Exportadores Ecuatorianos de	156
N.-22	quinua	
	Directorio de Importadores de quinua en	157
N.-23	Ecuador	
N.-24	Características empresas proveedoras de quinua	161
N.-25	Variables Económicas EE UU	162
N.-26	Variables Demográficas de EE UU	163
N.-27	Directorio de Importadores de EE UU	166
N.-28	Características de empresas Importadoras EE UU	167
N.-29	Perfil del Perú	176
N.-30	Perfil del Bolivia	177
N.-31	Ventas de quinua Boliviana a EEUU	178
	Comparación de la composición proximal de la quinua	187
N.-32	con algunos cereales y leguminosas	
	Valores comparativos del contenido de algunas	188
	vitaminas del grano de la quinua y de otras fuentes	
N.-33	vegetales	
	Requerimiento diarios recomendados de algunas	188
	vitaminas y sus contenidos en varios alimentos por	
N.-34	cada 100gr de porción comestible	
	Contenido de minerales en la quinua y algunos otros	189
N.-35	granos comunes	
	Valoración de atractividad y competitividad de	193
N.-36	Giro del Negocio empresa Cereales Andinos.	
	Valoración de atractividad y competitividad de	195
N.-37	Macroambiente empresa Cereales Andinos	
	Valoración de atractividad y competitividad de	198
N.- 38	Mlcroambiente empresa Cereales Andinos	
N.-39	Costo de Exportación (funda 25KG)	243
N.-40	Costo de Exportación (CONTENEDOR 20´)	243
N.-41	Depreciación de activos fijos	244
N.-42	Amortización de la deuda	245
N.-43	Sueldos y salarios	245
N.-44	Suministros de oficina	246
N.-45	Material publicitario	246
N.-46	Envío de muestra	246
N.- 47	Mubles y enseres	247
N.-48	Equipos de computación	247
N.-49	Ingresos presupuestarios	248
N.-50	Contribución marginal	249
N.-51	Punto de Equilibrio	251
N.-52	Flujo de caja	253
N.-53	Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento	255
N.-54	Evaluación Financiera	255

INDICE MATRIZ

		PAG.
N.-01	Giro del Negocio	195
N.-02	Exportaciones e Importaciones	196
N.-03	Principales países proveedores	197
N.-04	Competencia nacional	200
N.-05	Estrategias Competencia Nacional	201
N.-06	Requisitos previos	202
N.-07	Proveedores de comercio exterior	203

PERFIL DEL PROYECTO

TEMA

Plan de Comercio Exterior y Negocios Internacionales de Exportación de quinua hacia Estados Unidos.

FUNDAMENTACIÓN OPERATIVA

VARIABLE DEPENDIENTE
ESTRATEGIAS DE COMERCIO
EXTERIOR Y NEGOCIOS

VARIABLE INDEPENDIENTE I

- ACUERDOS COMERCIALES

VARIABLE INDEPENDIENTE II

- REQUISITOS ARANCELARIOS Y PARA ARANCELARIOS

VARIABLE DEPENDIENTE III

- LEGISLACIÓN ADUANERA

VARIABLE DEPENDIENTE IV

- PROCEDIMIENTOS PARA LA EXPORTACIÓN DE QUINUA HACIA LOS ESTADOS UNIDOS

VARIABLE INDEPENDIENTE V

- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (CONSUMIDOR INTERNACIONAL, COMPETENCIA NACIONAL E INTERNACIONAL, PROVEEDORES LOCALES, PRODUCTOS SUSTITUTOS)

CAPITULO 1

ANTECEDENTES DEL PROYECTO

1. ANTECEDENTES.

Antes del año 1984 la quinua podía ser adquirida únicamente en mercados populares y rurales y era considerada como alimento de “indios”: de mal sabor, mala apariencia y que debía ser desamargada para su consumo. Por esta razón solamente se la encontraba en pequeñas hileras en las chacras de los pequeños productores de la Sierra. En 1984, a raíz de un anuncio de prensa publicado en el diario El Comercio por la empresa “Quinoa Corporation”, en el que se requería comprar quinua, se inicia el “boom” de este cultivo, Muchos agricultores de la sierra empiezan a sembrarla. En este mismo año, Nestlé inicia en el país investigaciones tendientes a desarrollar formas más modernas de cultivo de quinua así como formas más eficientes de manejo de pos cosecha y nuevos modelos de productos.

En los años siguientes algunos productores asociados han continuado sembrando quinua y exportando especialmente a los Estados Unidos. Sin embargo, esas cantidades son pequeñas en relación a otros países exportadores de quinua como Bolivia y Perú.

En el Ecuador se produce la quinua especialmente en las provincias de: Azuay, Cotopaxi, Imbabura, Cotopaxi y Chimborazo. El 43% de la quinua se produce en UPAs de menos de una hectárea.

Los rendimientos promedios nacionales son más bajos entre 421 y 840 kg /ha. ERPE (Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador) llega con la producción orgánica realizada por 4000 familias indígenas a un promedio 1200 kg/ha. NESTLE llegó a una producción de 2000 kg/ha aplicando una alta tecnología y altos niveles de fertilización.

El exportador más fuerte, que representa el 95 % de las exportaciones totales es Bolivia. El mercado Europeo demuestra una demanda creciente para la quinua y especialmente para la quinua orgánica.

Las demandas del mercado europeo superan en 700 t anuales a las exportaciones de Bolivia. Los precios para la quinua orgánica exportada a Europa oscilan entre 1.10 y 1.30 US\$/kg.

El grano Ecuatoriano de quinua tiene **2 % más proteína** en comparación con sus similares de otros países. El mercado potencial corresponde las 600 TM de quinua que ingresan por comercio no registrado por la frontera sur.

Se deberá hacer énfasis en el desarrollo de una estrategia nacional para el incremento de los mercados locales, orientado a incrementar el consumo per cápita de quinua en el país.

Debido a que Estados Unidos es nuestro mayor comprador de quinua y derivados de ésta, (en el 2007 compró \$222,400, equivalente a un 53% de las exportaciones totales de quinua) con este proyecto se quiere satisfacer de la mejor manera a la exigente demanda en crecimiento de alimentos ecológicos en dicho país, fomentar el consumo de este producto, que es 100% orgánico, con lo cual se está ofreciendo un producto no tradicional.

1.1 INTRODUCCIÓN

La propuesta del presente trabajo de tesis es elaborar un Plan de Comercio Exterior y Negocios Internacionales para la exportación de quinua del Ecuador hacia Oakland (California) - Estados Unidos para desarrollar la potencialidad del Ecuador en el mercado nacional e internacional, estableciendo las ventajas competitivas que permitan la viabilidad, continuidad y rentabilidad de la quinua.

Las principales estrategias a implementar son lograr la asociatividad y alianzas estratégicas verticales entre todos los agentes de la cadena, conocer la tecnología de cultivo para incrementar la productividad y la calidad del producto, lograr los nichos de mercado aprovechando las nuevas tendencias de consumo, para incrementar las exportaciones y el consumo interno y externo para satisfacer la demanda a través de un producto de calidad y obtener rentabilidad, posicionamiento y diferenciación sobre la competencia.

Todo esto con la finalidad de generar empleos directos e indirectos, capacitar a los pequeños y medianos productores de la zona, mejorar la calidad de vida de

los habitantes del sector e incentivar la producción de Quinoa en el Ecuador para convertirlo en uno de los principales productos agrícolas de exportación.

1.2 JUSTIFICACIÓN

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 exportables, 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 Quinoa al mercado de Estados Unidos ha generado ingresos a nivel local y ha ayudado al progreso económico y productivo a los sectores 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 Quinoa ecuatoriana se destaca por sus cualidades nutritivas y por su forma orgánica de cultivo, que reflejan la riqueza de nuestras cuatro regiones naturales.

Las provincias de la Sierra son las que más se dedican a este tipo de cultivo, pero también se dedican al cultivo de otros productos esto hace que el Ecuador tenga una amplia gama de productos para su exportación a mercados estratégicos.

Este proyecto cumple con la finalidad social de generar empleos directos e indirectos, capacitar a los pequeños y medianos productores de la zona, mejorar la calidad de vida de los habitantes del sector e incentivar la producción de Quinoa en el Ecuador para convertirlo en uno de los principales productos agrícolas de exportación.

Esta investigación permitirá la ejecución e implementación de un proyecto de exportación de quinua hacia California – Estados Unidos e Estableciendo una estructura clara de cómo realizar la exportación de un producto, detallando

todos los pasos a seguir con las herramientas para evitar problemas de logística, agilizando la tramitología y por ende facilitándonos el ingreso a este nuevo mercado.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un Plan de Comercio Exterior y Negocios Internacionales de Exportación de quinua a Estados Unidos.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Analizar las características de la quinua y determinar las ventajas que esta posee para el consumo humano.
2. Determinar los requisitos arancelarios y para arancelarios de la mercancía de importación o exportación.
3. Diseñar el proceso de importación o exportación.
4. Elaborar la documentación de respaldo por régimen aduanero.
5. Elaborar un directorio de proveedores del sistema de logística de mercancías para seleccionar la empresa que ofrezca mayores beneficios.
6. Realizar un estudio de mercado en el país destino de la exportación (EE.UU).
7. Identificar los productos sustitutos.
8. Diseñar el marketing estratégico y operativo de la empresa Cereales Andinos.
9. Diseñar un flujo de caja bajo el concepto de implementación de una empresa de comercializadora de quinua.

1.4 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

1.4.1 HISTORIA DE LA QUINUA

Los primeros hallazgos de la quinua se dieron 6,000 años antes de Cristo. Los Incas consideraban a la quinua un alimento sagrado destinado exclusivamente para el consumo en fiestas de los reyes Incas. Conocido también como "grano de oro"

Durante la Colonia y hasta la República, el uso de la quinua fue casi exclusiva de las sociedades nativas, considerándose como alimento de indios, hoy alimento mundial

La quínoa o quinua, conocida como el "**cereal madre**" en la lengua quechua, la quínoa fue el alimento básico de los Incas durante miles de años, unido a su religión y su cultura. Con la llegada de los conquistadores su cultivo fue sustituido por maíz y patatas y en muy poco tiempo, la quínoa desapareció con la aniquilación de esta cultura. Actualmente vuelve a cultivarse en los Andes, se siembra con éxito en Inglaterra y algunas de sus variedades, en diversos países.

La quínoa ha sido clasificada como seudo cereal, poseyendo el mayor índice de proteínas, calcio, fósforo, hierro y magnesio que los demás cereales. Contiene también todos los aminoácidos esenciales, es rica en fibra y vitaminas del grupo B y no contiene gluten. Siendo un grano blando, muy digestivo, de rápida cocción y apreciable sabor, además de sus propiedades nutritivas, es muy fácil de usar y se comercializa en infinidad de formas; en grano, copos, harina, pasta, panes o snacks.

Es considerada por la FAO y la OMS como un alimento único por su altísimo valor nutricional. Como un alimento **libre de gluten** puede consumirla la

gran parte de la población, incluyendo las personas celíacas (alérgicas al gluten). La quínoa mantiene sus cualidades nutritivas incluso en procesos industriales, y es capaz de sustituir notablemente a las proteínas de origen animal.

1.4.2 ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO

Nombre común: QUINUA

Nombre científico: Chenopodium Quínoa

Familia: Chenopodiaceae

Origen: Probablemente domesticado en varias localidades posiblemente en los Andes peruanos, ecuatorianos y bolivianos entre 3000 y 5000 años atrás.

Descripción: Planta anual de hojas anchas, herbácea dicotiledónea de entre 1 a 2 metros de altura. El tallo leñoso posee hojas pubescentes alternadas, puede o no tener ramas dependiendo de la variedad y de la densidad de siembra puede ser púrpura, rojas o verdes. Posee una raíz ramificada de unos 20 a 25 cms. forma una densa telaraña que penetra cerca de la misma profundidad que el alto de la planta. Sus partes son:

- **Raíz:** Es pivotante con muchas ramificaciones y alcanza una profundidad de hasta 25 cm.

- **Tallo:** Posee un tallo principal con o sin ramas secundarias. Es de forma cilíndrica, a partir de las primeras ramas y termina en una inflorescencia. Alcanza una altura entre 50 y 250 cm.

- **Hojas:** Son de formas variables, verdes, rojas o moradas. Son poliformes, es decir poseen diferentes formas de hojas en una misma planta.

- **Flores:** Las flores son pequeñas y carecen de pétalos; pueden ser hermafroditas o postiladas.

- **Inflorescencia:** Terminal encima de una gran variedad de tipos de semillas.

- **Semilla:** La semilla es pequeña, aproximadamente de 2 mm de diámetro y 1 mm de espesor. El color puede ser amarillo, café, crema, blanco o traslúcido.

- **Período vegetativo:** Su período vegetativo es entre 90 y 220 días, dependiendo de las variedades.

Generalmente son hermafroditas y se auto polinizan. Poseen semillas de 2mm diámetro encerradas en el cáliz.

Se han identificado 4 ecotipos:

- **Valle:** Crece en los Valles Andinos a 2000-3000msnm. Son altas con ramas y tienen largos periodos de crecimiento.
- **Altiplano:** Alrededor del Lago Titikaka. Son bajas sin ramas panojas compactas y periodos de crecimiento corto. Resistente a las heladas.
- **Salino:** Nativa de las planicies salinas del altiplano boliviano. Son resistentes, adaptadas a suelos salinos, y alcalinos, y semillas ricas en proteínas y amargas.
- **Nivel del mar:** Se encontró al sur de Chile no poseen ramas son de fotoperiodo largo y sus semillas son amarillas y amargas.
- **Subtropical:** Valles interandinos de Bolivia, plantas muy verdes que toleran a naranja en la madurez y poseen pequeñas semillas blancas, amarillo-naranjas.

Las investigaciones realizadas dieron como resultado varios cultivares seleccionados y cruzados por su tolerancia a calor y al frío, resistentes a las enfermedades y otras características deseables.

1.4.2.1 VARIEDADES

Bolivia fue la pionera en exportar quinua y de este país se trajeron al Ecuador nuevas variedades y líneas genéticas. El INIAP (Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias) ha realizado durante mucho tiempo colecciones de materiales locales y ha entregado a los agricultores variedades mejoradas con mayor potencial de rendimiento, conjuntamente con un paquete tecnológico adaptado a nuestro medio.

La principal variedad de quinua cultivada es la Tunkahuan liberada por el INIAP. Se trata de una quinua "dulce" de gran calidad. En Perú existe la variedad Hualhuas, y en Bolivia la Sajama, que no contiene saponinas. En Ecuador se dispone de algunos genotipos de quinua, tales como: chilena B, chilena T, 63, 63-1 (semillas provistas por la Universidad de Cambridge – Reino Unido), V-8, V-10, V-11, San Juan, 0036 (semillas provistas por INIAP - Ecuador), 011 Pn, 011 Pr, 012, 012 Pn, 012 Pr, 013, 013 Pn, 013 Te (ecotipos desarrollados en Latinreco - Ecuador).

Entre las más renombradas están las variedades: Kancollo, Blanca de Junín, Nariño, Sajama, (semillas sin saponina, largas, con un rendimiento de 3 tn. / ha). Existen colecciones en Chile, Ecuador, Colombia, Estados Unidos, Inglaterra, Rusia, Perú (+2000 ecotipos) y Bolivia (+2000 ecotipos)

GRAFICO N.- 01

TIPOS DE QUINUA



FUENTE: www.quinoa.net

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

1.5 ZONAS Y TEMPORADAS DEL CULTIVO

Las provincias donde se localizó producción de quinua, son las que corresponden a la región Sierra, es decir: Azuay, Cotopaxi, Chimborazo, Imbabura, Pichincha y Tungurahua.

Dentro de las provincias serranas antes mencionadas, las que tienen mayor número de UPA's (Unidades de Producción Agropecuarias) con quinua, son Chimborazo, Cotopaxi e Imbabura. El rendimiento promedio encontrado en la Sierra es de 0.4 toneladas por hectárea. De todos modos los rendimientos provinciales son bien diferenciados, por ejemplo, en Cotopaxi, el rendimiento promedio encontrado fue de 0.1 toneladas por hectárea, mientras que en Chimborazo y en Imbabura fue de 0.4 TM/ha, y en Tungurahua, 0.8 TM/ha. La principal provincia productora es Chimborazo, allí es donde se encuentra casi el 70% de las UPA's con quinua. En cuanto al número de Upaos, dentro de la provincia de Chimborazo, se destaca el cantón Colta, donde se localizaron 1466 Upaos con producción de quinua y una superficie total sembrada de 346 hectáreas. La producción obtenida en dicho cantón fue de 134 toneladas totales y las ventas registradas, de 113 toneladas.

El promedio de superficie implantada con quinua en la región Sierra es de 0.3 ha. por UPA. Esta situación es bastante parecida en las provincias más importantes ya que en Cotopaxi el promedio de superficie con quinua es de 0.4

ha/UPA, en Chimborazo, es de 0.3 ha/UPA y en Imbabura de 0.5 ha/UPA, esto nos indicaría que el cultivo se realiza en fincas de escaso tamaño.

Este es un cultivo anual que se realiza principalmente para el autoconsumo, pero ya hay fincas que lo realizan para la producción comercial y también hay grupos de productores que se unen para realizar ventas al exterior. En los meses de octubre, noviembre y diciembre, se registró el 84% del total de la superficie sembrada con este cultivo.

1.6 VALOR NUTRITIVO

La Quinoa es reconocida mundialmente por sus excelentes cualidades alimenticias. Ha sido denominada como el alimento más completo que posee la humanidad.

A continuación se describe las características proteicas y vitaminas de la quinoa.

TABLA N.- 01
VALOR NUTRITIVO

Valor nutritivo del grano de quinoa en comparación con el trigo

	QUINUA	TRIGO
Calorías	351	330
Proteínas	11.0 – 21.3	8.6
Grasa	5.3 – 8.4	1.5
Carbohidrato	53.5 – 74.3	73.7
Fibra	2.1	4.9
Ceniza	3.0 – 3.6	1.7
Humedad (%)	9.4 – 13.4	14.5

FUENTE: Quinoa, un alimento Nuestro. Proyecto INIAP-CIID
ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

Proporciona al ser humano lo siguiente:

- El desarrollo de las células cerebrales
- Procesos de aprendizaje
- Memorización

- Raciocinio
- Crecimiento físico
- Proporciona Proteínas minerales, calcio, hierro y fósforo en porcentajes elevados.
- Superior a la leche, avena, arroz, cebada, centeno, trigo y maíz.
- Diez de los aminoácidos que contiene son esenciales para el organismo humano

Catalogado como un alimento estratégico para el mundo, que forma parte de la ración especial para los viajes espaciales, considerado uno de los alimentos más completos y balanceados que existen.

La Quinoa se incorpora así en el mejoramiento del régimen alimenticio de nuestras familias, mirando a las siguientes generaciones hacia el Siglo XXI.

La Quinoa ha sido seleccionada por la NASA como un alimento básico que servirá para nutrir a los astronautas en los viajes espaciales de larga duración. Es uno de los alimentos más completo y balanceado que existen.

Contiene minerales, vitaminas y aminoácidos en proporciones excepcionales. Lo tiene todo y en forma equilibrada, para una nutrición humana completa y basada en proteínas de origen vegetal. (Los conocimientos médicos actuales reconocen que varias enfermedades, incluyendo algunos tipos de cáncer, se originan en una dieta excesiva en proteínas de origen animal).

La quinua, es excepcionalmente alta en lisina, un aminoácido no muy abundante en el reino vegetal. La quinua es también un buen complemento para legumbres a menudo bajas en Metionina (es un aminoácido neutro que contiene un átomo de azufre y el primer aminoácido en la síntesis de cualquier proteína) y Cisteína (es un aminoácido no esencial azufrado que puede oxidarse y dar cistina). En resumen la quinua es una fuente relativamente buena de fósforo, calcio, hierro, vitamina E y varias de las vitaminas del complejo B. Además de todo esto, el sabor de la quinua es muy agradable. A continuación se presenta el cuadro de aminoácidos que posee la quinua en comparación con otros alimentos:

TABLA N.- 02

Nutrientes contenidos en la Quinua

AMINOACIDOS	QUINUA	TRIGO (b)	Cañihua (b)	Leche (b)	Frijol (b)
Histidina *	4.6	1.7	3.1	1.7	2.7
Isoleucina*	7.0	3.3	8.5	4.8	4.3
Leucina*	7.3	5.8	7.3	7.3	7.5
Lisina*	8.4	2.2	6.5	5.6	6.2
Metionina*	5.5	2.1	2.3	2.1	1.0
Fenilalanina*	5.3	4.2	4.5	3.7	5.4
Treonina*	5.7	2.7	6.0	3.1	5.2
Triptogano**	1.2	1.0	1.0	1.0	1.3
Valina*	7.6	3.6	5.8	4.7	5.1
Acido Aspártico	8.6	-	-	-	14.3
Acido Glutámico	16.2	-	-	-	17.8
Cisteina	7.0	-	-	-	0.0
Serina	4.8	-	-	-	6.6
Tirosina	6.7	-	-	-	3.1
Arginina*	7.4	3.6	9.9	2.8	6.5
Prolina	3.5	-	-	-	2.7
Alanina (d)	4.7	3.7	-	3.3	-
Glicina (e)	5.2	3.9	-	2.0	-

*Son los 10 llamados "aminoácidos esenciales", todos los cuales están contenidos en la Quinua.

**Entre otras cosas, el triptófano sirve para que la glándula pineal produzca melatonina.

Fuentes:Tellería, 1976. Velázquez, 1959

(a) White, 1955
 (b) Durigan, 1985
 (c) Van Etten et al., (1963): Quinua.
 (d) Janssen et al. (1979): Trigo y Leche

FUENTE: www.kiwigen.com/quinua/Quinua.htm

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

En promedio la quinua contiene hasta 400% más de LISINA (aminoácido componente de las proteínas sintetizadas por los seres vivos. Es uno de los 8 aminoácidos esenciales para los seres humanos. Desempeña un papel central en la absorción del calcio) que el trigo y el maíz. Sustituye COMPLETAMENTE a las proteínas de origen animal con la ventaja de ser nutrientes libres de grasas, colesterol, ácido úrico y toxinas propias de los alimentos de este origen.

Contiene 20 aminoácidos, incluyendo los 10 **aminoácidos esenciales** : Histidina, Isoleucina, Leucina, Lisina, Metionina, Fenilalanina, Treonina,

Triptofano, Valina y Arginina. La **Lisina**, es de vital importancia para el desarrollo de las células cerebrales, los procesos de aprendizaje, memorización, raciocinio y crecimiento físico. Además proporciona proteínas, minerales, oligoelementos y vitaminas naturales: C, B1, B2, B3, Acido fólico, Niacina, Calcio, Hierro y Fósforo en porcentajes elevados.

La quinua genera una **acción sinérgica** (proceso de cooperación entre los efectos y reacciones de diversas sustancias por ejemplo: la avena combinada con el maíz, dan un resultado final en proteínas, que es superior a la suma de sus componentes individuales) al combinarse con otro cereal potenciando sus cualidades individuales.

En este caso, el organismo debe tomarlos directamente en la alimentación. Estos aminoácidos esenciales se hallan en los cereales, la carne, los huevos y la leche básicamente.

Hasta hace unos 25 años, se consideraba a la carne, la leche y los huevos como los alimentos ejemplares en aminoácidos. Sin embargo, la investigación más reciente demuestra que dos cereales igualan (AMARANTO) o superan (QUINUA) a la composición de aminoácidos de estos alimentos. Además, con la ventaja de poseer vitaminas, minerales y fibra y sin la desventaja del exceso de grasas, colesterol y ácido úrico.

1.7 USO DEL PRODUCTO PRINCIPAL Y SUBPRODUCTOS

La quinua a más de ser consumida directamente como alimento en platos preparados, su uso puede extenderse a la medicina, en la elaboración de pastillas, con la ventaja de estar provista de vitaminas, minerales y fibra, así como de no tener ciertas desventajas como el exceso de grasas, colesterol y ácido úrico. Para ello se puede extraer la lisina, aminoácido clave en el desarrollo de las células del cerebro humano y en el crecimiento del organismo. Por eso, se asocia a la lisina con el desarrollo de la inteligencia, la rapidez de los reflejos y otras funciones cerebrales como la memoria y el aprendizaje.

Asimismo, la quinua puede ser consumida como harina, la cual, combinada con harina de trigo puede ser utilizada para la elaboración de otros productos como fideos y galletas, que también son parte de la industria panificadora. En la Universidad Técnica de Ambato se realizaron varios experimentos en la realización de carne vegetal de quinua, mortadela de quinua y plátano, leche gelificada y otros sobre la base de quinua (Fuente: Diario el Comercio 22/10/2006 Sección Negocios pág. B1)

Las hojas frescas de la quinua, cuando la planta aún no está madura, pueden ser consumidas en ensaladas preparadas con otros condimentos. Se puede de igual forma elaborar pastillas o vitaminas sobre la base de la quinua para dietas, cardiacos, sistema nervioso, el crecimiento, para personas alérgicas a otras medicinas de similares características.

Algunas investigaciones desarrolladas en Ecuador determinaron la importancia de la quinua como alimento para el ganado, en especial en la etapa de ternera que es considerada muy crítica. Este grano (dependiendo de su variedad) tiene como mínimo 14% de proteínas, ese valor biológico sólo es comparable con la proteína animal, ya que supera al de otros granos como: maíz, trigo, arroz o cebada; es por ello que se la puede recomendar como alternativa parcial o complementaria en la composición de balanceados para los terneros en crecimiento, es decir, sólo como una fuente alternativa de proteínas y energía; se puede usar la quinua hasta niveles de 30%. (Fuente: Diario el Comercio 22/10/2006 Sección Negocios pág. B1)

Otro subproducto que se puede obtener es el jabón, que se obtiene de la saponina, sustancia que es amarga y que forman una solución jabonosa en el agua; es soluble también en alcohol y solventes orgánicos. Se puede además obtener de la quinua aceite, pues contiene grasa no saturada, pudiendo ser este un subproducto importante y sustitutivo del aceite de oliva.

Industrialmente se obtiene los siguientes productos: quinua perlada, hojuela de quinua, quinua precocida, quinua instantánea, fideos, sémola, galletas, expandido, etc. Esta planta presenta una gran variabilidad y diversidad de formas. Se pueden clasificar sus variedades o ecotipos en 5 categorías

básicas, según su adaptación a las características geográficas: quinua del valle, quinua del altiplano, quinuas de terrenos salinos, quinuas del nivel del mar y quinuas subtropicales.

1.7.1 RECETAS CULINARIAS

Antes de consumirla se le lava para eliminarle la saponina, especie de jabón adherido a la cáscara. Esa agua no se bota pues constituye un jabón líquido con el que los indígenas se lavaban el cuerpo y la ropa. Una vez lavada con sus granos se pueden preparar deliciosos platillos de sal o dulce, sólidos o líquidos. Se consume como el arroz, en grano; sus hojas tiernas se comen guisadas como las acelgas y espinacas; su tallo y hojas verdes se aprovechan como ensalada; se hacían además sopas o mazamorras; con su harina se elaboran panecillos y galletas; también se preparaba chicha con el mishque o líquido dulce del penco. Igualmente se pueden utilizar sus raíces.

Su cocción es más sencilla que el arroz integral. -Cocinar en agua recién hervida (1 parte de quinua con 2 - 3 partes de agua) durante unos 15-20 minutos en fuego bajo hasta que el grano aumente 5 veces su tamaño.

LECHE DE QUINUA

Ingredientes:

- 1 taza de quinua cruda bien lavada
- 4 cucharaditas de miel o azúcar morena
- Sal al gusto
- 7 1/2 tazas de agua caliente

Preparación:

Mezcle en una batidora la quinua con una taza de agua por unos 5 segundos a alta velocidad. Baje la velocidad de la batidora a la mínima por otros 15-20 segundos. Añada otra taza de agua a la mezcla. Deje que la mezcla se asiente por un rato. Añada otras dos tazas de agua caliente. Con un paño limpio

exprima todo el contenido de la mezcla. Repita el proceso (pasos 2 y 3) con otras dos tazas y media de agua. Añada la sal y el azúcar. Manténgala refrigerada.

Una vez que usted aprenda a preparar una leche vegetal, habrá aprendido los principios fundamentales para hacer cualquier tipo de leche. Su imaginación será su límite.

- Recuerde el **primer principio** es remojar las semillas o nueces en agua por un tiempo suficiente para ablandarla. Por lo regular unas 10-24 horas serán más que suficientes. Por lo general el agua deberá ser fría o tibia. Algunas veces será caliente. Una vez ablandadas estarán lista para ser molidas ya sea con un procesador de alimentos, con una licuadora (batidora) o cualquier instrumento culinarios que pueda fragmentar finamente o moler las semillas.

- El **segundo principio** es el de usar una cantidad apropiada de semillas. Con la soya recuerde que hay unas dos mil variedades cada una de ellas pudiera darle un sabor diferente. La más comúnmente usada es la blanca. Si la mezcla se sale muy concentrada, deberá diluirla al gusto.

- El **tercer principio** es ser creativo. Añada frutas al gusto. Recuerde su gusto y el de su familia son únicos. No se desanime. Si está muy concentrado, dilúyalo; si está muy amargo, añada frutas o miel o cualquier endulzante natural.

ÑOQUIS DE QUINUA

Ingredientes:

- 170 g de harina de quinua
- ½ taza de espinaca cocida y picada
- 1 taza de queso fresco rallado

- 1 cucharada de aceite

- 2 tazas de agua sal

Preparación:

Hervir el agua con la sal. Agregar la harina de quinua, removiendo continuamente. Dejar cocer hasta que esté bien espesa. Retirar del fuego y añadir la espinaca, mezclar bien. Extender la masa hasta un grosor de 2 cm sobre placa aceitada. Una vez fría, cortar en cuadraditos o círculos, y disponerlos, por capas en una fuente para horno, espolvoreando queso rallado y aceite entre las capas. Gratinar en horno muy caliente.

CAPÍTULO 2

DIAGNÓSTICO DE LAS VARIABLES UTILIZADAS EN COMERCIO EXTERIOR- MARCO LEGAL QUE REGULA LAS RELACIONES INTERNACIONALES

2. NORMATIVA LEGAL NACIONAL

Para iniciar con este capítulo procedemos a identificar la definición de Exportación a Consumo de acuerdo a lo establecido en las bases legales:

2.1 EXPORTACION A CONSUMO: Según lo establecido en el Art. 56 de la Ley Orgánica de Aduanas R.O N.- 359 1 de julio de 1998, reformas LOA 2008 R.O. N.-392 30 de julio del 2008 establece que “La exportación a consumo es el régimen aduanero por el cual las mercancías, nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para su uso o consumo definitivo en el exterior.”

Además esta información esta sustentada en el Art. 69 Reglamento Ley Orgánica de Aduanas, que se refiere al despacho así, como, también en la Resolución N. 706 Y N.- 707 de la Gerencia General de la Corporación Aduanera Ecuatoriana de fecha, 23 de junio de 2008. “Manual de procedimientos para mercancías exportadas a consumo”. En el que se detalla el procedimiento de exportación.(ANEXO I)

2.1.1 REQUISITOS PARA SER EXPORTADOR

- Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Registrarse en la Página Web de la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE).

■ El Consejo Nacional de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) estableció que los exportadores adicionalmente se registren con el Ministerio de Industrias y Competitividad cuando se refieran a:

- Exportaciones de chatarra y desperdicios metales ferrosos y no ferrosos. Resolución 400 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial Suplemento 233 del 17 de diciembre de 2007.
- Exportaciones de cueros y pieles. Resolución 402 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial 222 del 29 de noviembre de 2007.

2.1.2 REGISTRO EN EL SRI

2.1.2.1 PERSONA NATURAL

- 1 Ecuatorianos presentarán el original y entregarán una copia de la cédula de identidad o de ciudadanía a color.
- 2 Los ecuatorianos presentarán el original del certificado de votación del último proceso electoral dentro de los límites establecidos en la ley de elecciones.
- 3 Original y copia de uno de los siguientes documentos que acrediten la dirección del domicilio actual y de cada uno de los establecimientos en la que realiza la actividad económica: planilla del servicio eléctrico, telefónico, de agua potable o televisión por cable.

2.1.2.2 PERSONA JURIDICA

- 1 Presentar Formulario RUC-01-A y RUC-01-B suscritos por el agente de retención.
- 2 Copia del registro oficial donde se encuentre publicada la creación de la entidad o institución pública, o copia del decreto, ordenanza o resolución que apruebe la creación de la institución.
- 3 Entregar una copia del nombramiento del agente de retención de dicha entidad o institución.
- 4 Copia de la cédula de identidad o ciudadanía o del pasaporte del agente de retención.

5 Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del agente de retención.

6 Copia del documento que declara a la sociedad como ente contable independiente señalando la fecha de constitución y de inicio de actividades.

GRÁFICO N.- 02 REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES

SRI

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES

NUMERO RUC: 1719588749001

DATOS GENERALES

APELLIDOS Y NOMBRES: CEREALES ANDINOS S.A.
NOMBRE COMERCIAL: _____

FEC. NACIMIENTO: 27/11/2008
FEC. INICIO ACT.: 15/12/2008
FEC. INSCRIPCION: _____

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL
ACTIVIDADES DE COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS
DIRECCION COMERCIAL PRINCIPAL:
Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: CHILORALLO Calle: CALLE Y Número: 9 Intersección:
MANZANA 9 Teléfono: 2993987

Delegación Asignada: REGIONAL NOROCCIDENTAL PICHINCHA

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS
Las personas físicas, JOBOS/COMERCIALES, deben declarar y pagar en forma anual el impuesto a la Renta excepto con el total de ingresos gravados supere la base mínima respectiva.

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 101 ABIERTOS: 1
CERRADOS: 0

SRI

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Operario: JCBORTES Lugar de emisión: QUITO CANTÓN: SAN MARCELINO DAVILA Fecha y hora: 19/09/2002 12:58:48

FUENTE: SERVICIO DE RENTAS INTERNAS (SRI)
ELABORADO POR; SOFIA VINUEZA A. Y LUIS ALBERTO VACA.

2.1.3 CALIFICACION IMPORTADOR Y EXPORTADOR

2.1.3.1 REQUISITOS

PERSONA NATURAL:

- Oficio dirigido Gerente Distrito de inicio clave.
- Copia C.I. a color.
- Copia RUC actualizado.

PERSONA JURIDICA:

- Oficio dirigido Gerente Distrito de inicio clave
- Copia C.I a color del representante legal
- Copia RUC actualizado

- Copia nombramiento inscrito en el Registro Mercantil
- Copia Notariada de Escrituras de Constitución.

2.1.3.2 REGISTRO CORPORACIÓN ADUANERA ECUATORIANA

Para registrarse ante la Corporación Aduanera Ecuatoriana como Operador de Comercio Exterior, el importador o exportador debe realizar lo siguiente:

1. Ingresar en el sitio Web de la CAE, www.aduana.gov.ec.
2. En el menú OCES, seleccionar la opción Registro de Datos.
3. Ingresamos los datos solicitados en la siguiente pantalla:

- ✓ Tipo de Operador: Exportador
- ✓ Código: #RUC **1719588749**
- ✓ Clave de acceso temporal: 1719588749
- ✓ Demás datos

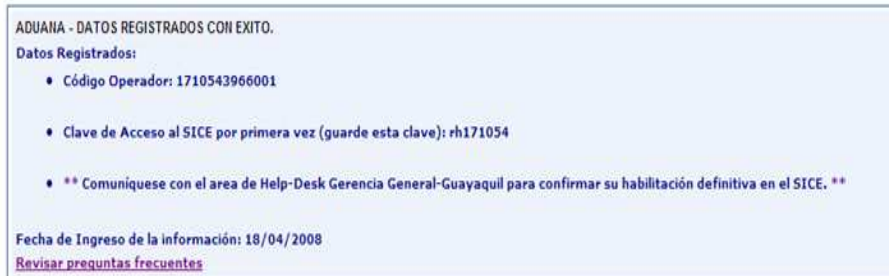
4. Enviar formulario

GRÁFICO N.- 03

FUENTE: SICE (Sistema Interactivo de Comercio Exterior).
 ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

5. Aparece en la pantalla el código de usuario y la clave temporal del importador

GRÁFICO N.-04



FUENTE: SICE (Sistema Interactivo de Comercio Exterior).
ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

6. Ingresar nuevamente a la página de la CAE, en la opción SICE.
- ✓ Al ingresar por primera vez el sistema pide que se cambie la clave temporal por una definitiva.
 - ✓ Registramos la nueva clave y volvemos a entrar al sistema.
 - ✓ Una vez culminado éste proceso el importador podrá ingresar al sistema de la Aduana para verificar el status de su trámite.

REGISTRO DE FIRMAS PARA LA DAV

Una vez registrado el importador/exportador ante la CAE, se deberá registrar también la firma de la persona autorizada a firmar la DAV; para esto el OCE debe hacer lo siguiente:

1. Ingresar al SICE con el código de usuario y la clave anteriormente registrados.
2. En la opción Administración, seleccionar Modificación de Datos Generales del Operador de Comercio Exterior (OCE)

3. En la pantalla que se despliega al hacer la selección, ingresamos los datos de la persona autorizada a firmar la DAV.

GRÁFICO N.- 05 FORMULARIO FIRMA DAV

ENVIO HD

CIUDAD	TELEFONO 1	TELEFONO 2	FAX
GUAYAQUIL	2630657	2630658	2630658

E-mail: sscimpexag@server0.securesender.net Correo Seguro

PERSONAL AUTORIZADO A REALIZAR INTERCAMBIO ELECTRÓNICO DE DATOS

Agrega Autorizado

PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO	NOMBRES	CARGO	TIPO DOCUMENTO	NRO. DOCUMENTO	Nro. DOCUMENTO ASOC.	Ito. IESS	Fecha INICIO ACTIVIDAD	Eliminar
Agrega Persona Autorizada									

DATOS TÉCNICOS Y DE SISTEMAS

¿ Cuenta con Infraestructura Tecnológica ?
(Computador Pentium, conexión a Internet, etc.) SI NO

SOFTWARE DE GENERACION DE DATOS

Desarrollado por un proveedor Desarrollo Propio

NOMBRE DEL PROVEEDOR DEL SOFTWARE

ING. NITHA VALLADARES

Actualizar Información

FUENTE: SICE (Sistema Interactivo de Comercio Exterior).
ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

4. Damos clic en la sección Registro de Autorización para Firmar DAV y llenamos los campos que allí se encuentran.
- ✓ Primer apellido
 - ✓ Segundo apellido
 - ✓ Nombres
 - ✓ Cargo dentro de la empresa
 - ✓ Tipo y Número de Documento
 - ✓ Tipo de Registro (Persona Natural, Representante Legal, Delegado)
 - ✓ Adjuntar Documento Escaneado.
5. Actualizamos la información ingresada.
6. Presentamos en la Secretaría del Distrito la siguiente Documentación:
- ✓ Carta dirigida al Gerente Distrital indicando los documentos a presentarse para el registro de la firma.

- ✓ Copia de la cédula notariada.
- ✓ Copia del RUC notariado.
- ✓ Formato para el Registro de la firma emitido por la CAE.
- ✓ Copia del nombramiento del representante legal, en caso de ser persona jurídica.

La información antes mencionada se ha establecido de acuerdo a la siguiente al Boletín #18 del 23 de enero del 2008 se encuentra el formato que deberá ser llenado y escaneado. (ANEXO II)

2.1.4 NEGOCIACIÓN

La oferta exportable se consolidará a través de un centro de acopio que se ubicará en el sector de Quitumbe, en este centro se recibirá la quinua embalada, de acuerdo, a lo solicitado por nosotros en base a los requerimientos del cliente.

La negociación se efectúa en términos FOB, comprometiéndose el vendedor a colocar la mercancía libre a bordo, cumpliendo con la formalidad aduanera de exportación y cubriendo el flete interno desde el centro de acopio hasta el terminal portuario.

2.1.4.1 CONTRATO DE EXPORTACIÓN.

Una vez presentada la oferta y aceptada por el comprador se debe proceder con la realización de un contrato de compra venta internacional en el que consten los derechos y obligaciones del vendedor y comprador, un contrato debe contener los siguientes aspectos:

- Preámbulo.- Personas intervinientes con sus poderes.
- Condiciones del Contrato.- Antecedentes, naturaleza, vigencia.
- Obligaciones del Vendedor.- Forma de entrega de mercancías, plazos, garantías, certificados.
- Obligaciones del Comprador.- Forma de pago, plazos, crédito, garantías.
- Especificación del Incoterm.- Gastos y riesgos que asume cada una de las partes.
- Precio y forma de Pago.- El precio por unidad de venta (caja, kilos, etc.), vigencia, revisión y garantías de pago.

- Arbitraje.- Lugar de arbitraje para la solución del incumplimiento de alguno de los puntos anteriores.

2.1.4.2 TÉRMINO DE NEGOCIACIÓN

Los Incoterms son un conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional. Los Incoterms también se denominan cláusulas de precio, pues cada término permite determinar los elementos que lo componen. La selección del Incoterm influye sobre el costo del contrato.

El propósito de los Incoterms es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el Comercio internacional.

Los Incoterms determinan:

- El alcance del precio.
- En qué momento y donde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercancía el vendedor hacia el comprador.
- El lugar de entrega de la mercancía.
- Quién contrata y paga el transporte.
- Quién contrata y paga el seguro.
- Qué documentos tramita cada parte y su costo.

Una vez realizado un análisis el alcance de cada Incoterm, se concluye que el término de negociación a aplicarse para este proyecto es FOB, el mismo que consiste en:

- La responsabilidad del vendedor termina cuando las mercancías sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque convenido.
- El comprador debe soportar todos los costos y riesgos de la pérdida y el daño de las mercancías desde aquel punto.
- El término FOB exige al vendedor despachar las mercancías para la exportación.

- Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores.

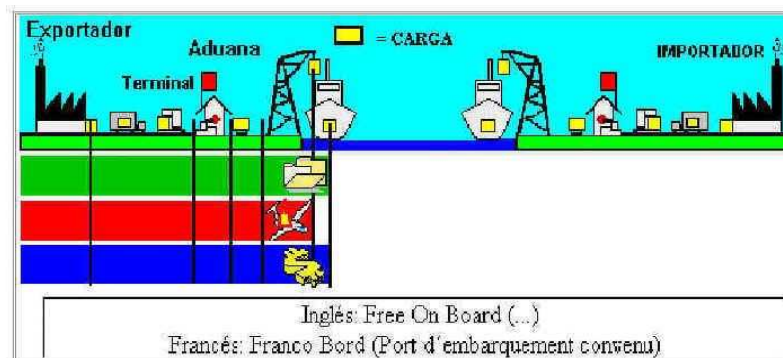
2.1.4.2.1 Obligaciones del vendedor

- Entregar la mercancía y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).

2.1.4.2.2 Obligaciones del Comprador

- Pago de la mercancía.
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación).
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Flete (lugar de importación a planta).
- Demoras.

GRÁFICO N.- 06 INCOTERM FOB



FUENTE: www.businesscol.com/comex/incoterms.htm#FOB

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

2.1.5 CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

La importancia de la clasificación arancelaria radica en que permite tener un mismo identificador común en el mundo, a manera de “nombre” común para todos, sin importar el idioma, así mismo permite que una misma mercancía se codifique en forma idéntica tanto en las tarifas de importación como de exportación en todos los países, para ello se utilizan los primeros 6 dígitos de la clasificación a nivel del Sistema Armonizado, 8 dígito a nivel NANDINA y 10

dígitos a nivel NACIONAL. Para una correcta clasificación de la quinua nos hemos basado en las reglas generales para la interpretación de la nomenclatura arancelaria común – nandina.

La clasificación de la mercancía se regirá por el siguiente principio, de acuerdo a lo establecido en el Arancel Nacional:

REGLA GENERAL INTERPRETATIVA 1

Los títulos de las Secciones, de los Capítulos o de los Subcapítulos solo tienen un valor indicativo, ya que la clasificación está determinada legalmente por los textos de las partidas y de las Notas de Sección o de Capítulo.

Además, se ha basado en la **REGLA GENERAL INTERPRETATIVA N.- 6** que establece lo siguiente:

La clasificación de mercancías en las subpartidas de una misma partida está determinada legalmente por los textos de estas subpartidas y de las Notas de subpartida así como, mutatis mutandis, por las Reglas anteriores, bien entendido que solo pueden compararse subpartidas del mismo nivel. A efectos de esta Regla, también se aplican las Notas de Sección y Capítulo, salvo disposición en contrario.

NOTA DE CAPITULO

1. A) Los productos citados en los textos de las partidas de este Capítulo se clasifican en dichas partidas solo si están presentes los granos, incluso en espigas o con los tallos.

GRAFICO N.- 07

POSICION DE LA QUINUA DENTRO DEL ARANCEL NACIONAL

Código	Detalle de la Mercancía	Un. Fis.
--------	-------------------------	----------

-- Quinua (*Chenopodium quinoa*):

1008.90.11 ... - - - Para siembra.....kg

1008.90.19- - - Los demás.....

- - Los demás:

1008.90.91 ... - - - Para siembra.....kg

1008.90.99 ... - - - Los demás.....kg

FUENTE: ARANCEL NACIONAL DE IMPORTACIÓN

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

2.1.6 DEFINICIÓN DEL MEDIO PARA SER TRANSPORTADAS LAS MERCANCÍAS

El transporte de la quinua lo vamos a realizar en un contenedor de 1x20 FCL, en el cual ingresan 800 sacos de 25Kg de quinua.

DIMENSIONES DE LOS SACOS:

- **Largo:** 66 cm
- **Ancho:** 47 cm
- **Alto:** 12 cm

GRÁFICO N.-08
DIMENSIONES DE LOS SACOS



FUENTE: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.
ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

DIMENSIONES DE CONTAINER

- **Largo:** 5.90 mt
- **Ancho:** 2,35 mt
- **Alto:** 2.39 mt
- **Capacidad:** 33 m3

CUBICAJE:

ANCHO: $2,35 / 0,47 = 5$

ALTO: $2,39 / 0,12 = 19,92$

LARGO: $5,90 / 0,65 = 8,94$

5 X 19 X 8 = 760

5 X 19,92 X 8,94 = 871

Se realiza un promedio para establecer el número exacto de sacos de quinua que van a ingresar en un contenedor de 20' y nos da como resultado 815, nosotros vamos a enviar 800 sacos; ya que así lo planteamos en la negociación y es una cantidad que está dentro de los parámetros de capacidad del contenedor.

2.1.7 NORMAS TÉCNICAS INEN:

A continuación detallamos las Normas INEN a las que está sujeto la quinua, de acuerdo al ANEXO III.

**TABLA N.- 03
NORMAS INEN DE LA QUINUA**

NORMA	TEMA
Norma INEN N.- 1673	QUINUA. REQUISITOS
Norma INEN N.- 1671	QUINUA. DETERMINACIÓN DEL NIVEL DE INFESTACIÓN Y DE LAS IMPUREZAS
Norma INEN N.- 1670	QUINUA. DETERMINACIÓN DE LA PROTEÍNA TOTAL. (PROTEÍNA CRUDA)

FUENTE: INSTITUTO NACIONAL ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

2.1.7.1 NORMAS DE ETIQUETADO:

Todo producto alimentario extranjero comercializado en Estados Unidos debe estar etiquetado en conformidad con la reglamentación estadounidense a este respecto. Cualquier incumplimiento de esta obligación conlleva la retirada del producto afectado a partir de su entrada en territorio estadounidense.

- El etiquetado de los productos alimentarios está sujeto a la jurisdicción de la FDA¹
- Las etiquetas de productos que contengan más de un 2% de contenido cárnico, que son reguladas por el FSIS².
- Las etiquetas de bebidas alcohólicas que están sujetas al BATF³.

La reglamentación estadounidense, de forma general, prevé que las etiquetas de los productos alimentarios sean expuestas de manera visible y en términos fácilmente legibles y comprensibles para el consumidor ordinario en condiciones normales de compra.

En la etiqueta deberán constar los siguientes datos:

- a.- Información Nutritiva.
- b.- Marca comercial.
- c.- Origen.
- d.- Nombre del producto.
- e.- Slogan.
- f.- Registro Sanitario.
- g.- Peso Neto.
- h.- Código de barras.
- i.- País de Origen.
- j.- Dirección del distribuidor.
- k.- E-mail.

¹ Food and Drug Administration (Administración de Alimentos y Drogas de los Estados Unidos)

² Food Safety and Inspection Service. (Servicio de Inspección y Seguridad Alimenticia)

³ Bureau of alcohol, tobacco, firearms and explosives. (Agencia de alcohol, tabaco, armas de fuego y explosivos).

GRAFICO N.- 09

ETIQUETA



ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

2.1.8 MEDIDAS DE CONTROL DE CANTIDAD - CUPOS ARANCELARIOS

La partida arancelaria 1008.90 no presenta ningún tipo de cupo para el ingreso al mercado estadounidense, ya que esta es una política de Estado; que se la toma cuando se presentan algunos problemas como: situaciones climáticas adversas, altos costos de producción, etc; para beneficiar a los ciudadanos de un país y en este caso nuestro producto no es sujeto a esta medida.

Esta información puede ser constatada en la siguiente página:

GRÁFICO N.-10 CUPOS DE EXPORTACIÓN DE LA QUINUA

Product code	Product description	Trade regime description	Applied tariffs	Total ad valorem equivalent tariff (estimated)
10089000	Cereals nesi (including wild rice)	Andean Trade Preference Act	0.00%	0.00%
10089000	Cereals nesi (including wild rice)	MFN duties (Applied)	1.10%	1.10%

FUENTE: www.macmap.org

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

2.1.9 NORMAS DE CALIDAD Y SANIDAD:

La entidad encargada del control y establecimiento de reglamentos y normas técnicas en Estados Unidos para productos alimenticios y productos de las industrias químicas (medicinas, cosméticos, etc.); es la FDA (FOOD AND DRUG ADMINISTRATION).

2.1.9.1 CERTIFICACIÓN DE CALIDAD (INEN)

El INEN otorga certificaciones a las siguientes instancias:

- Certificación de conformidad con Norma para lotes aislados de producción.
- Certificación de conformidad con el sello de calidad INEN.
- Certificación de Muestras de Productos.
- Certificación de Etiquetas.

2.1.9.1.1 CERTIFICACIÓN POR LOTES AISLADOS DE PRODUCCIÓN:

Es una declaración de la conformidad de que un lote específico de un producto cumple con los requisitos establecidos en las normas técnicas acordadas entre el cliente y el proveedor.

El productor lleva a los laboratorios del INEN una cantidad de su producto para que sea analizado en el empaque que este va a comercializar, en base a la Norma de Calidad INEN el técnico encargado toma una muestra y realiza el estudio solicitado. Si el producto cumple con lo solicitado por la Norma se otorga la certificación pero únicamente al lote objeto del análisis, caso contrario al productor entregarán un informe en el que detalla las falencias del producto.

2.1.9.1.1.1 OBJETIVO:

Asegurar el cumplimiento de los requisitos técnicos y legales de un producto.

Proteger al consumidor garantizando la adquisición de productos confiables.

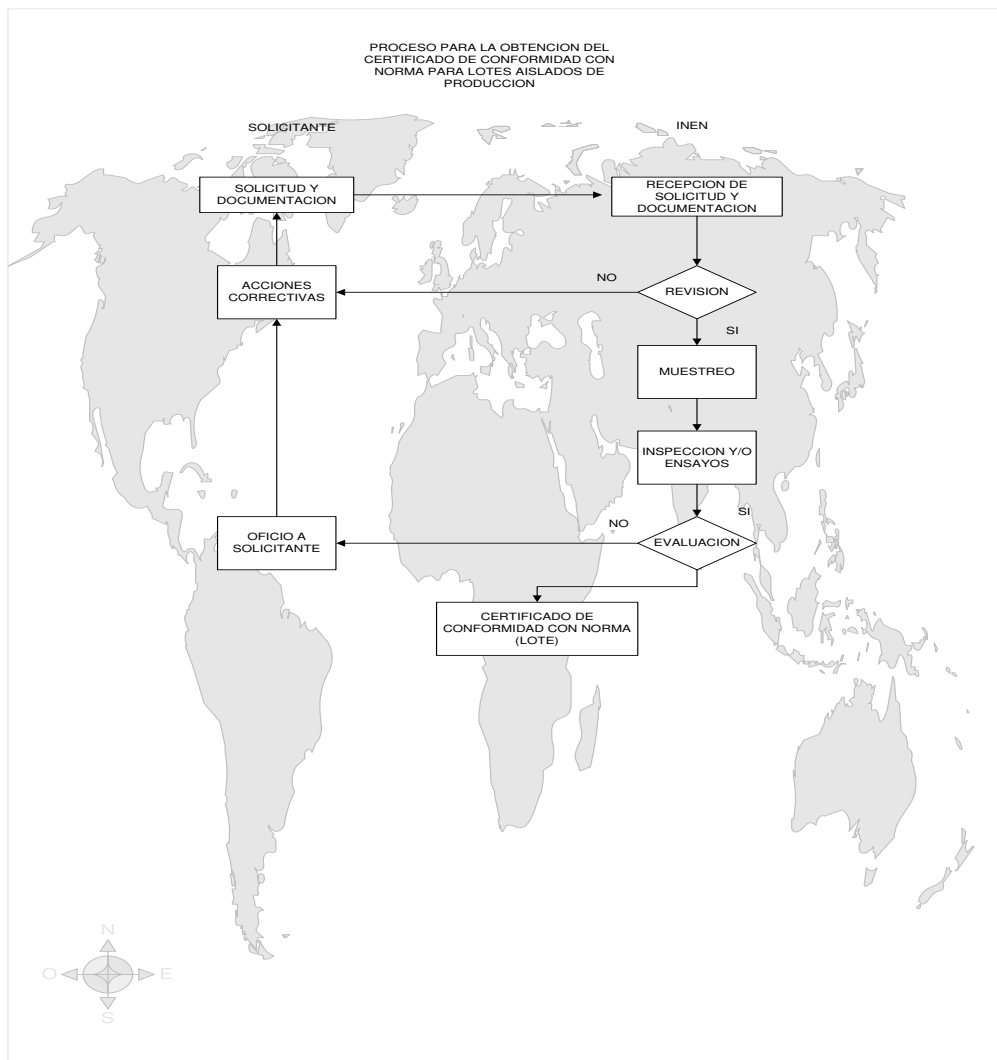
2.1.9.1.1.2 BENEFICIOS:

- Brinda confianza al cliente ya que recibe productos certificados por un organismo independiente y reconocido.
- Disminuye los costos de recepción para el cliente por que se elimina los muestreos y ensayos en recepción.
- Permite el ingreso de productos a otros países al demostrar que los mismos son seguros y confiables.
- Facilita las negociaciones con entidades del estado.
- Facilita la comercialización de los productos que están sometidos al cumplimiento de un reglamento técnico.

2.1.9.1.1.3 PROCESO PARA LA OBTENCION DEL CERTIFICADO DE CONFORMIDAD CON LA NORMA PARA LOTES AISLADOS DE PRODUCCIÓN.

GRAFICO N.- 11

PROCESO PARA OBTENCION DEL CERTIFICADO DE CONFORMIDAD PARA LOTES.



FUENTE: Instituto Ecuatoriano de Normalización
ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

2.1.9.1.2 CERTIFICACIÓN CONFORME CON EL SELLO DE CALIDAD INEN

Es el proceso mediante el cual se garantiza que el producto certificado con Sello de Calidad INEN, cumple permanentemente con los requisitos establecidos en una Norma Técnica y se ha fabricado bajo un Sistema de Gestión de la Calidad eficaz y confiable.

La marca de Conformidad con Sello de Calidad que ostentan los productos garantizan el reconocimiento de la calidad por parte de los consumidores y se constituye en un elemento diferenciador en el mercado.

2.2.9.1.2.1 OBJETIVO

Asegurar el cumplimiento de los requisitos técnicos y legales del producto.

Facilitar la elección entre productores similares.

Proteger al consumidor garantizando mediante la auditoría, la adquisición de productos confiables.

2.1.9.1.2.2 BENEFICIOS

- Generar confianza en el cliente y facilitar las relaciones contractuales, disminuyendo las inspecciones y ensayos en la recepción.
- Fortalecer las exportaciones y facilitar el ingreso de estos productos a otros países.
- Asegurar al consumidor la compra de productos que cumplan con los requisitos técnicos.
- Garantizar un nivel de calidad constante de los productos.
- Proteger y apoyar el consumo de productos nacionales.
- Proteger las exportaciones contra las barreras técnicas.

- Ayudar los intercambios comerciales.
- Se refuerzan las exportaciones, pues mediante Acuerdos de Reconocimiento con Colombia, Perú y Venezuela se facilita el ingreso de productos Certificados por el INEN a esos países.

2.1.9.1.2.3 REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DE LA CERTIFICACIÓN DE CONFORMIDAD CON SELLO DE CALIDAD INEN

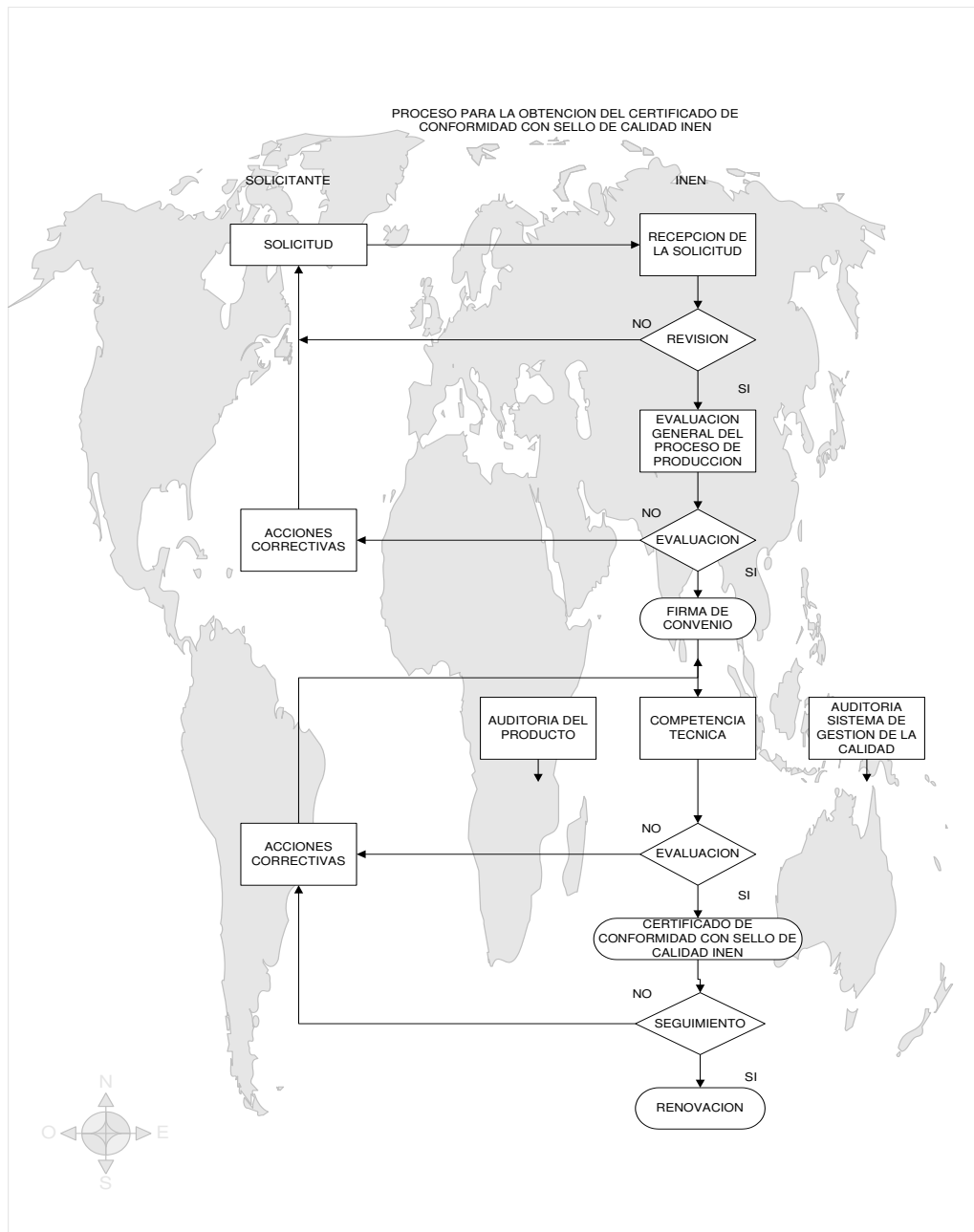
Para obtener el Certificado de Conformidad con Sello de Calidad INEN para un producto, se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- **AUDITORÍA DEL PRODUCTO:** se deberá realizar una auditoría del producto por un período de 6 meses, el producto debe cumplir durante este tiempo con la Norma Técnica, Reglamentos y Regulaciones.
- **CAPACITACIÓN TÉCNICA:** la empresa deberá enviar a un técnico a la formación de especialistas en Gestión de la Calidad. Esta capacitación tiene 5 módulos. El costo de la capacitación es de \$700,00
- **SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD:** la empresa que se encuentre en el proceso de obtención de la Certificación de Conformidad con el sello de Calidad INEN deberá implementar todo el proceso establecido en la Norma ISO 9001:2000 (equivalente nacional NTE INEN ISO 9001:2001, en lo que se refiere a sus procesos de producción del producto.

2.1.9.1.2.4 PROCESO PARA LA OBTENCION DEL CERTIFICADO DE CONFORMIDAD CON SELLO DE CALIDA INEN

GRAFICO N.-12

OBTENCION DEL CERTIFICADO DE CONFORMIDAD CON SELLO DE CALIDAD INEN.



FUENTE: Instituto Ecuatoriano de Normalización

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

2.1.10 REQUISITOS PREVIOS

2.1.10.1 REGISTRO SANITARIO:

La empresa Cereales Andinos al ser una comercializadora de quinua deberá obtener el Registro Sanitario otorgado por el Ministerio de Salud Pública, a través de las Subsecretarías y Direcciones Provinciales que determine el reglamento correspondiente y a través del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Leopoldo Izquieta Pérez.

El Registro Sanitario se otorga una vez realizado previamente un informe técnico favorable. Este documento tendrá vigencia de diez años contados a partir de la fecha de su otorgamiento.

La entidad encargada de cancelar la validez del Registro Sanitario es el Ministerio de Salud Pública en el caso de que estableciera que el producto o fabricante, no cumple con los requisitos y características establecidas por la ley y normas correspondientes, o que cause perjuicios a la salud de los consumidores. En cualquier caso, la persona natural o jurídica deberá responder cualquier daño que produjere a terceros por motivo de incumplimiento.

Para este efecto, el Ministerio de Salud Pública, realiza directa o a través de terceros debidamente acreditados inspecciones y análisis de control de productos sujetos a Registro Sanitario, en forma periódica o aleatoria de oficio o como consecuencia de denuncia presentada por cualquier persona.

Cuando se produce cambios en la presentación, marca o empaque de un producto que posea Registro Sanitario, se requiere solamente un nuevo documento; en caso de que se produjera un cambio en la calidad o constitución se requiere realizar una nueva inspección para el otorgamiento del nuevo Registro Sanitario.

Para la obtención del Registro Sanitario se deberá realizar el pago de los siguientes rubros: empresa artesanal y pequeña industria \$ 308,70; mediana y grande industria \$648, 27 y para las empresas extranjeras 820,26 de inscripción para cubrir costos administrativos involucrados, así como el pago de una tasa anual a favor del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Leopoldo Izquieta Pérez. La falta de pago oportuno podrá dar lugar a la cancelación del Registro Sanitario. (Según, ANEXO IV REFORMAS AL CODIGO DE SALUD ART. 100 AL ART. 111)

2.1.10.1.1 REQUISITOS PARA OBTENCIÓN DEL REGISTRO SANITARIO:

- Formulario de solicitud declarando la siguiente información:
 - Nombre completo del producto, incluyendo la marca comercial;
 - Nombre o razón social del fabricante y su dirección, especificando ciudad, sector, calle, número, teléfono;
 - Lista de ingredientes (fórmula cuali-cuantitativa, referida a 100gr o ml) utilizados en la formulación del producto (incluyendo aditivos) declarados en orden decreciente de las proporciones usadas;
 - Descripción del código del lote*;
 - Fecha de elaboración del producto;
 - Fecha de vencimiento o tiempo máximo para el consumo;
 - Formas de presentación: declarar el tipo de envase y el contenido en unidades del sistema internacional de acuerdo a la Ley de Pesas y de Medidas**;
 - Condiciones de conservación;
 - Firma del propietario del producto o representante legal de la empresa fabricante y del responsable técnico de la misma (Químico, Farmacéutico, Bioquímico, Farmacéutico o Ingeniero de Alimentos, con título registrado en el Ministerio de Salud Pública y en el Colegio Profesional respectivo. Adjuntar una copia del carné profesional vigente.

* Se requiere la interpretación del código de lote.

** Se requiere las especificaciones del material del envase emitida por el proveedor, con la firma del técnico responsable.

- Si el fabricante del producto es persona natural deberá adjuntar una copia de la cédula de identidad y el RUC. Si es persona jurídica, original actualizado o copia notariada del certificado de su constitución, existencia y nombramiento del representante legal de la misma;
- Certificado de control de calidad e inocuidad del producto.
- Informe técnico del proceso de elaboración del producto, con la firma del Responsable Técnico Químico Farmacéutico, Bioquímico Farmacéutico o Ingeniero en Alimentos;
- Ficha de estabilidad del producto, que acredite el tiempo máximo de consumo, con la firma del técnico responsable del estudio y representante del estudio y representante legal del laboratorio en el que fue realizado el mismo.
- Proyecto de rótulo o etiquetado del producto (dos originales y una copia), ajustada a los requisitos que exige la Norma Técnica INEN 1334-Rotulado de productos alimenticios para consumo humano, parte A y Parte B.
- Permiso Sanitario de Funcionamiento de la planta procesadora del producto actualizado y otorgado por la autoridad de salud competente, se aceptará su copia certificada / notariada.
- Factura a nombre del Instituto Nacional de Higiene, por derecho de Registro Sanitario establecido en la ley.

(ANEXO V)

2.1.11 CERTIFICADO FITOSANITARIO

Los certificados fitosanitarios se expiden para indicar que los envíos de plantas, productos vegetales u otros artículos reglamentados cumplen los requisitos fitosanitarios de importación especificados y son conformes a la declaración de

certificación del modelo de certificado apropiado. Los certificados fitosanitarios deberán expedirse exclusivamente con este fin.

2.1.11.1 PROCEDIMIENTO PARA OBTENCIÓN DE CERTIFICADO FITOSANITARIO

- El importador del país de destino, Estados Unidos, envía una carta al vendedor en Ecuador dirigido al Director General de Agrocalidad con todos los requerimientos fitosanitarios que debe cumplir el producto. A continuación se detalla lo requerido por el cliente:
 - La quinua debe ser 100% natural.
 - El nivel máximo aceptable de saponina en la quinua para consumo humano debe estar entre 0.06 y 0.12%.
- Agrocalidad con esta información está lista para realizar la inspección debida del producto.
- El exportador deberá cumplir con los siguientes requisitos para registrarse en Agrocalidad como productor - exportador:
 - RUC actualizado (notariado)
 - Croquis finca o planta
 - Nombramiento del representante legal (notariado)
 - Copia de cédula del representante legal (notariado)
 - Copia de constitución legal de la empresa (notariado)
 - Tasa de \$80,00 (Cta. BNF N° 0010000926)
 - Llenar formato de solicitud de registro Productor Exportador (Agrocalidad)

Todos estos documentos son enviados para aprobación de Agrocalidad en Quito y creación de código de exportador.

- Una vez realizado el registro en Agrocalidad y con el requerimiento fitosanitario del país importador se realiza una solicitud a AGROCALIDAD dirigida al Director General, donde se describe el producto, cantidad, fecha estimada embarque, nombre buque, N.- viaje.
- Cancelar USD 50,00 (dólares americanos), para la inspección del sitio de producción.
- Una vez cumplido con las formalidades antes mencionadas AGROCALIDAD asigna un Inspector para que realiza la inspección del producto acorde a la información presentada, el mismo que emitirá el Pre-certificado.
- Este pre-certificado es enviado a un contacto para que ingrese al distrito de salida (Guayaquil)
- Se elabora un archivo detallando información definitiva sustentada por factura original
- La persona interesada deberá realizar un archivo con el formato del certificado definitivo y acercarse a las Oficinas de Cuarentena Vegetal de AGROCALIDAD, localizados en los diferentes puertos marítimos, aeropuertos, y puertos terrestres de las fronteras. Deberá entregar la siguiente documentación:

Factura \$50 del pago, copia

Factura verde \$4 (pago emisión del Pre-certificado)

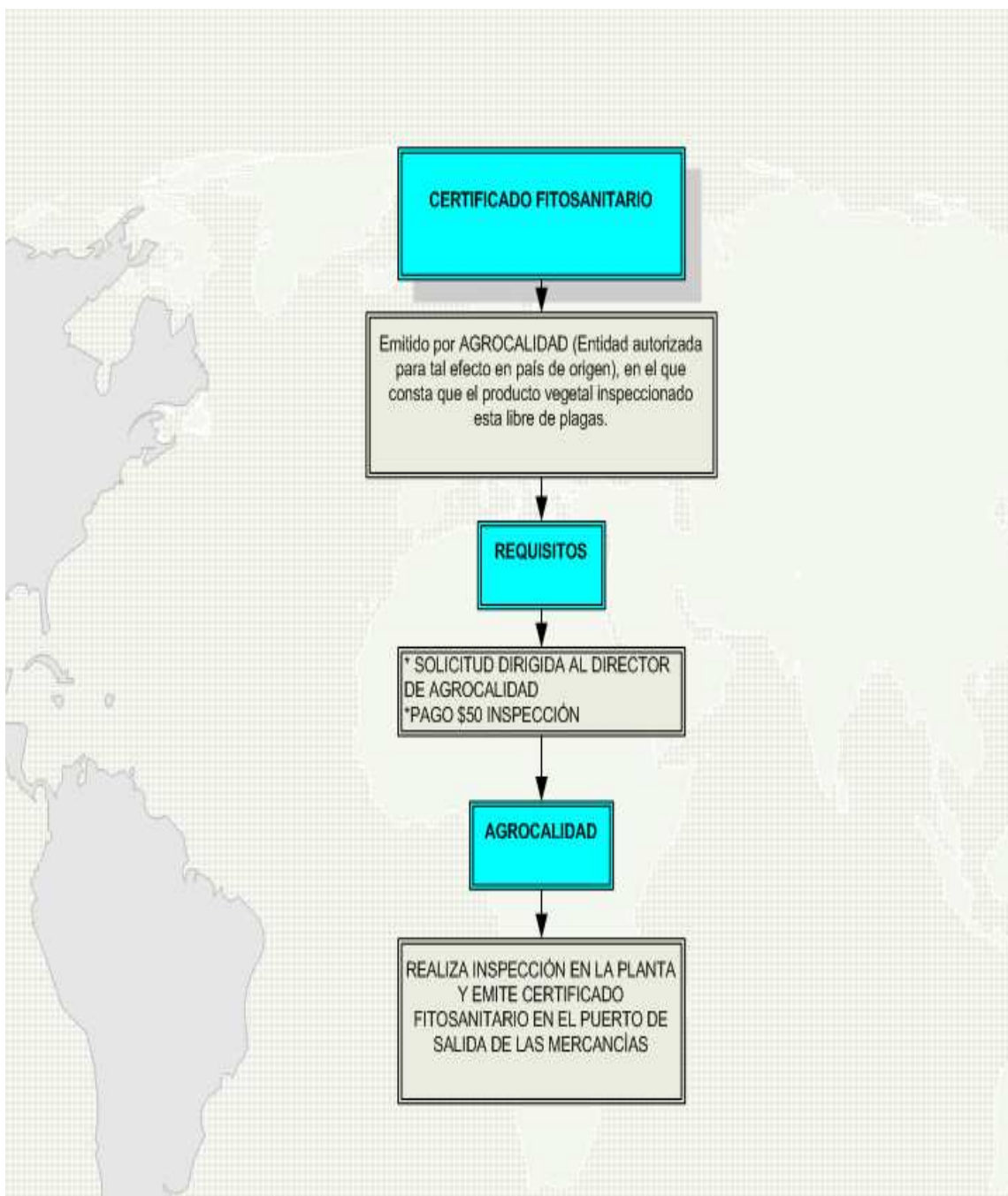
Precertificado

Archivo con formato

Orden de embarque

2.1.11.2 FLUJOGRAMA

GRAFICO N.- 13 OBTENCION DEL CERTIFICADO FITOSANITARIO



FUENTE: AGROCALIDAD.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

La información antes mencionada se encuentra en la Resolución 241 del 17 de junio de 1999 que se refiere a los Procedimientos Armonizados de Certificación Fitosanitaria para Exportación y Reexportación (ANEXO VI) y a la Resolución 239 del 17 de junio de 1999 en el cual, se detalla las Directrices para la expedición de Certificados Fitosanitarios (ANEXO VII)

GRAFICO N.- 14
FORMATO CERTIFICADO FITOSANITARIO EMPRESA CEREALES
ANDINOS

		REPUBLICA DEL ECUADOR MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, ACUACULTURA Y PESCA AGENCIA ECUATORIANA DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL AGRO - AGROCALIDAD	
CERTIFICADO FITOSANITARIO DE EXPORTACIÓN PHYTOSANITARY CERTIFICATE FOR EXPORT		Nº =0324573	
Organización de Protección Fitosanitaria de Ecuador Plant Protection organization of Ecuador		A: Organización (es) de Protección Fitosanitaria de TC: Plant Protection Organization (s) of ESTADOS UNIDOS	
I. Descripción del Envío / Description of Consignment			
1. Nombre y dirección del exportador Name and address of exporter CEREALES ANDINOS SECTOR QUITUMBE DE 34 CALLE Y LOTE 3 QUITO-ECUADOR		2. Nombre y dirección declarados del destinatario Declared name and address of consignee ANDEAN PARTNERS INC DBA INCA ORGANICS PUE 200 TOLAND ST. SAN FRANCISCO CA	
3. Lugar de origen / Place of origin QUITO - ECUADOR		4. Medios de transporte declarados / Declared means of conveyance HAMMONIA BEROLINA 6379-034N	
5. Punto de entrada declarado / Declared point of entry OAKLAND - ESTADOS UNIDOS		6. Marcas distintivas / Distinguishing marks CEREALES ANDINOS S.A	
7. Número y descripción de los bultos Number and description of packages 500 FUNDOS		8. Cantidad declarada y nombre del producto Name of produce and quantity declared 20 000 KG QUINUA	
9. Nombre botánico de las plantas Botanical name of plants NINGUNO			
II. Declaración Adicional / Additional Declaration NINGUNO			
III. Tratamiento de Desinfección y/o Desinfestación / Desinfection and/or Desinfestation Treatment			
10. Fecha / Date NINGUNO		11. Tratamiento / Treatment NINGUNO	
12. Producto químico (ingrediente activo) Chemical (active ingredient) NINGUNO		13. Duración y temperatura Duration and temperature NINGUNO	14. Concentración Concentration NINGUNO
15. Información adicional (Additional information) 001-952-6088		Nombre y Funcionario Autorizado (Authorized Officer) Ing. Luis Mata INSPECTOR FITOSANITARIO	
Lugar de expedición Place of issue PUNTO MARITIMO-GUAYAQUIL 02 FEBRERO DEL 2011		PUNTO MARITIMO GUAYAQUIL ACCESO A MERCADO	

FUENTE: AGROCALIDAD.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

2.12 REQUISITOS PARA SER AFILIADO A FEDEXPOR

- Exportar o tener la intención de hacerlo en corto plazo
- Llenar la solicitud de afiliación
- En caso de Gremio, una copia de los estatutos
- Copia de Constitución de la Empresa
- Copia del RUC.
- Copia de nombramiento de Representante Legal.
- Cancelar por una sola vez el valor de la afiliación. (esto dependerá al monto en dólares que se exporte esto oscila entre \$65.00 y \$140.00)
- Trimestralmente cancelar el valor de la membresía. (\$143.00)

La solicitud no será procesada sino esta acompañada de todos los documentos antes mencionados.

GRAFICO N.- 15 FORMATO SOLICITUD DE AFILIACIÓN FEDEXPORT

Solicitud de Afiliación

DATOS DE LA EMPRESA

Razón Social *
RUC:
Ciudad:
Dirección *
Teléfono *
Fax *
Casilla Postal *
e-Mail *
Web Site *

INFORMACION SOBRE PERSONAL EJECUTIVO

Representante Legal E-mail:
Jefe de Comercio Exterior E-mail:
Jefe de Recursos Humanos E-mail:
Jefe de Planta E-mail:
Jefe de Producción E-mail:

ACTIVIDAD PRINCIPAL DE LA EMPRESA
Producción: Exportador: Comercializador: Servicios: Otros: Especifique:

PRODUCTOS QUE EXPORTA

Producto	Código NANDINA	Mercados de Destino
1.-		
2.-		
3.-		
4.-		
5.-		
6.-		
7.-		
8.-		
9.-		
10.-		

PERFIL DE LA EMPRESA

Fecha de Constitución (dd/mm/aaaa)
Fecha de Inscripción en Registro Mercantil (dd/mm/aaaa)
Número de Empleados
Fecha de Inicio de Exportaciones (dd/mm/aaaa)

Referencias Personales:
1.-
2.-

Referencias Comerciales:
1.-
2.-

Sector Productivo:
Exportación Anual 2003
Exportación Anual 2004
Estimado 2005
Requerimiento de Servicios e
Información que solicita de Fedexpor *

FUENTE: FEDEXPOR.

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

2.12.1 VENTAJAS DE LA AFILIACIÓN

La calidad de AFILIADO a FEDEXPOR, permitirá acogerse a los beneficios y tratamiento preferencial en la prestación de diversos servicios.

Dentro de los beneficios encontramos:

- Formarán parte del Directorio de Exportadores,
- El Sistema de Información Comercial: compradores, exportadores, estadísticas del Ecuador y del mundo de exportaciones e importaciones, requisitos para el ingreso de productos a varios mercados, etc.
- Capacitación en nuestro Centro de Entrenamiento Gerencial - CEG: descuentos y ventajas para asistir a nuestros cursos sobre comercio exterior, marketing internacional, aduanas, ventas y otros temas relacionados con las exportaciones,
- Certificación de origen: servicio Preferencial y rápido en la asesoría y firma. Asesoría en Comercio Exterior: requisitos y trámites para exportar, normas sanitarias, de origen, etc.
- Programa de Sistemas de Gestión, en la implementación y asesoría para sistemas de gestión como HACCP, ISO, OHSAS, entre otros.
- Recibir el Boletín Mensual NOTIASER escrito y electrónico que contiene información sobre el sector exportador.
- La revista trimestral "El Exportador"
- Ser parte del Directorio Anual de Exportadores, con circulación mundial.
- El gremio se verá robustecido con su participación activa a través de sus requerimientos, sugerencias y apoyo a la institución.

2.13 SELECCIÓN DEL TRANSPORTE

Para la transportación de quinua tenemos que realizar un análisis tanto del transporte local RIOBAMBA – GUAYAQUIL como el internacional GUAYAQUIL - OAKLAND.

2.13.1 DIRECTORIO DE EMPRESAS DE TRANSPORTE LOCAL

TABLA N.- 04

EMPRESAS DE TRANSPORTE LOCAL

Empresa	CONEX LOGISTICS
Contacto	Sr. Fernando Ron
Dirección	Los Motilones N40-576 y Carlos Guevara
	Ecuador - Pichincha, Quito
Teléfono	600 8778
Email:	fron@conex.com.ec

Empresa	QUITO LUZ DE AMERICA
Contacto	Ing. Carlos Moya
Dirección	Av. América y Cuero y Caicedo N34-345
	Ecuador - Pichincha, Quito
Teléfono	2 540-004
Email:	servicioalcliente@quitoluzdeamerica.com

Empresa	CORDOVILLA GATITO JUNIOR S.A
Contacto	Sra. Maria Loor.
Dirección	Av. Francisco de Orellana. Urbanización Alcance MZ 2093 villa 15. Terminal de Camiones Guayaquil:
Teléfono	(593 - 4) 6010711
Email:	gerencia33@yahoo.es

FUENTE: Asociación de transportistas pesados del Ecuador.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

TABLA N.- 05

CARACTERISTICAS EMPRESAS DE TRANSPORTE LOCAL.

EMPRESA	EXPERIENCIA	VENTAJAS	FORMA DE PAGO	PRECIO
CONEX LOGISTIC	20 años	Cargue y descargue sin costo adicional	70% anticipado y 30% con la factura	570,00
QUITO LUZ DE AMERICA	50 años	Cargue y descargue sin costo adicional, ISO 9001 Salud Ocupacional y Ambiente.	Crédito 15 días	550,00
CORDOVALLE	15 años		50 % anticipado y 50% entrega factura	550,00

FUENTE: Asociación de transportistas pesados del Ecuador.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

2.13.1.1 SELECCIÓN DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE LOCAL

La empresa de transporte nacional que se ha seleccionado ha sido Transportes Quito Luz de América debido a que tiene mayor experiencia en el transporte de carga y otorga la facilidad de crédito, es decir, pagar después de 15 días de la presentación de la factura. (ANEXO VIII)

2.14 DIRECTORIO DE EMPRESAS DE TRANSPORTE INTERNACIONAL

TABLA N.- 06

EMPRESAS DE TRANSPORTE INTERNACIONAL

Empresa	<u>ANCHOR SHIPPING S.A.</u>
Contacto	Lcda. Paulina Cadena Mejía
Dirección	Av. 6 de Dic. 2816 y James Orton, Edif. Josueth González Piso 2 Ofic. 1N
	Ecuador - Pichincha, Quito
Teléfono	2231932-2501864-2501851
Email:	manage@anchor.com.ec ; agent@anchor.com.ec

Empresa	<u>APL DEL ECUADOR S.A.</u>
Contacto	Sra. Brigitte Moreno de Torres
Dirección	Av. 9 de Octubre # 100 y Malecon, Edificio La Previsora Piso 26, Oficina 2605
Teléfono	2560238 - 2564767 – 2564463
Email:	apl_ecuador@apl.com ; brigitte_torres@apl.com

Empresa	<u>GREENANDES ECUADOR S.A.</u>
Contacto	Ing Luis Fernando Trujillo Seminario
Dirección	Junín 114 y Malecón. Edificio Torres del Río. Piso 5 Oficina 6
Teléfono	2302020
Email:	general@greenandes.com.ec

Empresa	<u>MAERSK DEL ECUADOR C.A.</u>
Contacto	Sr. Marcos Eduardo Hansen
Dirección	Av. Juan Tanca Marengo Km 1.8 y Jose Santiago Castillo S/N, Edificio CONAUTO, Piso 3
Teléfono	2682531-2682532
Email:	ecuadm@maersk.com ; ecutopsec@maersk.com

Empresa	<u>PORMAR TRANSPORTES PORMAR S.A.</u>
Contacto	Sr. Wulman Torres Severino
Dirección	Av. Los Angeles Km. 1.5 vía Perimetral (Bananapuerto)
Teléfono	2200688
Email:	iwong@la.dole.com ; wtorres1@la.dole.com ; chernandez2@la.dole.com ; famaiz1@la.dole.com

Empresa	<u>INCA LINES DEL ECUADOR</u>
Contacto	Sr. Julian Acosta
Dirección	Av. 9 de Octubre 2009 Guayaquil
Teléfono	593 4 237-0440
Email:	Gerencia@incalines.com.ec

FUENTE: Cámara Marítima del Ecuador.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

Para realizar un análisis de selección de la empresa de transporte internacional se ha tomado como referencia a las siguientes empresas navieras:

2.14.1 GREENANDES ECUADOR S.A: “Greenandes Ecuador S.A., Agentes para Ecuador del Grupo Evergreen Line., con sede en Taipei, es una agencia naviera que ofrece servicio de transporte y logística de carga a nivel nacional e internacional.

Comenzó operaciones en Guayaquil el 15 de abril de 2002. Y Su objetivo principal es satisfacer la demanda existente del movimiento de carga de Importación y Exportación, tanto dentro como fuera del País.

Greenandes Ecuador, consta de un recurso humano, de alto nivel con sólidos conocimientos y experiencia en comercio exterior, distribuido en sus 3 oficinas. Oficina Principal, ubicada en el centro de la zona comercial de Guayaquil, Departamento de Operaciones, a 2 km del Puerto Marítimo de Guayaquil, y la sucursal en el centro de Quito. Permitiéndole a Greenandes Ecuador, la capacidad de proveer a sus clientes la atención adecuada para satisfacer sus requerimientos.

Actualmente Greenandes Ecuador, se ha ganado la confianza y credibilidad de sus clientes gracias a la calidad del servicio brindado por su personal de primera, con eficiencia y tecnología de punta, logrando convertirse en una de las agencias navieras más importantes a nivel nacional.”

La tarifa Guayaquil – Oakland es \$ 1710,00 (ANEXO IX)

2.14.2 MAERSK DEL ECUADOR C.A.: “Maersk del Ecuador C. A. Agencia Naviera de Maersk Sealand, se estableció en Guayaquil en el año de 1995 inaugurando sus servicios en el Ecuador con la recalada de su primer buque M/N Maersk La Plata en el Puerto de Manta. Maersk Sealand ofrece a los importadores y exportadores ecuatorianos la oportunidad de movilizar carga seca o refrigerada en contenedores hacia y desde cualquier parte del mundo brindándoles el mejor servicio que les permite a través de un sistema global de computación, entre otros, conocer donde se encuentra exactamente su carga y cuál es su estimado tiempo de arribo. Además los contenedores refrigerados pueden moverse vía terrestre sin problema alguno, con generadores (clipon)

que permiten mantener la temperatura requerida durante todo el trayecto, asegurando la calidad del producto que transporta.

Debido a la gran acogida que tuvo la naviera desde un principio y a la creciente demanda de Mayo de 1996, Maersk Sealand inició sus operaciones desde y hacia el Puerto de Guayaquil contando en la actualidad con una recalada (llegada de una embarcación a un puerto o a un punto de la costa, como fin de su viaje o para continuar la navegación después de un reconocimiento) semanal con el servicio a través del Puerto de Balboa, Panamá.

Hoy en día, el servicio se extiende al Puerto de Manta, con una recalada semanal, dentro del servicio Balboa.

Adicionalmente cuenta con la Compañía OPERADORA DEL PACIFICO S.A., que se encuentra ubicada en la Ave. 25 de Julio, frente a la Base Naval Sur, en un área aproximada de 14.000 m².

Dentro de sus principales funciones como patio de almacenamiento de contenedores se encuentran:

- Almacenamiento de una flota de chasis.
- Almacenamiento de contenedores vacíos (secos y reefer).
- Mantenimiento y Reparación de los contenedores de la naviera Maersk Sealand.
- PTI (Pre Trip Inspection, Inspección antes del viaje) a contenedores refrigerados.
- Servicio de monitoreo a los contenedores refrigerados con carga, tanto de importación como de exportación.

Operadora del Pacífico cuenta con personal altamente calificado entrenado dentro y fuera del país. De esta manera el servicio que brinda es de primer orden para así poder cumplir con las estrictas regulaciones que Maersk Sealand tiene alrededor de todo el mundo.

Desde el año 1998, Maersk del Ecuador C.A. cuenta con su propia compañía de transporte denominada PACIFIC CONTAINER TRANSPORT S.A. Esta se

encuentra ubicada en el patio de Operadora del Pacífico, y en la actualidad utiliza modernos equipos que permiten localizar la carga en todos los lugares del país.”

La tarifa Guayaquil – Oakland es \$ 3.589 (ANEXO IX)

2.14.3 INCA LINES DEL ECUADOR.: “INCA LINES es una naviera de carga consolidada, es una empresa netamente peruana que inicia operaciones en agosto de 1998 con el firme objetivo de ser la auténtica alternativa como mayorista de carga marítima internacional en el Perú; NVOCC puro y neutral al servicio exclusivo de los Agentes de Carga (FREIGHT FORWARDERS) y Agentes de Aduana que operan en nuestro medio.

Atiende servicios de consolidación en importación y exportación. La cobertura comprende las rutas, desde y hacia, NORTEAMÉRICA, CENTROAMÉRICA, SUDAMÉRICA, ASIA Y EUROPA, siempre con frecuencias regulares y fijas.

INCA LINES S.A.C. cuenta con las principales representaciones del mundo, lo que permite brindar a sus clientes el total control y seguridad en el transporte de sus cargas, así como, absoluta confidencialidad en el manejo de su documentación.

Su alto nivel de eficiencia en el manejo de la carga consolidada ha permitido, por un lado, ser elegidos por APACIT (Asociación Peruana de Agencias de Carga Internacional) como la “MEJOR EMPRESA CONSOLIDADORA DE CARGA MARÍTIMA” en los dos últimos años, y por otro lado, recibir la certificación BASC

SERVICIOS - RUTAS

Ofrece los servicios de consolidación marítima en IMPORTACIONES y EXPORTACIONES para carga general seca y/o peligrosa.”

La tarifa Guayaquil – Oakland es \$ 2.041,00 (ANEXO IX)

GRÁFICO N.-16

ITINERARIO DE EXPORTACION

USA	VIA NEW YORK				
	NAVE	VIAJE	ETA CLX	ETA NYC	T/T
	CSAV CHICAGO	94	13-Jun	29-Jun	16 DIAS
	CCNI CARTAGENA	1036	20-Jun	05-Jul	16 DIAS
CAP MELVILLE	18	27-Jun	13-Jul	16 DIAS	
USA	VIA MIAMI				
	NAVE	VIAJE	ETA CLX	ETA MIA	T/T
	CSAV CHICAGO	94	13-Jun	25-Jun	12 DIAS
	CAP MELVILLE	18	27-Jun	09-Jul	12 DIAS

FUENTE: www.incalines.com

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

TABLA N.- 07

CUADRO COMPARATIVO DE TARIFAS DE TRANSPORTE INTERNACIONAL GUAYAQUIL - OAKLAND

GREENANDES ECUADOR S.A	MAERKS DEL ECUADOR C.A	INCA LINES DEL ECUADOR
\$ 1.710,00	\$3.589,00	2.041,00

FUENTE: Proformas empresas de transporte internacional.

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

2.14.4 SELECCIÓN DE LA EMPRESA DE TRANSPORTE INTERNACIONAL

Luego de realizar un análisis de costos y confiabilidad de navieras se ha seleccionado a **GREENANDES ECUADOR S.A**, ya que es una empresa que ofrece excelentes precios y servicios. Además nuestro cliente ha realizado anteriormente el transporte internacional de sus productos con esta naviera y a recibido un servicio de calidad.

2.15 SELECCIÓN DE LA EMPRESA DE SEGURO

Se va a realizar un contrato de seguro local, que cubra el traslado de la mercancía Riobamba – Guayaquil; para lo cual realizaremos un análisis de posibles empresas aseguradoras.

2.15.1 DIRECTORIO DE ASEGURADORAS

TABLA N.- 08
ASEGURADORAS ESPECIALIZADAS DENTRO DEL COMERCIO
EXTERIOR

Empresa	ALIANZA COMPAÑIA DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A.
Contacto	Lic. Pamela Morales
Dirección	AV.12 DE OCTUBRE N24-359 Y BAQUERIZO MORENO
	Ecuador - Pichincha, Quito
Teléfono	(593) (2) 2566143
Email:	pmorales@alianzaseguros.com.ec

Empresa	ATLAS COMPANIA DE SEGUROS S.A.
Contacto	Juan Carlos Pesantes
Dirección	PABLO ARTURO SUAREZ 105 Y AV.ELOY ALFARO
	Ecuador - Pichincha, Quito
Teléfono	(593) (2) 2223973
Email:	servicioalcliente@compañiadesequero.com

Empresa	COLONIAL COMPAÑIA DE SEGUROS Y REASEGUROS S.A.
Contacto	Luis Jácome
Dirección	AV.AMAZONAS N44-105 Y RIO COCA, P.2
	Ecuador - Pichincha, Quito
Teléfono	(593) (2) 2462286
Email:	seguroscolonials@colonial.com.ec

Empresa	COOPSEGUROS
Contacto	Dr. Daniel Santos
Dirección	Noruega 210 y Suiza
	Ecuador - Pichincha, Quito
Teléfono	(593) 02 292 1669 / 675
Email:	coopseguros@coopseguros.com

Empresa	HISPANA DE SEGUROS
Contacto	Juan Pablo Restrepo
Dirección	AV.ORELLANA Y JUAN LEON MERA, EDF.JUAN LEON MERA P.5
	Ecuador - Pichincha, Quito
Teléfono	(593) (2) 2238705
Email:	coopseguros@coopseguros.com

Empresa	PANAMERICANA DEL ECUADOR S.A.
Contacto	Sra. Nancy Arevalo
Dirección	AVS.PORTUGAL E12-72 Y ELOY ALFARO
	Ecuador - Pichincha, Quito
Teléfono	(593) (2) 2468840
Email:	segurospanamericana@pana.com

Empresa	SEGUROS DEL PICHINCHA
Contacto	Juan Pablo Restrepo
Dirección	AV.ORELLANA Y JUAN LEON MERA, EDF.JUAN LEON MERA P.5
	Ecuador - Pichincha, Quito
Teléfono	(593) (2) 2238705
Email:	coopseguros@coopseguros.com

Empresa	SEGUROS ORIENTE
Contacto	Juan Pablo Restrepo
Dirección	REP. DE EL SALVADOR 734 (N35 40) Y PORTUGAL ED. ATHOS
	Ecuador - Pichincha, Quito
Teléfono	(593) (2) 2458 400
Email:	oriente@segurosoriente.com

FUENTE: Directorio de Aseguradoras de la Superintendencia de Bancos.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

Para realizar la selección de la mejor opción de empresa aseguradora para nuestra mercancía hemos tomado como referencia las siguientes empresas:

2.15.1.1 COOPSEGUROS

“Coopseguros del Ecuador S.A. nace en el año 1970, mediante Acuerdo Ministerial No. 3719 recibiendo su personería jurídica, comenzando con sus operaciones de seguros con autorización de la Superintendencia de Bancos.

Surge como producto del desarrollo del sistema Cooperativo Ecuatoriano, el mismo que requería de una entidad de seguros propia, fundamentada en los más nobles principios cooperativos, que fusionados a las características filosóficas de protección y seguridad que sustentan la actividad aseguradora, provea de eficientes servicios al mercado ecuatoriano.

Misión

Garantizar la protección de los intereses de Cooperados y Clientes, mediante un aseguramiento excepcional con profesionalismo y solidaridad.

Visión

Ser una aseguradora cooperativa solvente, modelo de confianza a través de un excelente servicio, que supere las expectativas de nuestros clientes; respaldada con un equipo humano comprometido, exitoso y con un alto sentido de responsabilidad social.

Coberturas aprobados:

Pensando en situaciones diferentes de la vida y adaptándonos a necesidades específicas, presentamos a nuestros Clientes la siguiente gama de seguros:

- Vida Grupo
- Vida sobre Cartera de Préstamos
- Vida Individual
- Accidentes Personales
- Vida y Asistencia Médica
- Equipo y Maquinaria
- Equipo Electrónico
- Fidelidad
- Incendio y Líneas Aliadas
- Lucro Cesante por Incendio

- Lucro Cesante por Rotura de Maquinaria
- Multiriesgo Hogar
- Responsabilidad Civil
- Rotura de Maquinaria
- Robo y Asalto
- Todo Riesgo Construcción
- Todo Riesgo Montaje de Maquinaria
- Transporte
- Transporte de Dinero
- SOAT
- Vehículos Pesados
- Vehículos, todo riesgo”

2.15.1.2 SEGUROS DEL PICHINCHA:

“Seguros del Pichincha nace en 1995 como alianza estratégica entre el Banco Pichincha de Ecuador y Seguros Colmena de Colombia. Sin embargo, en el año 2001, la institución bancaria se transforma en el único accionista de la compañía.

La actividad principal de esta empresa es la ejecución de actividades y negocios de seguros y reaseguros, la misma que está regida por la Ley General de Compañías de Seguros y su Reglamento. Su objetivo es amparar los riesgos que afectan a las personas, sus familias y sus negocios.

Misión

Somos un equipo líder que contribuimos al desarrollo del Ecuador apoyando las necesidades financieras de las personas, de sus instituciones y de sus empresas.

Visión

Seguros del Pichincha es el líder de su mercado en imagen, participación, productos y calidad de servicios enfocando su esfuerzo hacia el cliente, anticipándose a sus necesidades, desarrollando a su personal y otorgando rentabilidad sostenible a sus acciones. “

2.15.1.3 SEGUROS ORIENTE:

“Es una aseguradora que opera en Quito y Guayaquil, está especializada en Fianzas y Vehículos, ofreciendo además otros Ramos Generales y Técnicos, Seguro de Crédito Doméstico y a la Exportación.

VISIÓN

Somos una empresa que protege el patrimonio de sus clientes entregando productos y servicios de seguros de clase mundial.

Somos referentes en calidad, transparencia y oportunidad.

RAMOS

Fianzas:

- Seriedad de Oferta
- Cumplimiento de Contrato
- Buen Uso de Anticipo
- Buen Uso de Materiales
- Garantía Aduanera
- Buen Uso Carta de Crédito

Seguro de Crédito:

- Seguro de Crédito a la Exportación
- Seguro de Crédito Doméstico

Generales:

- Vehículos
- Incendio y Aliadas
- Lucro Cesante
- Transporte
- Robo
- Responsabilidad Civil

- Accidentes Personales
- Fidelidad
- Entre Otros

Técnicos e Ingeniería:

- Todo Riesgo Contratista
- Todo Riesgo Montaje
- Equipo y Maquinaria
- Rotura de Maquinaria
- Equipo Electrónico”

2.15.1.4 DETERMINACIÓN DE LA EMPRESA DE SEGUROS.

Una vez realizado el análisis de las cotizaciones solicitadas elegimos a la empresa SEGUROS ORIENTE de acuerdo a las siguientes razones:

1.- La tasa ofertada por la mencionada compañía fue la más baja conforme el siguiente cuadro:

**TABLA N.-09
CUADRO COMPARTIVO DE TASAS DE SEGUROS**

SEGUROS ORIENTE	COOPSEGUROS	SEGUROS PICHINCHA
0,28%	0,30%	0,35%

FUENTE: Proformas proporcionadas por empresas aseguradoras.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

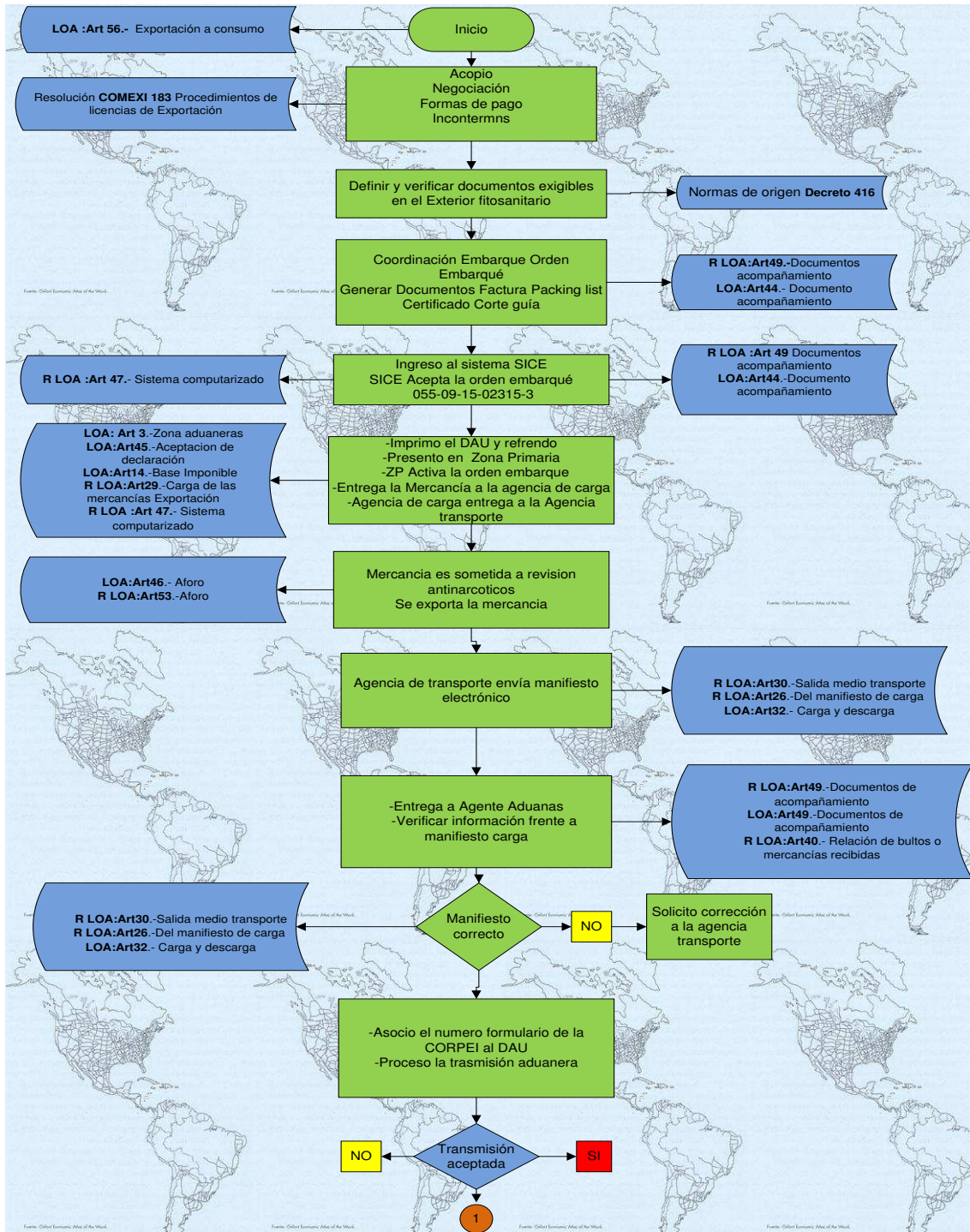
2.- Las tasas antes mencionadas hacen referencia a la cobertura de libre avería particular. A pesar de que COOPESEGUROS, si nos entrego una cobertura contra todo riesgo esta tenía una tasa muy alta del 0,80%.

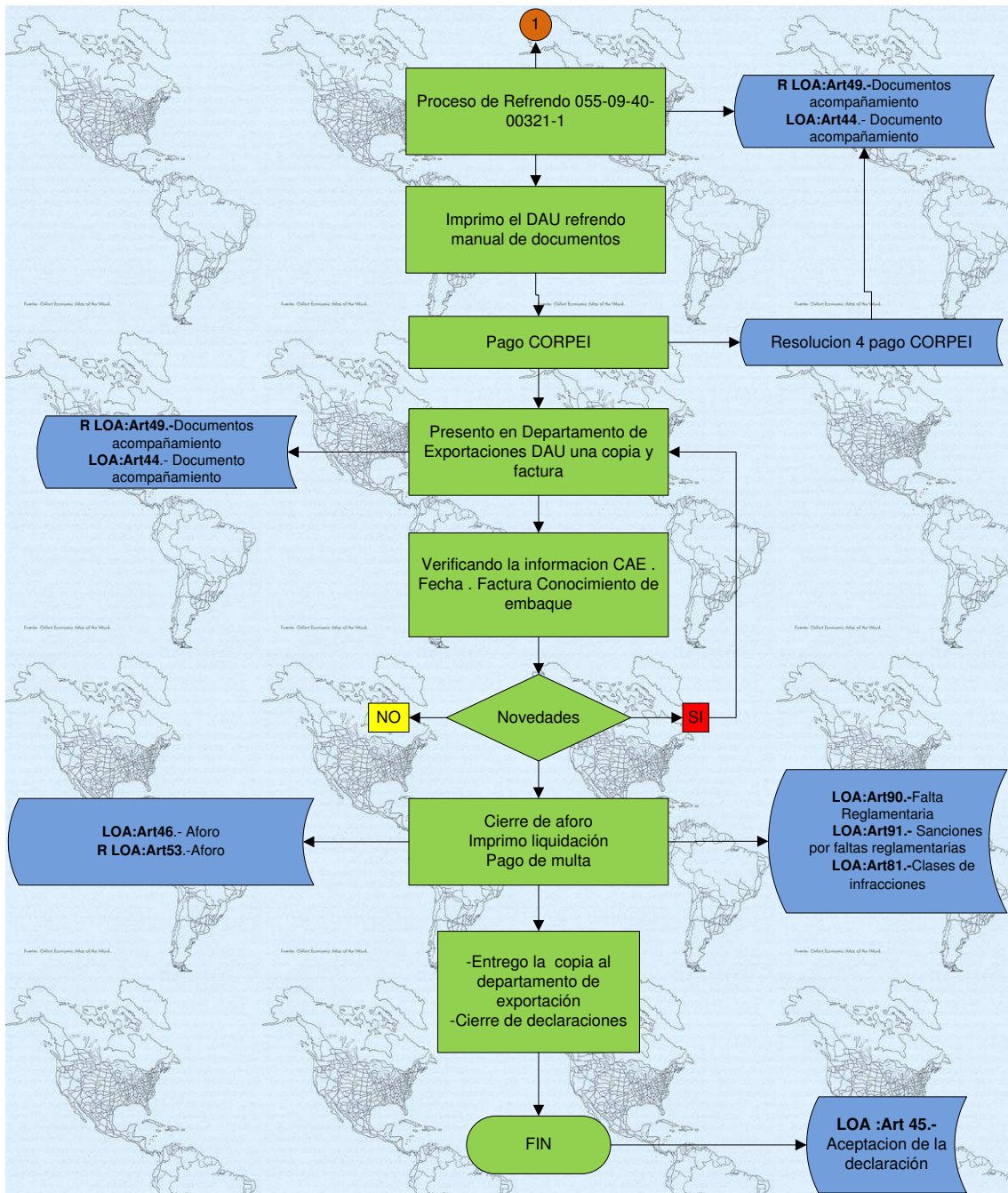
3.- Dados los puntos anteriores consideramos, como empresarios jóvenes el obtener la mejor tarifa para el envío de nuestra mercancía, ya que este valor es muy relevante al momento de establecer un costo a nuestro producto. Es muy importante acotar que Seguros Oriente es una empresa regulada por los entes de control pertinentes y que cuenta con un prestigio en el manejo de este ramo en el mercado asegurador; por lo que nos ofrece seguridad, buen precio y calidad. (ANEXO X)

2.1.16 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE EXPORTACION

2.1.16.1 FLUJOGRAMA DE EXPORTACIÓN.

GRAFICO N.- 17
FLUJOGRAMA DE EXPORTACIÓN





FUENTE: Ley Orgánica de Aduanas, Instituciones relacionadas al comercio exterior.
 ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

2.1.16.2 ORDEN DE EMBARQUE

2.1.16.2.1 TRANSMISIÓN DE ORDEN DE EMBARQUE

1. La orden de embarque es el documento que refleja la intención de exportar. Para la transmisión electrónica de la orden de embarque a la Corporación Aduanera Ecuatoriana, el exportador deberá utilizar el formato electrónico establecido para este efecto. La Orden de Embarque se elaborada en base a la factura-proforma (no necesariamente debe ser la definitiva).
2. Se debe realizar el envío dentro del plazo de vigencia de la Orden de Embarque, es decir, 30 días calendario.
3. El código que identifica a la Orden de Embarque es el (15).
4. La Orden de Embarque tendrá validez 30 días calendario, a partir de su transmisión por el SICE.
5. Una vez enviada la Orden de Embarque por el SICE, y si toda la información es correcta envía un mensaje de success caso contrario se genera un mensaje de error para realizar la modificación pertinente, cuando la Orden de Embarque ha sido aceptada el Agente de Aduana o el exportador recibirá el número de refrendo de la Orden de Embarque. Consta de la siguiente estructura:

- 028-2010-15-002654-1
- 028: Código del Distrito Aduanero
- 2010: Año de la Orden de Embarque
- 15: Régimen Aduanero
- 002654: Correlativo
- 1: Dígito Verificador

6. El agente de aduana, exportador o sus representantes, presentarán una Orden de Embarque por cada embarque, al Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual se embarcará la carga, la Orden de Embarque impresa, con el número de refrendo confirmado y sellado por el Agente de Aduana del trámite.

DATOS NECESARIOS PARA LLENAR LA ORDEN DE EMBARQUE:

Con la factura proforma se puede aperturar la orden de embarque, a través del SICE, los datos que deben llenarse son los siguientes:

- Nombre del Exportador.
- Nombre del Consignatario.
- Forma de pago.
- Vía de embarque.
- Destino.
- Partida arancelaria.
- Valor Unitario. FOB.

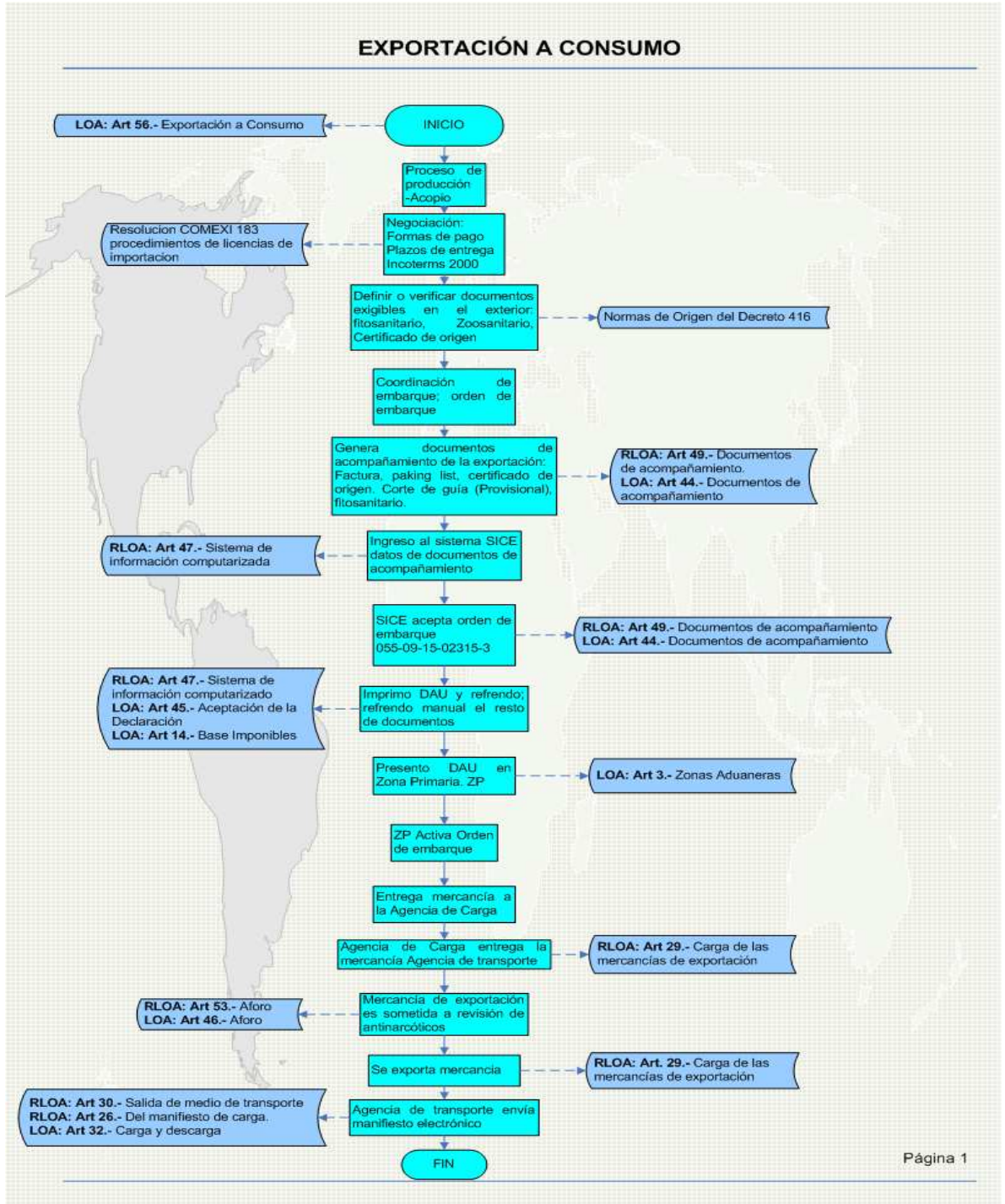
7. Con el número de refrendo se procede a imprimir la Orden de Embarque con la finalidad de presentarlo en Zona Primaria.

Una vez que la Orden de Embarque haya sido aceptada por el SICE, el exportador podrá movilizar su carga al recinto aduanero (zona primaria) donde se embarcan para ser enviadas al destino final.

Es muy importante que el ingreso a zona primaria sea registrado por parte de los funcionarios de la aduana para poder realizar la legalización de la misma, con la Orden de Embarque sellada y registrada en zona primaria se entrega a la agencia de carga.

IMPORTANTE: Las mercancías a ser exportadas que estén desprovistas del Orden de Embarque generará una multa del 10% sobre el valor FOB.

2.1.16.2.2 FLUJOGRAMA ORDEN DE EMBARQUE
GRAFICO N.-18
ORDEN DE EMBARQUE



FUENTE: Ley Orgánica de Aduanas, Entidades relacionadas al Comercio Exterior.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

GRAFICO N.- 19 ORDEN DE EMBARQUE

ADUANA DEL ECUADOR		REPUBLICA DEL ECUADOR DECLARACION ADUANERA UNICA										15695875		A	
A ADUANA / BANCO												B. REFRENDO			
01 No. ORDEN 000901 2010		02 ADUANA GUAYAQUIL - MAR			03 CODIGO 028		04 REGIMEN ORDEN DE EMBARQUE			05 CODIGO 15		06 FECHA/HORA TX.		09 NUMERO 028-10-15-002456-01	
05 # VTO BND 0		06 BANCO SIN VISTO			07 CIUDAD SIN VISTO		08 OFICINA			09 FECHA EMISION		10 TIPO DESPACHO 0) NORMAL		11 FECHA RECEP 15/03/2010	
C CONTRIBUYENTE / AGENTE												12 HORA 12:15			
10 IMPORTADOR/EXPORTADOR CEREALES ANDINOS S.A												13 CIUDAD QUITO			
13 DIRECCION PANAMERICANA SUR KM 9 1/2 SECTOR QU												14 TELEFONO 963867			
16 DECLARANTE / AGENTE MOSQUERA AULESTIA FRANCISCO VINICIO												15 NIVEL COMERCIAL 1			
17 CODIGO 3142												18 SECTOR 2.1			
19 CIU 9993												19 T.DECLARADO U\$D (IMPACIF; EXP=FOB) 57600.00			
D REGIMEN PRECEDENTE / DEPÓSITO															
20 REGIMEN PRECEDENTE												26 N.DESP PAR 0			
E CONSIGNANTE o CONSIGNATARIO / TRANSACCION															
27 CONSIGNANTE / CONSIGNATARIO ANDEAN PARTNERSHIP INC DBA INCA												30 PAIS PROCED.DESTINO ECUADOR			
28 DIRECCION PUE 200 TOLAND ST												29 BENEFICIARIO DE GIRO CEREALES ANDINOS S.A			
31 NATURALEZA TRANSACCION GIRO DIRECTO												37 ALMACEN			
32 FORMA DE PAGO 0												38 CODIGO DE ENDOSO EXPORTACION A			
33 EX.CIE 00															
34 C.ORG.															
35 OT.EX.															
36 MT.VL.															
37 ALMACEN															
38 TIPO DE TRATAMIENTO 0															
39 CODIGO DE SOLICITUD DE AFORO															
40 Cód.de PRGD.ACOG. DESP. URGENTE															
F TRANSPORTE															
42 VIA DE TRANSPORTE MARITIMO												47 LINEA DE TRANSPORTE			
43 CODIGO 1												48 CODIGO I			
44 FECHA EMBARQU												49 FECHA LLEGADA			
45 CARGA CARGA												46 BANDERA			
48 COD MANIFIESTO 028												51 #.CONOC.G. AEREA /C.PORTE			
49 TIPO MANIF 04												52 #.MANIFIESTO			
50 AG.CARGA/TRANSP												53 COD.			
54 N.NAVE/LAREREA/MAT.VE												55 NAVE/LAREREA/MAT.VE			
52 NOM NAVE/MATRIC. VEH												57 PAIS DESTINO ESTADOS UNIDOS			
53 ADUANA SALIDA 028												58 T.TRAT. I			
54 VIA SALIDA												59 ADUANA DESTINO			
55 ADUANA DESTINO												60 TIPO DESTINO 2			
56 PAIS DESTINO ESTADOS UNIDOS												61 T.TRAT. I			
G DETERMINACION BASE IMPONIBLE															
59 CONCEPTO												60 MONEDA			
61 T.CAMB.USD												62 TOTAL MONEDA TRANSACCION			
63 TOTAL EN DOLARES USD												64 TOTAL EN MONEDA NACIONAL			
65 FOB												66 USD			
67 FLETE												68 USD			
69 SEGURO												70 USD			
71 VALOR ADUANA												72 USD			
73 TOTAL SERIES PARTIDAS 1												74 PESO NETO (Kilos) 20000.00			
75 PESO BRUTO (Kilos) 20000.00												76 TOTAL BULTOS 800.00			
77 TOTAL CONTENEDORES 0												78 TOTAL U FISICAS 20000.00			
79 TOTAL U COM. 800.00															
H DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO															
80 CLASE												81 EMISOR			
82 NÚMERO												83 PAIS			
84 TIPO												85 FECHA			
86 EMISOR												87 DESDE			
87 PAIS												88 HASTA			
88 FECHA												89 # SR.			
89 DESDE												90 PARTIDA NANDINA			
90 HASTA												91 MONEDA			
91 # SR.												92 MONTO USD.			
92 PARTIDA NANDINA															
93 MONEDA															
94 MONTO USD.															
95 CLASE															
96 NÚMERO															
97 TIPO															
98 EMISOR															
99 PAIS															
100 FECHA															
101 DESDE															
102 HASTA															
103 # SR.															
104 PARTIDA NANDINA															
105 MONEDA															
106 MONTO USD.															
I DECLARACION DE LA MERCADERIA															
80 No. SERIE												81 TIPO SUFICIO			
82 SUBPARTIDA NACIONAL												83 BREVE DESCRIPCION DE LA MERCADERIA			
84 I												85 0000			
86 1008.90.19.00 - 0												87 -- LOS DEMAS			
88 000												89 000			
90 ECUADOR												91 239			
92 FOB USD												93 57,600.00			
94 FLETE USD												95 SEGURO USD			
96 CIF USD															
J OBSERVACIONES															
81 SECUENCIA												82 TIPO OBS.			
83 CONTENIDO OBS															
K FIRMAS Y SELLOS															
FIRMA CONTRIBUYENTE												FIRMA DECLARANTE			
OBSERVACIONES												CÓD. Y FIRMA AFORADOR			

FUENTE: SICE (Sistema Interactivo de Comercio Exterior).
ELABORADO POR: Sofia Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

2.1.16.2.3 GENERACIÓN DEL NÚMERO DE MANIFIESTO DE CARGA.

La empresa transportista antes de la salida del medio de transporte deberá obtener el número de manifiesto de carga de exportación a través del SICE. La agencia naviera transmitirá dentro de 48 horas luego de la salida del medio de transporte, el Manifiesto de Carga, este se validará con la información de la fase de Post Embarque.

El número de manifiesto de carga para todos los medios de transporte serán numerados correlativamente por la CAE. Este número es correlativo formando parte de la identificación del Manifiesto de Carga y demás documentos relacionados.

2.1.16.2.4 COORDINACIÓN CON LA NAVIERA

La naviera juega un papel muy importante en el transporte de la mercancía con destino a Estados Unidos. Se debe escoger la Agencia de transporte o carga, que es quien se encarga de llevar nuestra mercancía a Oakland - California. Para una buena coordinación establecemos tiempos estimados de transporte y términos de negociación. Se debe llamar a la naviera para realizar la reservación de espacio, con la confirmación de un espacio la naviera envía un draft del B/L con los datos solicitados por el exportador, el mismo que revisa esta información y si está toda la información correcta la naviera lo imprime caso contrario realiza las modificaciones solicitadas y luego se procede a la impresión del Conocimiento de Embarque (**3 originales y 3 copias no negociables**).

Llamamos a la naviera GREENANDES, confirmamos el espacio en el contenedor, reservamos el contenedor y solicitamos la orden de retiro del mismo en los patios ubicados en Calderón.

Para nosotros retirar el contenedor debemos dejar una garantía de \$400,00 (cheque o efectivo, en las oficinas).

2.1.16.2.5 CARGA DE LA MERCANCÍA

Llamamos a la Empresa QUITO LUZ DE AMÉRICA para coordinar la reservación de un camión para el retiro del contenedor designado por la naviera para lo cual enviamos al Sr. transportista la orden de retiro del contenedor el cual es emitido por la naviera; para que pueda ir al patio indicado y proceda a retirarlo. Con el contenedor se dirigen a la planta donde está la quinua. El transportista retira el sello entregado por la naviera. Para este trabajo se utiliza aproximadamente 5 personas.

2.1.16.2.6 SALIDA DE LA MERCANCIA

De las bodegas (Riobamba) se carga la mercancía con destino al Puerto de Guayaquil, es enviado con el custodio de la mercancía con los documentos (Guía de remisión, Orden de Embarque) necesarios para el ingreso a zona primaria.

2.1.16.2.7 LLEGADA AL PUERTO DE GUAYAQUIL

Antes de ingresar a zona primaria se debera realizar lo siguiente:

Se debe entregar los siguientes documentos para que el carro ingrese a CONTECON:

- Orden de Embarque: este documento deberá ser entregado en el distrito de salida de la carga, una vez sellado se procede al ingreso de la mercancía a zona primaria.
- Guía de remisión: en este documento constan los productos que han sido cargados en el contenedor.
- Guía de transporte: en este documento constan los productos, Número de AISV (Autorización de Ingreso y Salida del Vehículo), nombre del agente, naviera, sello del contenedor, nombre del transportista, agente, fecha de salida y puerto de carga y despacho.
- Autorización de Ingreso y Salida del Vehículo: este documento se lo realiza por internet en la página www.contecon.com previamente a la obtención de una clave otorgada al exportador, en este documento se registra la mercancía, sello, N. de contenedor, peso neto, tara, buque, naviera, puerto de

embarque, puerto de destino, datos del chofer del transporte. Es importante tener en cuenta que este documento debe realizarse antes del ingreso a zona primaria.

IMPORTANTE: el contenedor deberá ingresar al puerto 12 horas antes al arribo del buque; caso contrario no entrará en el manifiesto de carga y se perderá el vapor generando costos adicionales de almacenaje, ya que se deberá esperar el próximo buque.

2.1.16.2.8 INGRESO DE LA MERCANCIA A LOS PATIOS DEL PUERTO DE GUAYAQUIL

Una vez que las mercancías ingresa al terminal portuario, terminales de almacenamiento; se deberá esperar para la selección aleatoria de la Orden de Embarque. Una vez que la persona encargada de realizar el reconocimiento de las mercancías (físico o documental), se registra el sello de admitido o ingresado en la Orden de Embarque, consignado la cantidad de bultos y peso de la mercancía recibida.

SELECCIÓN ALEATORIA

El Sistema Informático de la Aduana realiza la selección aleatoria para el reconocimiento físico o documental de acuerdo a: bajo, mediano o alto riesgo; teniendo en cuenta las disposiciones legales y criterio de aleatoriedad.

Cuando se produce la aceptación directa (sujeta a aforo de documentos electrónicos) se realiza mediante el cruce de los datos contenidos en los formatos electrónicos DAUHDR01 y DAUDET01, con los del formato DAUDOCAS.

2.1.16.2.9 INSPECCIÓN ANTINARCÓTICOS

- Policía Notifica a Naviera
- Naviera notifica al exportador que aleatoriamente su mercancía deberá pasar la inspección antinarcóticos.
- El exportador deberá realizar una carta dirigida a la Policía Nacional del Ecuador Dirección Nacional de Antinarcóticos. En esta carta deberá constar (Exportador, comprador, vapor, naviera, mercancía, destino, hora y fecha de inspección)

- Conjuntamente con esta carta se deberá realizar el depósito para tal efecto, este valor dependerá del puerto (CONTECON \$108,50)
- La inspección durará de 3 a 4 horas.
- Se entregará al exportar los datos de los nuevos sellos.
- La Dirección Nacional de Antinarcóticos emitirá un informe de la inspección.

2.1.16.2.10 MERCANCÍA A BORDO

La mercancía se procede a embarcar en el buque, de acuerdo al itinerario de la navier. La exportación de quinua se realizará en un contenedor de 20', ya que este cubre las necesidades de espacio y capacidad para los 800 sacos de quinua de 25 kg.

**GRAFICO N.- 20
CONTENEDOR 1 X 20'**



FUENTE: www.affari.com.ar
ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

TABLA N.- 10
CARACTERÍSTICAS DE UN CONTENEDOR DE 20 PIES

Tamaño:	Largo	Ancho	Alto
Exterior	20' = 6096 mm	7' 9.25" = 2370 mm	8'6" = 2591 mm
Interior	19' 5.75" = 5935 mm	7' 8" = 2335 mm	7' 9.75" = 2383 mm
Puertas		7' 8" = 2335 mm	7' 6.25" = 2292 mm

Peso:	
Max. Bruto	52910 lbs = 24000 kg
Tara	4585 lbs = 2080 kg
Max. Contenido	48325 lbs = 21920 kg
Volumen:	1197.25 cu. ft. = 33.9 cub. m

FUENTE: www.affari.com.ar

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

Con la información de la capacidad del contenedor donde se cargará la quinua luego de haber realizado un cálculo de cubicaje se determina exactamente la cantidad de sacos de quinua de 25Kg. que ingresarán, para lo cual hay que tener en cuenta que no se debe enviar el contenedor completamente lleno, sino enviar una cantidad prudente que no cause daños a la mercancías.

Se exportará un total de 800 sacos de quinua de 25 kg cada uno, de acuerdo a las negociaciones realizadas.

2.1.16.3 RUTA DE EMBARQUE

GRÁFICO N.- 21



FUENTE: www.evergreen-marine.com

ELABORADO POR : Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

La ruta de embarque es la siguiente:

- Guayaquil.
- Puerto de Panamá - Colón (escala).
- Oakland, Ca (Estados Unidos).

Con la información de la ruta que tendrá el embarque se conocerá los puertos por donde atravesará la mercancía y en que puerto se realizará el desembarque de la misma, contando con información detallada de las actividades a realizarse en cada uno de ellos.


En base a esta información, se tendrá un control detallado de los movimientos de la nave, para que el cliente en los Estados Unidos este siempre informado; ya que esta manera se podrá satisfacer la necesidad de información. Además, el importador al conocer exactamente cuando arriverá su mercancía al país de destino, tomará las medidas necesarias para la nacionalización inmediata para poder cumplir con sus obligaciones de entrega dentro de los plazos establecidos.

GRAFICO N.- 22 TIEMPO DE TRÁNSITO

Sailing Schedules (Search by Point)

The schedules from **GUAYAQUIL** to **OAKLAND, CA** after **MAR-02-2010** are as following :

Seq	Intermodal	Transportation Port	Cut Off Date	Departure Date	Service	Vessel Voyage	Next Service	Transit Time (days)	Remark
1	----	GUAYAQUIL	MAR-13-2010 23:59	MAR-16-2010	<u>PWS</u>	<u>HAMMONIA BEROLINA 0407-041N</u>	<u>NUE</u>	18	

 The estimated schedule is considered for information purpose only and the Carrier may update, revise this schedule from time to time without any prior

Routing Details							
Seq	Location		Departure Date	Arrival Date	Service	Vessel Voyage	Transit Time (days)
	From	To					
1	GUAYAQUIL	GUAYAQUIL	MAR-15-2010	MAR-16-2010	----	----	1
2	GUAYAQUIL	COLON CONTAINER TERMINAL	MAR-16-2010	MAR-20-2010	PWS	HAMMONIA BEROLINA 0407-041N	4
3	COLON CONTAINER TERMINAL	COLON CONTAINER TERMINAL	MAR-20-2010	MAR-22-2010	WAITING	----	2
4	COLON CONTAINER TERMINAL	OAKLAND, CA	MAR-22-2010	APR-01-2010	NUE	EVER DYNAMIC 0419-068W	10
5	OAKLAND, CA	OAKLAND, CA	APR-01-2010	APR-02-2010	Intermodal	----	1
Total Transit Time (Including Waiting Time) : 18 day(s)							
<input type="button" value="Close"/>							

FUENTE: www.evergreen-marine.com

ELABORADO POR: Sofia Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

En base a la información sobre a los horarios anteriormente detallados, se podrá tener un control detallado del estado del buque en este caso de HAMMONIA BEROLINA 0407-041N, en el cual será transportado la quinua desde Guayaquil hacia Oakland-California.

Es muy importante porque al saber exactamente en que puertos esta nuestro producto podremos comunicarnos con el agente de la empresa naviera, para saber las novedades que se han presentado y los tiempos necesarios para la nacionalización de la mercadería.

GRAFICO N.- 23 HORARIOS DE SALIDA BUQUES

VESSEL		CCT	BVT	GYE	CAL	IQQ	SAI	MRI	CAL	GYE	BVT	CCT
HAMMONIA FORTUNA 0405-038	ETA	03-feb	06-feb	08-feb	12-feb	15-feb	18-feb	20-feb	22-feb	25-feb	28-feb	04-mar
	ETD	04-feb	07-feb	09-feb	13-feb	16-feb	18-feb	21-feb	24-feb	27-feb	01-mar	06-mar
HAMMONIA BEROLINA 0407-041	ETA	16-feb	19-feb	22-feb	24-feb	27-feb	02-mar	05-mar	07-mar	10-mar	12-mar	16-mar
	ETD	18-feb	20-feb	23-feb	25-feb	28-feb	03-mar	06-mar	08-mar	11-mar	13-mar	18-mar
EURUS OSLO 0408-061	ETA	25-feb	28-feb	03-mar	06-mar	OMIT	11-mar	14-mar	17-mar	20-mar	22-mar	25-mar
	ETD	27-feb	01-mar	04-mar	07-mar		11-mar	15-mar	18-mar	21-mar	23-mar	27-mar
HAMMONIA FORTUNA 0409-039	ETA	04-mar	08-mar	10-mar	14-mar	17-mar	20-mar	22-mar	24-mar	27-mar	30-mar	02-abr
	ETD	06-mar	09-mar	11-mar	15-mar	18-mar	21-mar	23-mar	26-mar	29-mar	31-mar	04-abr
HAMMONIA BEROLINA 0410-042	ETA	16-mar	19-mar	21-mar	24-mar	27-mar	30-mar	01-abr	03-abr	06-abr	09-abr	12-abr
	ETD	18-mar	20-mar	22-mar	25-mar	28-mar	30-mar	02-abr	04-abr	08-abr	10-abr	14-abr
EURUS OSLO 0411-062	ETA	25-mar	28-mar	31-mar	03-abr	OMIT	08-abr	11-abr	14-abr	17-abr	19-abr	22-abr
	ETD	27-mar	29-mar	01-abr	04-abr		08-abr	12-abr	15-abr	18-abr	20-abr	24-abr

Remark:

1. CCT = Colon Container Terminal	4. GYE = GUAYAQUIL, Ecuador	7. VAL = VALPARAISO, Chile
2. PNM = Panama Canal	5. CAL = CALLAO, Peru	8. MRI = MATARANI, Peru.
3. BVT = BUENAVENTURA, Colombia	6. IQQ = IQUIQUE, Chile	9. SAI = SAN ANTONIO, Chile.

FUENTE: www.evergreen-marine.com

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

En base a los horarios de todas las naves con que cuenta la naviera Greenandes del Ecuador, se seleccionará alternativa que se ajuste a nuestras necesidades, programando de esta manera las futuras exportaciones de acuerdo a la disponibilidad de naves.

GRAFICO N.- 24 ROTACIÓN DEL BUQUE

Vessel Schedule		
Vessel Name : HAMMONIA BEROLINA		
Voyage : 0407-041N		
Port	ETA	ETD
IQUIQUE	03/01	03/02
SAN ANTONIO	03/04	03/08
MATARANI	03/10	03/11
CALLAO	03/13	03/14
PAITA	----	----
GUAYAQUIL	03/15	03/16
BUENAVENTURA	03/17	03/18
PANAMA CANAL	03/19	03/20
COLON CONTAINER TERMINAL	03/20	03/22

FUENTE: www.evergreen-marine.com

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

La planificación de las exportación se basará la información de rotación del buque, ya que se conoce exactamente cuando estará en el puerto de Guayaquil la nave.

2.1.17 REGULARIZACIÓN DE LA EXPORTACIÓN

1. La Orden de Embarque deberá ser regularizada dentro del plazo de 15 días hábiles de la fecha de embarque de la mercancía, con la transmisión de la DAU definitiva de exportación.

2. Si la documentación no es presentada en el Departamento de Exportaciones de la CAE dentro de los 15 días posteriores a la fecha de embarque la declaración cae en abandono tácito, generándose una falta reglamentaría (\$26,28) la misma que deberá ser cancela el momento que se realiza el aforo.

3. Previo al envío de la DAU definitiva, en base al documento de transporte (B/L) se obtiene el Manifiesto de carga, los mismos que deberán coincidir en: peso, bultos manifestados, fecha de embarque, Naviera, Puerto de descarga, etc.

4.- Si la información del manifiesto de carga y del conocimiento de embarque es correcta, se transmitirá la DAU definitiva de exportación, para lo cual se utilizará el código de régimen 40.

5.- El SICE comparará la información de la DAU versus la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es correcto, se enviará un mensaje de aceptación al agente de aduana con el refrendo. A continuación se detalla la estructura del mismo:

■ 028 – 2010 – 40 – 005241 – 1

■ 028: Código de Distrito Aduanero

■ 2010: Año de la Exportación a Consumo

■ 40: Código de identificación de la Exportación a consumo

■ 005241: Correlativo

■ 1: Dígito Verificador

6.- La DAU definitiva se transmitirá haciendo referencia al archivo DAUREGAP de los Regímenes Precedentes, en este caso, la Orden de Embarque.

7.- Impreso el DAU (40) el exportador o agente de aduana presentará ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:

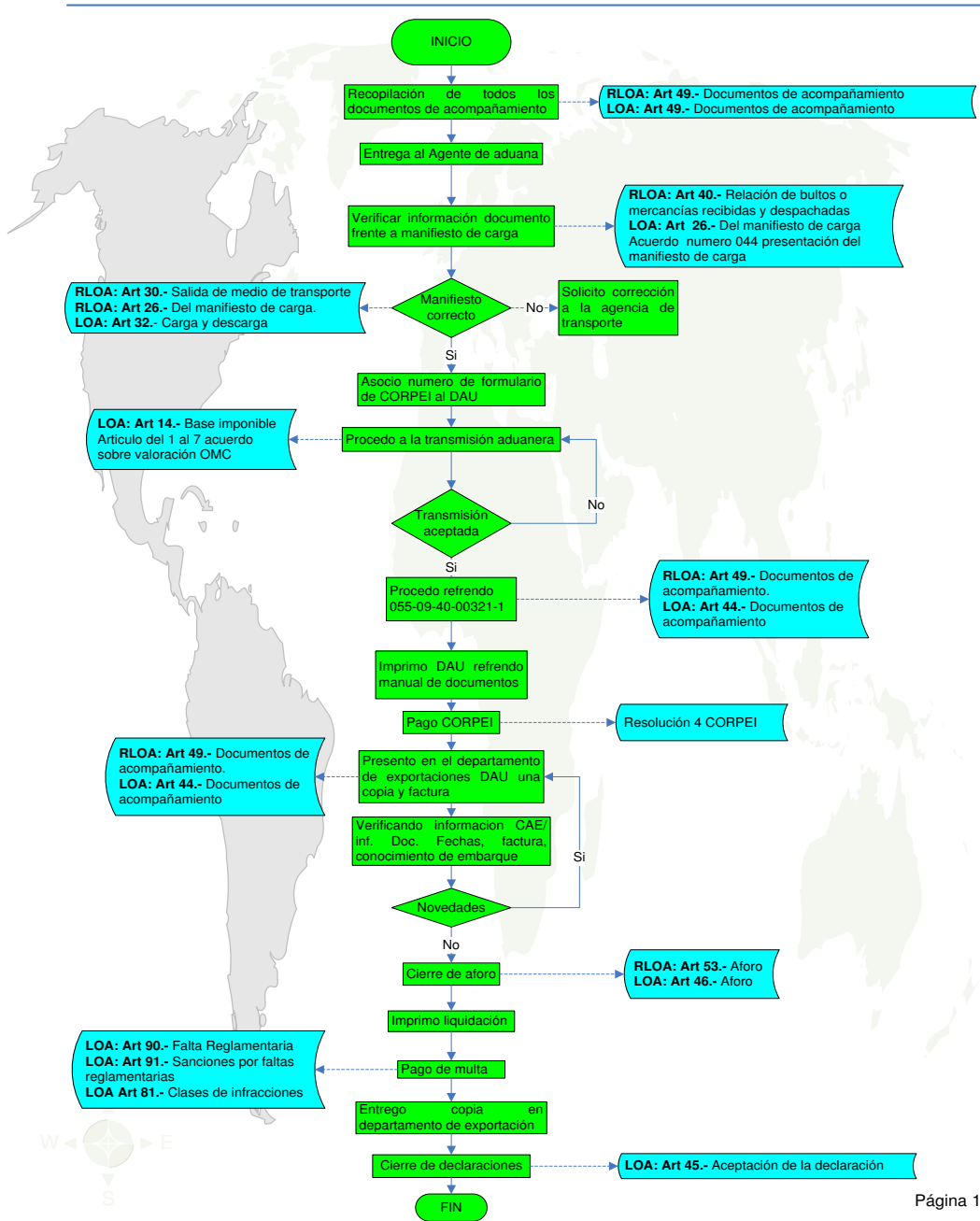
- a. Orden de Embarque impresa
- b. DAU impresa
- c. Factura comercial definitiva
- d. B/L
- e. Certificado Fitosanitario
- f. Certificado de Origen (cuando sea necesario).
- g. Cupón pago CORPEI

2.1.17.1 FLUJOGRAMA EXPORTACIÓN A CONSUMO (40)

GRAFICO N.- 25

LEGALIZACIÓN DE LA EXPORTACIÓN

LEGALIZACIÓN DE LA EXPORTACIÓN



FUENTE: Ley Orgánica de Aduanas, entidades relacionadas al comercio exterior.
ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

GRAFICO N.- 26 EXPORTACIÓN A CONSUMO

ADUANA DEL ECUADOR		REPUBLICA DEL ECUADOR		DECLARACION ADUANERA UNICA		16894756		A				
A ADUANA / BANCO								B. REFRENDO				
01 No. ORDEN	02 ADUANA	03 CODIGO	04 REGIMEN	05 CODIGO	06 FECHA/HORA TX.	09 NÚMERO		09 FECHA RECEP				
000908 2010	GUAYAQUIL - MAR	028	EXPORTACION A	40		028-10-40-005420-01		10/04/2010				
05 # VTO BNO	08 BANCO	CIUDAD	OFICINA	07 FECHA EMISION	08 TIPO DESPACHO	HORA		AFORO				
0		SIN VISTO			0/NORMAL	13:25		AFORO DOCUMENTAL				
C CONTRIBUYENTE / AGENTE								19 T.DECLARADO USD (IMP+CIF; EXP-FOB)				
10 IMPORTADOR/EXPORTADOR	11 TIPO y No. DOC. ID	12 CIUDAD	13 DIRECCIÓN		14 TELEFONO	15 NIVEL COMERCIAL	57600.00					
CEREALES ANDINOS S.A	1 1719588749001	QUITO	PANAMERICANA SUR KM 9 1/2 SECTOR QU		963867	1						
16 DECLARANTE / AGENTE	17 SECTOR	18 CIU	19 T.DECLARADO USD (IMP+CIF; EXP-FOB)									
MOSQUERA AULESTIA FRANCISCO VINICIO	3142	2.1	57600.00									
D REGIMEN PRECEDENTE / DEPÓSITO												
20 REGIMEN PRECEDENTE	AÑO	21 SERIES	22 ADUANA REGIMEN	23 FECHA ACCEPT.	24 FECHA VENCIM.	25 DEPOSITO	26 CODIGO	28 N DESP PAR				
		1	019	// 0				0				
E CONSIGNANTE o CONSIGNATARIO / TRANSACCION												
27 CONSIGNANTE / CONSIGNATARIO	28 DIRECCIÓN	29 BENEFICIARIO DE GIRO	30 PAIS PROCED./DESTINO									
ANDEAN PARTNERSHIP INC DBA INCA	PUE 200 TOLAND ST	CEREALES ANDINOS S.A	ECUADOR									
31 NATURALEZA TRANSACCIÓN	32 FORMA DE PAGO	33 EXCIE	34 C.ORG.	35 OT.EX.	36 MT.VL.	37 ALMACEN	38 CODIGO					
0	GIRO DIRECTO	00				CONTECON	9025					
39 TIPO DE TRATAMIENTO	40 CÓDIGO DE SOLICITUD DE AFORO	41 Cód.de PROD.ACOG. DESP. URGENTE	42 TIPO DESTINO	43 Código de ENDOSO								
0			2	SIN ENDOSE - DOC DE								
F TRANSPORTE												
42 VIA DE TRANSPORTE	43 CODIGO	44 FECHA EMBARQU	45 FECHA LLEGADA	46 CARGA	47 COD.	48 BANDERA	49 COD	50 LINEA DE TRANSPORTE	51 CODIGO			
MARITIMO	1	5/03/2010	15/03/2010	CONTENEDOR	5	LIBERIA	434	EVERGREEN	9551			
48 COD.MANIFIESTO	AÑO	TIPO MANIF	# MANIFIESTO	49 AG.CARGA/TRANSP	CÓD.	50 N.NAVEI.AREREA/MAT.VE	51 #.CONOC./G. AÉREA /C.PORTE					
028	2010	04	001356	GREENANDES	9371	HAMMONIA	EGLV741960004604					
52 NOM NAVE/MATRIC. VEH	53 ADUANA SALIDA	54 VIA SALIDA	55 ADUANA DESTINO	56 TIPO DESTINO	57 PAIS DESTINO	58 T.TRAT.						
028	028			2	ESTADOS UNIDOS	1						
G DETERMINACION BASE IMPONIBLE												
59 CONCEPTO	MONEDA	T. CAMB. USD	TOTAL MONEDA TRANSACCIÓN	TOTAL EN DOLARES USD	TOTAL EN MONEDA NACIONAL							
FOB	USD	1.0000000	57,600.00	57,600.00	0.00							
FLETE	USD	** *****			0.00							
SEGURO					0.00							
VALOR ADUANA			57,600.00	57,600.00	0.00							
63 TOTAL SERIES PARTIDAS	64 PESO NETO (Kilos)	65 PESO BRUTO (Kilos)	66 TOTAL BULTOS	67 TOTAL CONTENEDORES	68 TOTAL U FÍSICAS	69 TOTAL U COM.						
1	20000.00	20000.00	800.00	1	20000.00	800.00						
H DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO												
CLASE	NÚMERO	TIPO	EMISOR	PAIS	FECHA	DESDE	HASTA	# SR.	PARTIDA NANDINA	MONEDA	MONTO USD.	
70	0095	10	CEREALES		20100217	20100217		0 1	1008901900		0.00	
71	0551397	05	MINISTERIO DE		20100225	20100225		0 1	1008901900		0.00	
72	000000	26	CAE		20100218	20100218		0 1	1008901900		0.00	
73	028-10-04-001356	23	ADUANA		20100205	20100205		0 0	0		0.00	
74	EGLV741960004604	11	EVERGREEN LINE		20100305	20100305		0 0	0		0.00	
75	3624856	41	CORPEI		20100218	20100218		0 0	0		0.00	
76												
77												
78												
79												
I DECLARACION DE LA MERCADERIA												
80 No. SERIE	TIPO SUFICIO	SUBPARTIDA NACIONAL	BREVE DESCRIPCION DE LA MERCANCIA	S T	BULTOS	U.FÍSICAS	U.COM	PESO(Kg.)	MARCAS y NÚMEROS	T M		
1	0000	1008.90.19.00 - 0	LOS DEMAS	1	CV	800.00	31	20000.00	800.00	20000.00	20000.00	CEREALES
TPCI	TPNS	TPNE	PAIS DE ORIGEN	CÓDIGO	FOB USD	FLETE USD	SEGURO USD	CIF USD				
000	000		ECUADOR	239	57,600.00							
J OBSERVACIONES												
81 SECUENCIA	82 TIPO OBS.	83 CONTENIDO OBS										
K FIRMAS Y SELLOS												
FIRMA CONTRIBUYENTE			FIRMA DECLARANTE			OBSERVACIONES		CÓD. Y FIRMA AFORADOR				

FUENTE: SICE (Sistema Interactivo de Comercio Exterior)
ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

2.1.18 DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO

- a) Factura comercial
- b) Packing List
- c) Documento de transporte
- d) Autorizaciones previas (cuando lo requiera)
- e) Documento que ampare el seguro de la mercancía
- f) Otros documentos de soporte

La información sobre los documentos de acompañamiento están detallado en la RESOLUCION 1112 Adopción de la Declaración Andina del Valor Artículo 2.- Documentos justificativos (ANEXO XI). Así como también el el Art. 44.- Documentos de Acompañamiento de la LOA.

2.1.18.2 FACTURA COMERCIAL: Este un documento preparado por el exportador con el objeto de amparar las mercancías, debe ser detallada como sea posible y estar claramente redactada. La factura comercial definitiva es el documento que describe las mercancías; por lo general, contiene información sobre la aduana de salida y puerto de entrada, nombre y dirección del vendedor , nombre y dirección del consignatario, descripción detallada del mercancía, cantidades, peso, modalidades del embarque, precio de la mercancía, especificando el tipo de moneda y señalando su equivalente en moneda nacional (sin incluir IVA), tipo de divisas, condiciones de venta, lugar y fecha de expedición, además de requerimientos adicionales exigidos por el comprador.

GRAFICO N.- 27
FORMATO FACTURA COMERCIAL

FACTURA 001-002-0095



CONTRIBUYENTE ESPECIAL RESOLUCION N. 368
R.U.C. 1719588749001

QUITO: Panamericana Sur Km 9 1/2
Sector Quitumbe OE-34 CALLE Y LOTE 9
Pbx: (593-2) 963-867 Fax: (593-2) 961-072
E-mail: cerealesandinos_syla@hotmail.com
www.cerealesandinos.com

EXPORTADOR CEREALES ANDINOS S.A QUITO, ECUADOR		N.- Y FECHA FACTURA 001-002-0095 FEBRERO 17, 2010		
CLIENTE ANDEAN PARTNERSHIP INC DBA INCA ORGANICS PUE 200 TOLAND ST SAN FRANCISCO CA				
NOTIFICA ANDEAN PARTNERSHIP INC DBA INCA ORGANICS C/O PW BELLINGALL INC, 500 SANSOME STREET, SUITE 501 SAN FRANCISCO CALIFORNIA				
PUERTO DE CARGA GUAYAQUIL PORT, ECUADOR		DESTINO FINAL OAKLAND, CA		
INCOTERM FOB		FECHA DE EMISION FEBRERO, 17 2010		
ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	800	Fundas de quinua Orgánica de 25Kilos c/u N.- de bultos: 800 Peso Neto: 20000kg Bodegas de Oakland Consolidated De Pue 200 Toland Street San Francisco, CA 94124 PRODUCTO ECUATORIANO ECUADOR Son: Cincuenta y siete mil seiscientos, 00/100 dolares	\$ 72,00	\$ 57.600,00
			SUBTOTAL	\$ 57.600,00
			T. IVA 0%	
			T. IVA 12%	
			TOTAL FACTURA	\$ 57.600,00

FIRMA VENDEDOR

FIRMA CLIENTE

LUCIO ANGEL NICOLAS MORA CERÓN - GRAFICAS LUMINARIA- RUC 1703374363001 - AUTORIZACION SRI 1271 - TELF 2 501 544
VALIDO PARA SU EMISION HASTA SEPTIEMBRE 2010

FUENTE: Información Cereales Andinos S.A.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

2.1.18.3 **PACKING LIST:** documento comercial que tiene por objeto detallar el contenido de las mercancías que contiene cada bulto. La Lista de Empaque guarda estrecha relación con la factura y normalmente la acompaña en todo momento. Documento que proporciona datos sobre la forma de embalaje de las mercancías, el contenido de los diferentes envases, y especifica los pesos y dimensiones.

GRAFICO N.- 28

FORMATO LISTA DE EMPAQUE (PACKING LIST)

LISTA DE EMPAQUE



Quito Marzo 10, 2010

EMPRESA CEREALES ANDINOS S.A
DIRECCION: Panamericana Sur Km 9 1/2 SECTOR QUITUMBE OE-34 CALLE Y LOTE 9
TELEFONO: 593-2-963-867
FAX: 593-2-961-072
E-MAIL: cerealesandinos_syla@hotmail.com
CIUDAD - PAIS: Quito, Ecuador

QUANTITY	DESCRIPTION	COD
800	Fundas de quinua orgànica de 25 kilos cada una	QUINUA
	PRODUCTO DE ECUADOR	
	20, Toneladas	

SOFIA VINUEZA A.
GERENTE GENERAL

FUENTE: Información Cereales Andinos S.A.

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

2.1.18.3 DOCUMENTO DE TRANSPORTE (BILL OF LADING): este documento se emplea en el transporte marítimo. Es emitido por el naviero o el capitán del buque, sirve para acreditar la recepción o carga a bordo de las mercancías a transportar, en las condiciones consignadas. Suelen emitirse tres originales y varias copias no negociables. Es necesario presentar un original para retirar la mercancía. Esta información esta detalla en la Ley Orgánica de Aduanas Art. 44.- Documentos de Acompañamiento; y en la Ley de facilitación de exportaciones y del transporte acuático Capítulo II que se refiere al TRANSPORTE ACUÁTICO. (ANEXO XII)

**GRAFICO N.- 29
FORMATO BILL OF LADING**

EVERGREEN LINE A Joint Service Agreement		BILL OF LADING TALS NEGOCIABLES (EXCEPT WHEN SHIPPED TO ORDER) ORIGINAL	
(1) Shipper/Consignee (complete name and address) CEREALES ANDINOS S.A. SECTOR QUITUMBE OE-34 CALLE Y LOTE 9 QUITO ECUADOR Pbx: (593-2) 963-867 Fax: (593-2) 964-072		(2) Document No. 741960004604	
(3) Notify Party (complete name and address) ANDIAN PARTNERS INC DBA INCA ORGANICS US AGENTS OF SUMAK LIFE / ERPE INCA ORGANICS FDA REG. N.18775755942 C/O CONSOLIDATED DE PUE 200 SCLAND ST, SAN FRANCISCO CA DE PUE FDA REF. NO.16932854364		(4) Export References	
(5) Notify Party (complete name and address) ANDIAN PARTNERS INC DBA INCA ORGANICS C/O P.W.BELLINGALL INC, 500 SANSOME STREET, SUITE 501 SAN FRANCISCO CA 94111 BELLINGALL FDA REG.N.16932854364		(6) Forwarding Agent	
(7) Place of Receipt/Date GUAYAQUIL		(8) Place and Country of Origin (for the Merchant's reference only)	
(8) Part of Loading GUAYAQUIL		(9) Also Notify Party (complete name and address) PH:4152856727 FAX: 415 285 6727	
(9) Place of Delivery OAKLAND, CA		(10) Consignee (complete name and address) HARMONIA BEROLINA 0379-034N OAKLAND, CA	
Particulars furnished by the Merchant			
(11) Container No. and Seal No. CONTAINER NO./SEAL NO.	(12) Quantity and Kind of Packages TGHU0749505/20*/EMCNES428/ 1 X 20*	(13) Description of Goods 800 BAGS 800 BAGS OF 25 KG. EACH ONE ORGANIC QUINOA GRAIN DAU TOTAL NET WEIGHT: 20,000.00 KG TOTAL GROSS WEIGHT: 20,000.00 KG	(14) Gross Weight (KG) 33,000.00 CBM 20,000.000 KGS
(15) TOTAL NUMBER OF CONTAINERS OR PACKAGINGS (1) CONTAINER ONLY		(16) * THE BALANCE OF BILL OF LADING SEE ATTACHED LIST * TOTAL NUMBER OF ATTACHED 1 PAGE "OCEAN FREIGHT COLLECT" SHIPPER'S LOAD & COUNT 800 BAGS	
(17) Freight & Charges	Quantity	Rate	Freight
O/F	1.000000/20*	USD1,450.00	USD1,450.00
D/F	1.000000 B/L	USD50.00	USD50.00
SCMC	1.000000 B/L	USD25.00	USD25.00
THC/L	1.000000/20*	USD105.00	USD105.00
			USD105.00
			USD1,525.00
(18) S/A NO. EGLV 741960004604	(19) Number of Original B/L's THREE (3)	(20) Prepaid or	(21) Collect at DESTINATION
(22) Species/Type/Grade FCL/FCL D/O	(23) Date on Board MARCH 18 2010 HARMONIA BEROLINA 0379-034N GUAYAQUIL	(24) Exchange Rate	
GREENANDES ECUADOR S.A. 44 South 5th Street, Suite 1000, San Francisco, CA 94111, USA Being Shipped Via "Evergreen Line"			
FORM NO. 000409402 (TERMS OF BILL OF LADING ARE CONTAINED ON THE BACK HEREOF AND ENLARGED VERSION OF BACK CLAUSE IS AVAILABLE ON WWW.EVERGREEN.COM) 11			

FUENTE: GREENANDES.
ELABORADO POR: Sofia Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

2.1.18.4 CERTIFICADO FITOSANITARIO: Los certificados fitosanitarios se expiden para indicar que los envíos de plantas, productos vegetales u otros artículos reglamentados cumplen los requisitos fitosanitarios de exportación especificados y son conformes a la declaración de certificación del modelo de certificado apropiado.

2.1.18.5 PAGO CORPEI

Los exportadores están obligados a pagar una cuota redimible a la Corporación para la Promoción de las Exportaciones e Inversión (CORPEI), que para las exportaciones es del 1.5 por mil del valor FOB, la misma que es redimible una vez que el exportador acumule 500.00 dólares en cupones, canjearlos en certificados redimibles a 30 años.

Este documento carece de validez sin la certificación impresa por la institución financiera que recibe el pago de la cuota.

CONSIDERACIONES

- Pago mínimo a cancelar CORPEI USD 5, por importación o exportación.

- Los cupones deben ser legibles, de preferencia llenados con letra imprenta.

- La identificación del Aportante debe ser la correcta (# RUC, C.I, PASAPORTE, CATASTRO)

EL pago del CORPEI se ha establecido de acuerdo al Art. 22 LEXI lit. e), en el cual se detallan los porcentajes a pagar de acuerdo al monto y al sector; también este pago esta amparado en la Regulación 115-2003 del 18 de junio del 2003, del Banco Central del Ecuador.

GRAFICO N.- 30 CUPON CORPEI

CUPON CORPEI DE EXPORTACION
CORPORACIÓN DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES CORPEI

Nº 3624856

Nombre del Aportante: Cereales Andinos S.A. Ciudad: Quito Fecha: 17/02/2014

Tipo/Número Identificación: R.U.C. C.C. C.I. PASAPORTE 1719568949001

Nº FUE / DAU 16299327
(Nº Preimpreso del Formulario o DAU)

Valor FOB: USD \$ 57.600,00 Valor Coeta: USD \$ 86,40 CORPEI

Declaro que la información contenida en este formulario tiene origen lícito, es verdadera, y de acuerdo a las instrucciones financieras recaudadoras de toda naturaleza, inclusive respecto a tenores si esta declaración ha sido o será otorgada.

US
Firma de Responsabilidad

FOR-FOP-09/Ver-Jan-03

FUENTE: CORPEI.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

2.1.19 CUADRO DE TIEMPOS Y COSTOS ESTIMADOS

TABLA N.- 11

ACTIVIDAD	COSTO	TIEMPO
Contacto con proveedor	\$2,00	2 días
Contacto con cliente	3,00	3 días
Elaboración factura proforma	0,20	15 minutos
Emisión factura	0,20	15 minutos
Elaboración lista de empaque	0,10	10 minutos
Obtención de Certificado Fitosanitario	54,00	2 días
Obtención Póliza de Seguro	188,98	1 hora
Transmisión Orden de Embarque	0,00	30 minutos (previo al embarque de las mercancías)
Elaboración AISV	0,10	20 minutos
Coordinación con la Naviera	1,00	1 hora
Revisión borrador B/L	0,00	2 horas
Carga de la mercancía	550,00	4 horas
Ingreso a zona primaria	0,00	1 hora
Llegada al terminal portuario (CONTECON)	90,01	30 minutos, realizar el pago 24 horas antes de zarpe del buque
Agente de Aduana	150,00	8 horas aproximadamente tramitología
Inspección antinarcóticos	108,50	3 a 4 horas
THC local	105,00	10 minutos
Flete Internacional	1.525,00	18 días de tránsito
Emisión del B/L	40,00	1 día después del zarpe del buque
Pago del Corpei	86,40	15 minutos
Presentación de la Declaración Aduanera definitiva (40)	0,00	Hasta 15 días después del registro en zona primaria de la Orden de Embarque
Envío documentos originales al importador a Estados Unidos Oakland	35,00	5 días aproximadamente
TOTAL	\$ 2.869,49	16 días aproximadamente

FUENTE: INFORMACIÓN DEL PROYECTO.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

Con la información del cuadro de tiempos y costos estimados, se puede establecer los costos que se van a generar, por lo tanto, permite presupuestar costos para futuras exportaciones y también identificar los costos y tiempos necesarios para que se lleve a cabo la exportación cumpliendo todas las actividades dentro de los plazos preestablecidos.

2.1.20 FORMA DE PAGO

GIRO DIRECTO: Es un medio de pago utilizado entre comprador y vendedor de la mercancía. El vendedor envía la mercancía y los originales de los documentos al importador, que le permiten nacionalizarla y disponer de ella; en la fecha convenida, el cliente (importador) efectúa el pago.

La entrega de las divisas se puede efectuar, entre otros, mediante una orden de pago enviada (transferencia electrónica) o la emisión de un cheque, girado a cargo de una cuenta corriente que el exportador posea en un Banco Corresponsal.

Nosotros hemos determinado esta forma de pago, ya que hemos realizado anteriormente transacciones con nuestro cliente por lo que hemos afianzado relaciones de confianza. El Banco en que se realiza este pago es el Banco del Pichincha en la cuenta corriente 3277417904. Este pago es realizado inmediatamente llega la mercancía al país de destino Estados Unidos.

GRAFICO N.- 31

FORMATO DE TRANSFERENCIA ELECTRONICA

```

BBVA Bancomer
DEPOSITO EN CUENTA
SALVO BUEN DOBRG

Cuenta : 3277417904
Plaza : QUITO
Cheques Aceptados :
Cuenta Cheque Banco :
*****595.00 (01)
TOTAL ACEPTADOS :$ *****595.00

Fecha / Hora : 06-08-2008 / 11:48:22
Movimiento : 600002383

Total Presentado :$ *****595.00
Cheques Rechazados :$ *****0.00
Total Operado BXP :$ *****595.00
Efectivo : *****0.00
Importe total BXP :$ *****595.00

Importe que puede ser sujeto a IGE $ *****0.00
  
```

FUENTE: Banco del Pichincha.
ELABORADO POR: Sofia Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

2.2 ANALISIS DE LA NORMATIVA LEGAL ESTADOS UNIDOS

2.2.1 ARANCELES DE IMPORTACIÓN Y OTROS IMPUESTOS

Aranceles

Toda mercancía que ingresa a los Estados Unidos está sujeta a arancel (impuestos de importación), a menos que se especifique su exención. La mayoría de las mercancías están sujetas al pago de aranceles conforme a las tasas de Relaciones Comerciales Normales o Normal Trade Relations (NTR), que antes se conocían bajo la cláusula de Nación Más Favorecida (NMF). En algunos casos, existen subpartidas que están exentas de aranceles o que tienen otras tarifas preferenciales.

La aduana determina el tratamiento o régimen arancelario que se le aplicará a una mercancía contra presentación de la declaración de aduanas. El tipo de arancel que la aduana impone puede ser uno de los siguientes:

- Ad valorem: los derechos más comunes y equivalen a un porcentaje del valor de la mercancía, como, el 5%.
- Específicos: estos se aplican por unidad de peso o de otra cantidad, como, 5.9 centavos de dólar por docena.
- Compuestos: representan la combinación de los derechos ad valorem y de los específicos, por ejemplo, 0.7 centavos por kilogramo más el 10% ad valorem.

El arancel o impuesto de importación que se aplique al producto depende de su partida arancelaria de acuerdo al sistema HTS (**Harmonized Tariff Schedule of the United States**) de Estados Unidos.

GRAFICO N.- 32 SISTEMA ARMONIZADO DE LOS ESTADOS UNIDOS

Harmonized Tariff Schedule of the United States (2010) Annotated for Statistical Reporting Purposes					
Heading/ Subheading	Stat. Suf. fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty	
				General	Special
1007.00.00		Grain sorghum		0.22¢/kg	Free (A+,AU,BH,CA,CL,D,E,I,L,J,JO,MA,MX,OM,P,PE,SG)
	20	Seeds of a kind used for sowing	kg		4.4¢/kg
	40	Other	kg		
1008		Buckwheat, millet and canary seed; other cereals (including wild rice)			
1008.10.00	00	Buckwheat	kg	Free	0.55¢/kg
1008.20.00	00	Millet	kg	0.32¢/kg	2.2¢/kg
					Free (A+,AU,BH,CA,CL,D,E,I,L,J,JO,MA,MX,OM,P,PE,SG)
1008.30.00	00	Canary seed	kg	0.12¢/kg	2.2¢/kg
					Free (A+,AU,BH,CA,CL,D,E,I,L,J,JO,MA,MX,OM,P,PE,SG)
1008.90.00		Other cereals (including wild rice)		1.1%	10%
					Free (A+,AU,BH,CA,CL,D,E,I,L,J,JO,MA,MX,OM,P,PE,SG)
	20	Wild rice	kg		
	40	Other	kg		

FUENTE: ww.usitc.gov

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

Otros Impuestos

En adición al arancel en los Estados Unidos, el ingreso de mercancías por barco pagará un 0.125% sobre el valor FOB de la mercancía, en concepto de **tarifa de mantenimiento de puertos**. Cuando la mercancía llega a los Estados Unidos, el importador usualmente contrata un Agente Aduanal para hacer la declaración de aduana o entrada formal, si el valor de los artículos es más de \$250.

En los Estados Unidos se paga el 16% de VAT (Value Added Taxes) Impuesto al Valor Agregado, en las importaciones.

2.2.2 REGISTRO DE INSTALACIONES ALIMENTICIAS EN LA FDA

La Ley de Seguridad de la Salud Pública y Preparación y Respuesta ante el Bioterrorismo del 2002 (la Ley de Bioterrorismo) orienta las medidas y acciones del Secretario de Salud y Servicios Humanos a favor de la protección del público frente a un ataque terrorista consumado o a nivel de amenaza que pudiera perpetrarse en contra de la provisión de alimentos de los EUA.

Para llevar a cabo las disposiciones de la Ley de Bioterrorismo, la FDA publicó, el 10 de octubre del 2003, una norma final provisional, Registro de Instalaciones Alimenticias, estipulando que deben quedar registradas en la FDA todas las instalaciones nacionales e internacionales que manufacturen y/o procesen, empaquen, o retengan alimentos para consumo animal o humano en los Estados Unidos. De acuerdo con esta norma final provisional todas las instalaciones correspondientes deberán haber sido registradas para el día **12 de diciembre del 2003**. En caso de un incidente bioterrorista potencial o consumado, o en caso de un brote de enfermedad transmitido por alimentos, la información de registro de instalaciones ayudará a la FDA a determinar el origen y localización del problema, y permitirá a la Agencia notificar rápidamente a las instalaciones que pudieran resultar afectadas.

EXCEPCIONES:

En la normativa propuesta, están exonerados de inscribirse:

- a) Instalaciones reguladas en forma exclusiva por el Departamento de Agricultura de los EEUU (USDA)

- b) Instalaciones extranjeras si los alimentos procedentes de ella sufren un procesamiento o envasado posterior en otras instalaciones FUERA de los EEUU

Si se realiza solamente una actividad mínima, ambas instalaciones necesitan registrarse

Está previsto que las empresas pueden empezar a registrarse a partir del registro.

El Registro de Empresas NO TIENE COSTO PARA EL USUARIO, y puede hacerse a través de Internet.

Contacto en la FDA - Leslye M. Fraser Tel ++301-436-2378

■ NOTIFICACIÓN PREVIA DE ALIMENTOS IMPORTADOS

La nueva Ley de Bioterrorismo obliga a los exportadores de alimentos a notificar previamente a la FDA acerca de todas y cada una de las partidas de alimentos que vayan a entrar a los EEUU.

Esta Notificación Previa debe incluir la siguiente información:

- a) Descripción de todos los artículos que integran el envío

- b) Nombre y Registro del Fabricante y del Embarcador

- c) Nombre del Productor(es) que integran el envío

- d) País de origen de la mercadería
- e) País desde el que se envía el artículo
- f) Puerto de entrada previsto

El plazo para realizar la Notificación Previa de Alimentos Importados debe ser:

- a) No anterior a los 5 días previos a la llegada al puerto de entrada en los EEUU
- b) No posterior al mediodía del día antes de la llegada a destino
- c) Cambios menores pueden realizarse previamente con no menos de 8 horas de la llegada a destino

La vigencia de la notificación previa es a partir del 12 de diciembre de 2003.

Establecimiento y Mantenimiento de Registros

Las personas o empresas que fabrican, procesan, envasan, distribuyen, reciben, almacenan o importan alimentos que exportan a los EEUU estarán obligadas a crear y mantener registros para identificar las fuentes previas inmediatas y los recibidores posteriores inmediatos de estos alimentos.

Esto permite a la FDA realizar un seguimiento de las amenazas creíbles, rastreando el camino seguido hasta su fuente primaria.

Detención Administrativa

Esta nueva reglamentación autoriza a la FDA a retener administrativamente alimentos si la Agencia tiene pruebas o información creíble de que dichos alimentos representan una amenaza para la salud humana en los EEUU.

2.2.3 PROCESO DE IMPORTACIÓN

- Una persona puede despachar sus productos cuando se destinen a uso personal o de negocios. El importador está obligado a declarar al Servicio Aduanero la entrada de productos alimentarios mediante un

aviso de entrada ("*entry notice*") así como a depositar una garantía ("*entry bond*"). Toda mercancía que ingresa a EE.UU debe ser autorizada y es susceptible de pago de impuestos de aduana a menos que sea específicamente excluida por ley. Ésta autorización implica un número de pasos: entrada, inspección, avalúo, clasificación y liquidación.

■ La aduana de EE.UU. no requiere una licencia o permiso de los importadores. Otras agencias pueden requerir un permiso, licencia u otro tipo de certificación, dependiendo del producto. Los formatos de la aduana requieren número de importación. Este número corresponde al registro con el Internal Revenue Service (IRS) o si su negocio no está registrado con el IRS o si no tiene un negocio, el número de seguro social.

■ **Prueba del derecho de ingreso de las mercancías:** Solamente el dueño, el comprador o el agente aduanero autorizado puede tramitar la entrada de las mercancías en los Estados Unidos. Cuando la mercancía se consigna "a la orden" (To order), el conocimiento de embarque correctamente autorizado por el consignatario puede servir como prueba del derecho de importación de las mercancías. Un conocimiento de embarque aéreo puede usarse para mercancías que llegan por esta vía.

Se recomienda usar un agente de aduana, para facilitar el proceso que participe en el sistema de Interfase Automático con Agentes Aduaneros (ABI)⁴

La interfase automatizada con corredores de aduana (ABI) es un componente del sistema comercial automatizado del Departamento de Aduanas, que permite a participantes calificados enviar información al servicio de aduanas en forma electrónica. Es un programa voluntario disponible a los corredores, importadores, empresas de transporte, autoridades portuarias, y centros independientes de servicio. Más del 96% de las entradas enviadas a la Aduana se efectúan a través de este sistema.

⁴ http://www.cbp.gov/xp/cgov/import/operations_support/automated_systems/abi/

- El importador debe declarar el valor sujeto a impuestos de la mercancía. El avalúo final es fijado por la Aduana.
- El importador debe determinar la fracción arancelaria de la mercancía importada, [The Harmonized Tariff Schedule of the United States (HTSUS)], publicado por la Comisión de Comercio Internacional, prescribe la clasificación de mercancías por el tipo del producto.
- El importador debe pagar impuestos estimados y costos de procesamiento aplicables. La aduana determina la tasa final de impuestos. La tasa de impuestos está relacionada con la fracción arancelaria. El HTSUS proporciona varias tasas para cada producto: tasas generales para países con los cuales mantienen relaciones normales de comercio [normal trade relations (NTR)]; tasas especiales para programas especiales (exentas de impuestos o tasas más bajas para países con relaciones normales de comercio); y tasas para importadores (con tratados de libre comercio) no elegibles para la tasa general o especial.
- Si la entrada formal es requerida – el importador debe poner un depósito para cubrir los impuestos de importación.
- Es responsabilidad del importador que se aseguren sus productos y cumplan con los requerimientos de admisibilidad – como etiquetado, estándares de seguridad, etc. – y que los permisos, si son requeridos, hayan sido obtenidos previo a que los productos lleguen a EE.UU.

2.2.3.1 LLEGADA DE PRODUCTOS

Los productos importados no pueden entrar legalmente al comercio de EE.UU. hasta que el embarque esté en el puerto de entrada y la aduana haya autorizado la entrega de la mercancía. Normalmente esto se cumple llenando los documentos apropiados por el importador o por el agente del importador. Para facilitar este proceso, las formas de la aduana pueden ser presentadas antes que llegue la mercancía, pero la entrada no ocurre hasta que la mercancía este entre los límites del Puerto.

El servicio de aduanas no le informa al importador de la llegada de su mercancía. El transportista normalmente da la notificación de llegada. Los arreglos deben ser hechos para asegurar que el importador o su agente sean informados inmediatamente de la llegada. El tiempo mínimo para recibir las notificaciones dependerá del medio de transporte:

- No menos de 2 horas antes de la llegada si es por carretera,
- 4 horas si es vía aérea o férrea u
- 8 horas si la vía es marítima.

El servicio de aduanas define “entrada” no solamente como la llegada de bienes en un puerto, sino también como el proceso de presentar la documentación para autorizar la importación de los bienes por la Aduana.

La mercancía que por alguna razón no ingresó de manera oportuna (dentro de 15 días de calendario de la llegada) es enviada por la Aduana a un almacén general para ser retenida como sin reclamar. El importador es responsable de pagar los costos del almacén mientras la mercancía es retenida. Si la mercancía sigue sin reclamar más de seis meses, es vendida en subasta.

La forma de entrada aduanal (Entry Summary) se presentará en el primer puerto de llegada. Si un importador no puede estar presente para preparar el documento de entrada, un agente aduanal autorizado por la aduana puede actuar como representante del importador. Estos agentes cargan un honorario por sus servicios.

2.2.3.2 FASES DEL INGRESO DE MERCANCÍAS

El despacho de mercancías importadas es un trámite que consiste en dos fases:

- La presentación de los documentos necesarios para determinar si las mercancías pueden retirarse de la custodia aduanera y
- La presentación de los documentos que contienen la información para el cálculo de los gravámenes arancelarios y para las estadísticas sobre importaciones.

Ambos trámites pueden realizarse electrónicamente a través de un programa llamado *Automated Broker Interface* perteneciente al Sistema Comercial Automatizado (ACS)⁵

2.2.3.2.1 DOCUMENTOS DE ENTRADA DE MERCANCIAS

Los documentos de despacho tienen que presentarse, salvo concesión de prórroga, en los cinco días hábiles siguientes a la llegada de un cargamento a un puerto de entrada de los Estados Unidos, en el lugar indicado por el director del distrito/área. Estos documentos consisten en:

- Manifiesto de Despacho (Entry Manifest, formulario aduanero 754333) Solicitud y Permiso Especial para Despacho Inmediato (*Application and Special Permit for Immediate Delivery*, formulario aduanero 3461); algún otro formulario de despacho de mercancías exigido por el director del distrito. Prueba del derecho de ingreso de la mercancía en el país.
- Factura comercial o una factura pro-forma, cuando no se pueda presentar la factura comercial.
- Lista de bultos, si procediera.
- Otros documentos necesarios para determinar la admisibilidad de la mercancía.
- La declaración de despacho de la mercancía tiene que ir acompañada de la prueba de que se ha pagado una fianza para cubrir posibles gravámenes, impuestos y sanciones. Se presenta normalmente en forma de fianza asegurada por una compañía fiadora domiciliada en los Estados Unidos.

2.2.3.2.2 RESUMEN DE LA DOCUMENTACIÓN DE ENTRADA DE MERCANCIAS

Después de la presentación de la declaración de despacho, el cargamento puede ser revisado por la Aduana, quien permitirá la entrada del cargamento

⁵ http://www.cbp.gov/xp/cgov/import/operations_support/automated_systems/acs/

siempre y cuando no se haya incurrido en alguna infracción legal o reglamentaria.

En los diez días hábiles siguientes a la autorización de entrada de la mercancía, se deberá presentar un resumen de la documentación de despacho, acompañado de una estimación monetaria de los derechos de aduana. El resumen de la documentación de despacho consiste en:

- La declaración de despacho, que se devuelve al importador, agente aduanero u otro agente autorizado después de la entrega de las mercancías.
- Formulario *Entry Summary* (formulario aduanero 7501).
- Otras facturas y documentos necesarios para fijar los aranceles, utilizar con fines estadísticos o determinar que se han cumplido todos los requisitos de importación.

2.2.3.3 ENTRADA SIMPLIFICADA

Entradas simplificadas son embarques personales, embarques comerciales, y embarques por correo que entran para consumo, por ejemplo para uso personal o para vender. En la mayoría de los casos la entrada simplificada puede utilizarse si la mercancía es valorada en \$2,000 dólares americanos o menos. Por ejemplo, para uso personal o para venta. Hay algunas excepciones, como textiles, algunos tipos de zapatos y otros productos sujetos a impuestos/restricciones de visa. Embarques personales valorados a más de \$2,000 dólares americanos requieren una entrada formal. La diferencia entre una entrada simplificada y una formal es el requisito del depósito de una garantía por los posibles impuestos y el proceso de liquidación. Liquidación es la computación final de los impuestos o el depósito que se acumula a la entrada, y son el paso final en el proceso de la entrada.

Las entradas formales generalmente son embarques comerciales soportados por un depósito para asegurar el pago de impuestos y conforme a los requisitos de Aduana. Un depósito es como una póliza de seguro que puede ser pagado a la Aduana en caso de que el importador no cumpla con los requisitos de

importación. Tener un depósito archivado, permite que el importador tome posesión de sus mercancías antes del pago de los impuestos y los honorarios. Los depósitos pueden ser obtenidos por un fiador, (una compañía de seguros que ha sido autorizada por el Departamento del Tesoro para suscribir depósitos aduaneros).

Productos admitidos como entradas informales no requieren un depósito y los bienes son liquidados en el lugar. Después de que el importador reciba notificación de la llegada de la mercancía se presentará la factura a la Aduana. Cuando es una entrada informal, el inspector es responsable de determinar el código arancelario de los productos a importar. El inspector también completa las formas aduanales usadas para entradas informales.

2.2.3.4 ENTRADA FORMAL DE PRODUCTOS

Para elaborar un pedimento de importación (para bienes importados que van directamente al comercio de los Estados Unidos sin restricciones de tiempo o uso) generalmente son requeridos los siguientes documentos:

1. Un conocimiento de embarque, guía aérea, o carta porte (denominando al consignatario para propósitos de aduana) como evidencia del derecho de consignatario para hacer la entrada.
2. Factura comercial obtenida del vendedor, que muestra el valor y la descripción de la mercancía.
3. El manifiesto de entrada (Forma de Aduana 7533) o la forma Entrada/Entrega Inmediata (Forma de Aduana 3461).
4. La lista de empaque y la documentación necesaria para determinar si la mercancía puede ser admitida.

En el pedimento de importación, el importador indica la clasificación arancelaria y el pago de impuestos estimado en base al Sistema Armonizado de designación y codificación de las mercancías. El depósito del fiador que contiene varias condiciones, incluyendo una provisión para pagar cualquier cargo adicional que pueda presentarse en fecha posterior, también puede ser requerido.

2.2.3.5 RECONOCIMIENTO DE LA MERCANCÍA

Antes de la entrega de mercancías, el director del distrito o del puerto recogerá una muestra de las mismas para su examen por los funcionarios de aduanas bajo unas condiciones adecuadas que aseguren la protección de la mercancía. La función del reconocimiento es determinar:

- El valor de las mercancías y su tratamiento arancelario.
- Si las mercancías deben ser marcadas con el nombre del país de origen o si se requiere algún rótulo especial; en este último caso, se comprueba si se ha llevado a cabo de forma reglamentaria.
- Si el cargamento contiene artículos prohibidos.
- Si la mercancía está correctamente descrita en la factura.
- Si hay alguna diferencia (por exceso o por defecto) entre la cantidad de mercancía importada y la indicada en la factura.
- Si contiene algún tipo de drogas. Debido a que los contrabandistas usan cualquier medio posible para esconder narcóticos, se examinan todos los aspectos del cargamento como recipientes, paletas, cajas, etc.
- Los funcionarios de aduanas comprobarán la cantidad de la mercancía importada, permitiendo una reducción de los derechos aduaneros en los casos en los que falte mercancía y cobraran derechos adicionales en los casos de exceso.

Si es necesario, los productos pueden ser analizados por un laboratorio aduanal para determinar la clasificación y evaluación, para determinar que los productos cumplan los requisitos de seguridad, o para asegurarse que no exista falsedad en la información.

Si la aduana determina que los productos son diferentes a los descritos en el documento de entrada, en cantidad o valor, la clasificación (fracción arancelaria) es incorrecta, o que la tasa de impuesto aplicada por el importador resulte en un aumento de impuestos o si la aduana determina que el importador ha declarado incorrectamente al clasificar y valorar sus productos puede ser responsable de una multa o penalidad. Cuando la información presentada incluye el reporte del especialista de la aduana sobre el valor de los bienes y el reporte del laboratorio, la determinación final impuesta es hecha y la

entrada liquidada. En este tiempo, cualquier sobrepago es regresado al importador.

2.2.3.6 PROTESTA

Dentro de los 90 días de la fecha de liquidación u otra decisión, un importador o el consignatario puede protestar la decisión y recibir una revisión administrativa. La protesta es archivada con el director del puerto de que la decisión está siendo protestada. ***En el momento inicial que la protesta es archivada, el importador o consignatario pueden pedir una revisión posterior, si así lo desea.*** La revisión de una decisión de un director de puerto de la Aduana es automática. La notificación de la negación de todo o la parte de la protesta será enviada a la persona que archiva la protesta o a su agente. Cualquier persona a la que haya sido negada una propuesta puede apelar la negativa y presentar una acción civil en la Corte de Comercio Internacional de EE.UU.

2.2.3.7 MERCANCÍA RESTRINGIDA

Por motivo de que los oficiales de aduanas están en todos los puertos de EE.UU., incluyendo Puerto Rico, ellos están autorizados a aplicar leyes y regulaciones de otras agencias de gobierno. Puede ser necesaria una licencia o permiso de una agencia responsable para importar:

- Bebidas alcohólicas
- Animales y sus derivados
- Ciertos medicamentos
- Armas y municiones
- Frutas y nueces
- Carne y sus derivados
- Plantas y sus derivados
- Aves y sus derivados
- Petróleo y sus derivados

■ Vegetales

También hay restricciones de importación para ciertos artículos registrados⁶ en el documento “La Aduana y la Protección de Derechos sobre la Propiedad Intelectual”).

Ciertos artículos en estas categorías pueden ser prohibidos.

Los siguientes artículos deben cumplir con las regulaciones aplicables de otras agencias:

- Materiales de arte
- Propiedad cultural
- Peligroso/tóxico/material inflamable
- Aparatos de casa
- Juguetes y artículos de niños

Los artículos listados arriba son regulados por varias agencias establecidas por la FDA:

Bureau of Alcohol, Tobacco, and Firearms
Washington, DC 20226
(202) 927-8110 (bebidas alcohólicas)
(202) 927-8320 (Armas y munición)

Animal and Plant Inspection Service
(Animales/productos de animales)
USDA-APHIS-VS
Hyattsville, MD 20782
(301) 734-7885

Animal and Plant Inspection Service

(Plantas / products de plants)
USDA-APHIS-PPQ
Hyattsville, MD 20782

⁶ Publicación No. 549 de la Aduana de EE.UU.

(301) 734-8896
U.S. Fish and Wildlife Service
Office of Management Authority
4401 N. Fairfax Drive, VA 22203
(703) 358-2104

Food and Drug Administration
Division of Import Operations and Policy
5600 Fishers Lane
Rockville, MD 20857
(301) 443-6553

Consumer Product Safety Commission
Office of Compliance
4330 East West Highway
Bethesda, MD 20814
(301) 504-0608

Existe un número creciente de bienes y productos como textiles, ropa, automóviles, barcos, radios, reproductores de discos compactos, televisiones, y dispositivos médicos, sujetos a estándares especiales, declaraciones, certificaciones, marcado o requisitos de etiquetado.

Otras mercancías se deben examinar para la aprobación de su uso, la no contaminación, o bien pueden ser susceptibles de cuotas de importación.

Todos estos requisitos deben ser cumplidos antes que la mercancía sea liberada. Finalmente, muchas categorías de productos son sujetos a impuestos o restricciones de visa.

2.2.3.8 CONTROL DE FDA (AGENCIA DE ALIMENTOS Y MEDICAMENTOS FOOD AND DRUG ADMINISTRATION).

La FDA dispone de su propio sistema de información electrónico (*Operational and Administrative System for Import Support, OASIS*) que permite a su vez

conocer las importaciones de productos alimentarios en Estados Unidos en lo que se refiere al tipo de producto, país de origen y fecha de llegada.

La autoridad legal bajo la cual la FDA tiene la potestad de inspeccionar y regular los alimentos importados emana de la sección 801 de la *Federal Food, Drug and Cosmetic Act (FFDCA)*. Las responsabilidades de la FDA en esta materia se detallan en la subparte E del capítulo 21 del Código de Regulaciones Federales (21 *CFR*1 Subpart E). El principio seguido por la FDA a la hora de autorizar la importación de alimentos es que éstos deben ser sustancialmente idénticos a los producidos domésticamente en los Estados Unidos, en lo que se refiere a sus garantías sanitarias.

A continuación, se resumen los procedimientos seguidos por la FDA en la importación de productos alimentarios

La FDA no exige un **certificado sanitario** para la importación de productos alimentarios, aunque los importadores deben disponer de los documentos necesarios que demuestren la salubridad de los productos alimentarios a importar, así como efectuar las gestiones previas para la importación de ciertos productos (por ejemplo, conservas acidificadas).

2.2.3.8.1 INSPECCIÓN DEL PRODUCTO ALIMENTARIO IMPORTADO

La FDA tiene poder discrecional para efectuar inspecciones sanitarias de los productos importados.

En caso de que la FDA renuncie a efectuar dicha inspección, en base al historial de inspecciones de la compañía implicada o de la naturaleza del producto, se expide un documento que libera la mercancía para su comercialización en Estados Unidos ("*May Proceed Notice*"). Este es el caso más corriente, ya que sólo un 2% de los productos alimentarios importados en Estados Unidos son inspeccionados por la FDA.

La FDA puede igualmente detener la importación de los productos alimentarios que juzgue oportuno sin realizar un análisis previo (es lo que se denomina "*Detention Without Physical Examination*").

Si la FDA decide inspeccionar un producto alimentario que se pretende importar, expide lo que se denomina una notificación de muestreo y análisis ("*Notice of sampling*"). En función de los resultados del análisis, la FDA puede:

- **Liberar el producto** para su comercialización en Estados Unidos, si los resultados del análisis y del examen de la documentación aportada por el importador demuestran que el producto a importar se ajusta a la reglamentación estadounidense. La FDA envía en este caso un aviso al Servicio Aduanero y al importador para liberar la mercancía ("*Notice of Release*") aunque los servicios aduaneros pueden retener el producto por otras razones.
- **Detener el producto** si los análisis realizados del mismo o la documentación aportada por el importador concluyen que dicho producto no se ajusta a la legislación estadounidense aplicable. En este caso la FDA envía al Servicio Aduanero y al importador un aviso de detención ("*Notice of Detention*").

En función del motivo de rechazo de la mercancía, la FDA puede marcar el producto en cuestión de la compañía exportadora para la realización automática de controles reforzados en su importación en Estados Unidos (es lo que anteriormente se ha citado como "*Detention Without Physical Examination*").

Los motivos para los controles automáticos son, principalmente:

- Que el producto en cuestión no cumpla con la legislación estadounidense, especialmente la FFDCA.
- Que presente riesgos ciertos para la salud humana tales como presencia en el mismo de *Listeria*, *Salmonella* u otros organismos patógenos; presencia de metales pesados o presencia de aditivos y colorantes a los cuales ciertas personas puedan ser especialmente sensibles. El análisis de una sola muestra basta para determinar estos riesgos.
- Que la FDA disponga de información suficiente para determinar que el producto a importar presenta riesgos para la salud humana. Estas

informaciones pueden basarse en inspecciones de la FDA en países extranjeros o en las condiciones de los países exportadores.

- Que el producto a importar haya sido fabricado inadecuadamente o sin respetar las Buenas Prácticas de Fabricación publicadas por la FDA.

Estos productos marcados para control automático pueden ser liberados para su comercialización en Estados Unidos mediante el oportuno análisis que pruebe la inocuidad para la salud humana del mismo. Tras **un prudencial número de importaciones sucesivas** liberadas tras el oportuno análisis, la FDA contemplaría la exclusión del producto de los controles automáticos. Esto significa que el producto no sería examinado de un modo automático, aunque **tendría las mismas probabilidades que cualquier otro producto importado** de ser examinado por los inspectores de la FDA. El número de importaciones sucesivas requeridas para la exclusión suele ser cinco, aunque varía dependiendo de multitud de factores. Este número se eleva a doce importaciones sucesivas en el caso de que el motivo de inclusión fueran las condiciones del país o región exportadora. Finalmente, la exclusión de los controles automáticos de un producto incluido como consecuencia de una inspección de la FDA en un país extranjero, solo es posible mediante una nueva inspección.

Los importadores de productos que hayan sido detenidos por la FDA, bien de oficio, por estar marcados para control automático, o bien por decisión autónoma de la FDA, reciben un aviso de detención y audiencia ("*Notice of Detention and Hearing*"). Una vez recibido este aviso el importador dispone de **diez días hábiles**, prorrogables a demanda del importador, para realizar sus observaciones al respecto. Si el importador no aporta alegaciones satisfactorias para la FDA en el plazo de diez días, la FDA emite un aviso de rechazo de admisión del producto en cuestión ("*Notice of Refusal of Admission*"). El producto rechazado debe destruirse o reexportarse en un plazo máximo de noventa días.

La FDA emite este aviso de rechazo de admisión si se cumple que:

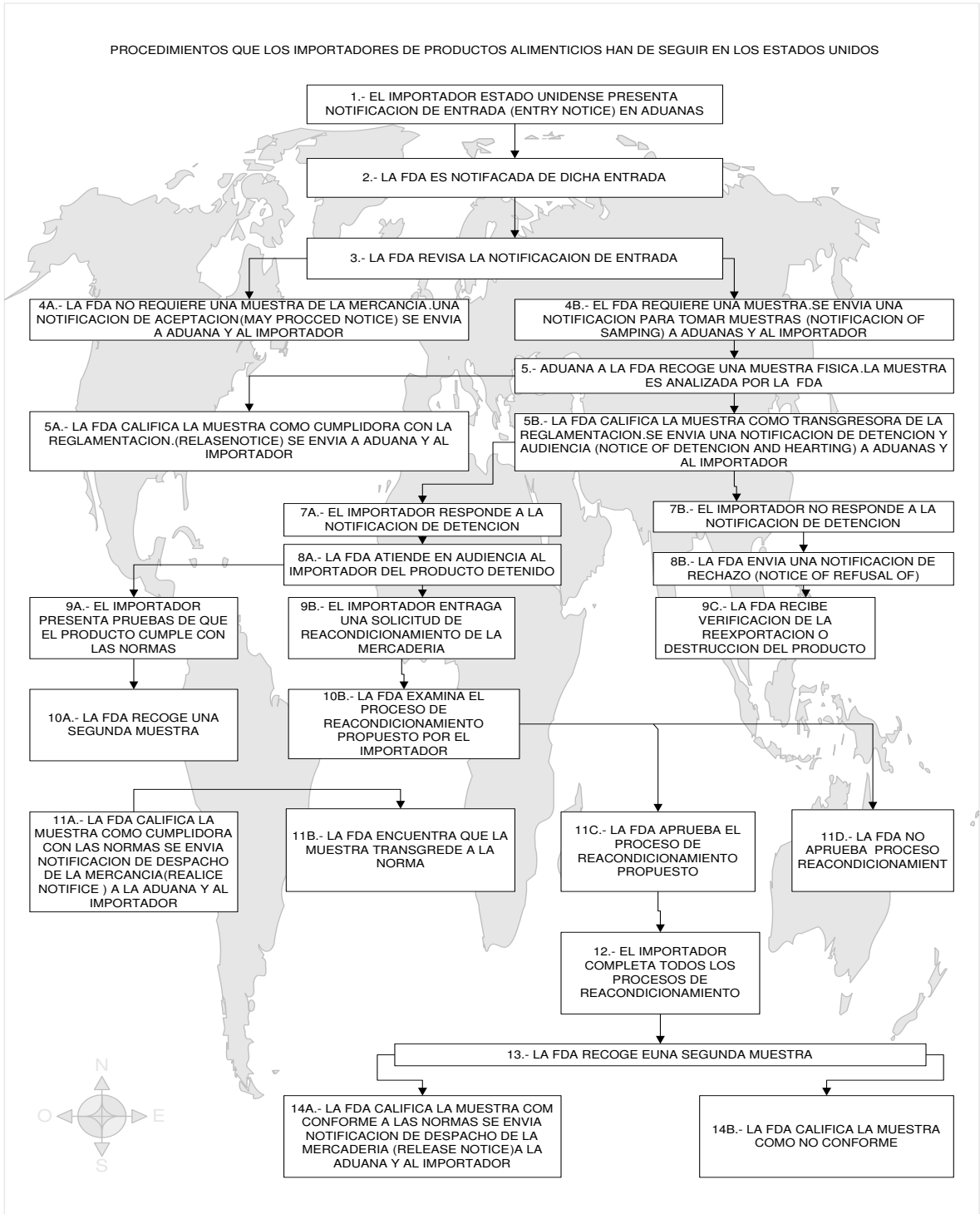
- El producto ha sido fabricado, tratado o empaquetado sin cumplir la legislación estadounidense o bien los métodos empleados en su fabricación no se ajustan a las "*Good Manufacturing Practices*".
- La venta del producto en cuestión en el país de fabricación está limitada o prohibida en razón de su composición o proceso de fabricación.

En el plazo arriba mencionado de diez días, el importador puede aportar toda la documentación que juzgue oportuna para demostrar que el producto a importar se ajusta a la legislación estadounidense. En este caso, la FDA procede al análisis de una muestra de la mercancía detenida cuyo resultado, de ser favorable al importador, obliga a la FDA a liberar la mercancía emitiendo un aviso de liberación con la mención "*Originally Detained and now Released*".

Igualmente, el importador puede solicitar a la FDA, en este plazo de diez días, que se le permita reacondicionar la mercancía detenida ("*Petition to Recondition*"). La FDA supervisa las operaciones de reacondicionamiento cargando las correspondientes tasas al importador. El importador, una vez concluidas las mismas, debe facilitar a la FDA un certificado que atestigüe la finalización de esta operación ("*Importer's Certificate*"). La FDA, en base a este certificado, debe decidir inmediatamente la liberalización de la mercancía o la realización de nuevos análisis. La FDA puede acceder, aunque raramente lo hace, a una segunda petición de reacondicionamiento de la mercancía ("*Application to Recondition, Second Attempt*") por parte del importador en el caso de que el primer reacondicionamiento no haya sido satisfactorio para la FDA. Si este segundo reacondicionamiento tampoco es satisfactorio, la mercancía debe ser destruida o reexportada, tal como se ha indicado anteriormente, en un **plazo de 90 días** tras la recepción del "*Notice of Refusal of Admission*".

GRAFICO N.- 33

PROCEDIMIENTO DE IMPORTACION DE ALIMENTOS A ESTADOS UNIDOS



FUENTE: Aduana de los Estados Unidos, FDA.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

2.2.3.8.2 PROCEDIMIENTO PARA IMPORTACION DE LA FDA

1. El agente o importador tramita los documentos de ingreso con el Servicio de Aduanas de los E.E.U.U. dentro de cinco días hábiles a la fecha de llegada del cargamento a un puerto de entrada.
2. La FDA es notificada del ingreso de alimentos regulados por medio de:
 - Copias duplicadas de los Documentos Aduaneros de Ingreso (CF 3461, CF 3461 ALT, CF 7501 o alternativo),
 - Copia de la factura comercial.
 - un Depósito para cubrir los impuestos potenciales de importación, impuestos varios y multas.
3. La FDA revisa los Documentos de Ingreso del Importador para determinar si se debe llevar a cabo un examen físico, un examen en el muelle, o un examen de muestras.
- 4A. Se toma la decisión de no coleccionar una muestra. La FDA envía una "Nota de Autorización" a la Aduana de los E.E.U.U. y al importador. El cargamento es liberado en cuanto a la FDA concierne.
- 4B. Se toma la decisión de coleccionar una muestra basada en:
 - La naturaleza del producto,
 - Prioridades de la FDA y,
 - Historia previa del artículo comercial.

La FDA envía una "Nota de Muestreo" a la Aduana de los E.E.U.U. y al importador. El cargamento debe ser mantenido intacto hasta nuevo aviso. Se tomará una muestra del cargamento. El importador puede mover el cargamento del muelle a otro puerto o almacén (contactar al Servicio de Aduanas de los E.E.U.U. para obtener detalles).

5. La FDA obtiene una muestra física. La muestra es enviada a un Laboratorio de la FDA del Distrito para análisis.
- 6A. La FDA encuentra que la muestra cumple con los requisitos. La FDA envía una Nota de Liberación al Servicio de Aduanas de los E.E.U.U. y al importador.
- 6B. El análisis de la FDA determina que la muestra "parece estar en violación de la ley federal de alimentos, medicamentos y cosméticos (FD&C) y otras leyes relacionadas". La FDA envía una Nota de Detención y de Audiencia al Servicio de Aduanas de los E.E.U.U. y al importador la cual:

- Especifica la naturaleza de la violación y,
- Proporciona al importador 10 días hábiles para presentar testimonio sobre la admisibilidad del cargamento.

La audiencia es la única oportunidad para el importador de presentar una defensa de la importación y/o presentar evidencia sobre cómo el cargamento puede llenar los requisitos de entrada.

- 7A. La persona consignada, el verdadero dueño, el importador o un representante designado responde a la Nota de Detención y Audiencia. La respuesta permite la presentación de un testimonio, ya sea oral o escrito, sobre la admisibilidad del cargamento.
- 7B. La persona consignada, el verdadero dueño, el importador o un representante designado no responde a la Nota de Detención y Audiencia, ni tampoco solicita una extensión del periodo para la audiencia.
- 8A. La FDA conduce una audiencia concerniente a la admisibilidad del producto. La audiencia es una oportunidad para presentar datos relevantes y está limitada a evidencia pertinente al caso.
- 8B. La FDA envía al importador una Nota de Rechazo de Admisión. Esta es la misma persona o compañía a quien se le envió la Nota de Muestreo. A todos los que han recibido la Nota de Muestreo, la Nota de

Detención y de Audiencia, se les envía una copia de la Nota de Rechazo.

- 9A. El importador presenta evidencia indicando que el producto cumple con los requisitos. Resultados analíticos certificados de las muestras, examinados por un laboratorio confiable y los cuales están dentro de las recomendaciones oficiales sobre niveles de contaminantes y defectos de alimentos para uso humano, pueden ser presentados.
- 9B. El importador presenta una Solicitud de Autorización para Reacondicionar o Llevar a Cabo Otras Medidas (FDA Form FD 766). La solicitud pide permiso para convertir un alimento adulterado o mal etiquetado en un producto que cumple con los requisitos, bien por cambiar la etiqueta, o al transformarlo para uso no comestible. Se debe proporcionar un método detallado describiendo el proceso mediante el cual el alimento cumplirá con los requisitos de la FDA.
- 9C. La FDA recibe verificación de las Aduanas de los EE.UU. de la exportación o destrucción del cargamento. La exportación o destrucción de la mercancía registrada en la Nota de Rechazo de Admisión es llevada a cabo bajo la dirección de Aduanas de los EE.UU.
- 10A. La FDA reúne muestra de seguimiento para determinar si el producto se acata a los requisitos.
- 10B. La FDA evalúa los procedimientos de reacondicionamiento propuestos por el importador. Se requiere de una fianza para el pago de compensaciones por pérdidas.
- 11A. La FDA encuentra que la muestra está "en cumplimiento". Una Nota de Liberación con la declaración "Originalmente Detenido y Ahora Liberado" es enviada al Servicio de Aduanas y al importador.
- 11B. La FDA encuentra que la muestra no cumple con los requisitos. El importador puede enviar una Solicitud de Autorización para el Reacondicionamiento o para Llevar a cabo Otras Medidas (ver 9B), o

bien, la FDA publicará una Nota de Rechazo de Admisión (ver 8B).

- 11C. La FDA aprueba los procedimientos de reacondicionamiento del importador. La solicitud aprobada contiene la declaración "La Mercancía Debe Permanecer Intacta Pendiente del Comprobante de la Nota de Liberación de la FDA."
- 11D. La FDA no aprueba los procedimientos de reacondicionamiento del solicitante si la experiencia previa muestra que el método propuesto no tendrá éxito. Una segunda y última petición no será considerada a menos que contenga cambios significativos a los procesos de reacondicionamiento para asegurar una probabilidad razonable de éxito. El solicitante es informado en la forma FD 766 de la FDA.
- 12. El importador completa todos los procedimientos de reacondicionamiento e informa a la FDA que los productos están listos para inspección/reunión de muestras.
- 13. La FDA conduce inspecciones de seguimiento/reunión de muestras para determinar el cumplimiento con los términos de la autorización de reacondicionamiento.
- 14A. El análisis de la FDA encuentra que la muestra está en cumplimiento. Una Nota de Liberación es enviada al importador y al Servicio de Aduanas de los E.E.U.U. Los cargos por la supervisión de la FDA son estimados en la Forma FD 790 de la FDA. Se envían copias a las Aduanas de los E.E.U.U. la cual es responsable de obtener el pago total incluyendo cualquier gasto incurrido por su propio personal.
- 14B. El análisis de la FDA encuentra que la muestra no está aún en cumplimiento. Los cargos por la supervisión de la FDA son estimados en la Forma FD 790 de la FDA. Se envían copias a las Aduanas de los E.E.U.U. la cual es responsable de obtener el pago total incluyendo cualquier gasto incurrido por su propio personal.

2.2.3.8.3 NORMAS DE ETIQUETADO

REGLAMENTACIÓN DE LA FDA

La FDA ejerce su autoridad sobre la mayoría de alimentos importados en los Estados Unidos. Contrariamente al FSIS, la FDA no realiza una aprobación de las etiquetas antes de que se impriman. Es responsabilidad del fabricante o importador de un alimento el cumplir con las leyes vigentes de etiquetado.

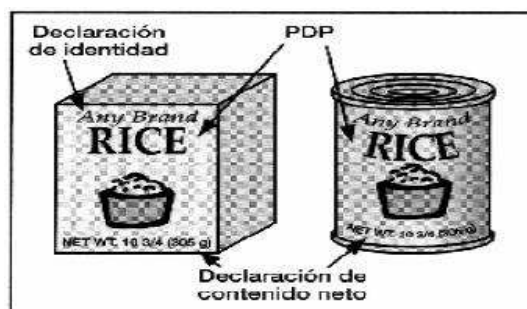
Cualquier incumplimiento de esta obligación conlleva la retirada del producto afectado a partir de su entrada en territorio estadounidense.

■ DECLARACIONES DE LA ETIQUETA EN LOS ENVASES Y PAQUETES

Un envase de productos alimenticios cuenta normalmente al menos con dos áreas distintas: Una etiqueta de presentación principal (*Principal Display Panel PDP*) y una etiqueta informativa. El *PDP* es la parte que los consumidores ven en primer lugar cuando compran un producto. En la mayoría de los casos, el *PDP* es la parte frontal del envase. Aquí es donde la FDA requiere el nombre del producto y la declaración del contenido neto del producto.

GRAFICO N.-34

ETIQUETA



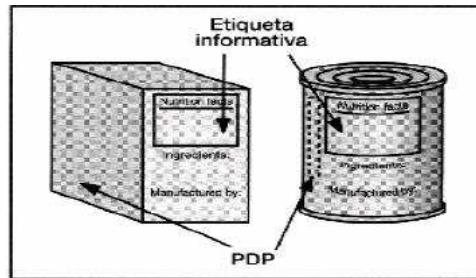
FUENTE: www.fdaimports.com

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

La etiqueta informativa, por lo general, está colocada inmediatamente a la derecha de la etiqueta de presentación

GRAFICO N.- 35

ETIQUETA



FUENTE: www.fdaimports.com

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

CONSIDERACIONES OBLIGATORIAS EN LA ETIQUETA

Según la FDA (Food and Drug Administration) las menciones obligatorias deben colocarse en la parte más visible de la etiqueta ("*principal display panel*") y deben figurar obligatoriamente en inglés (si ciertas menciones aparecen en español, entonces toda la etiqueta debe ser bilingüe español-inglés). Los otros tipos de información pueden figurar sobre la parte de información del producto. Las menciones obligatorias son las siguientes:

- **Declaración de identidad (nombre del producto)**

El nombre del producto es el nombre común o usual del mismo y debe indicarse de forma manifiesta. Este nombre debe figurar en la parte principal de la etiqueta y generalmente, paralelamente a la base del envasado.

Al nombre del producto se le denomina "declaración de identidad" y es uno de los rasgos principales de la etiqueta de presentación principal. La declaración de identidad ha de estar redactada en

inglés, aunque puede ir acompañada de otras versiones en idiomas extranjeros.

- **Peso o Contenido neto**

Es el peso neto, no escurrido, que se indica en la etiqueta. *Net Content Declaration*, literalmente, declaración del contenido neto, se refiere sólo a la cantidad de alimento (incluyendo cualquier líquido o zumo comestible) contenida en un envase o recipiente. No incluye el peso del recipiente, envolturas o material de embalaje. El volumen del contenido neto debe aparecer en el tercio más bajo de la etiqueta de presentación principal, generalmente en líneas paralelas a la base del recipiente y ser bien visible, llamativo y fácil de leer.

- **Tamaño de los caracteres**

La superficie de la parte principal del envasado determina el tamaño mínimo de los caracteres. El tamaño de los caracteres no pueden en ningún caso ser menor de 1/16 pulgadas (1.6 mm). Estas disposiciones son de obligado cumplimiento y su violación puede acarrear la retirada del producto en cuestión.

- **Información nutricional**

Desde 1994, la "información nutricional" ("*nutritional facts*") es exigida para la mayor parte de los envases de productos alimentarios. La información nutricional consiste básicamente en el número de calorías del producto alimentario así como la cantidad de sodio, potasio, hidratos de carbono, proteínas, minerales y vitaminas.

Ciertas exenciones pueden incluirse, especialmente para las pequeñas compañías y para ciertos tipos de productos.

Menciones especiales: Las menciones especiales tienen como objeto advertir al consumidor sobre el contenido nutritivo del alimento así como señalar la presencia de aditivos o el alto

contenido en fibra. Las menciones especiales autorizadas deben autorizarse previamente por la FDA. Estas menciones se colocan generalmente sobre la parte principal de la etiqueta.

GRAFICO N.-36 FORMATO DE ETIQUETA

Nutrition Facts		*Percent Daily Values are based on a diet of other people's misdeeds.	
Serving Size 1 cup (228g)		Calories: 2,000 2,500	
Servings Per Container 2			
Amount Per Serving			
Calories 260	Calories from Fat 120		
% Daily Value*			
Total Fat 13g	20%	Total Fat	Less than 65g 8g
Saturated Fat 5g	25%	Sat Fat	Less than 25g 25g
Cholesterol 30mg	10%	Cholesterol	Less than 300mg 300mg
Sodium 660mg	28%	Sodium	Less than 2,400mg 2,400mg
Total Carbohydrate 31mg	10%	Total Carbohydrate	30g 37.5g
Dietary Fiber 0g	0%	Dietary Fiber	25g 30g
Sugars 5g			
Protein 5g			
Vitamin A 4%	Vitamin C 2%		
Calcium 15%	Iron 4%		

FUENTE: www.fdaimports.com

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

○ **Declaración de ingredientes**

La lista completa de los ingredientes debe indicarse en orden decreciente de importancia en la parte principal de la etiqueta, o, en su caso, en la parte de información. Debe utilizarse siempre el nombre común del ingrediente a menos que una reglamentación especial prevea un término diferente.

Debe prestarse una atención especial a la enumeración de los conservantes químicos así como las especias o aromas. Pueden utilizarse ciertos términos específicos según el colorante o aroma artificial en cuestión.

○ **Nombre y dirección del fabricante y/o distribuidor**

La etiqueta debe mencionar el nombre y la dirección completa del fabricante, envasador o distribuidor. Se entiende por dirección completa, la calle, el número, el municipio, el estado y el código postal.

- **País de origen.**

El país de origen del producto debe indicarse obligatoriamente, incluso si no se encuentra en la parte principal de la etiqueta. Se recomienda que figure debajo del nombre del producto.

- **Mensajes de salud**

La FDA permite ocho tipos de mensajes sobre las relaciones entre un nutriente o un alimento y el riesgo de una enfermedad o aspecto relacionado con la salud. Caben diversas posibilidades. Así, el mensaje podría hacerse mediante referencias o recomendaciones de otras organizaciones como el Instituto Nacional del Cáncer, etc.; mediante frases, símbolos, viñetas, descripciones, etc. Cualquiera que sea el medio empleado, dicho reclamo debe reunir unas normas o requisitos determinados. Por ejemplo, no se puede indicar el grado de reducción del riesgo y sólo se puede declarar *may* ("puede") o *might* ("podría") cuando se trate sobre la influencia de dicho nutriente en el proceso de la enfermedad con la que se relaciona.

2.2.3.8.4 RECHAZOS: razones por las cuales FDA podrá rechazar un producto alimenticio:

ADULTERADO

Porque puede contener lo siguiente:

- Contiene androstendiona, cloranfenicol, clorofluorcarbonos, cumarinas, ciclamato, dioxinas, dulcina, ginseng, histamina, anís estrellado japonés, listeria, micotoxina, patulina, radionúclidos, shigella, hepatitis A, salmonela, sacarina o sulfitos.
- Contiene bacteria perjudicial a la salud
- Contiene mas del 0.5% de alcohol (confite).
- Contiene residuos peligrosos de plaguicidas (productos frescos)
- Contiene suciedad o sustancias en descomposición

- Contiene un colorante que no está aprobado
- Contiene un suplemento dietético no apto para uso en alimentos
- Contiene una sustancia añadida para aumentar el volumen o peso
- El envase parece estar hecho de una sustancia dañina
- El envase parece estar hinchado o no ser impermeable
- El producto (de dulce) contiene sustancias no nutritivas
- El producto tiene un olor que no debe tener
- En envase no es sujeto a manipulación
- Es de una planta que no sigue buenas prácticas de manufactura (GMP)
- La empresa no ha cumplido con el proceso de registro con FDA
- La empresa no ha registrado su proceso con FDA
- La empresa productora no está registrada como productor de alimentos enlatados acidificados o de baja acidez
- No contiene suficiente ácido
- Parece haber sido empacado en condiciones no sanitarias
 - Parece que se ha dejado afuera un ingrediente importante
 - Parece que se ha sustituido una sustancia por un ingrediente
 - Parece ser de un animal que estaba enfermo
 - Parece ser un producto inferior, disfrazado

Error de nomenclatura por lo que también cambiar los nombres en Ingles por los correspondientes en español.

- Contiene sacarina sin que se mencione con un aviso en la etiqueta, (error de nomenclatura).
- Contiene sulfitos sin declararlo en la etiqueta
- Contiene colorante no especificado en la etiqueta
- Contiene un preservante químico sin declarar en la etiqueta su nombre y su función en el producto
- Contiene un saborizante artificial sin declararlo en la etiqueta
- Información requerida en la etiqueta es muy difícil de leer o de entender
- La calidad del producto es inferior a lo requerido (algunos productos)

- Parece no cumplir con la definición de ese tipo de producto (“Standards of Identity”)

Otras Razones:

- El envase fue llenado menos de lo permitido (para algunos productos)
- El nombre en la etiqueta no identifica correctamente el contenido
- La etiqueta contiene información que parece falsa o engañosa
- La etiqueta dice contener “Ginseng”, sin ser cierto
- La etiqueta está en violación de la Ley de Empaquetado y Etiquetado Justo (Fair Packaging and Labelling Act)
- La etiqueta no da el nombre común de cada ingrediente y hay dos o más ingredientes.
- La etiqueta no indica la cantidad del contenido
- La etiqueta no incluye el nombre y ubicación del fabricante, emparador o distribuidor
- La etiqueta no contiene el contenido nutritivo
- La etiqueta no contiene información en inglés
- La etiqueta promete beneficios no comprobados para la salud
- Parece una imitación de otro producto sin que se indique en la etiqueta
- El producto (alimento para niños) no cumple con la ley (falta de documentación).
- El producto (leche o crema) requiere un permiso especial (permiso).
- El producto (té) es muy inferior en pureza o en calidad (té prohibido).
- La etiqueta (jugo de frutas o vegetales) no especifica el porcentaje de jugo de la fruta o vegetal nombrado).
- Su venta es prohibida en el país de producción o de exportación.

2.2.4 LOGISTICA PAÍS DE DESTINO (ESTADOS UNIDOS)

2.2.4.1 ARRIBO PUERTO DE OAKLAND CALIFORNIA

Para la nacionalización de la mercancía el Agente de Aduana debe realizar la transmisión de la declaración aduanera. Los documentos que deberán presentar son:

1. El conocimiento de embarque (denominando al consignatario para propósitos de aduana) como evidencia del derecho de consignatario para hacer la entrada.
2. Factura comercial obtenida del vendedor, que muestra el valor y la descripción de la mercancía.
3. El manifiesto de entrada (Forma de Aduana 7533) o la forma Entrada/Entrega Inmediata (Forma de Aduana 3461).
4. La lista de empaque y la documentación necesaria para determinar si la mercancía puede ser admitida.

En el pedimento de importación, el importador indica la clasificación arancelaria y el pago de impuestos estimado en base al Sistema Armonizado de designación y codificación de las mercancías.

2.2.4.2 COSTOS DE DERECHOS ARANCELARIOS.

La quinua no paga ningún derecho arancelario de acuerdo al arancel de los Estados Unidos.

GRAFICO N.-37
ARANCEL DE IMPORTACION DE LOS ESTADOS UNIDOS

Harmonized Tariff Schedule of the United States (2010)						
Annotated for Statistical Reporting Purposes						
Heading/ Subheading	Stat Sur- fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty		
				General	Special	2
1007.00.00		Grain sorghum		0.22¢/kg	Free (A+,AU,BH,CA,CL,D,E,IL,J,JO,MA,MX,OM,P,PE,SG)	4.4¢/kg
	20 40	Seeds of a kind used for sowing	kg			
		Other	kg			
1008		Buckwheat, millet and canary seed; other cereals (including wild rice):				
1008.10.00	00	Buckwheat	kg	Free	Free (A+,AU,BH,CA,CL,D,E,IL,J,JO,MA,MX,OM,P,PE,SG)	0.55¢/kg
1008.20.00	00	Millet	kg	0.32¢/kg		2.2¢/kg
1008.30.00	00	Canary seed	kg	0.12¢/kg	Free (A+,AU,BH,CA,CL,D,E,IL,J,JO,MA,MX,OM,P,PE,SG)	2.2¢/kg
1008.90.00		Other cereals (including wild rice)		1.1%	Free (A+,AU,BH,CA,CL,D,E,IL,J,JO,MA,MX,OM,P,PE,SG)	10%
	20 40	Wild rice	kg			
		Other	kg			

FUENTE: Arancel de los Estados Unidos de Norteamérica.

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

Al determinar la posición arancelaria dentro del arancel de los Estados Unidos, se determina el si el producto esta grabado o no por aranceles, en este caso la quinua no paga ningun tipo de arancel.

2.2.4.3 IMPUESTOS DE IMPORTACIÓN EN ESTADOS UNIDOS:

Para la desaduanización de las mercancías en Estados Unidos se deberán pagar los siguientes rubros:

- Derechos arancelarios (AD-VALOREM) de acuerdo al Sistema Armonizado, en el caso que este estuviera gravado. Para la quinua tiene un AD-VALOREM del 0%.
- Se debe pagar el TAV (IMPUESTO AL VALOR AGREGADO), que es el 16% sobre el valor en aduana más el ad-valorem.

A continuación se detallará la liquidación de la importación de quinua.

FOB: \$ 57.600,00

FLETE: 1.630,00

SEGURO: 118,46 (2%)

CIF: 59.348,46

TASA DE MANTENIMIENTO DEL PUERTO: 72,00

AD-VALOREM: 0%

TAV (IVA) 16%: 16%(AD-VALOREM + CIF) = **\$9.495,75**

TOTAL DE IMPUESTOS A PAGAR: **\$9.567,80**

2.2.4.4 PAGO A AGENTE DE ADUANA.

Al agente de aduana por realizar la tramitología de desaduanización por honorarios en Estados Unidos tiene un costo promedio de **\$200,00**

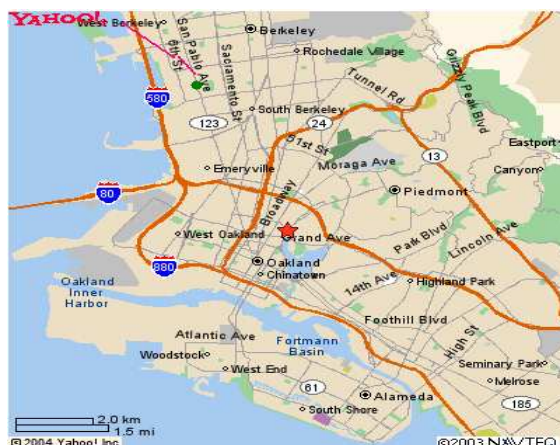
2.2.4.5 TRANSPORTE INTERNO OAKLAND – SAN PABLO AV.

El manejo interno de la mercancía (In land) desde Oakland hacia la Av. San Pablo en donde se encuentran las bodegas de nuestro cliente en Estados Unidos tiene un costo de \$ 500,00, en 6 horas aproximadamente.

RUTA A SER TOMADA: La ruta que se va a tomar para el transporte interno es Oeste de Berkeley, 6ta Av. con su destino final Av. San Pablo. Como se está detallado en el siguiente gráfico.

GRAFICO N.- 38

MAPA DE OAKLAND



FUENTE: maps.google.com

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

CAPÍTULO III

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN COMERCIAL DEL SECTOR

3.1 PRODUCCIÓN NACIONAL DE QUINUA

En el período 2002 – 2008, en promedio, el Ecuador posee una superficie cosechada 914.14 Ha. de quinua / año, con una producción de 516.00 Tm. y un rendimiento de 0.56 Tm./ ha, dichos promedios son considerados bajos reflejando que el cultivo de la quinua en el país sigue siendo de subsistencia o autoconsumo, ya que conoce que el 80% de las unidades productivas Agrícolas (UPA) en la serranía está compuesto por minifundios, con una tecnología tradicional, cultivando en suelos marginales y en manos de pequeños agricultores principalmente.

TABLA N.- 12

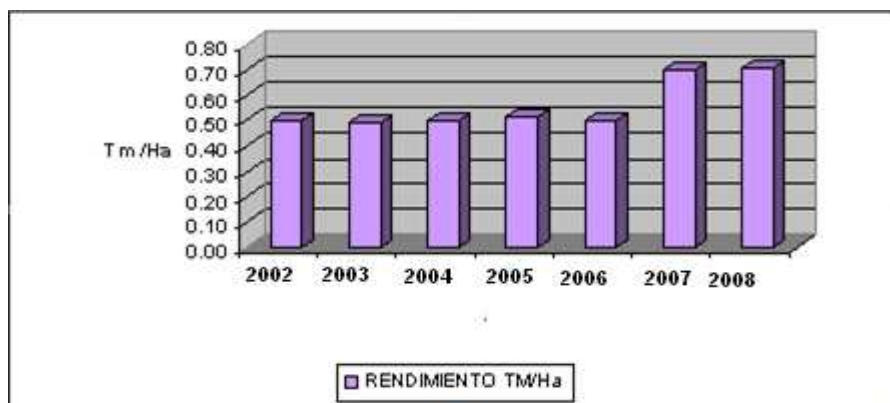
SUPERFICIE, PRODUCCIÓN, RENDIMIENTO DE LA QUINUA 2002-2008

AÑO	SUPERFICIE	PRODUCCION	RENDIMIENTO	
	Ha	TM	TM/Ha	QQ/Ha
2002	1,300	650	0.50	11.0
2003	650	320	0.49	10.8
2004	700	350	0.50	11.0
2005	1,000	519	0.52	11.4
2006	800	400	0.50	11.0
2007	929	652	0.70	15.4
2008	1020	721	0.71	15.6
Promedio	914.14	516.00	0.56	12.32

FUENTE: www.infoagro.net
ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

GRÁFICO N.- 39

SUPERFICIE Y PRODUCCIÓN DE QUINUA 2002 - 2008



FUENTE: www.infoagro.net

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

3.1.1 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DEL PAIS

Las zonas productoras de quinua en el país se localizan en las provincias de la sierra, en orden de importancia: Cotopaxi, Chimborazo, Carchi, Imbabura, Pichincha y Tungurahua, las mismas que constan en las estadísticas del MAGAP.

TABLA N.- 13

PROMEDIO DE SUPERFICIE Y PRODUCCIÓN DESDE 2002 HASTA 2008

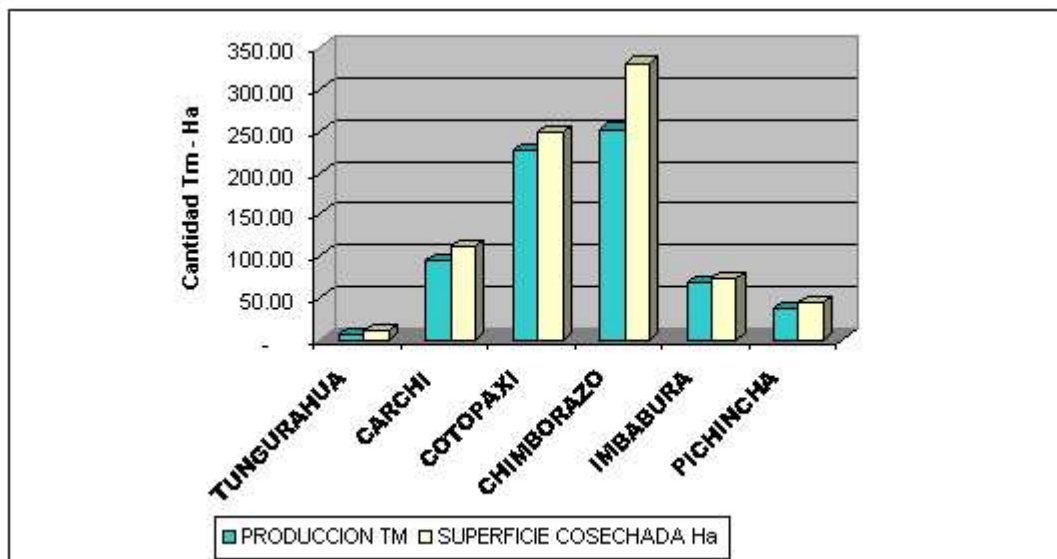
PROVINCIA	PRODUCCIÓN TM	SUPERFICIE COSECHADA Ha
TUNGURAHUA	6.00	11.50
CARCHI	95.00	112.00
COTOPAXI	226.50	248.75
CHIMBORAZO	251.50	330.75
IMBABURA	68.50	73.25
PICHINCHA	36.50	44.50

FUENTE: www.infoagro.net

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

GRÁFICO N.- 40

PROMEDIO DE SUPERFICIE Y PRODUCCIÓN DESDE 2002 HASTA 2008



FUENTE: www.infoagro.net
ELABORADO POR: SOFIA VINUEZA A. Y LUIS ALBERTO VACA.

Según el MAGAP en el período 2002 y 2008, las provincias de Cotopaxi y Chimborazo son las mayores productoras de quinua en el país: Cotopaxi y Chimborazo, registran un promedio de producción de 226,50 Tm. y 251,50 Tm., en una superficie cosechada de 248,75 y 330,75 Ha.

Los volúmenes de producción más importantes de elaborados son los que se generan para los Programas Sociales auspiciados por el Gobierno Nacional a través del Programa Mundial de Alimentos PMA: Aliméntate Ecuador, Unidad de Gestión del Ministerio de Bienestar Social, Alimentación Escolar, Unidad Operativa del Ministerio de Educación Pública y el Programa de Alimentación y Nutrición-PANN 2000, Unidad del Ministerio de Salud Pública, Proyecto “ Desarrollo Infantil y Alimentación Complementaria para Pre-escolares en la Frontera Norte” con participación del INNFA; instancias que tienen como función específica proporcionar apoyo alimentario y nutricional a grupos de población en situación de extrema pobreza y vulnerabilidad, niños menores a 5 años, mujeres embarazadas y en período de lactancia y grupos de población de refugiados, mediante la entrega de alimentos y/o alimentación (desayuno y almuerzo escolar).

3.1.1.1 ZONAS DE PRODUCCIÓN DE QUINUA

Según el III Censo Nacional Agropecuario (CNA) realizado el 31 de Octubre del 2000, en el Ecuador y para el período de referencia del censo, se registraron 2659 Unidades Productivas Agrícolas (UPAs), cerca de 900 ha sembradas con quinua, habiendo sido cosechadas 636 ha y con una producción total obtenida de 226 toneladas. Las ventas registradas de este cultivo fueron de 180 toneladas. Las provincias donde se localizó producción de quinua, son las que corresponden a la región Sierra, es decir Azuay, Cotopaxi, Chimborazo Imbabura, Pichincha y Tungurahua.

**GRÁFICO N.- 41
PRINCIPALES ZONAS PRODUCTORAS**



FUENTE: INEC (III CENSO NACIONAL AGROPECUARIO)

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

En cuanto al número de UPAs, dentro de la provincia de Chimborazo, se destaca el cantón Colta, donde se localizaron 1466 UPAs con producción de quinua y una superficie total sembrada de 346 hectáreas (para el año 2010 se prevé una superficie sembrada de 500 hectáreas)⁷. La producción obtenida en dicho cantón fue de 134 toneladas totales y las ventas registradas, de 113 toneladas. El promedio de superficie cultivada con quinua en la región Sierra es de 0.3 ha por UPA.

⁷ Entrevista con el Sr. Julio Roldán, miembro de UPA del Cantón Colta

Esta situación es bastante parecida en las provincias más importantes, ya que en Cotopaxi el promedio de superficie con quinua es de 0.4 ha/UPAs, en Chimborazo, es de 0.3 ha/UPA y en Imbabura de 0.5 ha/UPA, esto nos indicaría que el cultivo se realiza en pequeñas parcelas.

Este es un cultivo anual que se realiza principalmente para el autoconsumo, pero existen fincas que lo realizan para la producción comercial y también hay grupos de productores que se unen para realizar ventas al exterior. Según el III CNA en los meses de octubre, noviembre y diciembre, se registró el 84% del total de la superficie sembrada con este cultivo.

En cuanto al tipo de semilla utilizada en las plantaciones de quinua, cabe destacar que el 98% de las UPAs y el 93% de la superficie sembrada fue realizada con grano comercial común, es decir el que se obtiene de las cosechas de los años anteriores. Es casi sin importancia el uso de variedades mejoradas (2% de las UPAs y 7% de la superficie total sembrada, respectivamente), e inexistente el uso de semillas certificada.

3.2 RELACIONES COMERCIALES CON DIFERENTES PAISES DEL MUNDO

TABLA N.-14

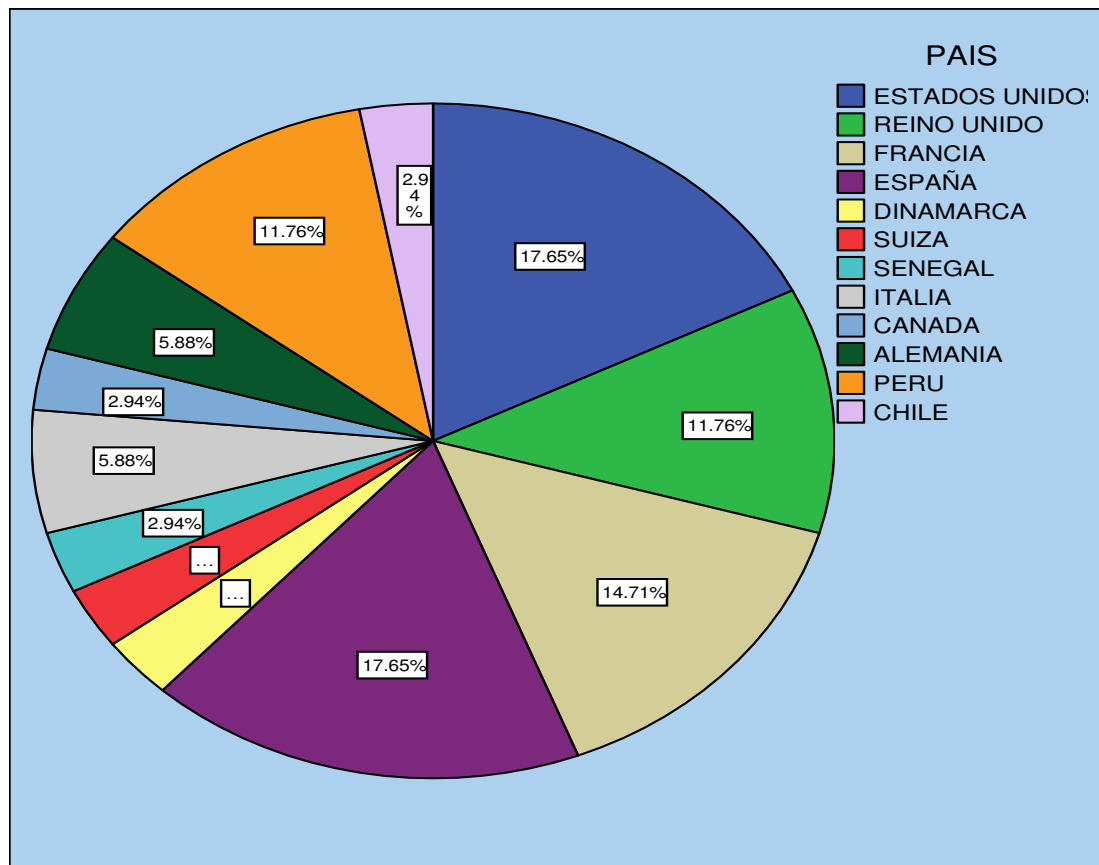
EXPORTACIÓN DE QUINUA DESDE EL ECUADOR HACIA EL RESTO DEL MUNDO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	ESTADOS UNIDOS	6	17,6	17,6	17,6
	REINO UNIDO	4	11,8	11,8	29,4
	FRANCIA	5	14,7	14,7	44,1
	ESPAÑA	6	17,6	17,6	61,8
	DINAMARCA	1	2,9	2,9	64,7
	SUIZA	1	2,9	2,9	67,6
	SENEGAL	1	2,9	2,9	70,6
	ITALIA	2	5,9	5,9	76,5
	CANADA	1	2,9	2,9	79,4
	ALEMANIA	2	5,9	5,9	85,3
	PERU	4	11,8	11,8	97,1
	CHILE	1	2,9	2,9	100,0
	Total	34	100,0	100,0	

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

GRÁFICO N.- 42
PORCENTAJES DE EXPORTACIÓN DE QUINUA
PERIODO 2004-2009



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
 ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

En los últimos 6 años (2004 – 2009) tuvimos 6 transacciones con EEUU que representa el 17,6% del total de las transacciones, al igual que a España. Al poder visualizar el número de transacciones con cada uno de los países con los que se ha mantenido relaciones comerciales con respecto a la quinua, se puede establecer que Estados Unidos es un mercado potencial, pues en todos los años analizados se ha realizado transacciones con el mismo.

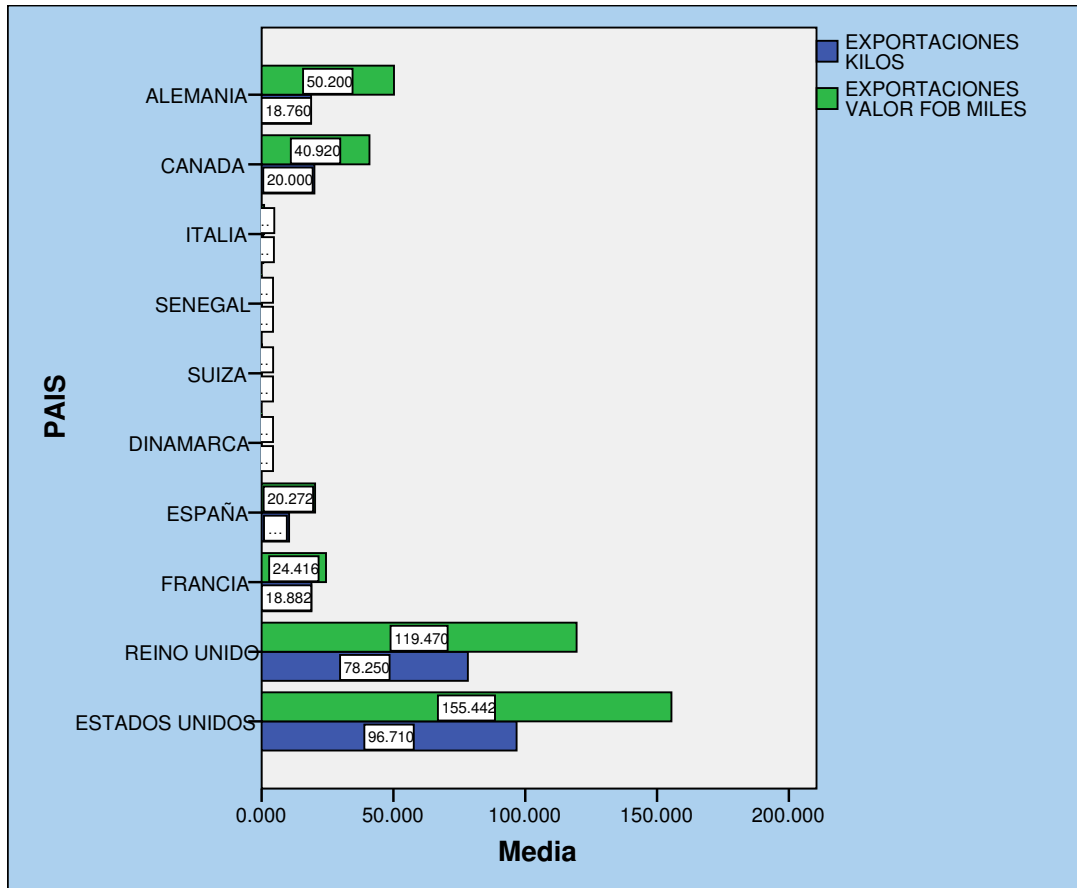
TABLA N.- 15
EXPORTACIONES
(2004-2009)
(CIFRAS EN MILES)

Informe

PAIS		EXPORTACIONES KILOS	EXPORTACIONES VALOR FOB MILES
ESTADOS UNIDOS	Media	96,71000	155,44167
	Suma	580,260	932,650
	Mínimo	18,380	30,910
	Máximo	183,560	279,170
REINO UNIDO	Media	78,25000	119,47000
	Suma	313,000	477,880
	Mínimo	13,000	20,080
	Máximo	140,000	226,220
FRANCIA	Media	18,88200	24,41600
	Suma	94,410	122,080
	Mínimo	2,340	2,260
	Máximo	28,310	44,580
ESPAÑA	Media	10,43667	20,27167
	Suma	62,620	121,630
	Mínimo	1,470	1,620
	Máximo	24,050	43,550
DINAMARCA	Media	,01000	,01000
	Suma	,010	,010
	Mínimo	,010	,010
	Máximo	,010	,010
SUIZA	Media	,01000	,07000
	Suma	,010	,070
	Mínimo	,010	,070
	Máximo	,010	,070
SENEGAL	Media	,00000	,01000
	Suma	,000	,010
	Mínimo	,000	,010
	Máximo	,000	,010
ITALIA	Media	,62000	,94500
	Suma	1,240	1,890
	Mínimo	,010	,010
	Máximo	1,230	1,880
CANADA	Media	20,00000	40,92000
	Suma	20,000	40,920
	Mínimo	20,000	40,920
	Máximo	20,000	40,920
ALEMANIA	Media	18,76000	50,20000
	Suma	18,760	50,200
	Mínimo	18,760	50,200
	Máximo	18,760	50,200
Total	Media	38,93964	62,40500
	Suma	1090,310	1747,340
	Mínimo	,000	,010
	Máximo	183.560	279.170

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

GRÁFICO N.- 43
EXPORTACIONES
(2004-2009)



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
ELABORADO: SOFIA VINUEZA Y LUIS ALBERTO VACA

En los últimos 6 años (2004 – 2009) se ha exportado a nivel mundial un promedio de 38.939,64 kg lo que equivale un ingreso de \$62.405. Existe un total en dicho período de 1'090.310 Kg lo cual ha generado \$1'747.340. En este mismo período se produjo un máximo de exportación de 183.560 Kg.

Se ha exportado a Estados Unidos un promedio de 96.710 Kg. lo que equivale a un ingreso de \$155.441,70. Existe un total de exportaciones en dicho período de 580.260 Kg. lo cual ha generado un ingreso de \$932.650. Durante este período se produjo un mínimo 18.380 Kg. y un máximo de exportación que equivale 183.560 Kg.

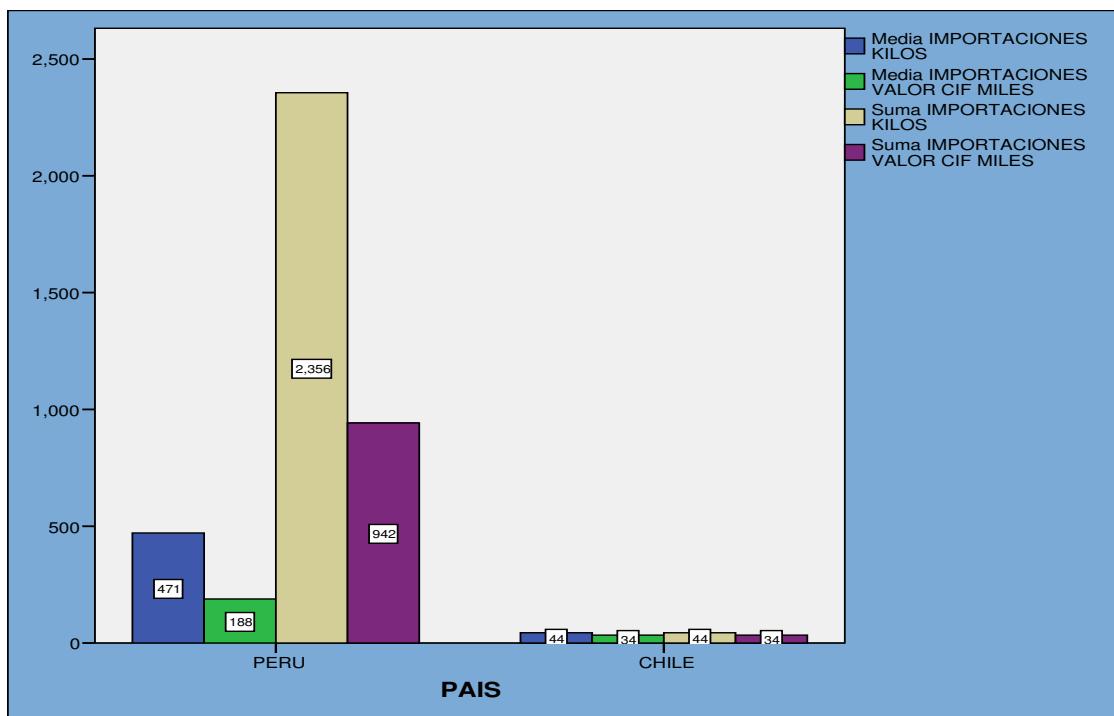
Una vez realizado este análisis podemos establecer que Estados Unidos tiene la mayor concentración de exportación de quinua tanto en cantidad como en miles de dólares, razón por la cual seleccionamos a ese país como nuestro cliente potencial.

TABLA N.- 16
IMPORTACIONES
PERÍODO 2004-2009
MILES KILOS/DÓLARES

PAIS		IMPORTACIONES KILOS	IMPORTACIONES VALOR CIF MILES
PERU	Media	471,13600	188,43400
	Suma	2355,680	942,170
	Mínimo	19,590	2,500
	Máximo	812,030	638,860
CHILE	Media	44,00000	33,88000
	Suma	44,000	33,880
	Mínimo	44,000	33,880
	Máximo	44,000	33,880
Total	Media	399,94667	162,67500
	Suma	2399,680	976,050
	Mínimo	19,590	2,500
	Máximo	812,030	638,860

FUENTE: BANCO CENTRAL
 ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

GRÁFICO N.- 44
IMPORTACIONES
(2004-2009)
MILES



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
 ELABORADO: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

En los últimos 6 años (2004 – 2009) se ha importado a nivel mundial un promedio de 399.9466,7. kg lo que equivale a una salida de dinero de \$162.675. En este período se ha importado un total de 2´399.680 Kg con un valor de \$976.050. En este mismo período se produjo un máximo de compras de 812.030 Kg y un mínimo de 19.590.

Una vez realizado el análisis anterior, podemos establecer que el monto de importaciones es muy alto, razón por la cual se deben crear políticas de estado que contribuyan al desarrollo de pequeños productores de quinua de tal manera que se establezcan estrategias en las que se asocien estos grupos de productores para poder incrementar la oferta exportable y satisfacer en primera

instancia la demanda nacional, para paulatinamente ir cubriendo la demanda internacional; y así inyectar capital al aparato productivo nacional.

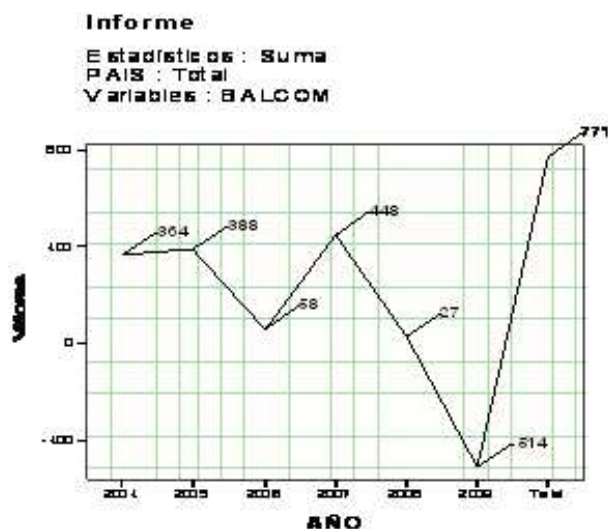
TABLA N.- 17
EVOLUCION DE LA BALANZA COMERCIAL DEL ECUADOR
(MILES DE DÓLARES)
PERIODO 2004-2009

Suma
PAIS: Total

AÑO	BALCOM
2004	364
2005	388
2006	58
2007	448
2008	27
2009	-514
Total	771

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
 ELABORADO: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

GRÁFICO N.- 45
EVOLUCIÓN DE LA BALANZA COMERCIAL DEL ECUADOR
(2004-2009)



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
 ELABORADO: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

La Balanza Comercial Ecuatoriana refleja que las exportaciones durante el periodo 2004 – 2009 han sido superiores a las importaciones. Pese a que en el año 2009 hubo un déficit de -514 (miles de dólares). Se debería crear estrategias que contribuyan al crecimiento del sector productivo agrícola, específicamente en este caso el de la quinua, ya que el Ecuador posee quinua con altos niveles de componentes nutricionales que puede competir a nivel internacional; además se debería fomentar la industrialización de este producto para obtener productos con alto nivel de calidad capaz de satisfacer la demanda de países con altos estándares de calidad.

TABLA N.- 18

BALANZA COMERCIAL ECUADOR - ESTADOS UNIDOS

QUINUA

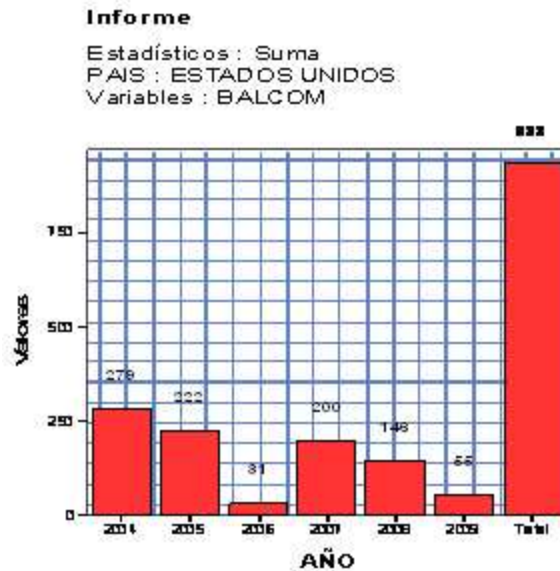
PERIODO: 2004 - 2009

PAIS: ESTADOS UNIDOS

AÑO	BALCO M
2004	279
2005	222
2006	31
2007	200
2008	146
2009	55
Total	933

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
ELABORADO: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

GRÁFICO N.- 46
EVOLUCIÓN DE LA BALANZA COMERCIAL ECUADOR - ESTADOS UNIDOS
(2004-2009)



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
ELABORADO: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

La balanza comercial de quinua Ecuador - Estados Unidos, refleja que las exportaciones han sido mayores a las importaciones, pues no se presenta ningún saldo negativo. Además se debería establecer que en los últimos 3 años nuestra balanza se ha incrementado en \$401.000. Lo que nos da como conclusión que se debe incentivar a la producción local para así incrementar los ingresos económicos al país.

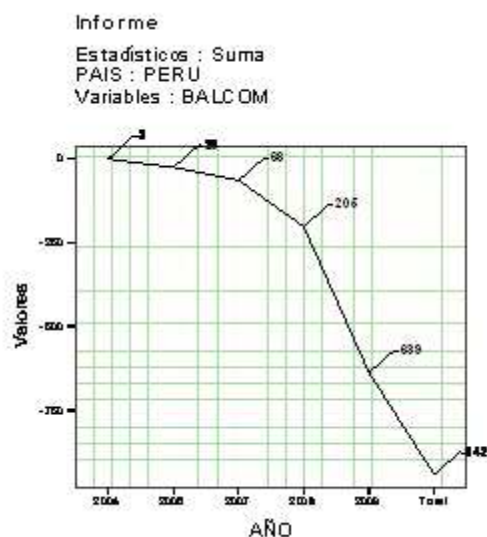
TABLA N.- 19
BALANZA COMERCIAL ECUADOR - PERU
QUINUA
PERIODO: 2004 – 2009
MILES

PAIS: PERU

AÑO	BALCOM
2004	-3
2006	-28
2007	-68
2008	-205
2009	-639
Total	-942

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
 ELABORADO: Sofia Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

GRÁFICO N.- 47
EVOLUCIÓN DE LA BALANZA COMERCIAL ECUADOR - PERÚ
(2004-2009)



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
 ELABORADO: SOFIA VINUEZA A. Y LUIS ALBERTO VAC

La balanza comercial de quinua Ecuador - Perú, presenta un déficit ya que de Perú únicamente se importa; razón por la cual, uno de los propósitos es

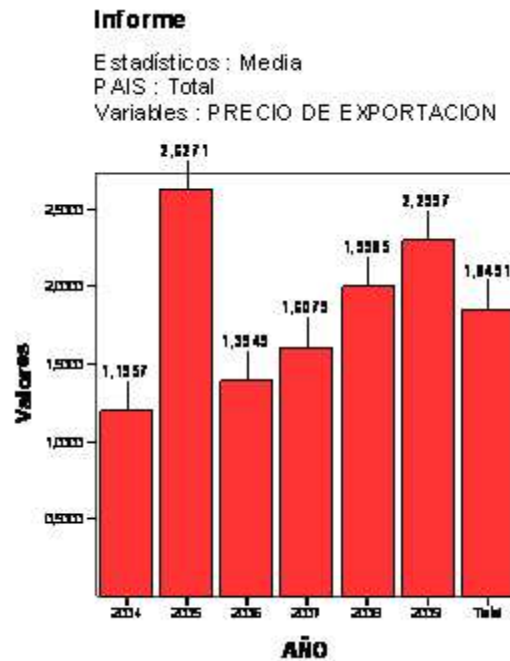
incrementar la productividad para satisfacer tanto a la demanda local como a la internacional.

TABLA N.- 20
EVOLUCIÓN DE PRECIOS DE LA QUINUA A NIVEL MUNDIAL
QUINUA
PERIODO: 2004 – 2009

AÑO	PAIS	PRECIO DE EXPORTACION
2004	ESTADOS UNIDOS	1,5209
	REINO UNIDO	1,3900
	FRANCIA	,9658
	ESPAÑA	1,1020
	DINAMARCA	1,0000
	Total	1,1957
2005	ESTADOS UNIDOS	1,5410
	REINO UNIDO	1,4818
	FRANCIA	1,3666
	ESPAÑA	1,7461
	SUIZA	7,0000
	Total	2,6271
2006	ESTADOS UNIDOS	1,6817
	REINO UNIDO	1,5446
	FRANCIA	,7333
	ESPAÑA	1,6199
	Total	1,3949
2007	ESTADOS UNIDOS	1,4472
	REINO UNIDO	1,6159
	FRANCIA	1,6372
	ESPAÑA	1,8108
	ITALIA	1,5285
	Total	1,6079
2008	ESTADOS UNIDOS	1,9199
	FRANCIA	1,8985
	ESPAÑA	2,1296
	CANADA	2,0460
	Total	1,9985
2009	ESTADOS UNIDOS	2,7280
	ESPAÑA	2,7947
	ITALIA	1,0000
	ALEMANIA	2,6759
	Total	2,2997
Total	ESTADOS UNIDOS	1,8064
	REINO UNIDO	1,5081
	FRANCIA	1,3203
	ESPAÑA	1,8672
	DINAMARCA	1,0000
	SUIZA	7,0000
	ITALIA	1,2642
	CANADA	2,0460
	ALEMANIA	2,6759
	Total	1,8491

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
 ELABORADO: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

GRÁFICO N.- 48
EVOLUCIÓN DE PRECIOS DE LA QUINUA A NIVEL MUNDIAL
(2004-2009)



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
ELABORADO: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

Es importante realizar un análisis global de los precios, pues de esto dependerá las utilidades que va ha obtener nuestra empresa.

En promedio el precio de exportación de los Estados Unidos es de \$1,80 pero en el año 2009 notamos que hubo un incremento con un índice de crecimiento de 51% con respecto a la media de los Estados Unidos.

Además se evidencia que en el año 2009 Estados Unidos tuvo uno de los precios más altos, razón por la que Estados Unidos es un mercado muy atractivo.

TABLA N.- 21
EVOLUCIÓN DE EXPORTACIONES
KILOS - FOB - PRECIOS
ECUADOR – ESTADOS UNIDOS
QUINUA

PERIODO: 2004 – 2009

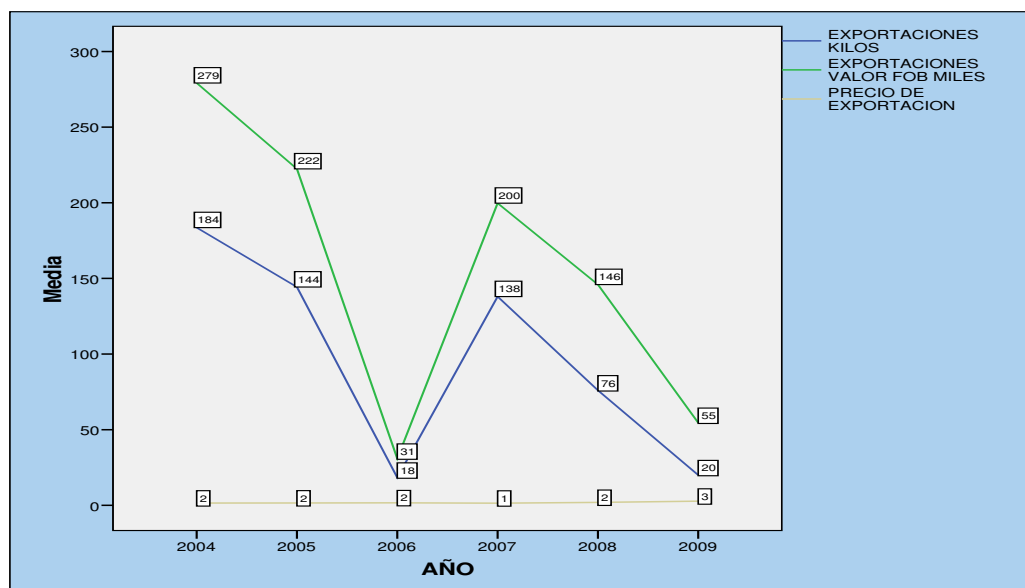
PAIS: ESTADOS UNIDOS

AÑO	EXPORTACIONES KILOS	EXPORTACIONES VALOR FOB MILES	PRECIO DE EXPORTACION	BALCOM
2004	183,56000	279,17000	1,5209	279,17
2005	144,32000	222,39000	1,5410	222,39
2006	18,38000	30,91000	1,6817	30,91
2007	138,00000	199,71000	1,4472	199,71
2008	76,00000	145,91000	1,9199	145,91
2009	20,00000	54,56000	2,7280	54,56
Total	96,71000	155,44167	1,8064	155,44

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
 ELABORADO: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

GRÁFICO N.- 49
EVOLUCIÓN DE EXPORTACIONES
KILOS - FOB - PRECIOS
ECUADOR – ESTADOS UNIDOS

(2004-2009)



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR
 ELABORADO: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

A pesar de que en el año 2009 las exportaciones de quinua tuvieron un decrecimiento muy grande con respecto años anteriores, tanto en kilos como en miles dólares, los precios aumentaron. Razón por la cual como exportadores se debe analizar la situación actual para establecer una política de negociación que incremente las exportaciones a fin de mejorar nuestro saldo en la balanza comercial generando mayores fuentes de trabajo incentivando a la producción nacional.

Se deberá crear políticas de inversión en el sector agrícola, para contribuir con el crecimiento sostenible de este sector, de tal manera, que se puede incrementar la oferta tanto local como internacional, para así reducir las importaciones e incrementar las exportaciones generando ingresos de divisas para el progreso económico del país.

3.2.2 DIRECTORIO DE EXPORTADORES ECUATORIANOS DE QUINUA

A continuación, se detalla el directorio de exportadores ecuatorianos de quinua:

TABLA N.- 22

DIRECTORIO DE EXPORTADORES DE QUINUA

NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	FAX	CIUDAD	ACTIVIDAD
Cereales La Pradera	Via El Calvario S.N y Samilagua	32390020	32390020	Guaranda	Actividades de otras asociaciones.
Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio	Marchena OE-238 y Versailles	02549407	02230634	Quito	Servicios asociatividad
Fundación Maquita Cushunchic MCCH	Km 4 Via Daule junto al Roble.	2670927		Guayaquil	Venta al por mayor.
Fundación Mujer y Familia Andina	Av. Amazonas N.-41-125 e Isla Floreana.	02468421		Quito	Servicios sociales sin alojamiento
Galarza Abril Danilo Enrique	Panamericana Norte Km 4	03853382		Ambato	Venta al por mayor.
Productos Organicos Chimborazo Sumaklife Cia Ltda	Velasco 20-60 y Guayaquil	32961608	32961625	Riobamba	Cultivo de frutas, plantas para preparar bebidas y especias
Vilialbe Ltda.	El pisque calle tres 19-A			Guayaquil	No registra actividad

FUENTE: www.bce.fin.ec

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

El directorio de exportadores servirá para tomar en cuenta la cantidad de competidores que existen en el mercado, para tomar las medidas y estrategias necesarias que nos permitan ingresar en nuevos mercados con productos de calidad e innovadores.

3.2.3 DIRECTORIO DE IMPORTADORES DE QUINUA EN ECUADOR.

A continuación se detalla el directorio de importadores de quinua en Ecuador:

TABLA N.- 23

DIRECTORIO DE IMPORTADORES

NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	FAX	CIUDAD	ACTIVIDAD
Acosta Proaño Arturo Patricio	Simon Rodriguez y Argentina			Guayaquil	No registra actividad
Carpio Tinoco Rosa Patricia	Av. Pichincha y Hualtaco 125	2995204	2995209	Huaquillas	Venta al por mayor de otros productos
Celi Ramirez Aide Narciza	Imbabura S-N y Espejo			Guayaquil	Venta al por menor en puestos de venta y en mercados
Fernandez Agila Jimmy Cristobal	Jose Garcia S-N y Jose Mendoza			Guayaquil	No registra actividad
Jumbo Arboleda James Nicanor	Teniente Ortiz y Eloy Alfaro	07906273		Huaquillas	Venta al por mayor de otros productos
Mundicereal S.A	Accion Civica E6-209 y Gualaceo			Guayaquil	No registra actividad
Prodicereal S.A	Av. Unidad Nacional 176 y Tomas de Berlanga	02805920	02813358	Latacunga	Venta al por mayor de otros productos
Salvatierra Villota Persy Manuel	Calle Villafuerte S-N y Av. del Ejercito	2908116		Arenillas	Venta al por menor en puestos de venta y en mercados
Yunga Herrera Eduardo Camilo	Portovelo y canal (frente al aserrio Divino Niño	2996-386	2996-386	Huaquillas	Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco

FUENTE: www.bce.fin.ec

ELABORADO POR: SOFIA VINUEZA A. Y LUIS ALBERTO VACA.

El directorio de importadores en el Ecuador, permitirá realizar un análisis de la demanda local insatisfecha, lo cual puede generar una nueva oportunidad de negocio, puesto que podemos dirigir nuestra actividad no solo al mercado internacional sino también local.

3.3 ANÁLISIS DE LOS PROVEEDORES

3.3.1 SUMAKLIFE: esta empresa tiene como finalidad el fortalecimiento de la participación y organización de las comunidades indígenas de la sierra central del Ecuador.

3.3.1.1 CAPACIDAD PRODUCTIVA: La capacidad productiva de esta empresa durante un año uniendo a todos sus productores que son pequeños agricultores de la serranía del Ecuador es de 500 toneladas distribuidas en cosechas semestrales:

■ **Exportación:** 20 a 22 contenedores de 20`

■ **Consumo Local:** 60 toneladas.

3.3.1.2 FRECUENCIA DE LA PRODUCCIÓN: Esta empresa a distribuido su cosecha en dos semestres: el primero constituye los meses de Enero-Febrero (etapa de cultivo) y en 2 semanas realizan el proceso de limpieza y distribución de la misma el segundo semestre lo realizan en los periodo Junio-Julio realizando el mismo período antes mencionado. Nos indicaron que para realizar la compra de quinua debemos hacerlo dentro de los períodos de cultivo para que ellos asignen la cantidad solicitada por el cliente. Planifican sus ventas de acuerdo al promedio de años anteriores.

El departamento de ventas informa que pueden realizar una venta de un contenedor de 1x20 mensualmente y dependiendo de la necesidad se incrementará la cantidad.

3.3.1.3 PRECIOS DE VENTA A DISTRIBUIDORES: el precio de venta para distribuidores mayorista como sería nuestro caso es de \$115,00 el quintal. El pago debe realizarse 60% con el contrato y 40% contraentrega en la planta de la empresa.

3.3.1.4 TIPOS DE EMPAQUES UTILIZADOS PARA LA EXPORTACIÓN: esta empresa para realizar las exportaciones de

quinua orgánica lo realiza en sacos de Polipropileno y un pliegue interno de color transparente. Peso 10 y 25 Kg.

3.3.2 CAMARI: En 1981, nace Camari como complemento de la acción del FEPP para enfrentar el problema de la comercialización agropecuaria y artesanal de pequeños productores.

3.3.2.1 CAPACIDAD PRODUCTIVA: La capacidad productiva de esta empresa es de un promedio de 1500 quintales mensuales, lo cual lo distribuye de la siguiente manera:

■ **Consumo Internacional:** 1000 quintales

■ **Consumo Local:** 500 quintales

3.3.2.2 FRECUENCIA DE LA PRODUCCIÓN: Esta empresa realiza su proceso de cultivo solo una vez al año, el mes de Noviembre , lo cultivan en Enero y los productores lo almacenan en sus bodegas hasta que la empresa solicite a los mismos de acuerdo a los requerimientos de su cliente.

Solo lo realiza una vez al año debido a las condiciones climaticas que enfrenta el país

La persona encargada de las ventas, informo que pueden proveernos de 100 a 150 quintales mensuales.

3.3.2.3 PRECIOS DE VENTA A DISTRIBUIDORES: el precio de venta para distribuidores mayorista como sería nuestro caso es de \$95 a \$100 por quintal.

3.3.2.4 TIPOS DE EMPAQUES UTILIZADOS PARA LA EXPORTACIÓN: esta empresa para realizar las exportaciones de quinua orgánica lo realiza en costales de lona y fundas de polipropileno transparente brillante. Peso 500 y 750 grs.

3.3.3 MAQUITA CUSHUNCHIG: es una empresa social de la Fundación MCCH, nace en 1985, con la finalidad de apoyar a campesinas y campesinos de escasos recursos del país.

Entre los productos que esta empresa comercializa tenemos:

- Alimentos agroindustriales
- Artesanías
- Productos andinos

3.3.3.1 CAPACIDAD PRODUCTIVA: esta empresa tiene una capacidad productiva de 400 toneladas anuales. Esta producción esta distribuida para el mercado local en su gran mayoría.

3.3.3.2 FRECUENCIA DE LA PRODUCCIÓN: al poseer una gran cantidad de niveles de producción esta empresa a distribuido su producción tres veces al año en los meses de Enero, Mayo y Septiembre. Nos indicaron que la negociación debemos realizar con 2 meses de anticipación al período de cosecha.

Pueden proveer a nuestra empresa de un contenedor cada 2 meses, y esto puede aumentar de acuerdo a nuestra necesidad. La oferta no es tan amplia debido a que ellos preferien producir para el consumo local.

3.3.3.3 PRECIOS DE VENTA A DISTRIBUIDORES: el precio de venta para distribuidores mayorista es de \$ 125,00 el quintal

3.3.3.4 TIPOS DE EMPAQUES UTILIZADOS PARA LA EXPORTACIÓN: esta empresa para realizar las exportaciones de quinua en bolsas de papel de cuatro pliegos color blanco de 25 y 50 Kg y en bolsas papel Kraft de 25kg.

TABLA N.- 24

CARACTERISTICAS EMPRESAS PROVEEDORAS DE QUINUA

EMPRESA	PRECIO	CAPACIDAD PRODUCTIVA
SUMAKLIFE	115 quintal	500 TONELADAS (ANUAL)
CAMARI	100 quintal	1500 QUINTALES (MENSUALES)
MAQUITA CUSHUNCHIG	125 quintal	400 TONELADAS (ANUAL)

FUENTE: Información empresas

ELABORADO POR: Sofia Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

Al realizar un análisis de la capacidad productiva y los precios ofertados por las empresas proveedoras en Ecuador, para iniciar nuestra actividad hemos seleccionado a la empresa SUMAKLIFE, debido a que esta nos ofrece de 6 a 8 contenedores de 1x20 semestral, siempre y cuando nosotros lo planifiquemos con anterioridad. Además podríamos incrementar nuestra compra dependiendo de la necesidad de nuestro cliente en Estados Unidos.

3.4 ANALISIS DE LA DEMANDA INTERNACIONAL

La producción y comercialización de la quinua en los mercados internacionales se está desarrollando de manera importante por su certificación orgánica, que exige la total eliminación del uso de sustancias químicas; se debe considerar que en los mercados internacionales la quinua solo se vende como producto orgánico ya que la tendencia de la población es cuidar el medio ambiente y la salud lo que provoca una creciente resistencia a ingerir alimentos modificados genéticamente.

Estados Unidos representa el mercado más grande. El mercado de los productos orgánicos se concentra básicamente en la Unión Europea, Estados Unidos y Japón. La FAO (**Food and Agriculture Organization** of the United Nations) estima que el mercado a nivel de ventas minoristas en el año 2000 fue de aproximadamente 20,000 millones de dólares; en 2003 las ventas llegaron a 28,000 millones y para 2004 se calculó movilizar entre 30 y 32 mil millones. Las perspectivas para 2011 se sitúan en 100,000 millones de dólares.

Los volúmenes de exportación de la quinua se han incrementado considerablemente en los últimos años desde los diferentes principales países productores: Ecuador, Perú, Bolivia.

Se debe considerar, como se menciona más adelante, el interés por cultivar este producto por parte de otros países americanos y europeos.

EE.UU. es el mercado más importante a nivel mundial de alimentos orgánicos y se caracteriza por tener una tasa promedio de crecimiento anual entre 20% y 30%.

3.4.1 VARIABLES MERCADO DE DESTINO

Al identificar las variables económicas, demográficas y geográficas se puede establecer la capacidad económica y productiva del país, así como también se determinará las necesidades que tienen los habitantes con respecto a la alimentación o estilo de vida. Por lo tanto, a continuación se detalla las variables más importantes para tomar la decisión del mercado de destino en este caso Estados Unidos.

Es importante tener claro cifras económicas del país objeto de la exportación, para determinar estrategias de ingreso, además al conocer variables que intervienen en el comportamiento de los habitantes contribuirá a la toma de decisión orientadas a la satisfacción del cliente.

3.4.1.1 VARIABLES ECONÓMICAS

TABLA N.- 25

VARIABLES ECONOMICAS

MONEDA	Dólar estadounidense
PIB	13.790.000 millones
PER CAPITA	43.594
EXPORTACIONES	USD 1162 miles de millones
IMPORTACIONES	USD 1953 miles de millones

FUENTE: RESERVA FEDERAL DE LOS ESTADOS UNIDOS

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

3.4.1.2 VARIABLES DEMOGRÁFICAS

TABLA N.-26

VARIABLES DEMOGRÁFICAS

POBLACIÓN	306,050,595
ÁREA	9.631.418 km ²
DENSIDAD	31 hab/km ²
ESPERANZA DE VIDA PROMEDIO	77,1 años
CRECIMIENTO ANUAL	0,92%

FUENTE: OFICINA DEL CENSO DE LOS ESTADOS UNIDOS

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

3.4.1.3 VARIABLES GEOGRÁFICAS

GEOGRAFÍA es un país del hemisferio Oeste. Consiste en cuarenta y nueve estados en América del Norte; uno de ellos, Alaska, es una enorme península situada en la parte más al noroeste de dicho continente; y Hawai, un archipiélago polinesio en el Océano Pacífico. También posee varios territorios en el Pacífico y en el Caribe. Limita con Canadá y el Océano Glacial Ártico, al norte; con México y el golfo de México, al sur; con el océano Atlántico, al este; y con el océano Pacífico, al oeste.

CLIMA Por lo general, las temperaturas disminuyen desde el sur hasta el norte; sin embargo, en verano, la mayor duración de los días compensa, en parte, esta disminución de temperatura. Por el contrario, en invierno, la presencia de días más cortos en el norte exagera el efecto del ángulo bajo de los rayos solares, creando una gran amplitud de temperaturas desde el sur hasta el norte. Los bosques usan mucha energía solar para evaporar agua; por consiguiente, los estados húmedos del este de Estados Unidos, que presentan una buena cobertura vegetal, no son tan cálidos como los secos desiertos del oeste, desprovistos de vegetación. Los océanos y los lagos moderan las temperaturas y las áreas montañosas son algo más frescas durante el día y mucho más frías por la noche que las tierras bajas de los alrededores.

3.4.1.4 VARIABLES CULTURALES

CULTURA.- En el siglo XX y lo que llevamos del XXI, los Estados Unidos han sido una gran potencia cultural mundial, pero, a pesar de grandes luminarias tales como William Faulkner, Frank Lloyd Wright o Jackson Pollock, sus grandes aportaciones al patrimonio global (y las que más ha exportado) no han de buscarse en las artes tradicionales, sino en la ciencia, la tecnología, y en tres de las llamadas *artes populares*, consideradas genuinamente estadounidenses: el cine, la historieta y la música popular.

RELIGION.- El gobierno de Estados Unidos no guarda un registro oficial de las religiones en el país. Sin embargo, en una encuesta privada llevada a cabo en 2007, el 76,7% de los estadounidenses adultos se identificaron a sí mismos como cristianos; cerca del 52% de los adultos se reconocieron como miembros de diferentes iglesias Protestantes; los Católicos Romanos, con 24,5%, fueron las denominaciones más numerosas; el Judaísmo (1,4%), La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días (1,3%), y otras religiones tienen también posiciones firmes en la cultura estadounidense; cerca del 14,2% de los encuestados se describieron como sin religión; la distribución religiosa del 5,4% de encuestados que decidieron no responder a la encuesta es desconocida.

El país tiene una tasa de religiosidad relativamente alta entre las naciones desarrolladas. Cerca del 46% de los estadounidenses adultos dice asistir a los servicios religiosos al menos una vez por semana, comparado con el 14% de adultos en Gran Bretaña, el 8% en Francia y el 7% en Suecia.

ARQUITECTURA.- Estados Unidos tiene una historia relativamente reciente y los amerindios no han dejado edificios tan espectaculares como los de México o Perú. Es por ello que la arquitectura estadounidense está marcada por la modernidad, y se piensa espontáneamente en los rascacielos del siglo XX como símbolos de esta modernidad. Teniendo en cuenta la originalidad de la población estadounidense, uno se tiene que interrogar sobre el carácter específico del arte del país: ¿existe una arquitectura específicamente estadounidense? ¿O no es más que una copia de las tradiciones europeas? La

arquitectura en Estados Unidos es diversa según las regiones y se construye gracias a las aportaciones exteriores, que no han sido únicamente inglesas. Parece que esta arquitectura está marcada por el eclecticismo, lo cual no sorprende en una sociedad multicultural.

GASTRONOMÍA.- La Gastronomía estadounidense es una variada mezcla de múltiples gastronomías nacionales, esto es así debido a que es un país creado fundamentalmente de inmigrantes procedentes de diferentes países de Europa, Asia y África. También podría denominarse como autóctona la gastronomía de los indios nativos de Norteamérica, mientras que el resto es una fusión de diferentes culturas gastronómicas llevadas a diferentes extremos, por una parte está la famosa fast food, por otra parte la comida tradicional fundamentada en las tradiciones ganaderas de antaño.

3.4.2 DEMANDA EN ESTADOS UNIDOS

La quinua se ha transformado en un producto apetecido que se demanda en países con altos índices de crecimiento y poder adquisitivo (Unión Europea, Estados Unidos y Japón). En este contexto, es necesario cumplir con normativas para certificar que los productos orgánicos cumplan con los sistemas productivos definidos como tal (situación que varía entre los distintos países productores y compradores).

Específicamente al ámbito de la producción orgánica en Bolivia, se identifica una clara tendencia en el crecimiento del sector, tanto en volumen exportable como en diversificación de productos.

La oferta de quinua orgánica está dominada por Bolivia y Perú en un 85 % del mercado total. Los productos tienen una demanda creciente, dadas las bondades alimenticias de dichos productos. Se puede afirmar que no existen problemas para una expansión de estos productos en el mercado internacional.

3.4.2.1 EMPRESAS IMPORTADORAS DE QUINUA EN ESTADOS UNIDOS

3.4.2.1.1 DIRECTORIO DE IMPORTADORES

TABLA N.- 27

DIRECTORIO DE IMPORTADORES

NOMBRE EMPRESA	DIRECCION	CONTACTO	TELEFONO	PAGINA WEB
Quinoa CORP	223 E. Redondo Beach Blvd. # B, Gardenia CA 90248 – 2302	David Schnorr Presidente	(310) 217-8125 / Fax (310) 217-8140	www.quinoa.net
United Natural	12745 Earhart Ave., Auburn CA 95602-9027	Kevin Michel – Presidente	(530) 889-9531 / Fax (530) 889-9544	www.unfi.com
Andean Naturals Organico	Cook Natural Products 2109 Frederick St Oakland, CA 94606	Sr. Jhon Mackdow	(888) 547-9777	www.andeannaturals.com
GOLD MINE NATURAL FOOD CO	7805 Arjons Drive, San Diego CA 92126		(858) 537-9830 / Fax (858) 695-0811	www.goldminenaturalfood.com
INCA ORGNICS	155 Pino unidad Tops, Atenas GA	Sr. Leventry	30606-1975	www.incaorganics.com

FUENTE: www.macmap.org

ELABORADO POR: Sofia Vinueza A. y Luis Alberto Vaca

En base al directorio de importadores en los Estados Unidos, se realizará la selección de la empresa de acuerdo a las necesidades y frecuencia de importación de la misma.

3.4.2.1.2 CARACTERISTICAS DE EMPRESAS IMPORTADORAS

TABLA N.- 28

EMPRESAS IMPORTADORAS

NOMBRE EMPRESA	DEMANDA PROMEDIO ANUAL TONELADA	TEMPORALIDAD DE EMBARQUE	PRECIO PROMEDIO KILO	TERMINOS DE COMPRA VENTA	CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO	FORMA DE PAGO
Quinoa CORP	260	Mensual, bimensual, semestral	2.65	FOB	QUINUA 100% ORGANICA BOLSAS DE 50 LIBRAS	50% anticipado y 50% contraentrega
United Natural	1120	Mensual, trimestral	2.77		QUINUA 100% ORGANICA BOLSAS DE 25 KG	60% anticipo y 40% contraentrega
Andean Naturals Organico	40	Bimensual, semestre	2.45	FOB	QUINUA 100% ORGANICA QUINTALES	
GOLD MINE NATURAL FOOD CO	50	Mensual, semestral	2.65	FOB	A GRANEL	
INCA ORGANICS	500	Mensual, trimestral, semestral	2.90	FOB	A GRANEL, DISTRIBUIDORES A GRANEL O EN ENVASES MÀS CLIENTES DE ACUERDO A REQUERIMIENTOS CLIENTES QUINUA 100% ORGANICA	Giro directo una vez realizado la entrega en Estados Unidos (exportadores frecuentes)

FUENTE: www.macmap.org

ELABORADO POR: SOFIA VINUEZA A. Y LUIS ALBERTO VACA.

La mayor parte de las empresas importadoras en Estados Unidos, compran los cereales a granel para incorporarlos en otros productos o también se encargan de distribuir a clientes pequeños.

Con la empresa que hemos realizado la negociación, para enviar un contenedor de 1x20 es INCA ORGANICS, pues fue la empresa que acepto esta oferta; que esperamos con el tiempo crezca, ya que poseemos un producto de calidad.

3.4.2.1.3 FERIAS ESPECIALIZADAS

All Things Organic Organic Trade Association McCormick Place. Chicago, i.e.

<http://www.ota.com/> www.organicexpo.com

Telf: (413) 774-7511

NNFA Natural Products Convention and Trade Show National Nutritional Foods Association Sands Expo and Convention Center Las Vegas, Nev.

<http://www.nnfa.org/> Tel (202) 223-0101

E-mail: nnfa@nnfa.org

Southwest Supermarket & Convenience Store Expo and The Latin American Food & Beverage Expo Texas Grocery & Convenience Association

& SMC Events Henry B. González Convention Center San Antonio, Texas

<http://www.txgca.org/> Tel (512) 926-9285

Expo Comida Latina/N.Y. Diversified Business Communications Javits Center. New York, N.Y. <http://www.divexpo.com/> www.expo-comida-latina.com.

Contacto en Estados Unidos: Thomas Wheiger

Expo Comida Latina/L.A. Diversified Business Communications Los Angeles Convention Center Los Angeles, Calif. <http://www.divexpo.com/> Tel (207) 842-5500.

Contacto Estados Unidos: Sra. Judith Escalante.

Fispal Latino

Fispal Miami Beach Convention Center Miami Beach, Florida

<http://www.fispal-latino.com> Telf: (305) 779-3045

E-mail: info.latino@fispal.com21

3.4.2.2 DEMANDA CUALITATIVA

Para todos los consumidores de EEUU⁸ las principales razones por las que compran sus productos son sabor, conveniencia, precio y valor nutricional. Por su parte, para el consumidor de productos naturales en EEUU, las tres principales actitudes que los motivan son:

- 1) Bueno para mí y mi familia;
- 2) Bueno para el Mundo y
- 3) De buen sabor.

Adicionalmente, en esta edición del NBJ, se señala una diferenciación entre los consumidores que compran productos naturales y se clasifican en:

- Principales (o Core en inglés) que representan el 13% de la población total de EEUU
- Intermedios (o Mid-level/mainstream en inglés) que representan el 63% de la población de EEUU
- Periféricos (o Periphery en inglés) que representan el 24% de la población de EEUU

Es importante señalar el segmento constituido por los consumidores aparentemente jóvenes está envejeciendo y se encuentran entre los 41 y 59 años. Es decir, representan 76 millones de personas las cuales buscan productos naturales para su salud y cuidado personal. Adicional, ellos se enfrentan por primera vez a problemas de salud:

- 40% presentan problemas de presión alta
- 37% tienen alto colesterol
- 20% tiene diabetes

En este sentido, es importante considerar que la motivación para dietas saludables, como por ejemplo adelgazantes que contribuyan a bajar la presión o colesterol, tendrán una gran oportunidad de crecimiento en el mercado. Otros importantes nichos de mercado son para los productos que mejoran la

⁸ De acuerdo al estudio de Julio 2005 del Nutrition Business Journal (NBJ)

digestión, al igual que aquellos para dormir, energizantes, alergias, y para aliviar de los síntomas de menopausia.

Por su parte, los consumidores mayores a los 60 años representan 49 millones de estadounidenses que se caracterizan por presentar condiciones crónicas de salud como se presenta a continuación:

- 62% presentan problemas de presión alta
- 42% tiene alto colesterol
- 29% tienen diabetes.

El mercado para productos nutricionales de mujeres⁹ creció a una tasa del 10,6%, llegando a US\$7,7 billones en el 2009. Una de las razones es la conciencia de las mujeres por la relación existente entre la dieta el mantenerse en forma, al tiempo que se combina con mujeres que son altos ejecutivos y emprendedores. El producto estrella para mujeres son los cereales estimado US\$2,1 billones en el 2004; las bebidas está en segundo lugar con US\$960 millones; ambos representan el 68% del mercado total de alimentos y bebidas para mujeres.

3.4.2.3 EEUU PRINCIPAL SOCIO COMERCIAL DEL ECUADOR

La balanza comercial entre Ecuador y Estados Unidos es una de las más beneficiosas y de mayor superávit para el Ecuador. Se ha visto mayormente perturbada por el incremento de los precios del petróleo (Ecuador exporta petróleo e importa derivados desde este país). En el caso de las exportaciones hacia Estados Unidos, Ecuador mantiene una tendencia al alza en el quinquenio (2003 – 2008).

3.4.2.4 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

En Estados Unidos existen alrededor de 200 zonas de intercambio internacionales (foreign trade zones) alrededor del país. Importadores y exportadores pueden usar estas zonas para diversas actividades, como almacenar, empaquetar, exhibir e incluso producir la mercancía. Los exportadores

⁹ Según MarketResearch.com

solo pagan impuestos por la mercadería enviada al mercado doméstico estadounidense de la zona¹⁰

3.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

3.5.1 NACIONAL

El mercado de la quinua a pesar de sus atractivos financieros y la buena rentabilidad que rinde no han sido factores suficientes para que en el Ecuador no se geste una verdadera cadena productiva a gran escala que permita generar una economía de escala para competir con los altos volúmenes de producción de Perú y Bolivia.

Es necesario enfatizar que se deben implementar algunos elementos de gestión empresarial que permitirán superar estos, y otros, inconvenientes.

Sin embargo, a través del tiempo algunas organizaciones productivas han ido creciendo y afianzándose en la producción de la quinua, sin duda algunas de ellas se encuentran en un buen nivel de gestión. Hay que notar que estas han crecido bajo los auspicios de fundaciones u ONGs en equipo con las comunidades indígenas. En el Ecuador las organizaciones productoras más importantes son:

a.- Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP):

RUC: 1790164241001 Dirección: Marchena 02-38 y Versalles. Quito-Pichincha
Telfs: 022-327045/2550705/2554727/21/44 022-549407 Fax: 022-504978

Página web: <http://www.fepp.org.ec>

Contactos: José Tonello, Representante Legal Mercados: Europa

¹⁰ Economist Intelligence Unit, Country Forecast United States 2008.

GRÁFICO N.- 50

AGRICULTORES FEPP



FUENTE: Escuela de Formación Empresarial - FEPP

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

El Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP) es una fundación privada con finalidad social, sin fines de lucro, ecuménica y auspiciada por la Conferencia Episcopal Ecuatoriana. Nació de la intención común de un grupo de obispos, sacerdotes y seglares, liderado por Mons. Cándido Rada, que buscaba dar respuesta en el Ecuador, al llamado del Papa Paulo VI en la encíclica Populorum Progressio, de crear un "fondo común" para la "asistencia a los más desheredados" en la perspectiva de un "desarrollo solidario de la humanidad"

b.- Fundación Escuelas Radiofónicas Populares

- Información general: RUC: 0690010135001
- Dirección: Juan de Velasco 20-60 y Guayaquil. Riobamba-Chimborazo
- Telf.: 03-2961608, 03-2960247
- Fax: 03-2961625
- Correo electrónico: ferpe@erpe.org.ec <http://www.erpe.org.ec>

- Contactos: Gustavo Segura, Presidente;
- Juan Pérez, Director Ejecutivo.
- Mercados: EE.UU. e Inglaterra

GRAFICO N.- 51

CULTIVOS DE QUINUA EN COLTA – PROVINCIA DEL CHIMBORAZO



FUENTE: ERPE

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

La Fundación Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador -ERPE- es una organización, privada, de servicio social y educativo que, sin dejar de lado su vocación democrática y ecuménica, tiene en los sectores indígenas, campesinos/as mestizos/as y urbano marginales, su opción. Fue fundada por Monseñor Leonidas Proaño Villalba el 19 de marzo de 1962. Las actividades de producción orgánica se las realizó en las granjas experimentales, la investigación en las fincas intenta resolver los problemas presentes en la agricultura orgánica y estas a su vez, pongan en práctica los avances de la tecnología en dicha área y en sus diferentes sistemas de producción.

Desde 1997, trabaja en la producción orgánica de granos andinos, específicamente con el cultivo de quinoa y amaranto. Acompañados por un programa de asistencia técnica y asesoramiento en todos los procesos productivos en forma orgánica, cosecha, poscosecha, comercialización.

Ejes principales del trabajo del área de producción agrícola orgánica de ERPE.

ERPE ha proyectado trabajar en base a los siguientes ejes fundamentales:

- Obtener la Certificación orgánica
- Diversificar la producción de tubérculos, granos y otros productos andinos.
- Implementación de granjas orgánicas autosuficientes
- Manejo sustentable y racional de páramo.

c.- INAGROFA

- Contacto: Rodrigo Arroyo
- E-mail: inagrofa@uio.satnet.net
- Teléfonos: 593 2 2920231
- Quinoa en grano: Presentación - 25 kilos \$0.85/Kilo; cantidad disponible 400 TM/año.
- Quinoa orgánica en grano: Presentación 25 kilos, \$1.05/Kilo; cantidad disponible 60 TM/año; Certificación BCS
- Quinoa - harina: presentación 25 kilos, \$1.03/kilo; cantidad disponible 100 TM/año
- Quinoa convencional precocida: presentación en 25 kilos

Esta empresa está ubicada en la zona norte del Ecuador, provincia de Carchi y su centro de acopio está ubicado en la ciudad de Quito. Realiza exportaciones en sacos de polipropileno de 25 kilogramos por medio de buques. También se dedica a comercializar en el mercado interno en fundas de 500 gramos

d.- MASCORONA.

Empresa ubicada en la Provincia de Tungurahua, se dedica a la comercialización de una amplia gama de cereales y otros productos. Exporta quinua a Colombia. La presentación de la quinua se la hace en fundas de 500 gramos.

3.5.1.1 PERSPECTIVAS FUTURAS

La producción, industrialización y comercialización de la quinua, son actividades que de una manera organizada pueden convertirse en generadoras de alimento seguro para las poblaciones, así como ser un estímulo para los productores y procesadores ecuatorianos. Es vital que los productores actuales y/o potenciales replanteen las estrategias de producción y comercialización optando por acceder a los programas de incentivación productiva ofertados por el gobierno nacional a través de sus instituciones¹¹.

En Ecuador se producían aproximadamente 1.200 hectáreas de quinua al año, con rendimientos promedio de 0.5 TM/ha (toneladas métricas por hectárea)¹². Sin embargo, todavía existen problemas de orden agronómico, sociocultural y económico que deben superarse para conseguir que éste y otros cultivos similares compitan con otros productos de consumo masivo y precios bajos, como el trigo y el arroz. Hace falta continuar con el proceso de investigación y promoción del cultivo e incluir estudios del uso y consumo. En la última década, la perspectiva para la quinua está cambiando. Según la empresa exportadora Inca Organics, desde 1995 la demanda de quinua orgánica en grano en los Estados Unidos y Europa se ha duplicado en una base anual.

3.5.2 INTERNACIONAL

3.5.2.1 PAISES COMPETIDORES

Una vez realizado la investigación de los países productores y exportadores de quinua a nivel mundial, se establece que los principales países proveedores de quinua en el mundo son:

- Bolivia,
- Perú
- Ecuador

En los siguientes cuadros 29 y 30 se puede observar los perfiles socio-económicos de estos países.

¹¹ Ministerio de Industrias y Productividad, Programa FONDEPYMES.

¹² Fuente: http://www.elfinanciero.com/produccion_negocios/produccion.html

TABLA N.- 29

Perfil de Perú

Población	29.885.340 (Est. Julio 2009)
PIB	101.5 miles de millones (Est. 2009) Crecimiento: 7.5% (Est. 2009) Per. Cápita \$ USD \$ 8.646
Principales sectores dentro del PIB	Agricultura: 9% Industria: 25.6% Servicios: 66%
Moneda	Nuevo Sol por Dólar: 3.1731 (2007), 3.2742 (2006)
Inflación	3,5 % en el 2009
Lengua	Principal: Español y Quechua Secundarias: Aymara y otras lenguas amazónicas
Principales socios comerciales	US 24.1%, China 9.6%, Switzerland 7.1%, Canada 6.8%, Chile 6%, Japan 5.2% (2009)

FUENTE: www.wikipedia.org/PERU

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

Oferta de Perú de quinua orgánica

Durante el primer trimestre del presente año Perú exportó quinua por un millón 8,000 dólares, lo que significó un crecimiento de 124 por ciento respecto al

mismo período del 2009, informó la Asociación de Exportadores de Perú (Adex).

Si se toman en cuenta los envíos del 2009 por 5´079.000, hubo un crecimiento de 1,215% respecto al 2008 cuando el monto era de tan sólo 386,176 dólares.

En los tres primeros meses del año la quinua peruana se exportó a un total de 19 mercados, liderados por Estados Unidos con 382,246 dólares, 66% más a lo registrado en el mismo período del año anterior.

Le siguen países como Israel con compras por 106,429 dólares, Suecia (92,977 dólares), Alemania (86,521 dólares), Países Bajos (70,866 dólares), Ecuador, Japón, España y Nueva Zelanda, entre otros.

TABLA N.- 30

Perfil Bolivia

ÁREA (KM2):	1,098,581
UNIDAD MONETARIA:	Pesos bolivianos
POBLACIÓN:	9,775,246 (est., Julio 2009)
PIB	16,600 Millones de dólares (est. 2009)
INFLACIÓN	14% (est. 2009)
DESTINO DE LAS EXPORTACIONES (%):	US 24.1%, China 9.6%, Switzerland 7.1%, Canada 6.8%, Chile 6%, Japan 5.2% (2008)

FUENTE: www.wikipedia.org/BOLIVIA.

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca

El 65% de la quinua que se produce en Bolivia se destina al autoconsumo, especialmente en zonas rurales, con un escaso 7% de la producción orientada a la exportación. Según ANAPQUI (Asociación Nacional de Productores de

Quinoa - Bolivia), existe demanda mundial pero no la oferta suficiente para cubrirla.

Ante la perspectiva de exportaciones masivas, en ese país, al igual que en Colombia, se realizan investigaciones de variedades y tipos de cultivo con mejores rendimientos y calidad, además de promocionar el producto.

El principal competidor de la quinoa ecuatoriana es el cereal orgánico Real de Bolivia. Este, además de su renombre internacional, es de excelente calidad y buen tamaño.

Los precios del producto orgánico son más elevados que los de la quinoa tradicional, debido a lo compleja que es su producción. Su costo puede llegar a los \$135 por cada quintal.

Oferta de Bolivia de quinoa orgánica a EEUU.

Sin embargo, a pesar del crecimiento experimentado por el sector orgánico en los últimos años, sólo representa entre un 0,5 y 3,7% del total de consumo. Los principales bloques consumidores de productos naturales son la Unión Europea con una participación actual de un 45%, Estados Unidos con un 51% y el resto del mundo apenas alcanzan un 4% del total del consumo. En el cuadro N.-30 se puede observar sobre la producción de quinoa orgánica y natural hasta el año 2008

TABLA N.- 31

Ventas de quinoa boliviana al mercado de EEUU.

			TM	Precio \$ miles	Precio \$\$	Rendim.
AÑO	superficie/ha	producción/TM	orgánica	exportación	TM	P/Ha
2005	44880	25650	5000	5700	1150	0.572
2006	49360	25910	7800	9000	1170	0.525
2007	50380	23190	10600	13400	1260	0.460
2008	56550	25910	10300	23000	2230	0.459

Fuente: Centro de Producción de Tecnologías Sostenibles – CPTS, Bolivia – Informe Marzo 2008

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

En el año 2008 las exportaciones de quinua lograron un ingreso de 23000 mil millones de dólares, superando las ventas promedio de 10.000 toneladas anuales vendidas a los mercados de Europa, Sudamérica y Estados Unidos, buscando afianzar el producto nacional y otorgarle un valor especial, para lograr una competitividad basada en lo cultural y la innovación tecnológica

3.5.2.2 EMPRESAS DE LOS PAISES COMPETIDORES

3.5.2.2.1 EMPRESAS DE BOLIVIA

CECAOT LTDA: Esta empresa fundó el 10 de Octubre de 1974, es una organización de base autogestionaria, integrada por 14 cooperativas de los productores de la QUINUA REAL, localizados en el Departamento de Potosí.

Dentro de su portafolio de productos tenemos los siguientes:

■ **Quinua Perlada:** es un producto de exportación, es de color perlado y de grano grande. Presentación Bolsas de Polipropileno transparente brillante. Peso 450 Grs.

**GRÁFICO N.-52
QUINUA PERLADA**



FUENTE:CECAOT LTDA.
ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

■ **Quinua Graneada:** esta quinua retostada, para usar como arroz. Presentación: Bolsas de Polipropileno o papel de triple pliego color blanco. Peso 25 y 50 Kg.

**GRÁFICO N.-53
QUINUA GRANEADA**



FUENTE: CECAOT LTDA.

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

■ **Pasankalla o pipocas de quinua:** Quinoa insuflada, excelente para un nutritivo desayuno, usado con leche como cereal. Presentación: Bolsas de Polipropileno y un pliegue interno de color transparente. Peso 10 y 25 Kg.

GRÁFICO N.-54

PASANKALLA



FUENTE:CECAOT LTDA.
ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

■ **Harina:** este producto es usado para repostería. Presentación: Bolsas de polipropileno transparente brillante. Peso 450 Grs.

GRÁFICO N.- 55

HARINA



FUENTE:CECAOT LTDA.
ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

■ **Sémola:** es quinoa semimolida para espesar sopas. Presentación: Bolsas de polipropileno transparente brillante. Peso 450 Grs.

GRÁFICO N.- 56

SEMOLA



FUENTE:CECAOT LTDA.
ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

■ **Quicoa:** este producto es una mezcla de quinua, cocoa y leche. Presentación: Cajas de Cartón. Peso: 500 Grs. Para exportación en bolsas de empaque cada 20 unidades.

GRÁFICO N.- 57

QUICOA



FUENTE:CECAOT LTDA.
ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

QUINUA FOODS COMPANY: Quinoa Foods Company es una empresa boliviana, fundada en el 2002, para ser el principal proveedor de soluciones de alimentos basados en quinua real para sus clientes. Hoy en día es una empresa mayorista.

Dentro de su portafolio de productos tenemos:

PRODUCTOS

- **Quinoa Real:** lavada y limpiada en grano. Es 100% orgánico.

Presentaciones:

- a. Presentación de 1 lb (ó 500 gr.)
- b. Presentación de 5 lb (ó 2,5 Kg.)
- c. Presentación de 25 lb (ó 11,34 kg.)
- d. Presentación de 50 lb (ó 22,68 kg)

GRÁFICO N.- 58

QUINUA



FUENTE: Quinoa Foods Company

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

- **Amaranto Orgánico:** Amaranto orgánico para preparar nutritivos desayunos, tostados o sopas. 100% ORGANICO. Presentación: 25 lb (ó 11,34 kg)
- **Frejol Negro Orgánico:** 100% ORGANICO. Presentación de 25 lb (ó 11,34 kg)

■ LINEA DE PRODUCTOS DE SAPONINA

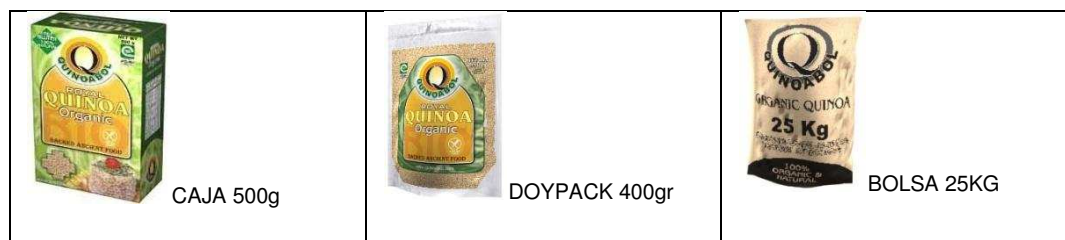
- Saponina de Quillay bruta
- Saponina de Quillay concentrada
- Saponina de Quinoa bruta

QUINUA BOL: fue fundada el 6 de junio de 1998 con domicilio en la localidad de Lachuachaca, provincia Aroma del departamento de La Paz, a 123 Km. en la carretera Panamericana La Paz Oruro. Trabajo con más de dos centenares de productores organizados en asociados y con productores independientes del altiplano.

Dentro de su portafolio de productos tenemos:

- **Quinoa Real Orgánica:** este producto es certificado por BOLICERT IFOAM producto de exportación.

GRAFICO N.-59 QUINUA REAL ORGÁNICA



FUENTE: Empresa QUINUA BOL.

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

■ **Harina de quinua:** este producto se utiliza como materia prima para la panificación.

GRAFICO N.-60 HARINA DE QUINUA



FUENTE: Empresa QUINUA BOL.

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

■ **Pipocas de quinua:** es insuflado de quinua, ideal para desayunos o materia prima para barras energéticas, granola, etc.

GRAFICO N.-61 PIPOCAS DE QUINUA



FUENTE: Empresa QUINUA BOL.

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

■ **Amaranto Orgánico:** es 100% orgánico, comercializado en bolsas de papel kraft.

**GRAFICO N.-62
AMARANTO ORGÁNICO**



FUENTE: Empresa QUINUA BOL.

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

■ **Sésamo orgánico:** este producto es comercializado en bolsa de papel kraft.

**GRAFICO N.-63
SESÁMO ORGANICO**



FUENTE: Empresa QUINUA BOL.

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

■ **Quinoa precocida:** este producto esta certificado por BOLICERT IFOAM, se comercializa en cartón triplex.

**GRAFICO N.-64
QUINUA PRECOCIDA**



FUENTE: Empresa QUINUA BOL.

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

- **Sopa de quinoa:** esta sopa está compuesta de quinoa y carne deshidratada.

GRAFICO N.-65

SOPA DE QUINUA



FUENTE: Empresa QUINUA BOL.

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

3.5.2.2.2 EMPRESAS DE PERÚ

GRUPO ORGANICO NACIONAL: Nace en el 2001, es una empresa peruana dedicada a la promoción, producción y exportación de productos orgánicos.

Dentro de su portafolio de productos tenemos:

- Semilla orgánica de sesame
- Quinoa orgánica.
- Amaranto orgánico.

SIERRA Y SELVA. AGRO ORGANICO S.A.C:

Es una empresa de las más importantes agro exportadoras, de la región, desde hace más de 10 años atiende a mercados de Europa, Estados Unidos y Japón.

Dentro de su portafolio de productos tenemos:

- Quinoa
- Amaranto
- Cacao

■ Kaniwua

GRAFICO N.-66 QUINTAL DE QUINUA



FUENTE: Empresa QUINUA BOL.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

PRESENTACION: en quintales de papel kraft.

INTERAMSA S.A: Inversiones Interamericanas SA es una empresa peruana con más de 15 años de experiencia. La división de agro exportación ha manejado con éxito los pedidos de mercados tan exigentes como Japón, Europa y los EE.UU.

Dentro de su portafolio de productos de exportación cuenta con los siguientes:

- **Granos andinos:** quinua (blanco, rojo y negro), amaranto, kañihua.
- **Alubias:** Lima, Perú gigante, habas peladas, pozole, frijoles blanco pequeños, maíz morado.
- **CHILES-ESPECIALES:** panca seco chile, ajì amarillo peruano, pimentón, comino, achiote.
- **ACEITUNAS DE ALFONSO:** en todas sus variedades y en diferentes presentaciones.

3.6 PRODUCTOS SUSTITUTOS

En su interés por buscar productos en los cuales los países andinos (Ecuador, Bolivia y Perú) puedan tener un potencial competitivo superior, descubrieron

que la quinua tiene cualidades alimenticias y nutricionales sui generis que superan con creces a las de otros tipos de cereales. Por ejemplo, la lisina, un aminoácido que se encuentra en cantidades deficientes en la mayoría de los alimentos de grano y que cumple funciones clave en el desarrollo de las células del cerebro humano, el crecimiento del organismo, la inteligencia, la memoria y los reflejos, es un 50% más alto que el que se encuentra en la leche.

Los productos de la quinua en Estados Unidos tuvieron el siguiente comportamiento a Diciembre del año 2009. Consideramos productos sustitutos de la quinua en el mercado americano al trigo, girasol, soya, maíz, arroz, avena entre otros.

TABLA N.- 32

COMPARACIÓN DE LA COMPOSICIÓN PROXIMAL DE LA QUINUA CON LA DE ALGUNOS CEREALES Y LEGUMINOSAS (PORCENTAJES EN BASE DE MATERIA SECA)

	Quinua	Arroz	Cebada	Maíz	Trigo	Chocho	Fréjol	Soya
Grasa	6,3	2,2	1,9	4,7	2,3	7,0	1,1	18,9
Proteína	16,5	7,6	10,8	10,2	14,2	39,1	28,0	36,1
Cenizas	3,8	3,4	2,2	1,7	2,2	4,0	4,7	5,3
Fibra	3,8	6,4	4,4	2,3	2,8	14,6	5,0	5,6
Carbohidratos	69,0	80,4	80,7	81,1	78,4	35,3	61,2	34,1
Kcal/100 g m.s.	398,7	371,8	383,1	407,5	391,5	360,6	366,9	450,9

FUENTE: Estudio realizado sobre la Quinua por NESTLE – AÑO 2005

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

La tabla N.- 32 muestra los resultados de análisis exactos de granos de quinua en relación a los productos sustitutos y se puede observar que posee mayores cantidades de elementos nutritivos, razón por la que las investigaciones lo han considerado como uno de los alimentos más completos del mundo, que puede sustituir e inclusive mejorar el rendimiento dentro del desarrollo del ser humano.

Aunque la quinua supera a los cereales (arroz, cebada, maíz y trigo) en el contenido de proteína, no alcanza a los contenidos que se encuentran en las

leguminosas (chocho, fréjol y soya). El valor energético de la quinua es similar al de los cereales demostrado a través de la Tabla N.- 32.

TABLA N.- 33

VALORES COMPARATIVOS DEL CONTENIDO DE ALGUNAS VITAMINAS DEL GRANO DE LA QUINUA Y DE OTRAS FUENTES VEGETALES (PPM EN BASE DE MATERIA SECA).

Vitamina	Quinua	Arroz	Cebada	Fréjol	Papa	Trigo
Niacina	10,7	57,3	58,3	25,7	51,8	47,5
Tiamina (B1)	3,1	3,5	3,3	5,3	4,4	6,0
Riboflavina (B2)	3,9	0,6	1,3	2,1	1,7	1,4
Ácidoascórbico (C)	49,0	0	0	22,5	693,8	0
Alfa-Tocoferol (E)	52,3					
Carotenos	5,3	0	3,7	0,1	0,3	0

FUENTE: Estudio realizado sobre la Quinua por NESTLE – AÑO 2005

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

TABLA N.- 34

REQUERIMIENTOS DIARIOS RECOMENDADOS (RDR) DE ALGUNAS VITAMINAS Y SUS CONTENIDOS EN VARIOS ALIMENTOS POR CADA 100GR DE PORCIÓN COMESTIBLES (PORCENTAJES DE RDR QUE SATISFACEN LOS ALIMENTOS SON DADOS EN PARÉNTESIS).

Vitamina	Unidad	RDR	Quinua	Arroz	Maíz	Papa	Carne de res	Huevo
Niacina	mg	13	1,4 (11%)	1,4 (11%)	1,9 (15%)	1,5 (12%)	2,9 (22%)	0,1 (1%)
Riboflavina (B2)	mg	1,2	0,42 (35%)	0,03 (3%)	0,10 (8%)	0,3 (25%)	0,20 (17%)	0,37 (31%)
B-Complejo	mg	8,0	0,36 (5%)	0,08 (1%)	0,43 (5%)		0,07 (1%)	0,14 (2%)
Ácido Ascórbico (C)	mg	60	3,0 (5%)	0	Traza		0	0
Alfa-Tocoferol (E)	mg	9	2,0 (22%)					
Retinol (A)	ug	600	15 (e) (3%)	0	70 (12%)	Traza	0	125 (21%)

FUENTE: Estudio realizado sobre la Quinua por NESTLE – AÑO 2005

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

En relación al patrón establecido por la FAO, la quinua proporciona 67% de la Fenilalanina, 123% de isoleucina, 94% de leucina, 109% de lisina, 66% de metionina, 93% de treonina y 90% de triptófano y valina. Estos datos representan comparaciones hechas a base a los análisis químicos sobre la fracción proteica e indican que los aminoácidos limitantes de las proteínas de la quinua son los azufrados y el déficit deberá suplirse en la alimentación con proteínas de otros alimentos que sean ricos en estos aminoácidos.

En las tablas N.- 33 y 34 se presentan los contenidos de algunas vitaminas en el grano de la quinua y en otras fuentes vegetales. La quinua supera a las demás en su contenido de riboflavina (B-2).

TABLA N.- 35

CONTENIDO DE MINERALES EN LA QUINUA Y ALGUNOS OTROS GRANOS COMUNES (PPM EN BASE DE MATERIA SECA).

Grano	Calcio	Fósforo	Hierro	Potasio	Magnesio	Sodio	Cobre	Manganeso	Zinc
Quinua	1274	3869	120	6967	2700	115	37	75	48
Arroz	276	2845	37	2120		120 (c)			51
Cebada	880	4200	50	5600	1200	200	8	16	15
Fréjol	1191 (b)	3674	86	10982	2000	103	10	14	32
Maíz amarillo	700	4100	21	4400	1400	900			
Maíz blanco	500	3600	21	5200	1500	900			
Trigo	500	4700	50	8700	1600	115	7	49	14

FUENTE: Estudio realizado sobre la Quinua por NESTLE – AÑO 2005

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

La quinua es importante como fuente de hierro, contiene una concentración equivalente al doble de la cebada y el trigo, tres veces mayor al del arroz y casi seis veces mayor a la del maíz. Esta buena disponibilidad biológica del hierro, conjuntamente con su alta concentración en el grano, tendría que contribuir al reconocimiento de la quinua como un valioso alimento complementario.

De la composición química del grano de quinua se ve claramente la buena calidad de su proteína y alto contenido de algunas vitaminas como la riboflavina. Sus proteínas tienen un perfil de aminoácidos con altos valores para lisina.

Estas características de la quinua la hacen muy apropiada para mejorar la alimentación baja en proteínas, que a su vez son de calidad deficiente. Los cereales, por ejemplo, tienen proteínas bajas en lisina, deficiencias que podrían subsanarse con la inclusión de la quinua.

Las saponinas constituyen la mayor dificultad técnica para el consumo de la quinua, sin embargo, este problema tiene soluciones prácticas, en la aplicación de métodos, que despejan el camino para la utilización casera e industrial.

Los resultados presentados no son exhaustivos y dejan por aclarar algunos aspectos nutricionales y técnicos, que sin embargo, abren posibilidades hacia nuevas investigaciones que deberán realizarse en un futuro próximo para acabar de consolidar el desarrollo económico de la quinua.

3.7 MARCO LEGAL

3.7.1 REQUISITO PREVIO

3.7.1.1 CERTIFICADO FITOSANITARIOS

Es el documento oficial que atestigua la condición fitosanitaria de cualquier envío sujeto a reglamentación fitosanitaria, diseñado según los modelos de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF).

La información se obtuvo de la Resolución 241 del 17 de junio de 1999 referente a Procedimientos Armonizados de Certificación Fitosanitaria para Exportación y Reexportación y a la Resolución 239 del 17 de junio de 1999 Directrices para la expedición de Certificados Fitosanitarios.

CAPÍTULO IV

PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO Y OPERATIVO NACIONAL E INTERNACIONAL

4.1 MARKETING ESTRATÉGICO

El Marketing Estratégico es una actividad que nos permitirá delinear las ideas principales planteadas como argumentos para las relaciones interempresariales bajo los enfoques con clientes, proveedores, relaciones comerciales, entre otros; además permite establecer los lineamientos a seguir para realizar una propuesta operativa y análisis financiero.

Permite identificar el éxito de la empresa a través del análisis de variables como: la demanda internacional mediante la cual podremos tomar medidas para incrementar o mejorar nuestras actividades; siendo este el factor principal para poder anticiparnos a cambios acorde a los requerimientos de nuestro mercado.

El Marketing Estratégico nos permite conocer las necesidades presentes para direccionarlas hacia el futuro satisfaciendo los requerimientos de potenciales clientes, estableciendo nichos de mercado; generando en la empresa la necesidad de estar en constante renovación para aprovechar las oportunidades creando planes para obtención de los objetivos propuestos.

Es muy importante estar en constante investigación del mercado para conocer todos los factores que influyen sobre este, de tal manera que podamos aprovechar los recursos estableciendo estrategias realizables y competitivas que nos permitan consolidarnos fuertemente en el mercado.

4.1.1 FACTORES A SER ANALIZADOS.

Dentro de los factores a ser analizados para la empresa Cereales Andinos S.A. tenemos los siguientes:

- **GIRO DEL NEGOCIO**

- Alimentación.

- Valor Nutritivo.
- Deseos.
- Situación de uso.
- Sacos.

■ **MACROAMBIENTE:**

- Relaciones comerciales con países extranjeros.
- Principales países proveedores.

■ **MICROAMBIENTE:**

- Competencia Nacional.
- Estrategias competencia nacional.
- Legal
- Proveedores servicios logísticos.

TABLA N.- 36

**VALORACION DE ATRACTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD
IDEA DEL NEGOCIO**

	CONCEPTO	VARIABLES	CATEGORIAS	CRITERIO	ATRACTIVO	COMPETITIVIDAD
IDEA DEL NEGOCIO	NECESIDAD	ALIMENTACION	VALOR NUTRICIONAL PRODUCTO NATURAL SALUD	PRODUCTO SANO /NO ES MUY COMPETITIVO PORQUE EXISTEN PRODUCTOS SUSTITOS DE MAYOR ACEPTACIÓN	10	7
	BENEFICIOS	VALOR NUTRITIVO	CALORIAS 351 PROTEINAS 11.00-21.00 GRASA 5.3 - 8.4 CARBOHIDRATO 53.5-74.3 FIBRA 2.1	FUENTE NATURAL DE PROTEÍNA VEGETAL ECONÓMICA Y DE ALTO VALOR NUTRITIVO POR LA COMBINACIÓN DE UNA MAYOR PROPORCIÓN DE AMINOÁCIDOS ESENCIALES.	9	9
	POSICIONAMIENTO	DESEOS	ENERGETICO AMINOACIDOS SALUDABLE VIDA SANA	CAMPAÑA PUBLICITARIA CON MOTIVACION DE COMPRA SUGESTIVA/ PRODUCTO CON VARIAS PROPIEDADES NUTRITIVAS	9	7
		SITUACIONES DE USO	CONSUMO DIARIO	TIENDE A CONVERTIRSE EN UN PRODUCTO DE USO DIARIO	9	9
	PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	SACOS	25 KG	EMPAQUE QUE PERMITE AL PRODUCTO ESTAR FRESCO	8	9
	SEGMENTO DE MERCADO	DISTRIBUIDORES IMPORTADORES	MAYORISTAS	VENTA AL POR MAYOR/ DISTRIBUCION EN ESTADOS UNIDOS	9	9

FUENTE: Información del proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

4.1.2 IDEA DEL NEGOCIO:

Una vez realizado un análisis de los resultados de los capítulos anteriores, se establece y canaliza las opciones más adecuadas para establecer el Marketing Internacional para desarrollar en la empresa, a fin de analizar la idea de negocio de acuerdo a las necesidades y gustos de los clientes, segmento de mercado al que está dirigido el producto y portafolio de producto para cubrir los requerimientos de los clientes.

La variable alimentación es importante ya que se ha establecido como base para satisfacer una necesidad del ser humano (alimentación), está relacionada con el valor nutricional y la salud, razón por lo que se le puede enfocar como un producto básico generándose una idea de negocio con un alto nivel de

atractividad teniendo en cuenta que existe un nivel considerable de competitividad ya que existen otros productos como trigo, frejol que contienen similares valores nutritivos.

La mejor manera de dar a conocer las características de la quinua es a través de un campaña publicitaria que tendrá como tema central criterios relacionados con: productos saludables, 100% natural, con altos niveles nutritivos como los aminoácidos, ya que estas son variables que influyen en el consumo de este producto. Para que exista posicionamiento del producto hay que tener en cuenta las situaciones de uso, que esta asociado a varias situaciones del producto causando mayor atractividad al convertirse en un producto de uso diario que va ha mejorar la calidad de vida por su alto nivel nutritivo.

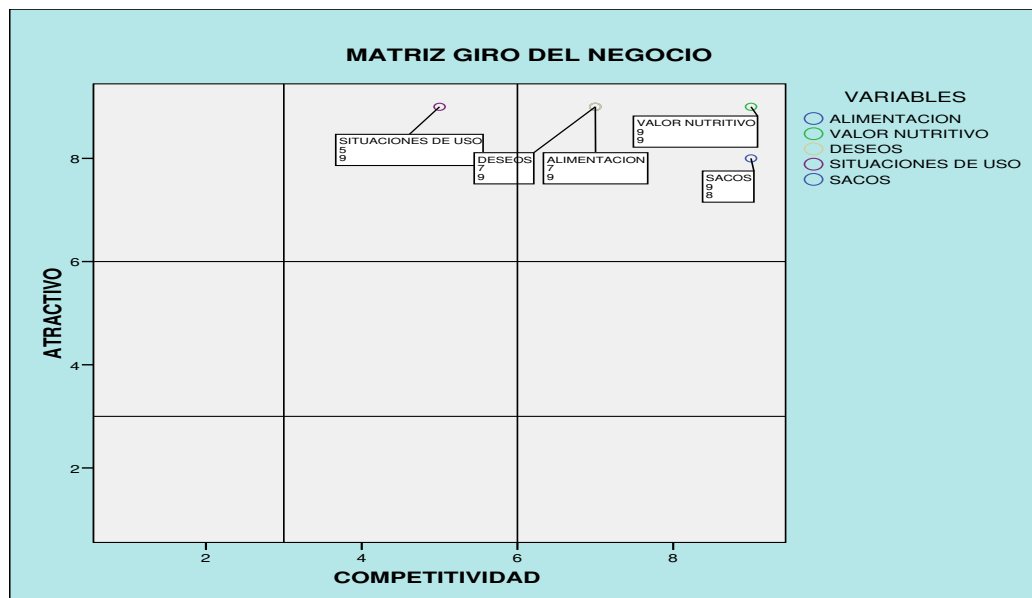
El portafolio de producto está establecido por la presentación, tipo de empaque y por el peso. La quinua será empacada en estado natural en sacos de 25kg, ya que estos serán entregados a mayoristas quienes en el país de destino son los encargados de distribuir a los minoristas.

Con relación al segmento del mercado, esta dirigido a Distribuidores Importadores, ya que estos son los encargados de la distribución en Estados Unidos.

Una vez realizado el análisis sobre la idea de negocio, se identifica en la matriz que las variables valor nutritivo, deseos, alimentación, sacos, situación de uso esta ubicado como elementos de atractivo alto y competitividad alta, ya que existen factores favorables para la oferta del producto a nivel internacional.

MATRIZ N.- 01

GIRO DEL NEGOCIO



FUENTE: Información del proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

TABLA N.- 37

VALORACION DE ATRACTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD MACROAMBIENTE

		CONCEPTO	VARIABLES	CATEGORIAS	CRITERIO	ATRACTIVO	COMPETITIVIDAD
MACROAMBIENTE	OFERTA INTERNACIONAL	RELACIONES COMERCIALES PAISES EXTRANJEROS	EXPORTACIONES ALTAS (\$62.405 MILES 38,93964 KG) 2004-2009. PRECIO PROMEDIO KG \$1.85	ESTAS CIFRAS COMERCIALES ALTAS REFLEJAN QUE PODEMOS CUBRIR LA DEMANDA INTERNACIONAL/ EXISTEN EXPORTADORES RECONOCIDOS INTERNACIONALMENTE	9	7	
			IMPORTACIONES (\$976,050 2399,680 KG) 2004-2009	CIFRAS COMERCIALES BAJAS A COMPARACIÓN DE EXPORTACIONES/ NIVELES ALTOS DE PRODUCCION NACIONAL	2	2	
		PRINCIPALES PAISES PROVEEDORES	ECUADOR 45.97 TON, \$124.910 MILES EN EL AÑO 2009	PRODUCTO DE ALTA ACEPTACIÓN POR SU CALIDAD	9	7	
			BOLIVIA 15.000 TON \$16.00 MILLONES EN EL AÑO 2009	PRINCIPAL PAIS EXPORTADOR/ PERCEPCION DE ALTA CALIDAD	6	9	
			PERU \$5 MILLONES 79.000 EN EL AÑO 2009	PRODUCTO CON GRAN DEMANDA/ PRODUCTO ACEPTADO	6	9	
		COMPETITIVIDAD ECUADOR	PRECIO POR KILO \$2.90-3.00	PRECIO PROMEDIO EN EL MERCADO	9	9	

FUENTE: Información del proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

4.1.3 MACROAMBIENTE

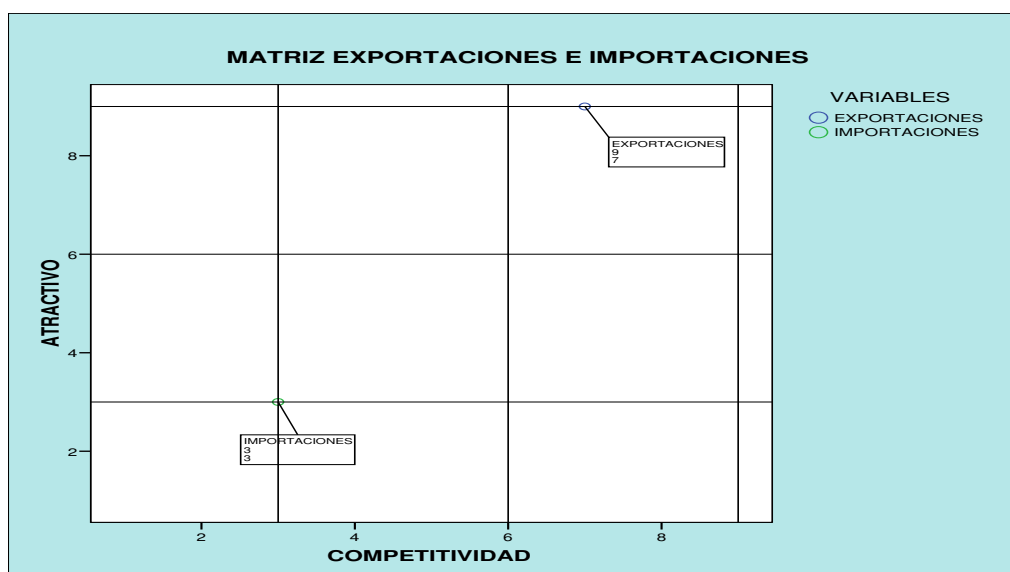
Para analizar el Macroambiente, realizaremos un estudio de las exportaciones de quinua a Estados Unidos ya que las cifras comerciales de exportación son altas, durante el período 2004-2009 se ha exportado a nivel mundial total de 1'090,310 Kg lo cual ha generado \$1'747, 340.

Se debe tomar en cuenta que se cuenta con una ventaja competitiva de calidad, ya que posee los niveles más alto en lo que se refiere a valores nutritivos debido a las condiciones del suelo.

Se ha elegido el mercado de Estados Unidos, ya que es aceptado por su alta calidad y sabor por lo que permitirá establecer una fuerte campaña publicitaria en el que el centro de la misma sea las bondades y beneficios.

En el período 2004 – 2009 se ha importado a nivel mundial un total de 2'399,680 Kg con un valor de \$976,050. Los principales países de los cuales importamos son Perú y Chile. Una vez realizado este análisis establecimos que se podría disminuir el ingreso de este producto ya que si se plantea estrategias de incremento de la productividad para mejorar de esta manera el ingreso, para la reactivación del aparato productivo.

MATRIZ N.- 02

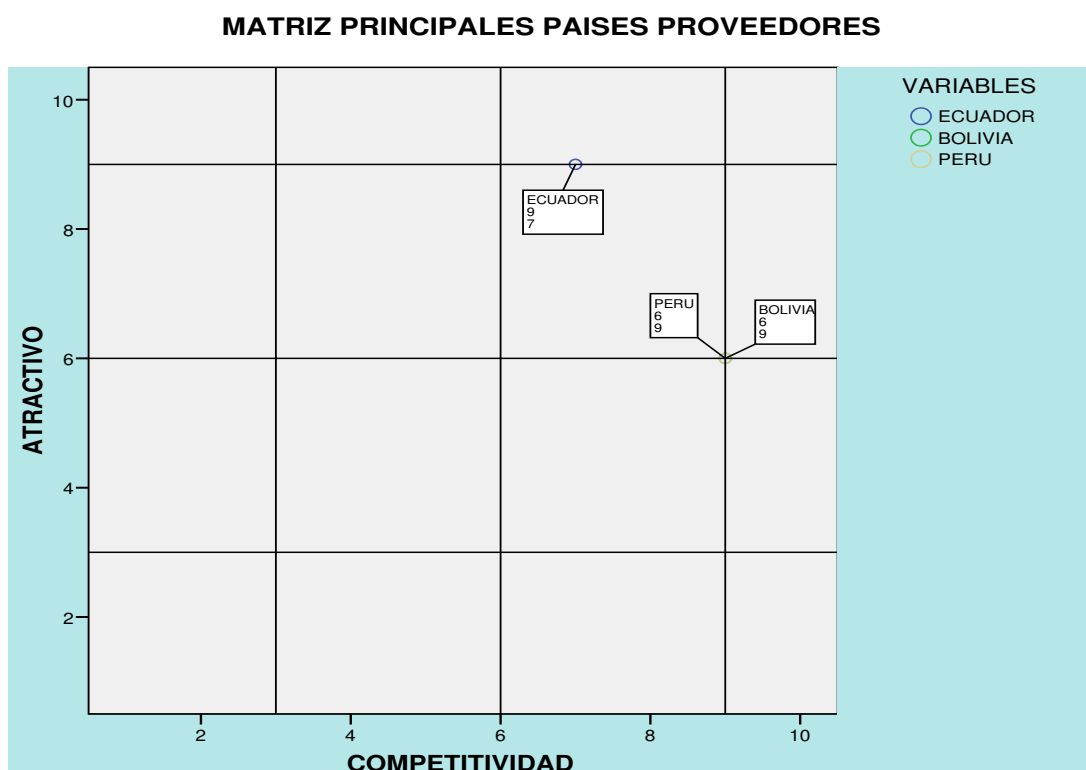


FUENTE: Información del proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

Los principales países exportadores de quinua son: Bolivia con 15.000 toneladas que han generado un ingreso de 16 millones de dólares en el año 2009 siendo sus principales características el principal exportador de quinua y la aceptación del producto a nivel mundial por su alta calidad; Perú con \$5 millones en el año 2009 debido a que su precio es bajo y su los clientes tienen una percepción media acerca de la calidad del producto.

MATRIZ N.-03



FUENTE: Información del proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

La demanda de la quinua ecuatoriana no es tan elevada, ya que los costos no son tan competitivos; pero tiene la ventaja de su valor nutritivo por lo que si se establece estrategias que reduzcan los costos de producción podría ser más atractivo para el mercado internacional ofertando una mayor variedad de presentaciones, mayor valor agregado, considerándolo siempre como un producto 100% natural y saludable.

La base de la oferta se centrará en ofrecer un producto natural y tratar de ampliar la línea de productos con miras a producir un producto diferenciado de la competencia.

TABLA N.- 38

VALORACION DE ATRACTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD

MICROAMBIENTE						
CONCEPTO	VARIABLES	CATEGORIAS	CRITERIO	ATRACTIVO	COMPETITIVIDAD	
MICROAMBIENTE	COMPETENCIA NACIONAL	LA PRADERA	LA EMPRESA ES UN CENTRO DE ACOPIO DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE QUINUA	EXPORTADOR CON PRODUCCIÓN MEDIA.	8	7
		FONDO ECUATORIANO DE FOMENTO POPULAR PROGRESSIO	CENTRO DE ACOPIO DE PEQUEÑOS PRODUCTORES	EXPORTADOR CON UNA ALTA TASA DE PRODUCCIÓN / MEJOR PRODUCTOR DE QUINUA	9	8
		FUNDACION MUJER Y FAMILIA ANDINA	LA EMPRESA ES UN CENTRO DE ACOPIO DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE QUINUA	EXPORTADOR CON ALTO NIVEL DE PRODUCCIÓN/ ALTA CALIDAD	9	8
		ESTRATEGIAS DE VENTA	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	EXPORTACIÓN BAJO PEDIDO	8	9
		ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD	UTILIZA MEDIOS PUBLICITARIOS/ PRESENTACION DE LINEA DE PRODUCTOS	PÁGINAS WEB, FERIAS COMERCIALES, CATALOGOS	9	9
		ESTRATEGIAS DE RELACIONES PUBLICAS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL	TELEVISION, FERIAS INTERNACIONALES/SALUDABLE, MEJORA ESTADO FISICO, ECOLOGIA	EMPRESAS CUENTEN CON CONCEPTOS CLAROS DE RELACIONES PUBLICAS/ TEMAS QUE REFUERZEN LA IMAGEN EMPRESARIAL	9	9
	DEMANDA NACIONAL	DEMANDA DERIVADA	CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO ECUATORIANO	LA QUINUA ECUATORIANA POR SU SABOR ES ALTAMENTE DIFERENCIADA CON EL RESTO DE LOS PAISES EXPORTADORES	9	9
			PERCEPCION ALTA DE CALIDAD DE LA QUINUA	PERCEPCIÓN CONSOLIDADA DE LA CALIDAD DE LA QUINUA	9	9
			MOTIVOS DE COMPRA: CALIDAD	EL PRINCIPAL MOTIVO DE COMPRA ES LA CALIDAD, SABOR, PRODUCTO NATURAL Y 100% SALUDABLE	9	9
			LUGARES DE COMPRA	SUPERMERCADOS , COMISARIATOS	9	9

LEGAL	REQUISITOS PREVIOS	ARANCELARIOS ARANCEL: 0% IVA: 16% REGIMEN ADUANERO EXPORTACIÓN A CONSUMO	LA QUINUA NO TIENE RESTRICCIONES ARANCELARIOS, CUPOS O SALVAGUARDIAS	9	8
		PARA ARANCELARIOS: CERTIFICADO SANITARIO, FITOSANITARIO.	ESTE PRODUCTO PREVIO EXPORTACIÓN REQUIERE OBTENCIÓN: CERTIFICADO SANITARIO, FITOSANITARIO	8	8
PRODUCTO PROVEEDORES DE	EXPORTADORES	SUMAKLIFE CAMARI MAQUITA CUSUNGCHI	PROVEEDORES DE QUINUA CON PRECIOS COMPETITIVOS Y DE ALTA CALIDAD	9	9
PROVEEDORES DE SERVICIO	OPERADORES DE COMERCIO EXTERIOR	EMPRESAS DE TRANSPORTE NACIONAL E INTERNACIONAL	EMPRESAS OFRECEN TRANSPORTE LOCAL E INTERNACIONAL A PRECIOS BAJOS Y CON ALTOS NIVELES DE CALIDAD	8	8

FUENTE: Información del proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

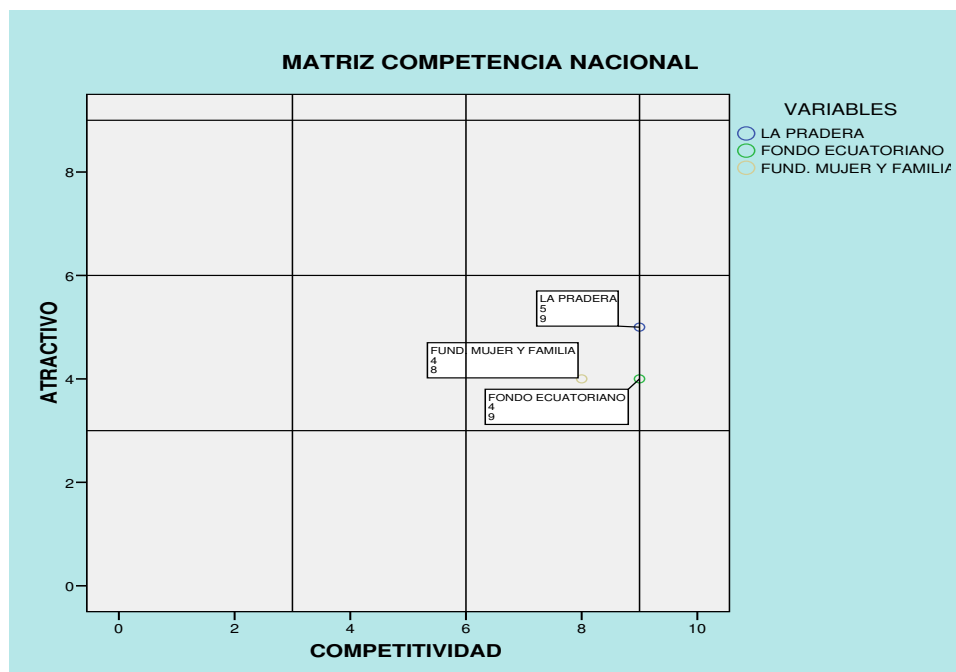
4.1.4 MICROAMBIENTE

Una vez realizado el análisis de la matriz competencia nacional se establece que esta posee reconocimiento internacional y tiene una amplia diversificación de productos. La estrategia aplicada por las empresas es diversificada enfocada a ofertar sus productos a través de páginas web para darse a conocer a nivel mundial, las etiquetas que esta presenta enfoca el valor nutritivo de todos los productos que ofertan.

Es importante reconocer que no es tan atractivo la competencia existente, ya que estas empresas tienen algunos años en el mercado, por lo tanto ya están consolidadas.

Estas empresas tienen como canales de distribución: supermercados, comisariatos, tiendas, exportación directa.

MATRIZ N.- 04



FUENTE: Información del proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

Las Relaciones Públicas aplicadas por estas empresas es a través de estrategias de publicidad, en relación con diseños de páginas WEB. Todas se basan en estrategias de responsabilidad social, ya que están enfocadas en hacer crecer a los miembros de la organización con asistencia y capacitación constante.

Para generar estrategias debemos tener claramente cuales son las que nos permitirán la consolidación en el mercado internacional.

Se ha determinado que el consumidor final realiza sus compras en supermercados, comisariatos y distribuidores mayoristas, razón por la cual nuestra estrategia esta orientada a la exportación directa al por mayor bajo pedido.

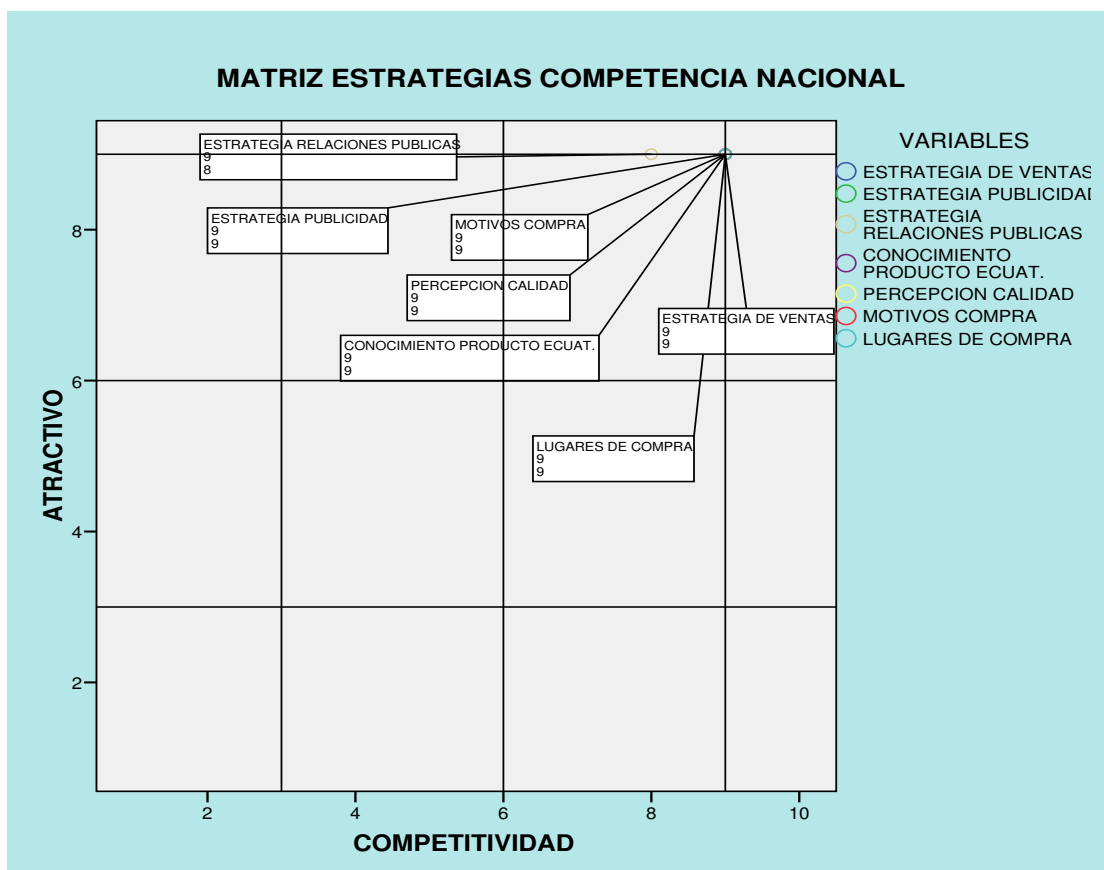
Es importante que la estrategia de publicidad cuente con todos los mecanismos y métodos que permitan al consumidor conocer las bondades y beneficios de tal manera que nuestro producto se lo consuma de manera habitual. Las relaciones públicas de una empresa son la parte central para poder difundir el

objetivo de una empresa por lo que se debe emplear todos los medios de comunicación necesarios que atraigan a los clientes y refuercen la imagen corporativa de la empresa.

La quinua es reconocida a nivel mundial pues su sabor y valor nutritivo es diferente al de los países exportadores, por lo que la campaña publicitaria se basará en esta ventaja competitiva.

En la actualidad a nivel mundial la principal necesidad de alimentación se traduce en comer productos naturales y saludables por lo que se tiene a favor esta tendencia mundial que debe ser explotada de tal manera que el producto logre consolidarse en el mercado no solamente estadounidense, sino que a nivel mundial.

MATRIZ N.- 05



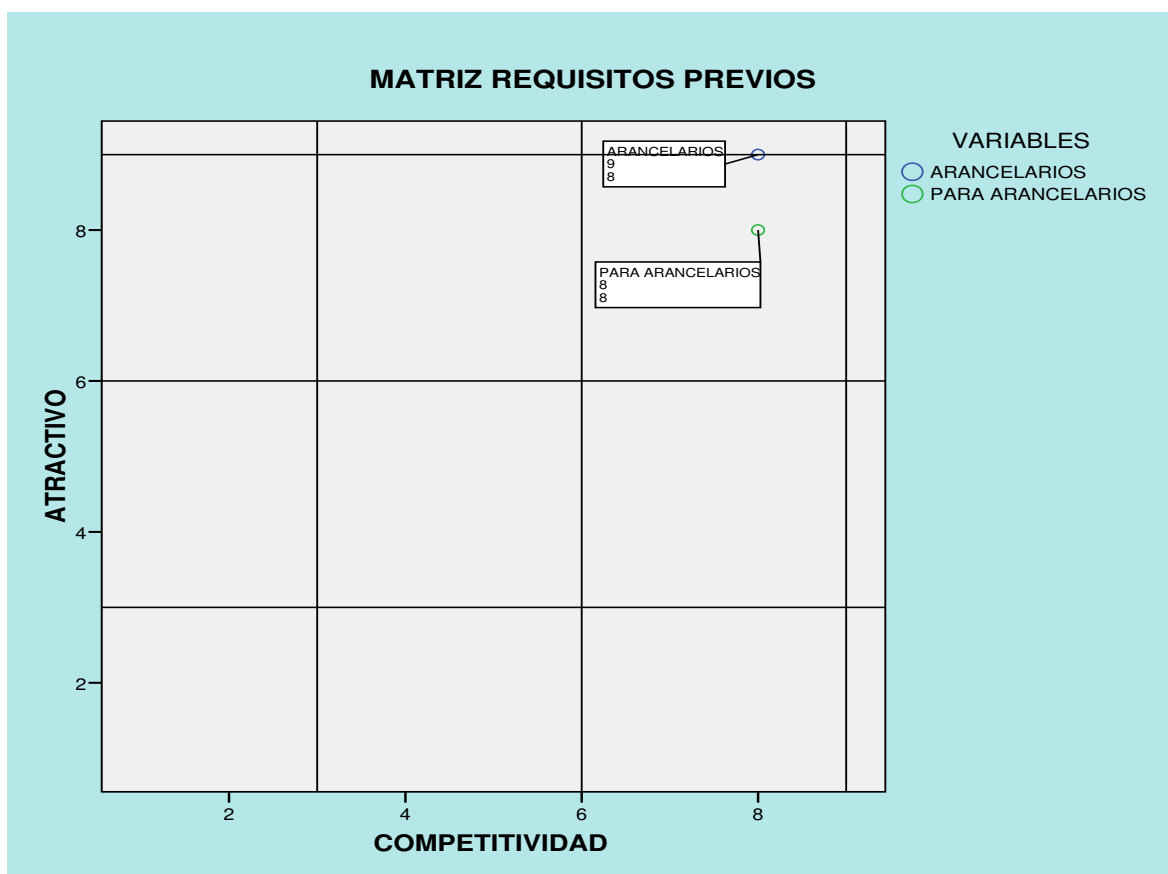
FUENTE: Información del proyecto.

ELABORADO POR: Sofia Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

Con relación a requisitos arancelarios, se determina que la quinua no tiene restricciones arancelarias, cupos o salvaguardias lo cual facilita el ingreso a los Estados Unidos. El arancel que esta establecido para la importación de quinua en Estados Unidos es de 0%, lo cual es un atractivo alto para la exportación generando también un nivel alto de competitividad con relación a la competencia internacional.

Hay que tomar en cuenta que existen requisitos para arancelarios para ingresar al mercado estadounidense como son: Certificado Fitosanitario. Para obtener estos documentos no existe mucha complejidad.

MATRIZ N.- 06

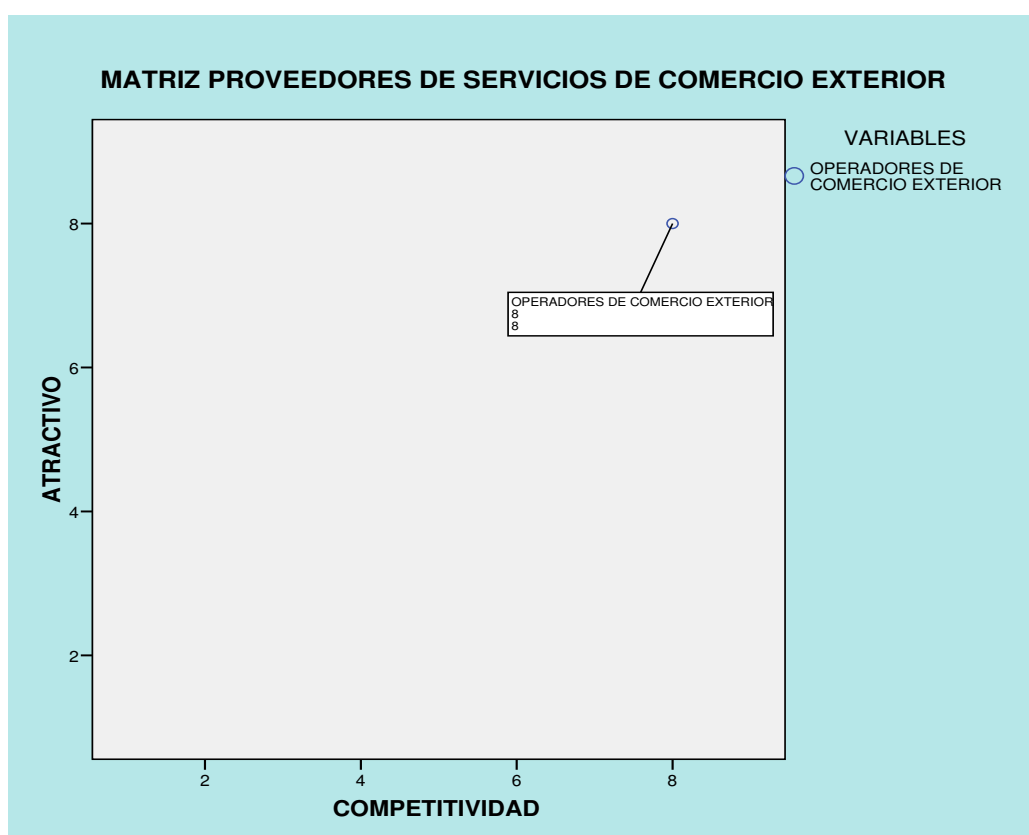


FUENTE: Información del proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

Existe una gran oferta de empresas proveedoras de servicios de comercio exterior en todo lo que se refiere a la logística de exportación por ejemplo: empresas de transporte que permite al exportador escoger la mejor opción con relación a precios, rutas, tiempos y además contar con la seguridad que no habrá problema durante el traslado de la mercadería; así como también empresas de servicios aduaneros que de acuerdo ha antecedentes se podrá escoger la que tenga mayor reconocimiento y veracidad en sus actividades.

MATRIZ N.- 07



FUENTE: Información del proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

4.2 OBJETIVOS ESTRATEGICOS DE CRECIMIENTO

4.2.1 CRECIMIENTO INTESIVO

El objetivo fundamental es aumentar las ventas de los productos actuales en el mercado actual a través del desarrollo de la demanda primaria para poder intervenir sobre los componentes de la demanda global con el fin de aumentar el tamaño del mercado.

Los objetivos establecidos son los siguientes:

- Posicionar a la empresa Cereales Andinos como una de las principales exportadas de quinua de alta calidad.
- Constituir a la quinua bajo el criterio de producto necesario para la alimentación por su valor nutritivo.
- Influir en los deseos de las personas a través de concepto de vida.
- Establecer el portafolio de producto por su capacidad.
- Definir una estrategia de posicionamiento, a través de la creación de una página WEB en la que damos a conocer todo lo referente a la empresa, línea de productos hacia los clientes, proveedores y personas en general.
- Crear un centro de acopio en la ciudad de Quito, para la distribución a nivel internacional.
- Informar a nuestros clientes la idea de negocio basándose en las cualidades del producto.
- Diferenciar las bondades de la quinua frente a productos sustitutos.
- Diseñar un plan de seguimiento de los clientes con la finalidad de conocer el grado de aceptación del producto y satisfacción de los mismos.

4.2.2 DESARROLLO DE MERCADOS

Diferenciar el segmento de mercado de la siguiente manera: distribuidores, mayoristas.

4.2.3 DESARROLLO DE PRODUCTOS

Crear una nueva línea de productos relacionada al tipo de presentación, como productos que tengan como base a la quinua (harina, galletas, etc.) y otros productos innovadores como sopas que en el mercado local todavía no se han producido.

Únicamente con el objetivo de ampliar la participación en el mercado con productos innovadores para atraer la participación de nuevos clientes a nivel internacional.

4.2.4 LINEAMIENTO ESTRATEGICO

La estrategia de cobertura elegida es la de **CONCENTRACIÓN** que nos permite realizar la diferenciación entre los segmentos y el mercado global. Y la comparación de precios en relación a los productos competidores no especializados; permitiéndonos enfocar un mercado específico (Estados Unidos) y con un producto (quinua).

Se podrá realizar una proyección futura de incrementar el portafolio de productos de otros cereales e inclusive productos terminales en los que podamos incluir a la quinua para aumentar nuestro volumen de exportación.

Además, con esta estrategia se tendrá un mayor conocimiento de nuestro mercado, pudiendo ofrecer un producto diferenciado de mayor calidad de acuerdo a los requerimientos del mercado.

4.3 FILOSOFIA CORPORATIVA

4.3.1 IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

Cereales Andinos S.A. es una empresa creada en el año 2009 como sociedad anónima. Sus propietarios son 2 accionistas, cuyo objetivo principal es la satisfacción del mercado internacional de quinua, contando con productos de calidad y una infraestructura física adecuada para desarrollar adecuadamente las actividades comerciales. La empresa está ubicada en la ciudad de Quito.

4.3.2 MISIÓN

Satisfacer las necesidades de alimentación del mercado estadounidense a través de la oferta de quinua nutritiva y 100% natural, para lograr la consolidación de la empresa en el mercado, cumpliendo con las expectativas de los clientes, además de cumplir con las Normas Legales del mercado y contando con el personal calificado que nos permitan cumplir con nuestras actividades en el tiempo establecido, brindando un servicio integral de calidad que permita optimizar las operaciones, lograr eficiencia y mantener un nivel competitivo de los precios.

4.2.3 VISIÓN

Para el año 2015 lograr una participación importante dentro de la industria de cereales 100% naturales en el mercado de internacional incrementando el portafolio de productos, satisfaciendo los requerimientos de los clientes. Ser una de las principales empresas exportadoras de cereales a través de productos y servicios de alta calidad.

4.3.4 VALORES CORPORATIVOS

CALIDAD: sólo brindando productos de alta calidad se podrá entrar a competir en mercados de altos niveles de exigencia, satisfaciendo de esta manera las necesidades de los clientes.

SALUD: actualmente los consumidores buscan productos nutritivos 100% naturales, ya que les interesa mejorar su estilo de vida.

RESPONSABILIDAD: la empresa se preocupa por el crecimiento empresarial y desarrollo de la fuerza laboral.

IMPORTANCIA DE LOS CLIENTES: por medio de distintos canales de comunicación y servicios se genera y mantendrá vínculos con los clientes actuales y potenciales, buscando comprender sus necesidades para darles respuestas adecuadas concretas.

DISCIPLINA: coordinar todas las actividades de manera eficiente, para lograr los objetivos en los tiempos establecidos.

TRANSPARENCIA: la confianza de los clientes se basará en la rectitud con la que se realizan los actos. Lograr el crecimiento basado en una competencia leal.

ACTITUD: existe mentalidad positiva y ganadora para poder direccionar toda la energía al crecimiento de la empresa y satisfacción de las necesidades de los clientes.

PERSISTENCIA: en cada uno de las actividades se pondrá toda la tenacidad para lograr los propósitos.

RESPONSABILIDAD SOCIAL: crear un ambiente de solidaridad en el que exista bienestar común tanto a nivel interno como externo.

ETICA: todas las actividades de la empresa se realizarán de forma ética y moral de acuerdo a las funciones asignadas a cada miembro de la empresa.

4.4 MARKETING OPERATIVO

4.4.1 POSICIONAMIENTO DE LA MARCA

4.4.1.1 MARCA

La imagen corporativa creada para la empresa Cereales Andinos S.A., se la realizó para que sea atractiva y llamativa para el público objetivo al que va dirigido introduciéndose fácilmente en la mente de nuestros consumidores. El objetivo de la imagen corporativa es mostrar que es un producto saludable y natural así como también generar confianza, prestigio y fidelidad.

La marca es una de las partes fundamentales de la publicidad de la empresa ya que esta propone al producto y contribuye para la toma de decisiones de acuerdo a las condiciones de compra de cada individuo.

En la marca se pretende proyectar del producto y la calidad que produce la empresa quedándose en la mente de cada uno de los clientes que consuman este producto.

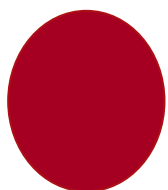
Para la generación de la marca hemos utilizado los siguientes colores, pues generan efectos positivos de atracción en los consumidores:

ROJO

Rojo: 172

Verde: 16

Azul: 21



■ Energía, vitalidad, poder, fuerza, apasionamiento, valor, agresividad, impulsivo

■ Usado para intensificar el metabolismo del cuerpo con efervescencia y apasionamiento Ayuda a superar la depresión.

■ Es un color muy intenso a nivel emocional. Mejora el metabolismo humano, aumenta el ritmo respiratorio y eleva la presión sanguínea.

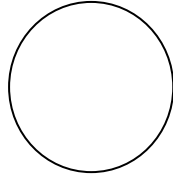
■ Trae el texto o las imágenes con este color a primer plano resaltándolas sobre el resto de colores. Es muy recomendable para conminar a las personas a tomar decisiones rápidas durante su estancia en un sitio web.

BLANCO

Rojo: 255

Verde: 255

Azul: 255



■ A menudo se asocia con la pérdida de peso, productos bajos en calorías.

■ En publicidad, al blanco se le asocia con la frescura y la limpieza porque es el color de nieve.



4.4.1.2 SLOGAN

El slogan encierra los beneficios del producto, estableciendo las ventajas del mismo, resaltando el valor que otorga a la sociedad en general.

El slogan es de tipo descriptivo, ya que está describiendo la función o finalidad que tiene el producto para satisfacer una necesidad básica del ser humano.

WE FEED THE WHOLE WORLD

VAMOS A ALIMENTAR A TODO EL MUNDO

4.4.1.3 TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La propuesta es crear un espacio destinado a rescatar el aspecto más agrícola o rudimentario de la producción tipográfica en este caso la Tipografía vernácula. Es una tipografía elegante de orígenes modernos, es decir, simétrica lo cual genera en el cliente facilidad en su interpretación, guarda armonía entre los espacios y altura.

El uso de mayúsculas, en nuestra tipo de letra es recomendado para palabras sueltas, ya que su capacidad para resaltar un texto le hace un recurso muy valioso para captar atención sobre un elemento de información.

El tamaño de entre 10 y 12 puntos suele ser el más estándar para la mayoría de textos, la fuente es ARIAL lo cual hace más fácil la visualización e interpretación de las palabras.

CARACTERÍSTICAS:

- Todas las palabras están escritas con mayúscula.
- Tiene el mismo tipo de letra.

GRAFICO N.- 67

ETIQUETA

QUINUA
NUTRITION FACTS
(DATOS DE NUTRICION)

Serv. size / tamaño por ración 30g
Servings per container / raciones por envase 17

Amount per serving / cantidad por ración

Cal. / calorías	100
Calorías from fat / calorías de grasa	10%

% Daily value* / % valor diario

Total fat / grasa total 1g.	2%
Saturated fat / grasa saturada 0g.	0%
Cholesterol / colesterol 0mg.	0%
Sodium / sodio 6mg.	0%
Total carb. / carbohidrato 20g.	7%
Dietary Fiber / Fibra dietética 1g.	4%
Protein / proteínas 3g.	5%

Vitamin / vitamina B 16% *Iron / hierro 1%
Vitamin / Vitamina C 5% Calcium / calcio 1%
 Phosphorus / fósforo 2%

* Percent daily values are based on a 2000 calorie diet.
* Los porcentajes de valores diarios están basados en una dieta de 2000 calorías.

CEREALES ANDINOS

QUINUA

WE FEED THE WHOLE WORLD

REGISTRO SANITARIO: 03572AN-A-C0601

QUITO ECUADOR
DIR PANAMERICANA SUR KM 9 1/2 SECTOR QUITUMBE OE-34 CALLE Y LOTE 9
TELEFONO (593-2)963867

25KG

e-mail: lavysnv@hotmail.com →

7 801875 032034

FUENTE: Información del proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

4.4.1.4 PAPELERÍA

4.4.1.4.1 **FACTURA:** este documento consta de la siguiente información básica:

- Marca
- Número
- Dirección
- RUC
- Fecha

FACTURA 001-002-0095



CONTRIBUYENTE
RESOLUCION N. 5368
R.U.C. 1719588749001

ESPECIAL

QUITO: Panamericana Sur Km 9
1/2
Sector Quitumbe OE-34 CALLE Y
LOTE 9
Pbx: (593-2) 963-867 Fax: (593-2)
961-072
E-mail:
cerealesandinos_syla@hotmail.com
www.cerealesandinos.com

EXPORTADOR		N.- Y FECHA FACTURA		
CLIENTE				
NOTIFICA				
PUERTO DE CARGA		DESTINO FINAL		
INCOTERM		FECHA DE EMISION		
ITEM	CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
			SUBTOTAL	
			T. IVA 0%	
			T. IVA 12%	
			TOTAL FACTURA	

FIRMA VENDEDOR

FIRMA CLIENTE

LUCIO ANGEL NICOLAS MORA CERÓN - GRAFICAS LUMINARIA- RUC 1703374363001 - AUTORIZACION SRI 1271 - TELF 2
501 544

VALIDO PARA SU EMISION HASTA JULIO 2010

4.4.1.4.2 HOJA MEMBRETADA

TAMAÑO: A4

DIMENSIONES: ancho 25mm., alto 40 mm.

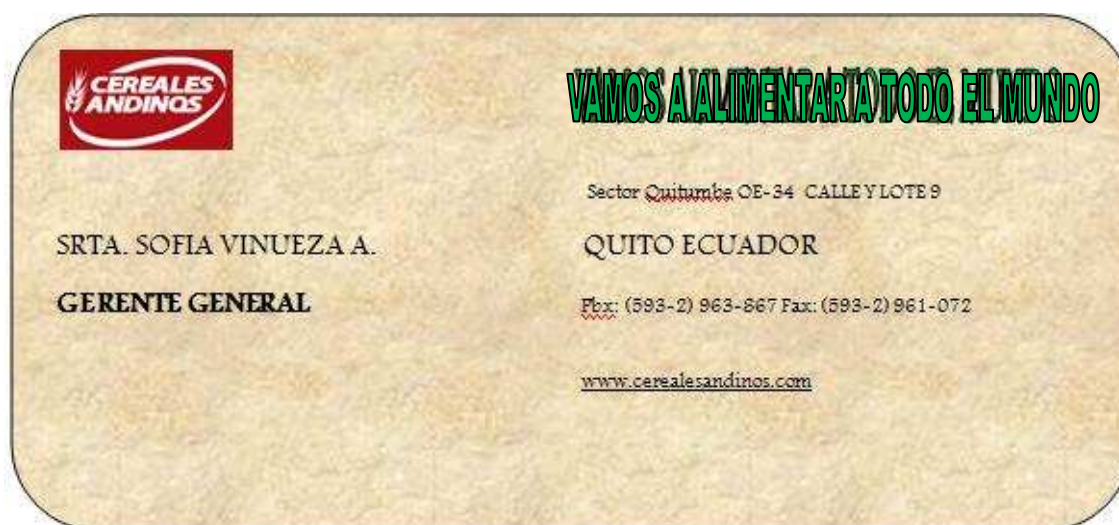
TIPOGRAFÍA: en la parte superior se imprime la marca de la empresa, y el texto de la información de la empresa se imprime con ARIAL 8, en la parte central inferior, en color negro.



4.4.1.4.3 TARJETA DE PRESENTACIÓN

TAMAÑO: 55mm x 90mm

TIPOGRAFÍA: Todo el texto se imprime en Footlight MT Light de color negro en un 65%.



4.4.2 BENEFICIOS DE LA QUINUA

GRÁFICO N.-68

QUINUA



FUENTE: www.peruanisto-masperu.com

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

- La quinoa contiene mucha proteína, hasta 50% más que otros "granos." La organización mundial de la salud considera la proteína de la quinoa tan completa como la de la leche.
- La proteína que contiene la quinoa es casi completa. La quinoa puede ayudar a proveer proteína completa en las dietas vegetarianas o a personas que desean alternativas a la carne.
- Tiene proteínas, grasas, carbohidratos y minerales, y otros aminoácidos como la lisina, isoleucina, treonina, triptofano y valina, cuyo balance aumenta la calidad de la proteína, de acuerdo a las investigaciones realizadas. El grano de quinoa tiene diversas formas de uso para combatir las afecciones hepáticas, las anginas y la cistitis.
- Es un analgésico dental y tiene la cualidad de ser antiinflamatorio y cicatrizante.
- Los tallos rojos o amarillos tienen mucha fibra y, como el grano, son buenos para los animales: ganan peso y producen más leche.
- Las hojas tiernas de la planta permiten preparar sopas y ensaladas y, tras sacar el grano de las panojas, la cascarilla que

envuelve a cada quinua se la quema y, con ella, se elabora la “pasa” o lejía, utilizada en la masticación de coca.

PROPIEDADES DE LA QUINUA PARA ADELGAZAR

- Posee un alto porcentaje de fibra dietética total (FDT dieta ideal para regularizar el tránsito intestinal), lo cual la convierte en un alimento ideal para lograr eliminar **toxinas** y **residuos** que puedan dañar el organismo. Por lo tanto actúa como un depurador del cuerpo.
- Produce **sensación de saciedad**. El cereal en general y la **quinua** en particular, tiene la propiedad de absorber agua y permanecer más tiempo en el estómago de esta forma logras plenitud con poco volumen de cereal.
- Ayuda a reducir el colesterol malo o LDL (es una lipoproteína, es decir una sustancia compleja formada por lípidos y proteínas, cuya función principal es la de transportar lípidos, en este caso el colesterol) del organismo y elevar el colesterol HDL (disminuye el riesgo de enfermedades, y se le llama colesterol bueno) gracias a su contenido en **ácidos grasos omega 3 y omega 6**.

4.4.3 DESEOS

Quieres mejorar tu calidad de vida con un producto saludable, proteico y energético; que te ayude a perder peso, optimizar tu desarrollo intelectual y físico, además de prevenir enfermedades PRUEBA LA QUINUA DE CEREALES ANDINOS Y OBTENDRAS TODOS ESTOS BENEFICIOS.

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.

Es un producto que no tiene colesterol, no forma grasas en el organismo, no engorda, es un producto natural.

La composición de aminoácidos esenciales, le confiere un valor biológico comparable solo con la leche, el huevo.

Si uno consume este alimento no es necesario otros vegetales. En síntesis es el alimento más completo con todas sus propiedades que incluso llega a reemplazar a la leche y carne. Se trata entonces de un regalo de la naturaleza al ser humano gracias al sistema de conservación que utilizaron sus antecesores durante muchos años

LA QUINUA PREVIENE CÁNCER DE MAMA Y OSTEOPOROSIS.¹³

La quinua, el grano andino que ya dio mucho que hablar, ahora sorprende más al conocerse que también contiene fitoestrógenos, sustancias que previenen enfermedades crónicas como la osteoporosis, cáncer de mama, enfermedades del corazón y otras alteraciones femeninas ocasionadas por la falta de estrógenos durante la menopausia.

4.4.4 RECETAS

GRÁFICO N.-69

PLATOS A BASE DE QUINUA



**DISFRUTA DE LA QUINUA EN
VARIOS PLATILLOS DELICIOSOS.**

ELIGE TU RECETA FAVORITA

- CONSUMO DIARIO
- POSTRES
- PLATOS GOURMET



FUENTE: www.absolut-peru.com/joyas-de-la-gastronomia-peruana
ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

¹³ Servicio de Laboratorio de Diagnóstico e Investigación en Salud (Seladis), de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA)

CONSUMO DIARIO

SOPA DE VEGETALES Y QUINUA

Ingredientes

- 4 cucharadas de aceite con achiote
- 6 dientes de ajo picado
- 2 cebollas blancas cortadas finamente
- 2 pimientos verdes cortados en cuadraditos
- 4 papas cortadas en cuadraditos
- 2 zanahorias cortadas en cuadraditos
- 4 pencas de apio cortadas finamente
- 1/2 kilo de zapallo amarillo cortado en cuadraditos
- 1 1/2 taza de quinua cocida
- comino, sal y pimienta
- 2 cucharada de perejil picado.

Preparación

En una olla grande poner a refreír en el aceite con achiote la cebolla picada y una vez trasparenteada añadir los ajos picados, Rehogar un poco más, entonces agregar los pimientos, las zanahorias, las papas, las pencas de apio, el zapallo, todos anteriormente cortados. Condimentar con una cucharadita de comino, sal y pimienta. Agregar 1 1/2 de agua y dos cubitos de extracto de caldo de gallina. Veinte minutos ante de finalizar la cocción de los vegetales, incorporar la quinua ya cocida. Pasado este tiempo se añade el perejil picado y después de unos minutos más todo está listo para servir.

POSTRES

FLAN DE QUINUA Y MANZANA

Ingredientes

- 3 tazas de quinua cocida
- 3 cucharadas de miel
- 2 cucharaditas de espesante.
- 50 gr de nueces picadas
- 1 taza de compota de manzana
- vainilla

Preparación

Calentar la compota de manzana, disolver en esta preparación el espesante y dejar que hierva unos minutos. Añadir el resto de los ingredientes y verter en una budinera. Dejar enfriar en la heladera y desmoldar (para desmoldar colocar unos minutos en agua caliente). Servir acompañado con caramelo.

BUDÍN DE QUINUA Y MANZANA

Ingredientes

- 3 tazas de quinua cocida
- 3 manzanas verdes
- azúcar
- 2 cucharaditas de (espesante)
- 4 cucharadas de miel
- 100 gramos de nueces picadas
- gotas de extracto de vainilla

Para acompañar

Batir el contenido de un pote de queso crema blanco con dos cucharadas de miel, incorporando nueces y frutas secas bien picadas.

Preparación

Pelar la tres manzanas, sacando el centro, córtelas en trozos y póngalas a hervir en poca agua con algo de azúcar para obtener una compota. Cuando está hecha disolver dos cucharaditas de agar-agar dejando cocinar unos minutos más. Pasar la compota en un bol y agregar las tres cucharadas de miel, la tres tazas de quinua cocida, las nueces picadas, las gotas de vainillina. Mezcla bien, pasar en una budinera forrada con película plástica y enfriar durante unas seis horas en la heladera. A la hora de servir, desmoldar, hacer porciones acompañadas con crema de queso.

La crema de queso puede obtenerla mezclando queso blanco con miel y nueces picaditas. O si le gusta, crema chantilly o dulce de leche...

PLATOS GOURMET

QUINUA MARINERA

Ingredientes:

Para cocinar la quinua

2 tazas de quinua sin cocinar, pre-lavada

2 cucharadas de aceite de girasol

2 cucharadas de cebolla blanca picada finamente

1 diente de ajo, machacado

4 tazas de caldo de pescado o mariscos

Quinua marinera

1 taza de cebolla blanca picada finamente

3 cucharadas de aceite de girasol

2 cabezas de ajo, pelados y machacados

1 pimiento, picadito

½ cucharada de comino molido

1 cucharada de achiote molido

1 taza de arvejas tiernas cocinadas

1 manojo de cilantro, picado finamente
1 libra de camarones crudos, sin vena y con o sin pelar
1 libra de almejas o conchas
1 libra de calamar, limpio y cortado en aros y pedazos pequeños
½ libra de vieiras o conchitas de abanico pequeñas
Sal y pimienta al gusto

Preparación:

1. Para cocinar la quinua prepare un refrito o sofrito con 2 cucharadas de aceite, 2 cucharadas de cebolla picadita y el diente de ajo machacado, cocine hasta que la cebolla este suave, aproximadamente durante 3 a 5 minutos.
2. Agregue el caldo de pescado o mariscos y las 2 tazas de quinua, haga hervir, reduzca la temperatura y cocine a fuego lento durante 15 minutos o hasta que el agua se haya consumido y la quinua este cocinada.
3. Para preparar los mariscos caliente 3 cucharadas de aceite en una sartén, agregue las cebollas picadas y el ajo, cocine durante 5 minutos o hasta que las cebollas estén suaves.
4. Añada el comino molido, achiote, sal, pimienta y el pimiento picado, cocine durante 5 minutos, revolviendo de vez en cuando.
5. Agregue la mitad del cilantro picado, los camarones y las almejas o conchas, mezcle bien, y cocine durante 3 minutos.
6. Añada la quinua cocinada, las arvejas, el calamar y las vieiras, cocine hasta que todos los mariscos estén cocinados, máximo unos 5 minutos.
7. Añada el cilantro restante y rectifique la sal.
8. Sirva con plátanos maduros fritos, curtido de cebolla y tomate, aguacate, limón y aji criollo.

CHAUFA DE QUINUA

Ingredientes :

- Arroz ½ kilo de quinua
- 1 ½ litro de caldo de pollo aromatizado con 1 tronco de kion y sal
- 3 cucharadas de aceite vegetal
- 1 cucharada de aceite de ajonjolí
- 2 cucharadas de kion pelado y picado
- ¼ cucharada de sal
- ¾ de taza de choclo desgranado crudo
- ½ pechuga de pollo sin piel cortada en tiras
- 2 salchichas chinas en rodajas gruesas
- 2 dientes de ajo picaditos
- 3 cucharadas de salsa de ostión
- ½ taza de cebollita china picada y lavada
- 1 pimiento rojo y 1 amarillo soasados y cortados en cubo
- 1 ají amarillo hervido (que debe estar pelado y cortado en cubos)
- Sal y Una pizca de Ajinomoto
- 4 huevos

Salsa China dos sabores 50 g de tocino picadito

- 50 g de salchicha china molida
- 1 tronco de kion
- 3 cucharadas de salsa de ostión
- ¾ taza de caldo de pollo concentrado
- 1 ½ cucharada de maicena diluida en ¼ taza de caldo
- 4 cabezas enteras de cebolla china

Preparación:

Arroz

Escoja y lave varias veces la quinua y deje secar antes de volcarla en 1 ½ litro de caldo de pollo aromatizado con 1 tronco de kion y sal.

Cocine por espacio de 10 a 12 minutos, hasta que la quinua esté al dente. Cuele de inmediato y estírela sobre un asador. Espere que enfríe y listo. Con el líquido puede preparar una sopa fuchifu espectacular.

Prepare la chaufa de quinua de dos en dos. En una sartén grande o en un wok (sartén china), vierta el aceite vegetal y de ajonjolí. Allí, guise el kion pelado y picado, con sal y el choclo desgranado crudo. Después de que se cocine, incluya el pollo cortado en tiras, las salchichas chinas y los dientes de ajo picaditos. Cocine a fuego lento. Cuando dore, agregue la salsa de ostión y la cebollita china picada y lavada. En seguida, añada un chorrito de caldo y la mitad de la quinua graneada. Saltee y sazone con sillau. Agregue los pimientos, el ají amarillo hervido sal y una pizca de ajinomoto.

Integre 1 tortilla elaborada con los 4 huevos y picada en cubos. Sirva armoniosamente y acompañe con salsa china dos sabores. Nota: cuando prepare tortilla, una las yemas rotas con la clara, sin batir por mucho tiempo. Sazone con sal y fría en sartén pequeña con 1 trozo de mantequilla y gotas de aceite. De esta manera, resulta una tortilla esponjosa y de aspecto brillante.

Salsa China dos sabores

En una sartén, fría el tocino con la salchicha china, kion, salsa de ostión y caldo de pollo concentrado. Deje hervir durante 2 minutos antes de espesar con ayuda de la maicena diluida en caldo. Baje el fuego y agregue las cabezas enteras de cebolla china. Cocine unos 2 minutos y listo.

El aceite de ajonjolí se consigue en cualquier mercado o bodega. Me gusta emplear el aceite más denso y oscuro, que está elaborado con semillas de ajonjolí tostado. También existen variedades de aceites aromatizados con picante y otras especies. El aceite de ajonjolí mezclado con aromáticos no sirve para freír, pues se quema rápidamente.

La salsa de ostión u ostras se consigue en dos variedades: estándar y premium. Esta salsa de color oscuro y espesa es muy utilizada por la cocina oriental. Sazona muy bien arroces, tallarines, carnes al horno, chicharrones y, en esta ocasión, la quinua graneada. Le recomiendo emplear la marca Lee Kun Kee.

Las salchichas chinas deben adquirirse frescas para que se puedan morder suavemente; de lo contrario, tendrá que cocinarlas en un caldo para suavizarlas. Estas salchichas son curadas y secadas al aire; su color rojizo está matizado con blancos de grasa.

4.4.5 LINEA DE PRODUCTOS

QUINUA EN GRANO
PRESENTACION
25KG

GRAFICO N.-70

PRESENTACION DE QUINUA



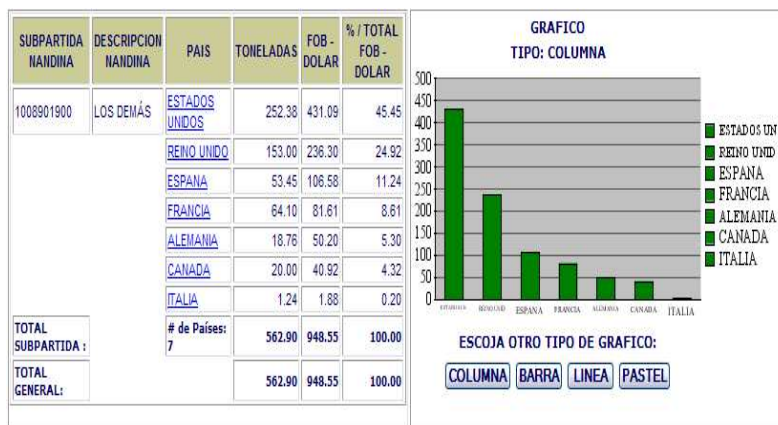
FUENTE: Información proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

4.4.6 EXPORTACION ECUATORIANA DE QUINUA

GRÁFICO N.- 71

ESTADISTICAS EXPORTACION DE QUINUA



FUENTE: Banco Central del Ecuador.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.



GRÁFICO N.- 72

QUINUA



FUENTE: www.peruanisto-masperu.com

4.4.7 CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS PREVIOS

- CERTIFICADO FITOSANITARIO
- CERTIFICADO SANITARIO



GRÁFICO N.- 73

PLANTA DE QUINUA



FUENTE: www.peruanisto-masperu.com

ELABORADO: Sofia Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

- NOMBRE DEL PRODUCTO
- MARCA COMERCIAL
- RAZON SOCIAL DE LA EMPRESA
- CONTENIDO NETO
- N.- REGISTRO SANITARIO
- VALOR NUTRICIONAL
- FECHA DE CADUCIDAD
- LISTA DE



4.4.8 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

**ALIMENTAMOS A TODO EL
MUNDO CON UN PRODUCTO
ALTAMENTE NUTRITIVO Y
100% NATURAL**



GRÁFICO N.- 74

PLATOS DE QUINUA



**■ PAGINA WEB
■ CATALOGOS
■ MUESTRAS**

FUENTE: www.absolut-peru.com/joyas-de-la-gastronomia-peruana

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

La comercialización de nuestro producto la vamos a realizar a través de la negociación con empresas importadoras de Estados Unidos.

A pesar de que de la manera antes mencionada nosotros realicemos la comercialización de la quinua, debemos dar a conocer las características y propiedades para que toda la población las conozca. El consumo de la quinua a nivel internacional no es muy alto, lo que significa que existe poca promoción y publicidad por parte de los importadores.

Por lo tanto nosotros como empresa debemos enfatizar en una mayor promoción y publicidad a través de diversos medios tales como:

- Degustaciones en ferias nacionales e internacionales.
- Folletos con información nutricional y recetas.
- Degustación en supermercados.
- Propagandas en medios de comunicación como: radio, televisión.
- En los empaques incluir recetas.
- Páginas web promocionando el producto en base a su calidad.
- Establecer alianzas con programas de televisión de cocina, en el que se prepare platos que incluya a la quinua.

Además es muy importante que los grupos de productores logren establecer alianzas con entidades públicas o privadas, para mejorar y fortalecer la promoción y publicidad del producto, no solo a nivel internacional sino también nacional para mejorar e incrementar la productividad local.

4.3.9 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La forma en que vamos a realizar la comercialización es a través de nuestra página WEB, en la que nuestros clientes deberán llenar un formulario para nosotros poder satisfacer su requerimiento.

CONTACTOS COMERCIALES

www.cerealesandinos.com.ec

GRÁFICO N.-75
SOLICITUD DE COMPRA

Contáctenos
Llene este formulario e inmediatamente un ejecutivo de nuestra empresa se comunicará con usted para satisfacer sus requerimientos

Nombres y Apellidos:

Empresa:

Dirección:

Teléfono:

E-mail:

Ciudad y País:

Comentario o solicitud.

FUENTE: Empresa Cereales Andinos S.A .
ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

4.4.10 RESPONSABILIDAD SOCIAL

GRÁFICO N.- 76

GRAFICOS DE QUINUA



PRODUCTOS 100% NATURALES SIN
QUÍMICOS.

PRODUCCIÓN QUE CONTRIBUYE AL
CRECIMIENTO DE LA
PRODUCTIVIDAD LOCAL



FUENTE: www.absolut-peru.com

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

La empresa Cereales Andinos S.A tiene responsabilidad por la conservación del medio ambiente y la seguridad del crecimiento de la productividad y mejoramiento del bienestar de la población.

Además cumplir con las normas de protección exigiendo a nuestros proveedores del producto, empaques y demás, el cumplimiento de las mismas para lograr posesionarnos en el mercado.

4.4.11 PLAN DE MEDIOS Y RELACIONES PÚBLICAS

El desarrollo del plan de medios lo vamos a realizar a través de Página WEB, catálogos, participación en ferias internacionales.

VENTAJAS DE LA PÁGINA WEB:

- Un sitio WEB es la publicidad más económica en relación al tiempo de publicación, 365 días del año, las 24 hs del día.
- Un sitio le da más personalidad, seriedad y profesionalismo a una empresa.
- Es la forma más económica de exponer productos. Los catálogos en papel y tinta pueden costar sumas elevadas, en cambio teniendo un sitio Web es cuestión de dar la dirección y crear un catálogo on-line.
- Si los competidores del cliente tienen un sitio, debe tener uno propio para tener mayor seriedad. Si sus competidores no lo tienen, debe tener uno propio para aventajar a sus competidores.
- Al no estar el cliente en la Web, el comprador que realice una búsqueda de cierto rubro por Internet, le comprará a la competencia.
- Un sitio Web es un punto de venta mundial disponible en todo momento. Los costos de un local pueden ascender a varios miles por mes, en cambio los costos de un sitio en relación con sus ganancias son ínfimos.
- Es una muy buena herramienta de marketing y estrategia comercial para pequeñas y grandes empresas.
- Accesibilidad a sus productos o servicios, ya que según las estadísticas el usuario se está acostumbrando cada vez más a hacer consultas a través de Internet.

4.4.12 ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN EN EL MERCADO.

El diseño de la página WEB es nuestra herramienta para ingresar al mercado internacional, específicamente al estadounidense, debido a que es la forma más sencilla, práctica y explícita para dar a conocer nuestro producto en la cual hemos incluido todas las variables y factores analizados en este capítulo. Lo hemos establecido de la siguiente manera.

- Producto.
- Responsabilidad Social.
- Relaciones Públicas.
- Publicidad.

Al momento de elaborar la página WEB, debemos tener en cuenta que el producto debe generar en el cliente impacto por lo novedoso e interesante del mismo, es decir, los clientes potenciales deben encontrar todo lo que requieren y observar lo que les interese como: valor nutritivo, recetas, bondades, etc.

Los links principales de nuestra página WEB son:

EMPRESA:

En este link se podrá visualizar la información relacionada con la empresa, misión, visión y valores corporativos.

PRODUCTOS:

En este link se encuentra la línea de productos que oferta la empresa al mercado, su presentación, empaque, peso.

BENEFICIOS:

En este link esta toda la información acerca de las propiedades y bondades de la quinua, este punto es muy importante porque nos va a permitir consolidarnos en el mercado como un producto natural y saludable.

RECETAS:

En este link se encontrará deliciosas recetas en las cuales se puede incluir a la quinua.

NOVEDADES:

Este link permite conocer información científica y estudios de la quinua realizados por expertos en alimentos.

CONTACTENOS:

En este link esta la manera de comunicarse con la empresa están los números de teléfono, email, dirección; el cliente podrá darnos a conocer sus necesidades y requerimientos. En esta parte se encontrará un formulario de datos del cliente.

4.4.13 PAGINA WEB

GRAFICO N.- 77

PORTADA – QUIENES SOMOS



FUENTE: Empresa Cereales Andinos S.A.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

GRAFICO N.- 78

VALORES CORPORATIVOS

Valores Corporativos

Calidad
 Una tradición productiva de una calidad premium desde el comienzo del desarrollo de esta acción de empresa, sustentando en esta manera los estándares de su calidad.

Salud
 Asociamos los cereales con la salud, por lo tanto, ofrecemos productos naturales, ya que los cereales contienen los nutrientes de la vida.

Responsabilidad
 Como responsable del crecimiento empresarial y desarrollo de la fuerza laboral.

Clientes
 Es nuestro deber brindar servicios de comunicación al servicio al cliente, y proporcionarles servicios con máxima calidad, atención y promoción, buscando comprender sus necesidades para darles respuestas satisfactorias.

Disciplina y Transparencia
 Cumplimos con las obligaciones de manera eficiente para lograr los objetivos de los negocios establecidos.

Actitud
 Tenemos mentalidad positiva y ganadora para poder desarrollar toda nuestra estrategia al momento de la atención y participación de los consumidores de nuestros clientes.

Persistencia
 Es capaz con los recursos establecidos, podemos hacer nuestra actividad para lograr nuestros propósitos.

Responsabilidad

BOOK filmes

2010 FIFA World Cup South Africa

Inicio
 Quiénes somos
 Productos
 Recetas
 Recetas
 Recetas
 Contacto

FUENTE: Empresa Cereales Andinos S.A.
 ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

GRAFICO N.- 79

CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO



Producto








QUINUA



QUINUA EN GRANO

BENEFICIOS:

- Es un cereal completo, aporta proteínas, fibra, calcio, hierro, zinc, potasio, magnesio, fósforo, la magnesia, el manganeso y el silicio.
- Es un cereal con un alto contenido de fibra, lo que ayuda a mejorar la digestión y a prevenir el estreñimiento.
- Tiene un contenido alto de proteínas, lo que lo convierte en una excelente fuente de proteína vegetal.
- Es un cereal con un alto contenido de hierro, lo que lo convierte en una excelente fuente de hierro vegetal.
- Es un cereal con un alto contenido de calcio, lo que lo convierte en una excelente fuente de calcio vegetal.
- Es un cereal con un alto contenido de zinc, lo que lo convierte en una excelente fuente de zinc vegetal.
- Es un cereal con un alto contenido de magnesio, lo que lo convierte en una excelente fuente de magnesio vegetal.
- Es un cereal con un alto contenido de fósforo, lo que lo convierte en una excelente fuente de fósforo vegetal.
- Es un cereal con un alto contenido de manganeso, lo que lo convierte en una excelente fuente de manganeso vegetal.
- Es un cereal con un alto contenido de silicio, lo que lo convierte en una excelente fuente de silicio vegetal.

IMPORTANCIA DE LA QUINUA EN LA ALIMENTACIÓN:

- Fuente de proteínas: La quinua es una excelente fuente de proteínas vegetales, lo que la convierte en una excelente opción para quienes siguen una dieta vegetariana o vegana.
- Fuente de fibra: La quinua es una excelente fuente de fibra, lo que ayuda a mejorar la digestión y a prevenir el estreñimiento.
- Fuente de hierro: La quinua es una excelente fuente de hierro vegetal, lo que ayuda a prevenir la anemia.
- Fuente de calcio: La quinua es una excelente fuente de calcio vegetal, lo que ayuda a fortalecer los huesos.
- Fuente de zinc: La quinua es una excelente fuente de zinc vegetal, lo que ayuda a fortalecer el sistema inmunológico.
- Fuente de magnesio: La quinua es una excelente fuente de magnesio vegetal, lo que ayuda a mejorar la salud cardiovascular.
- Fuente de fósforo: La quinua es una excelente fuente de fósforo vegetal, lo que ayuda a mejorar la salud ósea.
- Fuente de manganeso: La quinua es una excelente fuente de manganeso vegetal, lo que ayuda a mejorar la salud nerviosa.
- Fuente de silicio: La quinua es una excelente fuente de silicio vegetal, lo que ayuda a mejorar la salud de la piel y el cabello.

El destino está en tus manos, y nosotros las jugamos



- Pastas
- Cereales
- Panes
- Galletas
- Mermeladas
- Mermeladas
- Mermeladas
- Mermeladas




¡Mucho mejor!
¡Mejor!
¡Mejor!

¡Protégalo!



FUENTE: Empresa Cereales Andinos S.A.
 ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

GRAFICO N.- 80

RECETARIO

CEREALES ANDINOS

Inicio | Productos | Recetas | Contacto | Cultura

Recetas

CONSOLES DIAZIO

[Ensa de vegetales y arroz](#)

PLATOS GOURMET

POSTRES

QUINUA ROMERA

Ensa de arroz y manzana

Ensa de arroz y manzana

Cultura

- Inicio
- Valores Corporativos
- Productos
- Recetas
- Noticias
- Contacto

NUTRITIVA

SIN PUBLICIDAD, TU PRODUCTO, FUEDE IDENTIDAD

Diners Club

FUENTE: Empresa Cereales Andinos S.A.
ELABORADO POR: Sofia Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

GRAFICO N.- 81

NOVEDADES

CEREALES ANDINOS

Novidades

PROPIEDADES

¿QUIERES MEJORAR TU CALIDAD DE VIDA CON UN PRODUCTO SACIABLE, PROTEICO Y ENERGÉTICO, QUE TE AYUDE A PERDER PESO, OPTIMIZAR TU DESARROLLO INTELECTUAL Y FÍSICO, PREVENIR ENFERMEDADES, PRUEBA LA QUINUA DE CEREALES ANDINOS Y OBTENDRÁS TODOS ESTOS BENEFICIOS:

Después de varios años de investigación y desarrollo se creó un nuevo cereal de gran calidad nutricional, proteico y energético, que te ayudará a perder peso, optimizar tu desarrollo intelectual y físico, prevenir enfermedades, prueba la quinua de Cereales Andinos y obtendrás todos estos beneficios.

En un momento que el mundo está cambiando, con tantas ganancias en tecnología, se requiere de un producto natural, un cereal de tipo antiguo, elaborado con los mejores ingredientes, el único de su clase que contiene un alto contenido de fibra que ayuda a regular el tránsito intestinal, de igual manera, es rico en proteínas y vitaminas, lo que lo convierte en un alimento ideal para quienes buscan mejorar su salud y bienestar.

LA QUINUA PREVIENE CÁNCER DE MAMA Y OSTEOPOROSIS

La quinua, el grano blanco que se ha vuelto tan popular, ahora se suma a la lista de alimentos que ayudan a prevenir enfermedades. Estudios recientes han demostrado que la quinua puede ayudar a reducir el riesgo de cáncer de mama y osteoporosis, gracias a su alto contenido de fibra y proteínas.

4 RAZONES PARA DISFRUTAR DE LOS BENEFICIOS DE LA QUINUA:

- Es un producto natural, sin aditivos ni azúcares añadidos, ideal para quienes buscan un producto saludable.
- Es un producto natural, que te ayuda a perder peso, optimizar tu desarrollo intelectual y físico, prevenir enfermedades, prueba la quinua de Cereales Andinos y obtendrás todos estos beneficios.
- Es un alimento rico en fibra, que ayuda a regular el tránsito intestinal.
- Es un alimento saludable.

RESPONSABILIDAD SOCIAL

La empresa CEREALES ANDINOS S.A. tiene como objetivo crear la conciencia de un sistema de comercialización sostenible, basado en el comercio justo, para contribuir a mejorar las condiciones de vida de las pequeñas comunidades rurales, a través de su producción de alta calidad.

El compromiso social de Cereales Andinos S.A. se centra en el bienestar de sus comunidades, para así mejorar el ingreso y el nivel de vida de las personas que viven en las zonas rurales, a través de su producción de alta calidad.

AGENCIA ESPACIAL CIVIL ECUATORIANA

la publicidad en la radio

ABORRA Y DIFUNDE TU PUBLICIDAD POR RADIO. "EL BUENO"

Sistemas de impresión

FUENTE: Empresa Cereales Andinos S.A.
 ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

GRAFICO N.- 82

FORMULARIO DE PEDIDO

The image shows a screenshot of the website for Cereales Andinos S.A. The page is titled "Contactos" and features a central orange form for requesting products. The form includes fields for "Nombre y apellido", "Calle", "Código Postal", "País", "Teléfono", "E-mail", and "Código y País". Below the form, there are sections for "REQUISITOS PREVIOS" (Previous Requirements) and contact information. The website also displays logos for "¡Mucho mejor! EL MEJOR PRODUCTO DEL ECUADOR" and "BOOK filmes". A navigation menu at the top includes links for "Inicio", "Quiénes Somos", "Productos", "Servicios", and "Contactos".

CONTACTOS

VAMOS ALIMENTAR

REQUISITOS PREVIOS

- CERTIFICADO FITOSANITARIO
- CERTIFICADO SANITARIO
- VOUCHER FOLIA ESTIPULADO

DIRECCION: Panamericana Sur Km 9 1/2 SECTOR QUITUMBE 08-34 CALLE Y LOTE 9, QUITO-ECUADOR.
TELEFONO: 595-2-945-557
FAX: 595-2-945-072
E-MAIL: cerealesandinos@hotmail.com

Tu debes ser el cambio que desean ver en el mundo.

FUENTE: Empresa Cereales Andinos S.A.

ELABORADO POR: Sofia Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

La página WEB tiene dos versiones en español y en inglés para informar a nuestros clientes los beneficios y utilidades que ofrecemos.

CAPÍTULO V

ANÁLISIS FINANCIERO

El objetivo del análisis financiero es para determinar la viabilidad financiera del proyecto, con el que se podrá establecer los niveles de seguridad para la recuperación de la inversión, con la utilidad, razón por la cual en este análisis debe incluirse: capital invertido, costo de oportunidad y otros rubros necesarios para conocer el riesgo que se va a asumir.

La situación económica y financiera del proyecto es importante definir en este capítulo, puesto que podremos establecer estrategias para ser aplicadas en los programas de inversión y comercialización.

La empresa debe contar con la suficiente capacidad para cumplir con obligaciones a corto, mediano y largo plazo; consolidándose como un proyecto rentable, líquido y sólido, para lograr una rentabilidad alta y atractiva así como también cumplir objetivos empresariales y de terceros especialmente de los accionistas.

La inversión realizada al sector de cereales, específicamente de quinua hacia el mercado de Estados Unidos se debe a que los habitantes de este país tienen una tendencia alimenticia saludable y con productos naturales. Al establecer la exportación de quinua como un proyecto base, lo podremos canalizar para la consolidación de nuevos proyectos nacionales con productos de calidad atractivos para el mercado internacional creando un pensamiento empresarial con enfoque innovador para otras empresas.

El análisis financiero permitirá evaluar el plan de negocio para identificar si el proyecto es viable de ser implementado.

Los parámetros para realizar el análisis financiero son los siguientes:

- Se realizará los estados financieros que permitan conocer como se encuentra en el ámbito financiero la empresa desde el momento de su creación hasta el final del período.

■ Se elaborará el flujo de caja para establecer un análisis comparativo de la utilidad pronosticada y la inversión realizada, bajo políticas que permitan lograr los objetivos propuestos. Además podremos establecer cronogramas para cumplir con nuestras obligaciones así como también con la recuperación de capital invertido.

■ Se realizará la evaluación económica que nos iniciará el grado de rentabilidad del proyecto.

5.1 INVERSIONES

Identificar las inversiones para la ejecución de un proyecto es muy importante, ya que con esto podremos conocer con cuenta el negocio para iniciar sus operaciones y cómo deberán ser las inversiones.

Las inversiones son colocaciones de dinero por lo cual la empresa espera obtener ganancias a largo plazo para incrementar el patrimonio a través de intereses, dividendos o por la venta del producto con un margen de ganancia que supere al costo, esto se representa contablemente como una cuenta de activo.

ACTIVOS¹⁴: Se define como activo a todos los bienes y valores de propiedad de la entidad y que están al servicio de la misma con el objetivo de obtener utilidad. Estos bienes tienen mucha probabilidad de generar un beneficio económico y varían de acuerdo con la naturaleza del negocio, por ejemplo una pequeña empresa de servicios puede tener una oficina, la cual puede ser suficiente para el desarrollo de sus actividades, en cambio una gran industria necesita de una planta industrial, maquinaria, vehículos, edificios, muebles, etc.

PASIVOS: Son todas las obligaciones que tiene por pagar la empresa a sus acreedores y se reflejan en el primer segmento de la segunda parte del balance a una fecha señalada en el mismo documento. Comprende también las fuentes de financiación de una entidad, en muchas ocasiones, las empresas deben acogerse al endeudamiento para poder adquirir activos, es decir obtienen un bien pero a la vez contraen una deuda, aplicando de esta forma la partida doble.

¹⁴www.mailxmail.com/curso-contabilidad-computarizada-introduccion-generalidades-definiciones/activo-pasivo-patrimonio-ecuacion-contable-sus-variaciones-ilustracion

PATRIMONIO: El Patrimonio es el segundo segmento de la segunda parte que completa un balance de situación y constituye el derecho de propiedad que tiene la empresa sobre la diferencia entre el activo menos el pasivo. En este segmento también se reflejan los resultados obtenidos por la gestión de la entidad, es decir la utilidad o pérdida obtenida en un ejercicio contable determinado, así como también las reservas y los resultados obtenidos de ejercicios anteriores.

La empresa Cereales Andinos S.A. tiene como estructura inicial una inversión de \$62.000,00; la misma que está distribuida de la siguiente manera:

- **ACTIVOS CORRIENTES:** \$53.000,00
- **ACTIVOS FIJOS:** \$7.300,00
- **ACTIVOS DIFERIDOS:** \$1.700,00

La inversión deberá ser financiada de la siguiente manera:

- Contamos con un capital propio de **\$ 22.000,00**
- Un préstamo bancario, que es servirá para financiar la compra de la mercadería, fijándose una tasa de interés por un valor de **\$ 40.000,00**

ESTADO DE SITUACION INICIAL					
CEREALES ANDINOS S.A					
15 DE ENERO DEL 2010					
ACTIVOS			PASIVOS		
ACTIVO CORRIENTE		53.000,00	PASIVO CORRIENTE		40.000,00
CAJA-BANCOS	3.000,00		PRESTAMO BANCARIO	40.000,00	
MERCADERIA PARA EXPORTACION	50.000,00				
ACTIVOS FIJOS		7.300,00	PATRIMONIO		
MUEBLES Y ENSERES	4.300,00		CAPITAL SOCIAL		22.000,00
EQUIPO DE COMPUTACION	3.000,00				
ACTIVO DIFERIDO		1.700,00			
GASTOS CONSTITUCION	1.700,00				
TOTAL ACTIVOS		62.000,00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		62.000,00

FUENTE: Empresa Cereales Andinos S.A.

ELABORADO POR: Sofia Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

5.1.1 ACTIVOS CORRIENTES:

Comprende los bienes y derechos que razonablemente pueden ser convertibles en efectivo o que por su naturaleza pueden estar disponibles en un período no superior a un año.

Estos pueden ser: mercaderías que se venden dentro de un período corto inferior a un año, cuentas por cobrar, dinero en efectivo, entre otros.

Los activos corrientes son de vital importancia para una empresa, se ha determinado que para la empresa Cereales Andinos se necesitará \$ 3.000,00 en efectivo, y una inversión en mercadería de \$50.000,00 que respalda el 87% de la exportación de 800 fundas de 25kg de quinua lo cual constituye todos los valores de la logística utilizada para la exportación del producto.

5.1.2 ACTIVOS FIJOS:

Bienes de propiedad de la empresa dedicados a la producción y distribución de los productos o servicios por ellas ofrecidos. Adquiridos por un considerable tiempo y sin el propósito de venderlos.

A continuación se detalla los activos fijos con los que contamos para la exportación de quinua:

- Muebles y Enseres \$ 4.300,00 (ANEXO XIII)
- Equipo de computación: \$ 3.000,00 (ANEXO XIV)

Para el tratamiento de los activos fijos debemos aplicar el porcentaje de depreciación, de acuerdo a la legislación ecuatoriana establecido de la siguiente manera:

- Muebles y Enseres: 10% anual
- Equipo de computación: 33.3% anual

5.1.3 ACTIVOS DIFERIDOS:

Son los gastos realizados por la empresa, y que una vez pagados no son recuperables o reembolsables. Generalmente estos gastos se efectúan al construir la empresa.

Esta empresa será constituida como un Sociedad Anónima, mediante la suscripción de un contrato debidamente notariado.

Para la ejecución de una adecuada actividad se deberá elaborar manuales de procedimientos, es decir, organizarla administrativamente, para esto se invertirá \$1.700,00 (ANEXO XV)

5.2 GASTOS PRESUPUESTADOS

5.2.1 COSTOS VARIABLES:

Son aquellos que se modifican de acuerdo con el volumen de producción, es decir, si no hay producción no hay costos variables y si se producen muchas unidades el costo variable es alto.

La empresa tiene dentro de su línea de productos de acuerdo al enfoque de mercadeo establecido en el plan estratégico el siguiente producto:

- Quinoa (en estado natural en fundas de 25kg)

El costo variable de la quinoa al ser un producto para la exportación estará compuesta por los siguientes rubros: costos de compra al productor nacional, costos de exportación que esta formado por el costo del transporte interno desde Riobamba hacia Guayaquil, valor del seguro interno y costos de formalidades nacionales para la exportación.

El costo variable por funda obtendremos dividiendo los costos de la mercadería más los costos de exportación para las 800 fundas, como se muestra en el siguiente cuadro:

TABLA N.- 39
COSTO DE EXPORTACIÓN DE LA MERCADERÍA
(1 FUNDA DE 25KG)

PRECIO DE EXPORTACIÓN	TOTAL
COSTO DE VENTA – QUINUA	62,50
EMPAQUE	0,11
TRANSPORTE INTERNO	0,68
SEGURO INTERNO	0,24
GASTOS FORMALIDADES	0,69
TOTAL	64,20

FUENTE: Información del Proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

TABLA N.- 40
COSTO DE EXPORTACIÓN DE LA MERCADERÍA
(1 CONTENEDOR DE 20´)

PRECIO DE EXPORTACIÓN	COSTO VENTA UNITARIO	TOTAL SACOS 25KG	TOTAL
COSTO DE VENTA - QUINUA	62,50	800	50.000,00
EMPAQUE	0,11	800	88,00
TRANSPORTE INTERNO			550,00
SEGURO INTERNO			188,98
GASTOS FORMALIDADES			555,51
TOTAL			51382,49

FUENTE: Información del Proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

5.2.2 COSTOS FIJOS

Son aquellos costos que permanecen constantes durante un periodo de tiempo determinado, sin importar el volumen de producción. Dentro de este rubro se encuentra por ejemplo:

- Alquiler
- Impuestos
- Amortizaciones
- Servicios públicos (luz, agua, teléfono, internet)
- Sueldos, entre otros

Dentro de los costos fijos para realizar este análisis lo consideramos al arriendo de la oficina, servicios básicos, internet, suministros y materiales, gastos de formalidades para la exportación, movilización, sueldos y salarios, depreciación de muebles y enseres, depreciación de equipos de oficina, diseño de página web, material publicitario, amortización de interés, cuota de capital.

A continuación se detalla el cálculo de los costos de depreciación, amortización de deuda, sueldos y salarios, suministros y material de publicitario.

TABLA N.- 41

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	
VALOR	4.300,00
TIEMPO	10 años
DEPRECIACION ANUAL	430,00
DEPRECIACION MENSUAL	35,83

DEPRECIACION EQUIPOS DE COMPUTACION	
VALOR	3.000,00
TIEMPO	3 años
DEPRECIACION ANUAL	1000,00
DEPRECIACION MENSUAL	83,33

FUENTE: Información del Proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

TABLA N.- 42**AMORTIZACION DE LA DEUDA**

No.	Fecha de pago	Saldo Inicial	Interés	Capital	Saldo final	Interès acumulado	Cuota fija
1	01-ago-10	40.000,00	600,00	1.396,96	38.603,04	600,00	1.996,96
2	01-sep-10	38.603,04	579,05	1.417,92	37.185,12	1.179,05	1.996,96
3	01-oct-10	37.185,12	557,78	1.439,19	35.745,93	1.736,82	1.996,96
4	01-nov-10	35.745,93	536,19	1.460,78	34.285,15	2.273,01	1.996,96
5	01-dic-10	34.285,15	514,28	1.482,69	32.802,47	2.787,29	1.996,96
6	01-ene-11	32.802,47	492,04	1.504,93	31.297,54	3.279,33	1.996,96
7	01-feb-11	31.297,54	469,46	1.527,50	29.770,04	3.748,79	1.996,96
8	01-mar-11	29.770,04	446,55	1.550,41	28.219,63	4.195,34	1.996,96
9	01-abr-11	28.219,63	423,29	1.573,67	26.645,96	4.618,63	1.996,96
10	01-may-11	26.645,96	399,69	1.597,27	25.048,68	5.018,32	1.996,96
11	01-jun-11	25.048,68	375,73	1.621,23	23.427,45	5.394,05	1.996,96
12	01-jul-11	23.427,45	351,41	1.645,55	21.781,90	5.745,47	1.996,96
13	01-ago-11	21.781,90	326,73	1.670,24	20.111,66	6.072,19	1.996,96
14	01-sep-11	20.111,66	301,67	1.695,29	18.416,37	6.373,87	1.996,96
15	01-oct-11	18.416,37	276,25	1.720,72	16.695,65	6.650,11	1.996,96
16	01-nov-11	16.695,65	250,43	1.746,53	14.949,12	6.900,55	1.996,96
17	01-dic-11	14.949,12	224,24	1.772,73	13.176,40	7.124,79	1.996,96
18	01-ene-12	13.176,40	197,65	1.799,32	11.377,08	7.322,43	1.996,96
19	01-feb-12	11.377,08	170,66	1.826,31	9.550,77	7.493,09	1.996,96
20	01-mar-12	9.550,77	143,26	1.853,70	7.697,07	7.636,35	1.996,96
21	01-abr-12	7.697,07	115,46	1.881,51	5.815,56	7.751,81	1.996,96
22	01-may-12	5.815,56	87,23	1.909,73	3.905,83	7.839,04	1.996,96
23	01-jun-12	3.905,83	58,59	1.938,38	1.967,45	7.897,63	1.996,96
24	01-jul-12	1.967,45	29,51	1.967,45	0,00	7.927,14	1.996,96

FUENTE: Información del Proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

TABLA N.- 43**SUELDOS Y SALARIOS**

EMPLEADO	SUELDO	COMPONENTE	TOTAL SUELDO
GERENTE GENERAL	473,85	59,5	533,34
SECRETARIO	300	45,0	345,00
CONTADOR	370	51,7	421,67
TOTAL SUELDOS Y SALARIOS			1300,00

FUENTE: Libro "El Boletín del Ecuador".

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

TABLA N.- 44

SUMINISTROS DE OFICINA

HOJAS PAPEL BOND	13,00
ESFEROS, LAPICES, BORRADORES	5,00
GRAPADORA, PERFORADORA	12,00
CALCULADORA	12,00
GRAPAS, CLIPS	4,00
CINTA SCOTCH	2,50
TINTA DE BORRAR	1,50
TOTAL	50,00

FUENTE: Información del Proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

TABLA N.- 45

MATERIAL PUBLICITARIO

CATALOGOS	300,00
PAGINA WEB	450,00
POP	350,00
TOTAL	1.100,00

FUENTE: Información del Proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

TABLA N.- 46

ENVIO MUESTRA 2KG

EMPAQUE	1,50
ENVIO POR COURIER	72,80
TOTAL	74,3

FUENTE: Información del Proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

5.3 PRESUPUESTO DE LA INVERSION

En el presupuesto de la inversión se estiman todas las compras que se realizan para el inicio del negocio.

TABLA N.- 47

MUEBLES Y ENSERES

Juego de sala	\$ 932,00
Escritorio para oficina	\$ 1.250,00
Silla ejecutivo	\$ 102,04
Silla oficina (OCEYO1)	\$ 180,00
Teléfono General Electric (Inalambrico)	\$ 255,00
Copiadora Sharp AI-1610	\$ 439,30
Radiograbadora Phillips PH-AZ1836	\$ 90,00
Televisión (Phillips 14PT3005)	\$ 119,99
Lampara de escritorio (40W)	\$ 83,94
Pizarrón tiza liquida	\$ 60,00
Archivero para oficina ATU modelo 106	\$ 255,02
Archivador para oficina modelo RHG 2 puertas	\$ 72,00

FUENTE: Información del Proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

TABLA N.- 48

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Computador portatil Acer (AS5315-2290)	\$ 1.200,00
Computador Compaq (SG3207LA)	\$ 680,00
Impresora multifunción Epson (CX-5600)	\$ 110,92
Proyector Sony	\$ 650,00
Flash Memory 2gb Hp v100W	\$ 37,65

FUENTE: Información del Proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

5.4 INGRESOS PRESUPUESTADOS

De acuerdo a lo presupuestado por la venta de nuestro producto (quinua) en base a la política de rentabilidad sobre costos unitarios variables obtendremos el siguiente ingreso:

TABLA N.- 49

INGRESOS PRESUPUESTADOS

PRECIO DE EXPORTACIÓN	CANTIDAD	TOTAL INGRESOS
72,00	800	57.600,00

FUENTE: Información del Proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

5.5 MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

El margen de contribución es el la diferencia entre el precio de venta menos los costos variables. Es considerado también como el exceso de ingresos con respecto a los costos variables, exceso que debe cubrir los costos fijos y la utilidad o ganancia.

$$\text{CONTRIBUCIÓN MARGINAL} = \text{PRECIO VENTA} - \text{COSTO VARIABLE UNITARIO}$$

$$CM = PVU - CVU$$

En los procesos comerciales se incurren en costos fijos, costos variables y adicionalmente se espera una margen de utilidad.

Importancia del margen de contribución

El margen de contribución permite determinar cuanto está contribuyendo un determinado producto a la empresa. Permite identificar en que medida es rentable seguir con la producción de ese artículo.

Algunas situaciones que el margen de contribución permite identificar y analizar son las siguientes:

1. Si el margen de contribución es positivo, permite absorber el costo fijo y generar un margen para la utilidad o ganancia esperada. Entre mayor sea el margen de contribución, mayor será la utilidad (recordemos que el costo fijo es siempre fijo así varíe el margen de contribución)
2. Cuando el margen de contribución es igual al costo fijo, no deja margen para la ganancia (no genera utilidad o Rentabilidad), por lo que

se considera que la empresa está en el Punto de equilibrio (No gana, no pierde).

3. Cuando el margen de contribución no alcanza para cubrir los costos fijos, la empresa aunque puede seguir operando en el corto plazo debido a que puede cubrir en parte los costos fijos, si no se toman medidas, al estar trabajando a pérdida corre el riesgo de quedarse sin Capital de trabajo suficiente, puesto que éste es utilizado para cubrir los costos fijos que no alcanza a cubrir el margen de contribución.

4. Cuando el margen de contribución es negativo, es decir, que los costos variables son superiores al precio de venta, se está ante una situación crítica la cual necesariamente debe conducir a suspender la producción del bien en cuestión.

Aunque lo ideal es manejar productos con un alto margen de contribución, no es una regla que siempre sea aplicable, sino que depende de cada empresa y de cada producto en particular. Un margen de contribución bajo, puede ser compensado con una alta rotación, puesto que el menor margen multiplicado por un alto número de producción vendida.

Hemos establecido como una política interna de venta que se exportará durante el primer semestre 1 contenedor de 20' por mes, a partir del cuarto mes se proyecta vender 2 contenedores de 20' por mes; razón por la que los 3 primeros meses está proyectado obtener un margen de contribución de \$5.017,51 cada mes y a partir del cuarto mes obtener \$10.035,02; ya que se duplicarán las ventas.

TABLA N.- 50

CONTRIBUCIÓN MARGINAL

COSTO ADQUISICIÓN	TOTAL EXPORTACIÓN	CANTIDAD	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN TOTAL	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN UNITARIO
51382,49	57.600,00	800	6.217,51	7,77

FUENTE: Información del Proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

5.6 PRECIO DE VENTA

El precio de venta es el valor de los productos o servicios que se venden a los clientes.

La determinación de este valor, es una de las decisiones estratégicas más importantes ya que, el precio, es uno de los elementos que los consumidores tienen en cuenta a la hora de comprar lo que necesitan.

El cliente estará dispuesto a pagar por los bienes y servicios, lo que considera un precio "justo", es decir, aquel que sea equivalente al nivel de satisfacción de sus necesidades o deseos con la compra de dichos bienes o servicios. Por otro lado, la empresa espera, a través del precio, cubrir los costos y obtener ganancias.

En la determinación del precio, es necesario tomar en cuenta los objetivos de la empresa y la expectativa del cliente.

El precio de venta es igual al costo total del producto más la ganancia.

El precio de venta al establecido es de \$72,00 por cada saco de quinua de 25kg.

5.7 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto (**IT = CT**). Un **punto de equilibrio** es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto. Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.

La fórmula para el cálculo, es la siguiente:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Margen de Contribución}} = \text{Cantidades}$$

$$\text{Punto de Equilibrio en \$} = \text{Cantidades} \times \text{Precio de Venta}$$

El punto de equilibrio de la exportación lo obtendremos cuando se venda 568 sacos de quinua de 25kg.

TABLA N.- 51

PUNTO DE EQUILIBRIO						
CANTIDAD	PRECIO	INGRESOS	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	COSTO TOTAL	UTILIDAD
550	72	39600,00	35260,50	4481,58	39742,08	-142,08
560	72	40320,00	35901,60	4481,58	40383,18	-63,18
565	72	40680,00	36222,15	4481,58	40703,73	-23,73
568	72	40896,00	36414,48	4481,58	40896,00	0
570	72	41040,00	36542,70	4481,58	41024,28	15,72
575	72	41400,00	36863,25	4481,58	41344,83	55,17
580	72	41760,00	37183,80	4481,58	41665,38	94,62

FUENTE: Información del Proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

GRAFICO N.- 83

PUNTO DE EQUILIBRIO



FUENTE: Información del Proyecto

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

Al realizar el análisis del punto de equilibrio se determina que cuando se vende 568 bolsas de quinua a un precio de \$72, cubriremos los costos y no se

obtendrá ninguna utilidad, razón por la cual se debe producir más de esta cantidad.

5.8 FLUJO DE CAJA

Un flujo de caja es la presentación sobre un cuadro, en cifras, para diversos períodos hacia el futuro, y para diversos ítems o factores, de cuando va a entrar o salir, físicamente, dinero.

El objetivo fundamental del flujo de caja es apreciar, por período, el resultado neto de Ingresos de dinero menos giros de dinero, es decir, en qué período va a sobrar o a faltar dinero, y cuánto, a fin de tomar decisiones.

La elaboración del flujo de caja es importante porque en base a los resultados obtenidos podremos evaluar la realización del proyecto.

Para la elaboración del flujo de caja utilizaremos los datos obtenidos de la investigación del mercado, empresarial y también de cálculos de los beneficios. Debemos incorporar datos relacionados con la depreciación, amortización de activos, utilidades y pérdidas.

Es el resumen de la entrada y salida en efectivo de cada una de las actividades para el desarrollo de la empresa. Nos sirve para realizar pronósticos en base a supuestas ventas, tasas de interés, costos, inflación, etc.

CUENTAS	INCIAL	GRAFICO N.- 62 FLUJO DE CAJA POR AÑO DE TRABAJO											
		I MES	II MES	III MES	IV MES	V MES	VI MES	VII MES	VII MES	IX MES	X MES	XI MES	XII MES
INGRESOS													
VENTA AL CONTADO		57.600,00	57.600,00	57.600,00	115.200,00	115.200,00	115.200,00	115.200,00	115.200,00	115.200,00	115.200,00	115.200,00	115.200,00
SALDO DE CAJA	3.000,00												
COSTOS													
COSTO VARIABLE		52.582,49	52.582,49	52.582,49	105.164,98	105.164,98	105.164,98	105.164,98	105.164,98	105.164,98	105.164,98	105.164,98	105.164,98
ARRIENDO BODEGA		200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
COSTO EMPAQUE		88,00	88,00	88,00	176,00	176,00	176,00	176,00	176,00	176,00	176,00	176,00	176,00
SERVICIOS BÁSICOS		80,00	80,30	80,60	80,90	81,20	81,50	81,80	82,10	82,40	82,70	83,00	83,30
INTERNET		35,00	35,35	35,70	36,05	36,40	36,75	37,10	37,45	37,80	38,15	38,50	38,85
SUMINISTRO OFICINA		50,00	50,40	50,80	51,20	51,60	52,00	52,40	52,80	53,20	53,60	54,00	54,40
MANTENIMIENTO OFICINA		50,00	50,42	50,84	51,26	51,68	52,10	52,52	52,94	53,36	53,78	54,20	54,62
MOVILIZACION		40,00	40,33	40,66	40,99	41,32	41,65	41,98	42,31	42,64	42,97	43,30	43,63
SUELDOS Y SALARIOS		1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES		35,83	35,83	35,83	35,83	35,83	35,83	35,83	35,83	35,83	35,83	35,83	35,83
DEPRECIACIÓN EQUIPO COMPUTACION		83,25	83,25	83,25	83,25	83,25	83,25	83,25	83,25	83,25	83,25	83,25	83,25
DISEÑO PAG WEB		450,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
COSTO MANTENIMIENTO PAG. WEB		50,00	50,48	50,96	51,44	51,92	52,40	52,88	53,36	53,84	54,32	54,80	55,28
MATERIAL PUBLICITARIO		54,17	54,17	54,17	54,17	54,17	54,17	54,17	54,17	54,17	54,17	54,17	54,17
ENVIO MUESTRA		72,80											
AMORTIZACIÓN INTERES		600,00	579,05	557,78	536,19	514,28	492,04	492,04	446,55	423,29	399,69	375,73	351,41
AMORTIZACIÓN ACTIVOS DIFERIDOS		141,67	141,67	141,67	141,67	141,67	141,67	141,67	141,67	141,67	141,67	141,67	141,67

SUMAN COSTOS FIJOS		3.330,72	2.789,25	2.770,26	2.838,95	2.819,32	2.799,36	2.801,64	2.758,43	2.737,45	2.716,13	2.694,45	2.672,41
SUMAN COSTOS		55.913,21	55.371,74	55.352,75	108.003,93	107.984,30	107.964,34	107.966,62	107.923,41	107.902,43	107.881,11	107.859,43	107.837,39
UTILIDAD NETA EN VENTAS		1.686,79	2.228,26	2.247,25	7.196,07	7.215,70	7.235,66	7.233,38	7.276,59	7.297,57	7.318,89	7.340,57	7.362,61
AMORTIZACION DEUDA		1.396,96	1.417,92	1.439,19	1.460,78	1.482,69	1.504,93	1.527,50	1.550,41	1.573,67	1.597,27	1.621,23	1.645,55
15% PARTICIPACION TRABAJADORES													10.745,90
25% IMPUESTO A LA RENTA													15.223,36
SUMAN EGRESOS		57.310,17	56.789,65	56.791,93	109.464,70	109.466,98	109.469,26	109.494,12	109.473,82	109.476,10	109.478,38	109.480,66	135.452,21
SALDO DE CAJA DE MES	(3.000,00)	289,83	810,35	808,07	5.735,30	5.733,02	5.730,74	5.705,88	5.726,18	5.723,90	5.721,62	5.719,34	(20.252,21)
SALDO DE CAJA AL FIN DE MES	3.000,00	3.289,83	4.100,17	4.908,24	10.643,53	16.376,55	22.107,29	27.813,17	33.539,34	39.263,24	44.984,86	50.704,19	30.451,98

FUENTE: Información del Proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

CALCULO DE LA TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO

TABLA N.- 53

TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO

PARTICIPANTE	INFLACION	PREMIO POR RIESGO	TMAR
INVERSIONISTA	5,20%	20%	26,24%
BANCO		12%	12,00%

PARTICIPANTE	% APORTACION	TMAR	PONDERACION
INVERSIONISTA	35,5%	26,24%	9,32%
BANCO	64,5%	12,00%	7,74%
	100,0%	TMAR GLOBAL ANUAL	17,06%

FUENTE: Información del Proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

5.8.1.1 EVALUACION ECONOMICA

TABLA N.- 54

EVALUACION ECONOMICA

METODO	RESULTADO
TMAR GLOBAL ANUAL	17,06%
T.I.R.	58,80%
V.A.N.	S/12.889,64
RELACION COSTO / BENEFICIO	4,43

FUENTE: Información del Proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinueza A. y Luis Alberto Vaca.

5.8.1.1.1 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Se denomina Tasa Interna de Retorno (TIR) a la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (VAN) de una inversión sea igual a cero ($VAN=0$)

Este método considera que una inversión es aconsejable si la TIR resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor, y entre varias alternativas, la más conveniente será aquella que ofrezca una TIR mayor.

La TIR es un indicador de rentabilidad relativa del proyecto, por lo cual cuando se hace una comparación de tasas de rentabilidad interna de dos proyectos no tiene en cuenta la posible diferencia en las dimensiones de los mismos. Una gran inversión con una TIR baja puede tener un VAN superior a un proyecto con una inversión pequeña con una TIR elevada.

La tasa interna de retorno para el flujo proyectado a un año es de 58,80% lo que significa que la tasa de retorno es alta, por lo tanto quiere decir que este proyecto tiene una gran rentabilidad.

5.8.1.1.2 VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto, más conocido por las siglas de su abreviación, VAN, es una medida de los excesos o pérdidas en los flujos de caja, todo llevado al valor presente (el valor real del dinero cambia con el tiempo). Es por otro lado una de las metodologías estándar que se utilizan para la evaluación de proyectos.

El Valor Actual Neto que posee nuestra empresa es de S/12.889,64; lo que significa que es positivo por lo que determinamos que la inversión si es rentable.

5.8.1.1.3 COSTO BENEFICIO

Valorización de evaluación que relaciona las utilidades en el capital invertido o el valor de la producción con los recursos empleados y el beneficio generado.

El Costo Beneficio es de 4,43% lo que significa que la inversión realizada del proyecto rinde un 443%.

5.9 BALANCE DE RESULTADOS

El Balance de resultados de la empresa Cereales Andinos S.A; permite establecer que al final de año contable se obtendrá una utilidad de 45.629,56; lo que indica que el proyecto es viable y rentable.

CEREALES ANDINOS S.A	
ESTADO DE RESULTADO PRESUPUESTADO	
DEL 15 DE ENERO DEL 2010 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2010	
VENTAS	1.209.600,00
MENOS COSTO DE VENTAS	1.104.232,29
UTILIDAD BRUTA	105.367,71
MENOS GASTOS	33.728,36
UTILIDAD LIQUIDA	71.639,35
MENOS 15% PARTICIPACION TRABAJADORES	10.745,90
UTILIDAD TRIBUTABLE	60.893,45
IMPUESTO A LA RENTA	15.223,36
UTILIDAD ANTES DE LA RESERVA	45.670,01
RESERVA LEGAL	4.567,00
UTILIDAD BRUTA	41.103,01

FUENTE: Información del Proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

5.10 BALANCE DE SITUACION:

De acuerdo al balance de situación de la empresa Cereales Andinos S.A se establece que la empresa posee un capital social de \$22.000 y una utilidad de \$ 41.103,00; por lo que se establece que el proyecto es atractivo para la inversión generando una alta rentabilidad.

ESTADO DE SITUACION PRESUPUESTADO				
CEREALES ANDINOS S.A				
DEL 15 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2010				
ACTIVOS			PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE		80.451,98	PASIVO CORRIENTE	21.781,97
CAJA-BANCOS	30.451,98		PRESTAMO BANCARIO	21.781,97
MERCADERIA PARA EXPORTACION	50.000,00			
ACTIVOS FIJOS		7.300,00	PATRIMONIO	67.670,01
MUEBLES Y ENSERES	4.300,00		CAPITAL SOCIAL	22.000,00
EQUIPO DE COMPUTACION	3.000,00		RESERVA LEGAL	4.567,00
			UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO	41.103,01
ACTIVO DIFERIDO		1.700,00		
GASTOS CONSTITUCION	1.700,00			
TOTAL ACTIVOS		89.451,98	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	89.451,98

FUENTE: Información del Proyecto.

ELABORADO POR: Sofía Vinuesa A. y Luis Alberto Vaca.

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

- La quinua es un producto de consumo masivo con alto nivel nutritivo por tal razón satisface la demanda de los consumidores.
- Los temas de campaña publicitaria analizados van direccionados con los deseos de una vida saludable.
- El portafolio de productos que posee la empresa es quinua en estado natural en sacos de 25Kg.
- Los criterios de segmentación del producto están relacionados a toda la población cuya necesidad básica sea el consumo de productos nutritivos.
- El negocio estará orientado bajo la concepción de exportación, ya que el volumen de transacciones esta relacionado con este concepto.
- El país de destino será Estados Unidos debido a criterios como consumo y aceptación de la calidad de la quinua.
- El precio por kilogramo de exportación es competitivo con relación a los países exportadores.
- Las estrategias comerciales de venta, publicidad, relaciones públicas y responsabilidad social aplicadas por la empresa son innovadoras; potencializando de esta forma la imagen corporativa de la misma.
- El sistema de comercialización utilizada por las empresas proveedoras permitirá planificar futuras exportaciones.
- En orden de importancia, las personas estadounidenses compran quinua por su satisfacción, calidad y precio estas variables se las relacionan con valor nutritivo y salud.

- Es indispensable la obtención del Certificado Fitosanitario para la comercialización de la quinua, pues este es el documento que ampara el cumplimiento de requisitos de importación en el país de destino.
- El sistema de transporte utilizado que se va a utilizar es el marítimo, debido a los costos bajos.
- La evaluación financiera permite identificar que la Tasa de Retorno es del 58,80%, lo que indica que el proyecto es rentable, así como también se define que el VAN es de S/12.889,64.

6.2 RECOMENDACIONES

- Utilizar las estrategias de mercadeo planteadas con la finalidad de configurar la imagen institucional del negocio, alcanzar las metas de venta y cubrir las expectativas de rendimiento.
- Estructurar el portafolio de productos con criterios de segmentación de mercados a fin de cubrir objetivos.
- Implementar políticas de precios de exportación con productos en los cuales la quinua sea parte esencial del mismo.
- Complementar las líneas de producto asociándolas con mercancías que contribuyan al mejoramiento de calidad de vida de las personas.
- Buscar permanentemente nuevos proveedores de quinua a nivel nacionales con el propósito de contar con un portafolio de productos nutritivos de acuerdo a las tendencias alimentarias.
- Elaborar constantemente estudios de cifras comerciales para buscar nuevos mercados internacionales.
- Fomentar relaciones empresariales con los operadores de Comercio Exterior a fin de poder agilizar el proceso de logística de la exportación de quinua.

BIBLIOGRAFIA

- Producción y Exportación de la Quinoa (Corporación Financiera Nacional).
- Decimo programa de formación de especialistas en Gestión de la Calidad.
- Estatutos de la Federación Ecuatoriana de Exportadores.
- Manuel de Procedimientos del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical “Leopoldo Izquieta Perez”.
- Boletín Informativo Empresarial Contable del Ecuador El Contador.
- Revista EL AGRO, Ecuador Exporta quinoa, Art. Eugenia Espinosa, Octubre 2009.

REFERENCIAS WEB:

- www.bce.fin.ec
- www.aduana.gov.ec
- www.corpei.org
- www.inaexpo.com
- www.ever-green.com
- www.usa.gov
- www.sica.com
- www.ecuadorexporta.com
- www.inen.gov.ec
- www.inh.gov.ec
- www.fedexpor.com
- www.mapusa.org
- www.fda.org
- www.fao.org
- www.adexperu.org.pe

ANEXOS