



**UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS**  
Laureate International Universities®

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**“PROYECTO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN  
Y COMERCIALIZACIÓN DE QUINUA Y AMARANTO  
A ESPAÑA FRANCIA Y ALEMANIA”**

**Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos  
establecidos para optar por el título de Tecnólogas  
en Importaciones y Exportaciones**

**Profesor Guía:**

**Ing. Roberto Germán López Zambrano**

**Autoras:**

**Luz María Agila Condoy  
Marcela Yolanda Brito Mancero**

**2012**

## DECLARACIÓN PROFESOR GUIA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con los estudiantes, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas la disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

---

Roberto Germán López Zambrano  
Ingeniero Comercial Especialidad Comercio Exterior  
CI: 1711392314

## DECLARACIÓN DE AUTORIA

“Declaramos que este trabajo es original, de nuestra autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”

---

Luz María Agila Condoy.

CI: 171159505-6

---

Marcela Yolanda Brito Mancero.

CI: 060336667-5

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios por la vida, y el constante deseo de superación. A mi familia, madre, hermanos y sobrinas por el infaltable apoyo y cariño. Y la universidad, profesores e Ing. Roberto López por su aporte y guía en la realización de este trabajo investigativo.

Marcela Brito

A Dios por todas las bendiciones recibidas y darme la fuerza necesaria para conseguirlos.

A mi Esposo y a mi hijo por su gran apoyo, comprensión y soporte en mi carrera, a mis padres por los valores inculcados y a mis hermanos por su apoyo moral.

Al Ing. Roberto López, por su abnegada dedicación en transmitir sus conocimientos y guía en este trabajo.

A mi compañera de tesis por su paciencia y esfuerzo para lograr la meta propuesta, a mis amigos, en especial Aitor Echeverría por su apoyo en mi crecimiento intelectual y laboral.

Luz Agila.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mi madre por su incansable lucha para mi realización personal y profesional, a mis hermanos por su cariño y comprensión y a mis sobrinas por su cariño.

Marcela Brito.

Dedico este trabajo de manera especial a mi hijo y mi esposo por ser las personas que me han dado la fortaleza, ayuda y comprensión, a mis padres que con su apoyo también fueron partícipes en la culminación de este proyecto.

Luz Agila.

## RESUMEN

La finalidad de este proyecto es determinar la Pre-factibilidad de exportación y comercialización de la quinua y amaranto a partir de la producción existente. Así como el análisis de factibilidad y conveniencia del desarrollo propio de la producción.

Para ello hemos destacado el aporte nutricional de los productos y el creciente interés de los consumidores que se preocupan por su salud y estar bien informados. A medida que los importadores seleccionen más productos orgánicos, estos se harán más comunes y fomentaran el crecimiento de consumo cuando estén disponibles en más canales como supermercados e hipermercados. Esta tendencia de mayor consumo explica el crecimiento de las exportaciones de quinua y amaranto, dos productos que el mercado consideran saludables y orgánicos.

Aun falta información y conocimiento por parte del agricultor ecuatoriano, para poder incrementar los volúmenes de producción de la quinua y amaranto, es decir, no está explotada totalmente. Existe una gran demanda que hará factible una mayor comercialización al mercado internacional.

Los procesos de exportación desde Ecuador a la comunidad europea no son complejos, además existen organismos gubernamentales como PROECUADOR que proporcionan asesoría al exportador ecuatoriano.

Como veremos en el desarrollo de la presente tesis la pre-factibilidad de este proyecto tiene un alto grado de certeza dando como resultado una hipótesis viable, la inversión que incurra este proyecto es recuperable a mediano plazo y lo más importante es que es rentable, de esta manera se crearan fuentes de trabajo para el sector.

## **ABSTRACT**

The purpose of this project is to determine the feasibility of pre-export and marketing of quinoa and amaranth from existing production. And the analysis of feasibility and desirability of development of production itself.

So we've highlighted the nutritional products and the growing interest of consumers who care about their health and well informed. As importers choose more organic products, these will become more common and foster the growth of consumption when they are available on more channels such as supermarkets and hypermarkets. This trend of increased consumption explains the growth of exports of quinoa and amaranth, two products that the market considered healthy and organic.

Even a lack of information and knowledge by the Ecuadorian farmer, to increase production volumes of quinoa and amaranto, is not fully exploited. There is a great demand for increased marketing will make feasible the international market.

The processes of export from Ecuador to the European community are not complex, and there are government agencies that provide counseling as PROECUADOR Ecuadorian exporter.

As we shall see in the development of this thesis the pre-feasibility of this project has a high degree of certainty resulting in a viable hypothesis, investment project incurred is recoverable in the medium term and most importantly it is cost effective, this will create jobs for the sector.

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I .....	2
1. ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN DE QUINUA Y AMARANTO.....	3
1.1 PRODUCCIÓN DE QUINUA Y AMARANTO .....	3
1.1.1 Ecuador y América latina. ....	3
1.1.2 Aporte nutricional de la quinua y el amaranto. ....	6
1.1.3 Características socio económicas del Productor en el Ecuador. ....	7
1.2 ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE COMPETITIVIDAD EXPORTADORA DE LA QUINUA Y AMARANTO. ....	9
1.2.1 Políticas, Estrategias, Programas y Proyectos. ....	9
1.2.2 Servicios Institucionales en el Ecuador.....	11
1.2.3 Fichas técnicas de los cultivos.....	12
1.2.4 Análisis FODA de la producción. ....	14
CAPÍTULO II .....	17
2. NICHOS DE EXPORTACIÓN DE QUINUA Y AMARANTO EN LA UNIÓN EUROPEA. ....	18
2.1 MERCADO DE EXPORTACIÓN UNIÓN EUROPEA. ....	18
2.1.1 Productos Ecuatorianos en la Unión Europea. ....	18
2.1.2 Tendencias de consumo de la Unión Europea .....	20
2.1.3 Percepciones del Mercado de Consumidores.....	21
2.2 MERCADO DE ALEMANIA.....	22
2.2.1 Situación actual de la exportación de la quinua y amaranto ecuatoriana al mercado de Alemania. ....	23

2.3	MERCADO DE ESPAÑA.....	26
2.3.1	Situación actual de la exportación de la quinua y amaranto ecuatoriana al mercado de España.....	27
2.4	MERCADO DE FRANCIA.....	30
2.4.1	Situación actual de la exportación de la quinua y amaranto ecuatoriana al mercado de Francia.....	31
2.5	PRINCIPALES FACTORES DE LOS PAÍSES DE EXPORTACIÓN.....	33
2.5.1	Políticos y Económicos.....	33
2.5.2	Ventajas y desventajas de la exportación de Quinua y Amaranto. .	35
2.6	ANÁLISIS FODA DE EXPORTACIÓN DE QUINUA Y AMARANTO HACIA ALEMANIA, ESPAÑA Y FRANCIA.....	37
2.7	EXPORTACIÓN DE QUINUA Y AMARANTO DE PERÚ Y BOLIVIA HACIA LOS MERCADOS DE DE ALEMANIA, FRANCIA Y ESPAÑA.....	40
2.7.1	Exportación de Amaranto de Perú hacia los países en estudio.....	44
2.7.2	Exportación de quinua de Bolivia hacia los países en estudio.....	46
2.7.3	Exportación de amaranto de Bolivia hacia los países en estudio. .	48
	CAPÍTULO III .....	49
3	ANÁLISIS DE LOS PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA EXPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA QUINUA Y AMARANTO HACIA ALEMANIA, FRANCIA Y ESPAÑA.....	50
3.1	PROCESOS DE REGISTRO EN EL ECUADOR PARA EXPORTAR.....	50
3.1.1	Obtener el Registro de Exportador.....	50
3.1.2	Documentos que acompañan a la Declaración de exportación.....	52
3.1.3	Trámite de una Exportación.....	53

3.1.4 Base Legal.....	55
<b>3.2 REQUISITOS PARA EXPORTAR A LOS MERCADOS DE ALEMANIA, FRANCIA Y ESPAÑA.....</b>	<b>55</b>
3.2.1 Requisitos Generales.....	55
3.2.2 Requisitos específicos para la exportación de Quinoa y Amaranto hacia Alemania, Francia y España. ....	56
3.2.3 Partida arancelaria para la quinoa y amaranto. ....	57
3.2.4 Derechos de Importación.....	57
3.2.5 Condiciones específicas para la comercialización de determinados productos procedentes de producción ecológica.....	58
<b>3.3 LOGÍSTICA Y TRANSPORTE PARA LA EXPORTACIÓN DE QUINUA Y AMARANTO.....</b>	<b>59</b>
3.3.1 Envases y Embalajes del Producto para su transporte.....	59
3.3.2 Tipo de embarque y vía de transporte .....	60
3.3.3 Modo de Transporte.....	61
3.3.4 Costo de transporte. ....	61
3.3.5 INCOTERM International Commercial Terms.....	63
3.3.6 FOB (Free On Board) - Libre a Bordo (puerto de carga convenido)	65
<b>3.4 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN DE QUINUA Y AMARANTO.....</b>	<b>66</b>
3.4.1 Precio.....	67
3.4.2 Estrategias de Promoción.....	69
3.4.3 Canales De Distribución.....	71
3.4.2 Perfiles de compradores .....	73
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>76</b>

4 ELABORAR UN ESTUDIO TÉCNICO PARA LA EXPORTACIÓN DE QUINUA Y AMARANTO HACIA ALEMANIA, FRANCIA Y ESPAÑA. ....	77
4.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA ECUATORIANA DE QUINUA Y AMARANTO.....	77
4.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE QUINUA Y AMARANTO DE LOS PAISES EN ESTUDIO. ....	79
4.3 ESTUDIO FINANCIERO .....	81
4.3.1 Inversión inicial para el proyecto.....	81
4.3.2 Inversión en capital de trabajo. ....	89
4.3.3 Financiamiento e inversión para el proyecto.....	91
4.3.4 Plan de producción. ....	94
4.3.5 Plan de ventas. ....	100
4.3.6 Estado de pérdidas y ganancias.....	105
4.3.7 Flujo de caja.....	107
4.3.8 Calculo de VAN y TIR. ....	108
4.3.9 Periodo de recuperación de la inversión.....	111
CAPÍTULO V .....	112
5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	113
5.1 CONCLUSIONES.....	113
5.2 RECOMENDACIONES.....	114
BIBLIOGRAFÍA .....	115
ANEXOS.....	121

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro Nº 1.1</b> Producción Nacional de Quinua y Amaranto.....	4
<b>Cuadro Nº 1.2</b> Características nutritivas de la quinua, amaranto y otros productos en general .....	7
<b>Cuadro Nº1.3</b> Ficha técnica del cultivo de quinua y amaranto en el Ecuador	13
<b>Cuadro Nº 1.4</b> Análisis FODA de la producción de quinua en el Ecuador.....	15
<b>Cuadro Nº 1.5</b> Análisis FODA de la producción de amaranto en el Ecuador .	16
<b>Cuadro Nº 2.1</b> Exportaciones de Ecuador hacia Alemania de Quinua (Chenopodium quinua) en el período 2006 -2010.....	24
<b>Cuadro Nº 2.2</b> Exportaciones de Ecuador hacia Alemania de Amaranto (Amaranthus caudatus) en el período 2006 -2011. ....	25
<b>Cuadro Nº 2.3</b> Exportaciones de Ecuador hacia España de Quinua (Chenopodium quinoa) en el período 2006 -2010 .....	27
<b>Cuadro Nº 2.4</b> Exportaciones de Ecuador hacia España de Amaranto o Kiwicha (Amaranthus caudatus) en el período 2006 -2011 .....	29
<b>Cuadro Nº 2.5</b> Exportaciones de Ecuador hacia Francia de Quinua (Chenopodium quinoa) en el período 2006 -2010.....	31
<b>Cuadro Nº 2.6</b> Factores Políticos y Económicos de Alemania, España y Francia .....	34
<b>Cuadro Nº 2.7</b> Ventajas y desventajas externas de exportación de quinua y amaranto hacia Alemania, España y Francia.....	36
<b>Cuadro Nº 2.8</b> Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de los productos de Exportación hacia Alemania, España y Francia.....	38
<b>Cuadro Nº 2.9</b> Exportaciones Quinua de Perú hacia Alemania, Francia y España período 2006-2010.....	41
<b>Cuadro Nº 2.10</b> Exportaciones amaranto de Perú hacia Alemania, Francia y España período 2006 2010 .....	44
<b>Cuadro Nº 2.11</b> Exportaciones quinua de Bolivia hacia Alemania, Francia y España período 2006 2010 .....	46

<b>Cuadro N° 3.1</b> Requisitos específicos por país para la exportación de quinua y amaranto.....	56
<b>Cuadro N° 3.2</b> Aranceles y Derechos a pagar en los países de la .....	58
<b>Cuadro N° 3.3</b> Valores carga suelta .....	62
<b>Cuadro N° 3.4</b> valores flete en contenedor.....	62
<b>Cuadro N° 3.5</b> Precios de Producción y exportacion FOB .....	68
<b>Cuadro N° 4.1</b> Oferta ecuatoriana de quinua y amaranto.....	77
<b>Cuadro N° 4.2</b> Oferta ecuatoriana de quinua y amaranto Alemania.....	77
<b>Cuadro N° 4.3</b> Demanda de Alemania de quinua y amaranto .....	79
<b>Cuadro N° 4.4</b> Demanda de Francia de quinua y amaranto.....	80
<b>Cuadro N° 4.5</b> Demanda de España de quinua y amaranto.....	80
<b>Cuadro N° 4.6</b> Inversión Inicial del proyecto.....	82
<b>Cuadro N° 4.7</b> Inversión fija del proyecto. ....	83
<b>Cuadro N° 4.8</b> Inversión de terrenos en la inversión fija del proyecto. ....	84
<b>Cuadro N° 4.9</b> Inversión de Infraestructura en la inversión fija del proyecto. .	85
<b>Cuadro N° 4.10</b> Inversión de maquinaria y equipos para producción en la inversión fija del proyecto.....	85
<b>Cuadro N° 4.11</b> Inversión de equipos de oficina en la inversión fija del proyecto .....	86
<b>Cuadro N° 4.12</b> Inversión de muebles y enseres de oficina en la inversión fija del proyecto.....	86
<b>Cuadro N° 4.13</b> Inversión en instalaciones en la inversión fija del proyecto...	87
<b>Cuadro N° 4.14</b> Inversión diferida del proyecto .....	88
<b>Cuadro N° 4.15</b> Costos de constitución en Inversión diferida del proyecto .....	88
<b>Cuadro N° 4.16</b> Costos de Certificación orgánica de terrenos en Inversión diferida del proyecto .....	89
<b>Cuadro N° 4.17</b> Inversión en capital de trabajo del proyecto.....	90

<b>Cuadro N° 4.18</b> Insumos agrícolas en Inversión en capital de trabajo del proyecto .....	91
<b>Cuadro N° 4.19</b> Materiales indirectos de producción en Inversión en capital de trabajo del proyecto.....	91
<b>Cuadro N° 4.20</b> Tabla de amortización del préstamo para la implementación del proyecto.....	93
<b>Cuadro N° 4.21</b> Gastos Financieros generados por el préstamo para la implementación del proyecto.....	94
<b>Cuadro N° 4.22</b> Plan de producción para el primer año de vida del proyecto.	97
<b>Cuadro N° 4.23</b> Plan de producción para el segundo año de vida del proyecto. ....	97
<b>Cuadro N° 4.24</b> Plan de producción para el tercer año de vida del proyecto. .	98
<b>Cuadro N° 4.25</b> Plan de producción para el cuarto año de vida del proyecto.	98
<b>Cuadro N° 4.26</b> Plan de producción para el quinto año de vida del proyecto..	99
<b>Cuadro N° 4.27</b> Plan de ventas para el primer año de vida del proyecto. ....	102
<b>Cuadro N° 4.28</b> Plan de ventas para el segundo año de vida del proyecto...	102
<b>Cuadro N° 4.29</b> Plan de ventas para el tercer año de vida del proyecto. ....	103
<b>Cuadro N° 4.30</b> Plan de ventas para el cuarto año de vida del proyecto. ....	103
<b>Cuadro N° 4.31</b> Plan de ventas para el quinto año de vida del proyecto.....	104
<b>Cuadro N° 4.32</b> Estado de pérdidas y ganancias del proyecto. ....	106
<b>Cuadro N° 4.33</b> Flujo de caja operativo del proyecto. ....	108
<b>Cuadro N° 4.34</b> Calculo del Valor Actual Neto del proyecto.....	109
<b>Cuadro N° 4.35</b> Calculo de la Tasa Interna de Retorno del proyecto. ....	110
<b>Cuadro N° 4.36</b> Período de recuperación de inversión del proyecto .....	111

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>ANEXO 1.</b> Solicitud de Certificado orgánico.....	122
<b>ANEXO 2.</b> Formulario de Solicitud RUC.....	123
<b>ANEXO 3.</b> Formulario Registro de Operador de Comercio Exterior, como exportador.....	124
<b>ANEXO 4.</b> Solicitud de Concesión/Reinicio de Claves.....	125
<b>ANEXO 5.</b> DUA de exportación.....	126
<b>ANEXO 6.</b> Factura Comercial.....	127
<b>ANEXO 7.</b> Bill of Lading.....	128
<b>ANEXO 8.</b> Certificado de Registro Sanitario.....	129
<b>ANEXO 9.</b> Requisitos Generales y Específicos de Alemania, Francia y España.....	130
<b>ANEXO 10.</b> Lista de Importadores Especializados.....	132
<b>ANEXO 11.</b> Glosario de términos.....	135

## INTRODUCCIÓN

La quinua y el amaranto son cultivos nativos de la región andina (Bolivia, Perú y Ecuador). Fueron muy apreciados en la época Prehispánica en la que se cultivó y consumió en grandes cantidades. Con la llegada de la conquista española sufrió una discriminación denominada como “comida de indio” su consumo perdió fuerza y casi desaparecieron por alrededor de 400 años.

A partir de 1980 estos granos salieron de la situación marginal, gracias a sus características nutritivas. Actualmente estos cultivos han retomado importancia sobre todo en los países industrializados en donde aprecian sus altos valores nutritivos. Por los estudios y recomendaciones provenientes de Europa y Estados Unidos, comienza a revalorizarse entre nosotros la importancia en la alimentación. Sin embargo aún pocos conocen el gran valor nutricional de estos granos, que llegaron a ser sagrados para las civilizaciones inca y azteca. Cinco siglos después, la FAO<sup>1</sup> declaró que “la quinua posee el balance de proteínas y nutrientes más cercano al ideal de alimento para el ser humano”. Por su parte la NASA<sup>2</sup> eligió a la quinua y al amaranto como los alimentos nutritivos por excelencia para los viajes espaciales, para alimentar a los astronautas.

Por la importancia que se ha detallado la quinua y el amaranto parece ser que se convertirá en el súper-grano del Siglo XXI. Tal es así que la FAO ha denominado al año 2013 como el año mundial de la quinua.

---

<sup>1</sup> **FAO:** Fondo de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación.

<sup>2</sup> **NASA:** “National Aeronautics and Space Administration” Es la agencia gubernamental encargada de los programas espaciales. Su sede está en Washington D.C. (Estados Unidos).

## **CAPITULO I**

# **1. ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN DE QUINUA Y AMARANTO.**

## **1.1 PRODUCCION DE QUINUA Y AMARANTO**

### **1.1.1 Ecuador y América latina.**

La producción mundial de quinua y amaranto se concentra a nivel mundial en tres países: Ecuador, Bolivia, y Perú. En cuanto a la producción de grano de quinua, el mayor productor es Bolivia con 45,6%, seguido de Perú con 42,3% y Ecuador con 2,5%.<sup>3</sup> En cuanto al amaranto debido a la escasa producción existente no se encuentran datos actuales registrados de ninguno de los tres países en estudio.

### **Ecuador**

La Quinua y el amaranto tienen gran adaptación a diferentes pisos agroecológicos y clases de suelos. Han generado gran interés entre los agricultores, empresas agroindustriales, instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales.

La producción de quinua y amaranto por parte de los pequeños agricultores se realiza en una gran diversidad de zonas agroclimáticas y pisos ecológicos con sistemas tradicionales de producción. Los centros de producción se ubican en determinadas áreas de seis provincias de la sierra, de las cuales las de mayor importancia por la frecuencia y la superficie de cultivo son: Chimborazo, Imbabura, Cotopaxi, respectivamente; con menor cuantificación, Tungurahua, Pichincha, Carchi. Lo cual podemos observar en el cuadro N° 1.1 y gráfico N°1.1.

---

<sup>3</sup> Fuente: FAO "Aspectos económicos en la producción de quinua". Disponible en: <http://www.rlc.fao.org/es/agricultura/produ/cdrom/contenido/libro03/cap10.htm>

Cuadro N° 1.1: Producción Nacional de Quinoa y Amaranto.

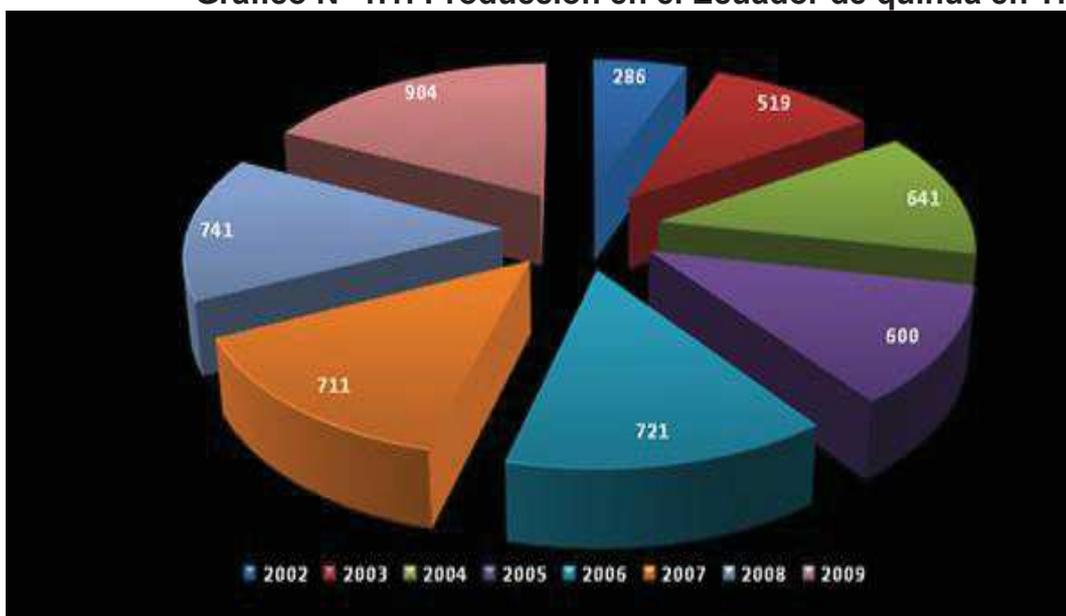
AÑOS	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
PRODUCCIÓN	TM							
<b>NACIONAL</b>	<b>286</b>	<b>519</b>	<b>641</b>	<b>600</b>	<b>721</b>	<b>711</b>	<b>741</b>	<b>904</b>
CARCHI	64	95	78	82	91	86	88	92
IMBABURA	32	43	63	70	66	71	89	99
PICHINCHA	27	42	28	27	37	38	40	48
COTOPAXI	45	150	207	226	206	193	209	184
TUNGURAHUA	2	4	20	0	0	0	0	0
CHIMBORAZO	116	185	185	195	321	323	315	481

FUENTE: Ministerio de agricultura, ganadería, acuacultura y pesca (MAGAP)

ELABORADO POR: Las Autoras

Al no existir datos actuales, realizamos un análisis del cuadro de producción nacional de quinoa y amaranto comprendido entre los años 2005-2009 (periodo en los cinco últimos años, cuadro N°1.1), podemos proyectar un crecimiento lineal de al menos el 10% para cada uno de los años siguientes y para el año 2010 tiende a determinar una producción estimada de 994 TM y para el año 2011 con 1093 TM.

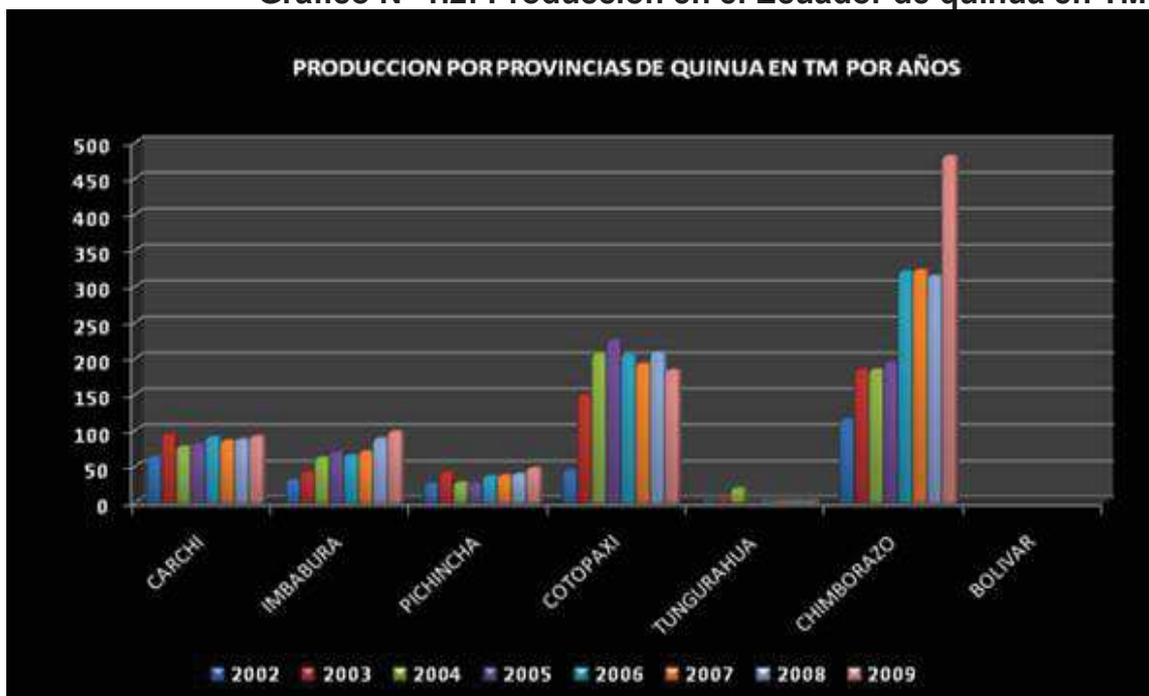
Grafico N° 1.1: Producción en el Ecuador de quinoa en TM



FUENTE: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP)

ELABORADOR POR: Las Autoras

**Grafico N° 1.2: Producción en el Ecuador de quinua en TM**



**FUENTE:** Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP)

**ELABORADOR POR:** Las Autoras

No existen datos registrados de producción específica de amaranto en nuestro país; los registros del Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca (MAGAP) en los datos de producción de quinua integran los de amaranto ya que según esta entidad su producción es muy pequeña y dispersa, por ende no lo tienen separado.

Según del Ing. Eduardo Peralta del Programa de leguminosas y granos andinos del Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP), en el Ecuador existe una superficie potencial para el cultivo de quinua y amaranto de 148.438 ha. De las cuales se hallan en producción 2000 ha y de estas solo 500 se hallan certificadas.<sup>4</sup> (Anexo 1)

<sup>4</sup> Peralta, Eduardo 2008 "Situación actual de los productos andinos" Boletín divulgativo INIAP.

### 1.1.2 Aporte nutricional de la quinua y el amaranto.

Ambas semillas poseen similar composición, razón por la cual las consideramos en conjunto. Desde el punto de vista nutricional la quinua y el amaranto no son en realidad cereales son pseudo-cereales, tienen una composición mucho más equilibrada que los cereales convencionales y sobre todo mayor cantidad y calidad de proteínas. Más allá de poseer un 18% de proteínas contra un 10-14% de los cereales convencionales, lo que importa es el valor biológico de estas proteínas.

La explicación de este elevado valor biológico tiene que ver con su equilibrada composición de aminoácidos esenciales. Los cereales clásicos tienen carencias de lisina, metionina y cisteína, punto fuerte de estos granos. Por ejemplo, la quinua tiene 5 veces más lisina y más del doble de metionina que el trigo<sup>5</sup>. Sus valores son muy parecidos a los de la leche; de allí su índice similar. La quinua y el amaranto, son pobres en grasas y más ricos en hierro, calcio, fósforo, fibra y vitamina E, con respecto a los cereales clásicos.

También poseen apreciable cantidad de vitaminas del grupo B, son alimentos adecuados para celíacos<sup>6</sup>, debido a que no tienen gluten; para diabéticos, personas con regímenes hipocalóricos, niños, adolescentes, ancianos y convalecientes.

Según Rebecca Wood (Autora del libro "Quinua el súper grano"). "Aunque ningún alimento puede proporcionar todos los nutrientes esenciales para la vida, la Quinua se acerca más a esta exigencia que cualquier otro alimento de origen animal o vegetal".

---

<sup>5</sup> Datos tomados del artículo "Valor nutritivo y uso de la quinua" Todo sobre la quinua pagina web: [http://laquinua.blogspot.com/2008/08/introduccion-valor-nutritivo-y-usos-de\\_02.html](http://laquinua.blogspot.com/2008/08/introduccion-valor-nutritivo-y-usos-de_02.html)

<sup>6</sup> Celíacos: La enfermedad celíaca es una intolerancia del niño o adulto al gluten y más concretamente a una de sus fracciones proteicas o componentes, llamada gliadina (cuando comen alimentos que contienen esta sustancia se produce daño en el intestino). El gluten forma parte de las proteínas del trigo. Estos pacientes tienen también intolerancia, aunque en menor grado, a otras proteínas contenidas en otros cereales como: centeno, cebada y avena. Consultado en: <http://www.saludalia.com>

**Cuadro N° 1.2: Características nutritivas de la quinua, amaranto y otros productos en general**

COMPONENTES	QUINUA	AMARANTO	CARNE	HUEVO	QUESO	LECHE
	Kg	Kg	Kg	Kg	Kg	Kg
Proteínas	13	15	30	14	18	3,5
Grasas	6,1	6,5	50	3,2		3,5
Hidratos de Carbono	71	71	-	-	-	-
Azúcar	-	-	-	-	-	4,7
Hierro	5,2	7,6	2,2	3,2	-	2,5
Calorías 100 Grs	370	358	431	200	24	66
	OTROS CEREALES					
COMPONENTES	QUINUA	AMARANTO	TRIGO	MAÍZ	ARROZ	AVENA
	Kg	Kg	Kg	Kg	Kg	Kg
Proteínas	13	15	11,43	12,28	10,25	12,3
Grasas	6,1	6,5	2,08	4,3	0,16	5,6
Fibras	3,45	4,25	3,65	1,68	-	8,7
Cenizas	3,06	3,1	1,46	1,49	0,6	2,6
Calcio	0,12	0,13	0,05	0,01	-	-
Fósforo	0,36	0,53	0,42	0,3	0,1	-
Hidratos de Carbono	71	71	71	70	78	60

FUENTE: FAO (Fondo de las Naciones unidas para la alimentación y agricultura)

ELABORADO POR: Las Autoras

### 1.1.3 Características socio económicas del Productor en el Ecuador.

Los productores de quinua y amaranto en el Ecuador se centran en la sierra ecuatoriana. Generalmente son pequeños productores minifundistas, que para acceder a la ayuda por parte de los organismos gubernamentales o no gubernamentales como en: financiamiento, capacitación técnica y comercialización se juntan en pequeñas asociaciones para fortalecer su oferta de productos.

**Grafico N° 1.3: Pequeños productores.**



**FUENTE:** Investigación Propia  
**ELABORADO POR:** Las Autoras

*La mayoría de agricultores son minifundistas, en gran parte, propietarios (94.2%), pero también existen arrendatarios o partidarios (5.8%), a los que la misma condición de minifundista, les obliga a buscar otras fuentes de ingreso para poder subsistir, ya que aquellos provenientes de la agricultura no son suficientes para satisfacer sus mínimas necesidades, así lo demuestra el 60.2% que se dedica a otras actividades fuera de su finca para lo cual emprende un éxodo hacia las zonas urbanas en donde percibe mayor remuneración, este fenómeno es más evidente en la zona sur, en donde el 75% emigra a ciudades en busca de mejores oportunidades de trabajo, y únicamente retorna a su tierra en épocas de siembra y cosecha, que son las actividades que requieren la fuerza de trabajo familiar<sup>7</sup>*

<sup>7</sup> Peralta, Eduardo. 2002. "Producción actual de la Quinoa en el Ecuador". Boletines Divulgativos INIAP.

## 1.2 ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE COMPETITIVIDAD EN LA EXPORTACIÓN DE QUINUA Y AMARANTO.

### 1.2.1 Políticas, Estrategias, Programas y Proyectos.

Existen proyectos financiados por fundaciones internacionales como la Fundación McKnight<sup>8</sup> de Estados Unidos, ha presentado propuestas que contempla a los cultivos de **quinua**, chocho y **amaranto**, para realizar investigación y desarrollo en las provincias de Cotopaxi (Saquisilí, Pujilí, Pastocalle), Chimborazo (Guamote, Palmira) y Cañar (El Tambo, Cañar, Suscal). Se han adelantado acciones de incremento de semilla y capacitación a las organizaciones de agricultores (as) de estas localidades.

En septiembre de 2008 el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Coordinación del Desarrollo Social, firma el Convenio con el INIAP<sup>9</sup> y la Fundación Maquita Cusunchic<sup>10</sup>, e impulsa el Proyecto Nutriendo el Desarrollo, con los cultivos de la **quinua**, **amaranto** y cebada en la Sierra de Ecuador.

### Quinua

En el 2001, el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) de Ecuador y el Programa Mundial de Alimentos de las Naciones Unidas (PMA), emprendieron una iniciativa para incluir a la **quinua** en la dieta del Programa de Desayuno

---

<sup>8</sup> **La Fundación McKnight**, una organización filantrópica con sede en Minnesota, busca mejorar la calidad de vida para las generaciones presentes y futuras. A través de donaciones, la formación de coaliciones, y el fomento de la reforma de la política estratégica. Disponible en <http://www.mcknight.org/>

<sup>9</sup> **INIAP**: Instituto Nacional de Investigaciones agrícolas y pecuarias.

<sup>10</sup> **Maquita Cusunchic**: Es una institución privada sin fines de lucro creada en 1985 con el objetivo de un comercio justo tanto para productor como para consumidor evitando la intermediación injusta. Disponible en: [www.flacsoandes.org/biblio/catalog/resGet.php?resId=4428](http://www.flacsoandes.org/biblio/catalog/resGet.php?resId=4428)

Escolar a nivel nacional, que alimenta a dos millones de niños del país cada día<sup>11</sup>.

La FAO<sup>12</sup> conjuntamente con el Ministerio de Agricultura y Ganadería y el MAGAP (actualmente), desde el 2005 viene impulsando proyectos de fomento de la producción de **quinua**. En el periodo 2008 al 2009 está ejecutando el proyecto “Sistemas de producción bajo microcréditos, con énfasis en **quinua**, en la sierra norte (Pichincha e Imbabura), Ecuador”. El proyecto se ejecuta en los cantones Pimampiro, Otavalo, Cotacachi, Ibarra, Cayambe y Tabacundo.

En el 2008 sembraron 28 ha, con un promedio de rendimiento de 33 quintales por ha. En el 2009 están sembradas 72 ha con más de 20 pequeños productores. En el año 2011 el INIAP está asesorando en la producción de semilla de buena calidad. El objetivo es producir grano comercial de buena calidad con valor agregado, para el mercado nacional y la exportación.<sup>13</sup>

## **Amaranto**

A partir de los años 90 al igual que la quinua se dieron los primeros pasos para el rescate de este cultivo andino, así también como la Corporación Financiera Nacional (CFN) puso a consideración de los inversionistas nacionales y extranjeros un estudio de factibilidad que demuestra que “el cultivo del amaranto a nivel comercial es rentable y genera divisas y empleo. Entre los mercados internacionales que la CFN ha identificado como susceptibles de ser incursionados están los de EEUU, México, Francia y Alemania<sup>14</sup>

---

<sup>11</sup> **Jacobsen, S., S. Sherwood. 2002.** Cultivo de Granos Andinos en Ecuador. Informe sobre los rubros quinua, chocho y amaranto. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Centro Internacional de la Papa (CIP), Catholic Relief Services (CRS). Quito, Ecuador.90 p.

<sup>12</sup> **FAO:**

<sup>13</sup> **Peralta, E.** 1985. LA QUINUA Un gran alimento y su utilización. Boletín Divulgativo No. 175. Sección Quinua-Cultivos Andinos. Estación Experimental Santa Catalina. INIAP. Quito, Ecuador 21 p.

<sup>14</sup> **Diario Hoy** "CULTIVO DEL AMARANTO ES RENTABLE: CNF" Publicado el 22/Agosto/1990 Disponible en: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/cultivo-del-amaranto-es-rentable-cnf-80779.html>

Lamentablemente no se ha dado la respuesta en la producción de este cultivo, por varios factores como lo indica diario el Hoy en una entrevista al Ing. Peralta del INIAP en el cual dice “en el país la producción de amaranto todavía es muy incipiente, según datos del INIAP, existen alrededor de 80 mil hectáreas aptas para su desarrollo tanto en la Sierra como en la Costa, pero las hectáreas sembradas actualmente no superan las 15 ha. Por la falta de inversión para la investigación y promoción de la semilla son muy pocos los interesados en cultivarlo”<sup>15</sup>

Por estas razones se ha ido perdiendo las oportunidades de comercialización como lo menciona diario el Hoy “*La producción de amaranto blanco y negro (sangorache) en el país llega a unos 140 quintales al año, lo que equivale a cerca de siete toneladas, cantidad insuficiente para su exportación al mercado estadounidense que requiere de 800 toneladas anuales.*”<sup>16</sup>

La falta de tecnología adecuada para el proceso, también influye en esta incipiente producción como lo dice el Ing. Eduardo Peralta, “*un gran inconveniente que presenta el amaranto es la falta de trilladoras, ya que con esta facilidad y el impulso del cultivo se podrían completar las 1 000 toneladas anuales para exportar y abastecer al mercado internacional.*”<sup>17</sup>

### 1.2.2 Servicios Institucionales en el Ecuador

Los servicios institucionales y de ayuda crediticia están totalmente ausentes para el agricultor que no se encuentra dentro de las asociaciones, dan ayuda los organismos nacionales o internacionales sin fines de lucro, por ende no

---

<sup>15</sup> **Diario Hoy** “AMARANTO: UN ALIMENTO PARA LOS ASTRONAUTAS” Publicado el 21/Abril/2008 Disponible en: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/amaranto-un-alimento-para-los-astronautas-293692.html>

<sup>16</sup> **Diario Hoy** “EL ECUADOR PIERDE OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN CON EL AMARANTO” Publicado el 04/Marzo/2010 | 00:08 Disponible en: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-ecuador-pierde-oportunidades-de-exportacion-con-el-amaranto-395703.html>

<sup>17</sup> **Diario Hoy** “EL ECUADOR PIERDE OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN CON EL AMARANTO” Publicado el 04/Marzo/2010 | 00:08 Disponible en: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-ecuador-pierde-oportunidades-de-exportacion-con-el-amaranto-395703.html>

recibe información sobre el valor agronómico y nutricional de esta planta, todos estos factores son adversos para la expansión del cultivo, pues los agricultores ven frustrados todo esfuerzo al encontrarse con limitaciones como la falta de semilla de buena calidad, falta de terreno, capacitación, mercado, etc.

### **1.2.3 Fichas técnicas de los cultivos.**

Las condiciones agropecuarias para la producción de los cultivos andinos como la quinua y amaranto varían, por un lado están los países donde prevalece una fuerte tradición prehispánica en las tierras más altas de los Andes, como Ecuador, Perú y Bolivia.

A continuación la ficha técnica del cultivo de quinua y amaranto.

**Cuadro N°1.3: Ficha técnica del cultivo de quinua y amaranto en el Ecuador**

DETALLE	QUINUA	AMARANTO
<b>Nombre Científico</b>	<i>Chenopodium quinoa W.</i>	<i>Amaranthus spp</i>
<b>Varietades</b>	INIAP Imbaya (amarga), INIAP Tunkahuan (Dulce), INIAP Cochasquí, INIAP Ingapirca (de bajo contenido de saponinas)	INIAP alegría, otras criollas
<b>Tipo Biológico</b>	Planta de la familia quenopodiácea de frutos comestibles	Hierba medicinal, plantas pequeñas
<b>Distancia de siembra</b>	Surcos a 40 y 60 cm entre sí, a chorro continuo o a golpes (10-20cm)	En la Sierra: 4-6 meses. En la Costa: 3-4 meses
<b>Zona Cultivo Ecológico</b>	Bosque húmedo montano bajo, montano y subalpino	Matorral desértico tropical, bosque seco tropical, bosque seco pre-montano y montano bajo, bosque húmedo montano.
<b>Tipo de Suelo</b>	Textura Franco arenoso y franco arcilloso, bien drenado, ricos en materia orgánica. Ph. 6.5-7.5	Textura franco arenosa, bien drenado, ricos en materia orgánica pH Neutro a ligeramente alcalino.
<b>Requerimientos Biofísicos</b>	Clima: Templado y frío Temperatura: 8 a 15 °C.	Clima: Cálido, Sub-cálido, templado y frío.
	Precipitación: 400 a 800 mm.	Temperatura: 15 a 24 grados centígrados
	Altitud: De 2.200 a 3.400 m.s.n.m.	Precipitación: De 300-400 mm
		Altitud: 0 a 2800 m.s.n.m.
<b>Sitios de Producción</b>	Riobamba, Colta, Guamote, Cotacachi, Atuntaqui, Ibarra, Otavalo, Cayambe, Tabacundo, Cochasquí, Machachi, Pujilí, Patate.	Portoviejo, Manta. Santa Rosa.Chota, Cotacachi, Atuntaqui, Ibarra. Cayambe, Guayllabamba, Quito, Machachi.Pujilí, Ambato, Patate. Riobamba, Biblián, Gualaceo, Colta Guamote, Alausí.
<b>Sistema de Siembra</b>	Por semilla directa, distancia de siembra surcos de 40 a 6cm, entre sí, a chorro continuo o a golpes (10-20 cm), Fecha: entre enero y marzo a fin de que la cosecha coincida con la época seca. En zonas secas de regadío, en cualquier época.	Semilla directa, distancia de siembra 60 y 70 cm entre surcos
<b>Labores de Cultivo</b>	Limpieza, preparación del terreno, surcado (10cm de profundidad), siembras, fertilizaciones, raleo, control de malezas, aporques eventuales, rotación de cultivo.	Limpieza, preparación del terreno, Surcado (10 cm de profundidad), siembra, fertilizaciones, raleo, desyerbas, aporque, riegos eventuales, rotación de cultivo.
<b>Problemas sanitarios</b>	<b>Plagas:</b> Gusanos cortadores ( <i>agrotis spp, copitarsia spp</i> ), pegadores de hoja ( <i>scrobispalpula spp</i> ), minadores ( <i>liriomiza spp</i> ), nematodos ( <i>peronospora farinosa</i> ), mancha circular ( <i>cercospora spp</i> ), afecciones al tallo ( <i>ascochyta hialospora</i> ), bacterias ( <i>pseudomonas spp</i> ).	<b>Plagas:</b> Gusanos cortadores ( <i>agrotis spp, feltiaspp</i> ), pulguita ( <i>epitrix sp</i> ), pulgones ( <i>mizus spp</i> ), perforadores, chinches ( <i>lygus spp</i> )nematodos del suelo ( <i>meloiodigine spp</i> ).
	<b>Enfermedades:</b> Mildiu (pernospora farinosa), mancha circular ( <i>cercosporaspp</i> ), afecciones al tallo ( <i>ascochyta hialospora</i> ), bacteriosis( <i>pseudomonas spp</i> ).	
		<b>Enfermedades:</b> Mal de almacigo ( <i>rizoctonia, phytophthora, pythium</i> ) clorosis y muerte de los tallos ( <i>sclerotinia sclerotiorum</i> ), oidium ( <i>erisphe spp</i> ), lancha del follaje ( <i>alternaria spp</i> )
<b>Densidad por hectárea</b>	20 a 30 plantas/m2.	De 2 - 6 kg de semilla / ha
<b>Cosecha</b>	<b>Inicio de la cosecha:</b> De 5 a 7 meses <b>Tipo:</b> Manual y mecanizada para la trilladora	<b>Inicio:</b> 3-4 meses (litoral), 4-6 meses (sierra) <b>Tipo:</b> Mecanizada y manual, con el empleo de trilladora estacionaria.
	<b>Época:</b> Cuando la planta se defolia, las panojas toman un color amarillento. Los granos se hallan duros y harinosos.	<b>Época:</b> Cuando las plantas han llegado a la madurez comercial y las hojas presentan un color amarillento seguido por una defoliación. Los granos se hallan duros, resisten la presión de las uñas.
	<b>Rendimiento agrícola:</b> En general, se estima en alrededor de 1 a 3 TM / ha. Para tener un dato más exacto tenemos 1859 Kg/ha[1], en la provincia de Chimborazo.	<b>Rendimiento agrícola:</b> De 1 a 4 TM / ha, con % de humedad. Para la variedad Alegría del Iniap se estima un rendimiento de 1605 Kg/ha.
<b>Post cosecha</b>	Transporte interno, secado, clasificación y limpieza, eliminación de saponina (dependiendo de la variedad), empacado (sacos de 50 kgs) y despachado	Transporte interno, secado, limpieza de impurezas, envasada (sacos de 25 o 50 kgs), despacho.
<b>Precio de venta del Productor</b>	150 dólares/50Kg	150 dólares/50Kg

**FUENTE:** INIAP (2008). Manual N° 69 “Manual Agrícola de Granos Andinos”.

**ELABORADO POR:** Las Autoras

(1)Rentabilidad de una hectárea de quinua dato proporcionado por el Ing. Fernando Romero, ESPOCH.

#### **1.2.4 Análisis FODA de la producción.**

Las Fortalezas y Oportunidades son indicadores que debemos tener en cuenta para desarrollar toda la capacidad de producción, habilidad y para aprovecharlas al máximo y minimizar o anular las Amenazas, circunstancias sobre las cuales tenemos poco control, como detallamos en el análisis FODA de la producción de quinua en el Ecuador.

## Quinua

**Cuadro N° 1.4: Análisis FODA de la producción de quinua en el Ecuador**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe políticas, estrategias, programas y proyectos en alianza con asociaciones productoras a nivel gubernamental (MAGAP) y no gubernamental (FAO MCCH, etc.) que fomentan el cultivo de quinua.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe oferta de capacitación gratuita por parte del MAGAP, INIAP, etc.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• En los últimos años el Iniap ha realizado estudios investigativos del cultivo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El mercado exterior cada vez incrementa su demanda.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se ha tomado en cuenta este producto para desarrollar alimentos para programas de seguridad alimentaria por sus propiedades nutricionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La creciente concientización a nivel nacional e internacional de mantener una adecuada alimentación.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Su producción no requiere tecnología avanzada, a más de ser barata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Institutos Internacionales como la NASA la han catalogado como un alimento completo.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las condiciones geográficas y de suelo del país son beneficiosas para su producción, en comparación a nuestros directos competidores Perú y Bolivia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se puede utilizar sub productos como la saponina en la industria del jabón y la cerveza.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existen amplias zonas territoriales con gran potencial para su producción.</li> </ul>	
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Su producción requiere mayor cantidad de Mano de obra en épocas específicas como siembra, cosecha, post cosecha.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* La producción de Ecuador se encuentra por debajo de países como Perú y Bolivia que han desarrollado su producción con más celeridad.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>* La mayor producción se concentra en pequeños productores que se encuentran tentados a migrar a la ciudad o fuera del país.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* El cambio climático, este cultivo es denominado como de secano su cosecha es muy susceptible a la humedad por lo que los productores tienen fechas específicas de siembra.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Poco conocimiento del pequeño productor de los canales de comercialización por lo que necesita recurrir a intermediarios lo que disminuye su margen de rentabilidad.</li> </ul>	

**FUENTE:** Investigación propia

**ELABORADO POR:** Las Autoras

## Amaranto

**Cuadro N° 1.5: Análisis FODA de la producción de amaranto en el Ecuador**

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• En los últimos años el INIAP ha realizado estudios investigativos del cultivo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Este producto se cotiza con más valor que la quinua en mercado nacional e internacional.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Su producción no requiere tecnología avanzada, a más de ser barata</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las condiciones geográficas y de suelo del país son beneficiosas para su producción.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Su producción tiene gran adaptabilidad en varios pisos ecológicos por lo que su puede producir tanto en la costa como en la sierra.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se lo conoce como producto exótico para la preparación de comidas gourmet.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiene grandes propiedades nutricionales y es un producto con enfoque orgánico</li> </ul>	
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>☒ Su producción no ha tenido un gran desarrollo a comparación de la quinua debido a que se necesita maquinaria (trilladora) que no se encuentra disponible y se requiere adaptar las de quinua.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>☒ La mayor producción se concentra en pequeños productores que se encuentran tentados a migrar a la ciudad o fuera del país.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☒ La baja producción de amaranto en el país ha contribuido a que se pierda mercado.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>☒ Poco conocimiento del pequeño productor de los canales de comercialización por lo que necesita recurrir a intermediarios lo que disminuye su margen de rentabilidad.</li> </ul>	

**FUENTE:** Investigación propia

**ELABORADO POR:** Las Autoras

## **CAPÍTULO II**

## **2. NICHOS DE EXPORTACIÓN DE QUINUA Y AMARANTO EN LA UNIÓN EUROPEA.**

### **2.1 MERCADO DE EXPORTACION UNION EUROPEA.**

La Unión Europea es una organización compuesta por 27 países que comparten un mercado común con libre circulación de mercancías, servicios, capital y personas. Es un socio comercial muy atractivo, ya que cuenta con millones de consumidores, constituyendo así el mayor mercado del mundo. La Unión Europea es el destino de exportaciones más importante para varios países. El mercado de la Unión Europea es muy importante para el Ecuador tomando como referencia la cantidad de productos exportados, el comportamiento general en los últimos años presenta una tendencia creciente del número de productos que se exportan anualmente<sup>18</sup>.

#### **2.1.1 Productos Ecuatorianos en la Unión Europea.**

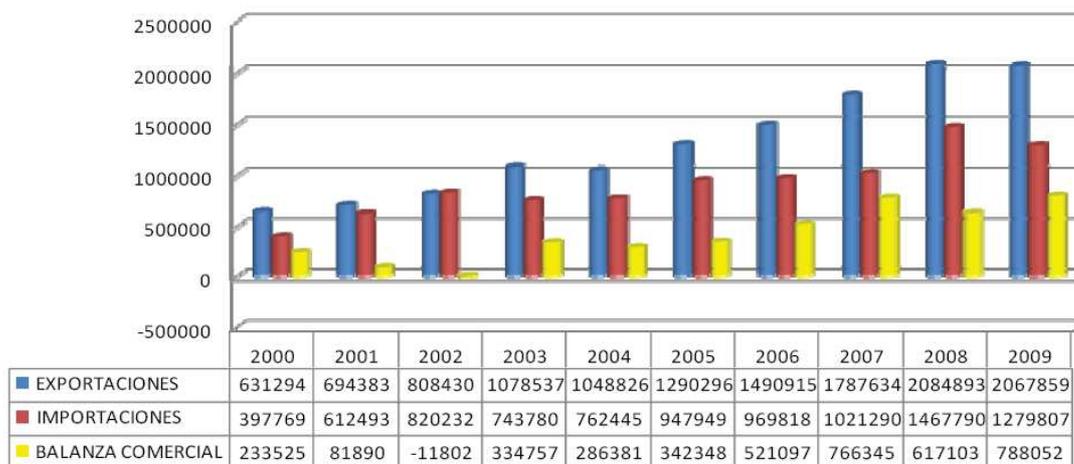
Durante el período (2005 - 2009) las exportaciones no petroleras a la Unión Europea representaron el 30% en términos FOB y el 32% en toneladas, como promedio, de las exportaciones realizadas al mundo. Los productos no tradicionales representaron el 16.4% en términos FOB y el 12.9% en toneladas, como promedio, de las exportaciones realizadas al mundo. En la última década (2000 – 2009), el comercio con la Unión Europea se caracteriza por un saldo comercial positivo a favor de Ecuador. Este superávit pasó de USD 223 millones en el año 2000 a USD 788 millones en el año 2009<sup>19</sup>.

---

<sup>18</sup> CORPEI, relación comercial Ecuador – unión europea: importancia para las exportaciones ecuatorianas, Junio 2010, Disponible en: [http://agrytec.com/agricola/images/stories/precios/relaciones\\_ue\\_ecua\\_importaciones.pdf](http://agrytec.com/agricola/images/stories/precios/relaciones_ue_ecua_importaciones.pdf).

<sup>19</sup> **Centro de Información e Inteligencia Comercial (CICO)** Junio 2010 Relación Ecuador – Unión Europea: Importancia para las exportaciones ecuatorianas, , Disponible en: <http://www.fedexpor.com/site/images/stories/Estudio%20relaciones%20UE%20Ecuador%20final%20%28resumen%29.pdf>

**Gráfico N° 2.1: Balanza comercial Ecuador – Unión Europea en Miles de dólares.**



Fuente: BCE / SIM - CORPEI  
Elaboración: CICO - CORPEI

El mercado de la Unión Europea es muy importante para el Ecuador tomando como referencia que la cantidad de productos exportados en el año 2000 fue de 618 productos con un crecimiento anual del 6% para llegar al año 2009 con 926 productos. Igualmente importante es el número de exportadores que destinan sus productos a estos países. De acuerdo a estadísticas del Banco Central del Ecuador, el número de exportadores a la Unión Europea ha tenido un crecimiento importante del año 2000 donde se registraron 857 empresas al año 2009 cuando se llega a un número de 1236, cambio que representa un crecimiento de 44%. En el período 2000 – 2009 las exportaciones ecuatorianas a la Unión Europea se han incrementado considerablemente. Las exportaciones no petroleras pasaron de USD 631 millones en el año 2000 a USD 2068 millones en el año 2009. Aproximadamente el 70% de estas exportaciones corresponden a productos tradicionales y el 30% a productos no tradicionales. Esta tendencia creciente de las exportaciones se evidencia no solamente en valores sino también los volúmenes medidos en toneladas exportadas.<sup>20</sup>

<sup>20</sup> **Centro de Información e Inteligencia Comercial (CICO)** Junio 2010 Relación Ecuador – Unión Europea: Importancia para las exportaciones ecuatorianas, , Disponible en: <http://www.fedexpor.com/site/images/stories/Estudio%20relaciones%20UE%20Ecuador%20final%20%28resumen%29.pdf>

**Gráfico N° 2.2: Evolución de las exportaciones ecuatorianas a la Unión Europea en valores FOB**



En la última década las tasas de crecimiento promedio anuales fueron de 6.2% para los tradicionales y del 6.8% para los no tradicionales. En el año 2000 se exportó 1.6 millones de toneladas y en el año 2009 esta cantidad se incrementó a 2.7 millones de toneladas<sup>21</sup>.

### 2.1.2 Tendencias de consumo de la Unión Europea

La política de los consumidores es un elemento esencial para conseguir el objetivo estratégico de la Comisión Europea de mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos de la Unión Europea a fin de promover los intereses, la salud y la seguridad de los consumidores en el mercado interior. En toda la región Occidental de Europa, se está observando una tendencia a consumir productos “verdes/bio”<sup>22</sup> Los productos que se los considera de esta manera son aquellos que son orgánicos y/o de comercio justo<sup>23</sup>. Esta tendencia es

<sup>21</sup> **Centro de Información e Inteligencia Comercial ( CICO)** Junio 2010 Relación Ecuador – Unión Europea: Importancia para las exportaciones ecuatorianas, Disponible en: <http://www.fedexpor.com/site/images/stories/Estudio%20relaciones%20UE%20Ecuador%20final%20%28resumen%29.pdf>

<sup>22</sup> **Productos Verdes/bio, u orgánicos:** Son considerados de esta manera aquellos productos que ya sea en su obtención, uso o degradación son respetuosos del medio ambiente y protegen la salud humana.

<sup>23</sup> **Comercio Justo:** Según la legislación de la Unión Europea se define como aquel comercio que se aplica generalmente a las operaciones comerciales que potencian la posición económica de los pequeños

particularmente popular entre la gente educada y con ingresos altos, ya que es necesario saber qué la hace orgánica y este tipo de comida tiende a ser más cara que la convencional. La quinua y el amaranto se consideran productos “verdes/bio” ya que son orgánicos y generalmente de comercio justo.

Estas tendencias han impulsado que las ventas de la quinua y amaranto crezcan de manera importante en Europa. Existen dietas de pocos carbohidratos que están comenzando a tener más importancia (como la dieta Atkins)<sup>24</sup>. Hay productores de pan y de otras comidas que se pueden hacer con quinua y amaranto, que se están dando cuenta que estos productos pueden ser una solución a los problemas que representa esta tendencia, ya que estos productos no tiene gluten, cumpliendo un rol importante para los productores de comidas que elaboran pan, pasta, o arroz lo que hace que su participación en el mercado de la Unión Europea se vea beneficiada por esta tendencia.

### 2.1.3 Percepciones del Mercado de Consumidores

Los compradores de la Unión Europea más exigentes se encuentran entre las edades de 25 a 50 años predominan las mujeres en la compra de productos orgánicos, y en medida que los supermercados tratan de mejorar su selección este tipo de productos orgánicos los van difundiendo más.

El crecimiento de consumo se basa en varios factores, las personas están empezando a identificar a estos productos como saludables, los productos se hicieron más comunes a medida que se comenzaron a venderse en supermercados e hipermercados, la cantidad de consumidores que se preocupan por su salud se ha incrementando en Alemania, y están comenzando a demandar más productos saludables de las productoras y

---

productores y propietarios con el fin de garantizar que no queden marginados de la economía mundial. Apunta principalmente a los países en desarrollo. Disponible en: [http://europa.eu/legislation\\_summaries/external\\_trade/r12508\\_es.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/external_trade/r12508_es.htm)

<sup>24</sup> **Dieta Atkins:** esta dieta se basa en Limitar el consumo de glúcidos e hidratos de carbono y aumentar el de proteínas. El organismo transforma los hidratos de carbono en energía mientras que las proteínas terminan convirtiéndose en grasa. Disponible en: [www.sanar.org](http://www.sanar.org)

comerciantes minoristas, la tendencia a comer menos carbohidratos hacen que se vendan estos productos por ser libres de gluten y por ser ricas en proteínas (dos cosas que los consumidores generalmente saben) y lo utilizan como sustituto del arroz, la harina y el cereal, la tendencia a consumir productos orgánicos y de comercio justo hacen que los consumidores busquen este tipo de productos. Alemania y Francia no tienen una comunidad Latinoamericana muy grande, así que este grupo no impacta las ventas demasiado, en el caso de España la comunidad de ecuatorianos y peruanos asciende a 441,525 con un 17,5% del total de extranjeros residentes en España<sup>25</sup>.

## 2.2 MERCADO DE ALEMANIA

La quinua y el amaranto son bien conocidos, el consumidor alemán de estos dos productos suele tener entre 30 y 50 años de edad, generalmente mujeres amas de casa, o profesionales con una posición media con gran interés por los temas relacionados con salud y estética.

En Alemania, estos productos lo utilizan como suplentes para el arroz, la harina, y los cereales comunes, también están incursionando en la utilización de otras maneras como para ensaladas, postres o sopas, por esto, es un valor agregado el incorporar recetas en las presentaciones de estos productos, en el Ecuador se lo realiza, un ejemplo son los productos de Randipack. Además la industria dedicada a comida saludable está incorporando estos productos como ingredientes en sus productos finales. Se estima un tasa anual de crecimiento en volumen *“para la quinua de 18.6% y la kiwicha una del 20.9%”*<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Extranjeros en España Boletín Informativo INE 2008 Disponible en:  
[www.ine.es/revistas/cifraine/cifine\\_ext0605.pdf](http://www.ine.es/revistas/cifraine/cifine_ext0605.pdf)

<sup>26</sup> Agencia peruana de cooperación internacional Comunidad Europea “Estudio de Mercado para la Quínoa y la Kiwicha en Alemania” Pagina 14. Disponible en:  
[www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/.../46.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/.../46.pdf)

*Los productores de comida como Allos y Alnatura usan estos productos como ingredientes para cereal, barras de granola, pan rallado para comidas preparadas y mezclas para tortas*

*(...). Sólo algunas marcas, como Davert (Bolivia) marcan el país de origen en sus productos. La mayoría no lo hace porque no quieren estar “atadas” a un país de origen en particular. Las compañías como Rapunzel, por ejemplo, compran productos de Bolivia y de Perú. Aunque los consumidores alemanes saben que estos productos vienen de América del Sur, la mayoría de ellos no sabe bien de donde.*

*(...). De acuerdo con entrevistas llevadas a cabo con varias compañías, las marcas no están asociadas a países de origen porque las compañías no se quieren limitar a comprar solamente de ese país en particular<sup>27</sup>*

### **2.2.1 Situación actual de la exportación de la quinua y amaranto ecuatoriana al mercado de Alemania.**

De acuerdo a los registros del Banco Central del Ecuador, adjuntamos los datos de las Exportaciones de Quinoa desde Ecuador hacia Alemania, durante el periodo 2006 - 2010.

---

<sup>27</sup> Agencia peruana de cooperación internacional Comunidad Europea “Estudio de Mercado para la Quinoa y la Kiwicha en Alemania” Pagina 11 - 12. Disponible en: [www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/.../46.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/.../46.pdf)

**Cuadro N° 2.1: Exportaciones de Ecuador hacia Alemania de Quinua (Chenopodium quinua) en el período 2006 -2010**

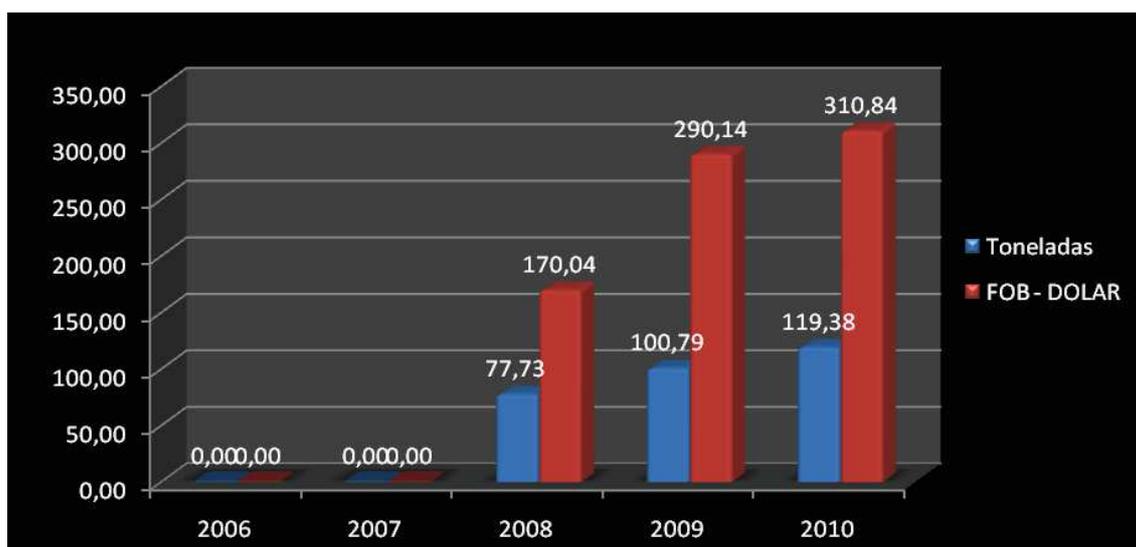
IMPORTADORES	2006		2007		2008		2009		2010	
	TN	FOB - DÓLAR	TN	FOB - DÓLAR	TN	FOB - DÓLAR	TN	FOB - DÓLAR	TN	FOB - DÓLAR
Alemania	0,00	\$ -	0,00	\$ -	77,73	\$ 170.04	100.79	\$ 290.14	119.38	\$ 310.84

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

ELABORADO POR: Las Autoras

Al analizar el cuadro n° 2.1 y en el gráfico n° 2.3 las exportaciones de quinua hacia Alemania han ido en aumento tanto en cantidad de Toneladas como el valor FOB de exportación; teniendo como resultado que en tres años se ha incrementado un de 77,73 TM en el 2008 a 119,38 TM en el 2010 lo que se traducen en un 65,11% en la cantidad de quinua exportada y de 170,04 miles de dólares en el 2008 a 310,84<sup>28</sup> miles de dólares en el 2010 dando un 54,70% en valor FOB de exportación, lo que indica que a medida que se va haciendo mas conocido este tipo de cereal es más aceptado por el consumidor Alemán.

**Grafico N° 2.3: Exportaciones de Quinua (Chenopodium quinoa) Ecuador – Alemania en Toneladas y valor FOB Dólar en miles de dólares período 2006 -2010**



FUENTE: Banco Central del Ecuador.

ELABORADO POR: Las Autoras

<sup>28</sup> Datos Obtenidos del Banco Central de Ecuador [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

Los registros del Banco Central en las Exportaciones de Amaranto de Ecuador hacia Alemania cuadro n°2.2 y gráfico n°2.4 son escasas, las razones son varias, una de ellas es la no consecutiva producción y el poco interés de los agricultores hacia este producto.

**Cuadro N° 2.2: Exportaciones de Ecuador hacia Alemania de Amaranto (Amaranthus caudatus) en el período 2006 -2011.**

IMPORTA DORES	2006		2007		2008		2009		2010	
	TN	FOB - DÓLAR								
Alemania	0,00	\$ 0,00	0,00	\$ 0,00	0,00	\$ 0,00	0,19	\$ 1,53	0,63	\$ 1,91

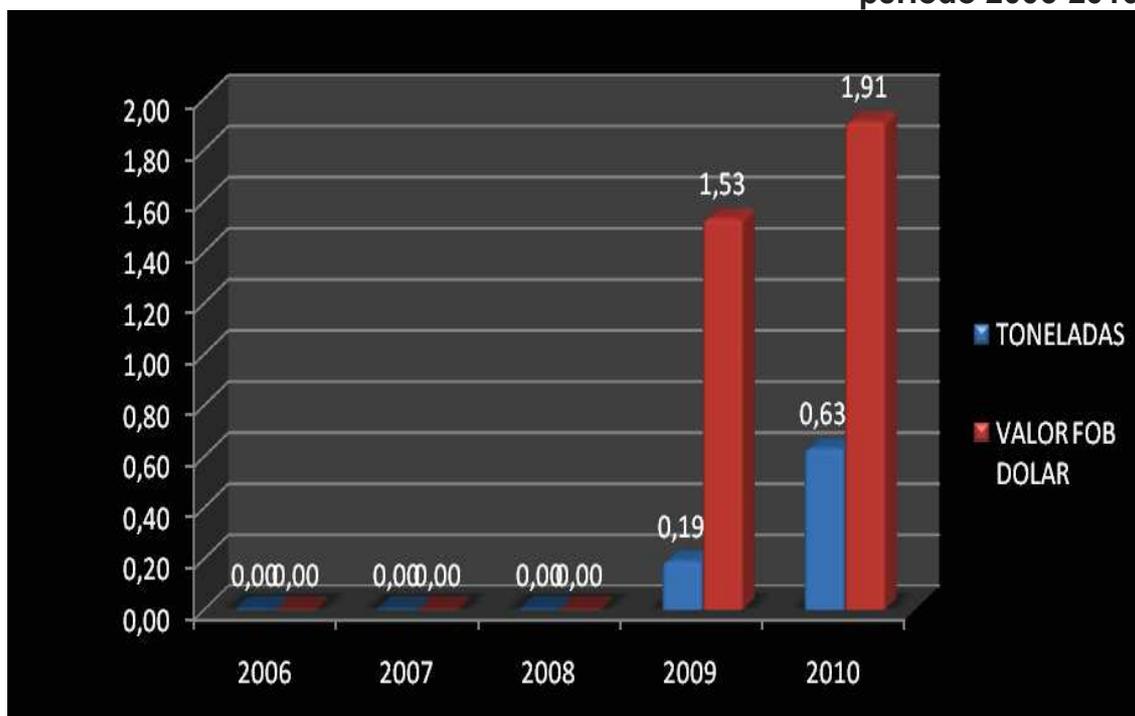
**FUENTE:** Banco Central del Ecuador

**ELABORADO POR:** Las Autoras

En cuanto a las exportaciones de amaranto hacia Alemania recién aparecen datos en el año 2009 y 2010 con ligeros incrementos en cantidad exportada en toneladas de 0,19 TM en el 2009 a 0,63 TM en el 2010 lo que refleja un 24,08% y en valor FOB de exportación de 1,53 miles de dólares a 1,91 miles de dólares que se traduce en un 43,18%. Al comparar las exportaciones de quinua y amaranto la quinua le lleva notable ventaja, es así que en el 2010 se exportó 119,38 TM de quinua versus 0,63 TM de amaranto es decir el 0,52% en relación a la quinua y en valor de exportación 310,84 miles de dólares que se obtuvo por la quinua a comparación de 1,91 miles de dólares por el amaranto<sup>29</sup> es decir, la exportación de amaranto hacia Alemania se podría incrementar notablemente.

<sup>29</sup> Datos Obtenidos del Banco Central de Ecuador [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

**Grafico N° 2.4: Exportaciones de Amaranto (*Amaranthus caudatus*) Ecuador-Alemania en Toneladas y Valor FOB DÓLAR en miles de dólares periodo 2006-2010.**



FUENTE: Banco Central del Ecuador

ELABORADO POR: Las Autoras

### 2.3 MERCADO DE ESPAÑA.

En los últimos años los hábitos de consumo de la población española han cambiado, al igual que el resto de la Unión Europea en búsqueda de una mejor calidad de alimentación por salud y el hecho que en este país influye las diversas culturas de inmigrantes que acoge, información que podemos encontrar en diversos estudios realizado sobre este tema. En un estudio realizado por el ministerio del medio ambiente Rural y Marino titulado "*Hábitos alimenticios de los inmigrantes en España*"<sup>30</sup>. Se desprende el hecho de la necesidad de atender las demandas de este sector.

<sup>30</sup> Fuente: [www.marm.es/es/...y.../presentacion inmigracion tcm7-7923.pdf](http://www.marm.es/es/...y.../presentacion_inmigracion_tcm7-7923.pdf)

*El mercado de la quinua y productos andinos crece cada vez más en el mercado español, debido al crecimiento de la inmigración y los problemas de salud de muchos consumidores.*<sup>31</sup>

### 2.3.1 Situación actual de la exportación de la quinua y amaranto ecuatoriana al mercado de España.

Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, España y Francia son los principales destinos de las exportaciones del Ecuador, según Jorge Marín, otro agrónomo, dijo que "El Ecuador, al ser un país que depende económicamente de la exportación de productos agrícolas, debe fortalecer los cultivos de estos productos, sobre todo ahora que los precios de los alimentos pueden continuar elevándose por la crisis internacional y los desastres naturales".<sup>32</sup>

**Cuadro N° 2.3: Exportaciones de Ecuador hacia España de Quinua (Chenopodium quinoa) en el período 2006 -2010.**

IMPORTA DORES	2006		2007		2008		2009		2010	
	TN	FOB - DÓLAR	TN	FOB - DÓLAR	TN	FOB - DÓLAR	TN	FOB - DÓLAR	TN	FOB - DÓLAR
España	20,73	\$ 33.58	48,86	\$ 88.27	13,58	\$ 28.92	7,21	\$ 20.15	9,91	\$ 24.58

FUENTE: Banco Central del Ecuador

ELABORADO POR: Las Autoras

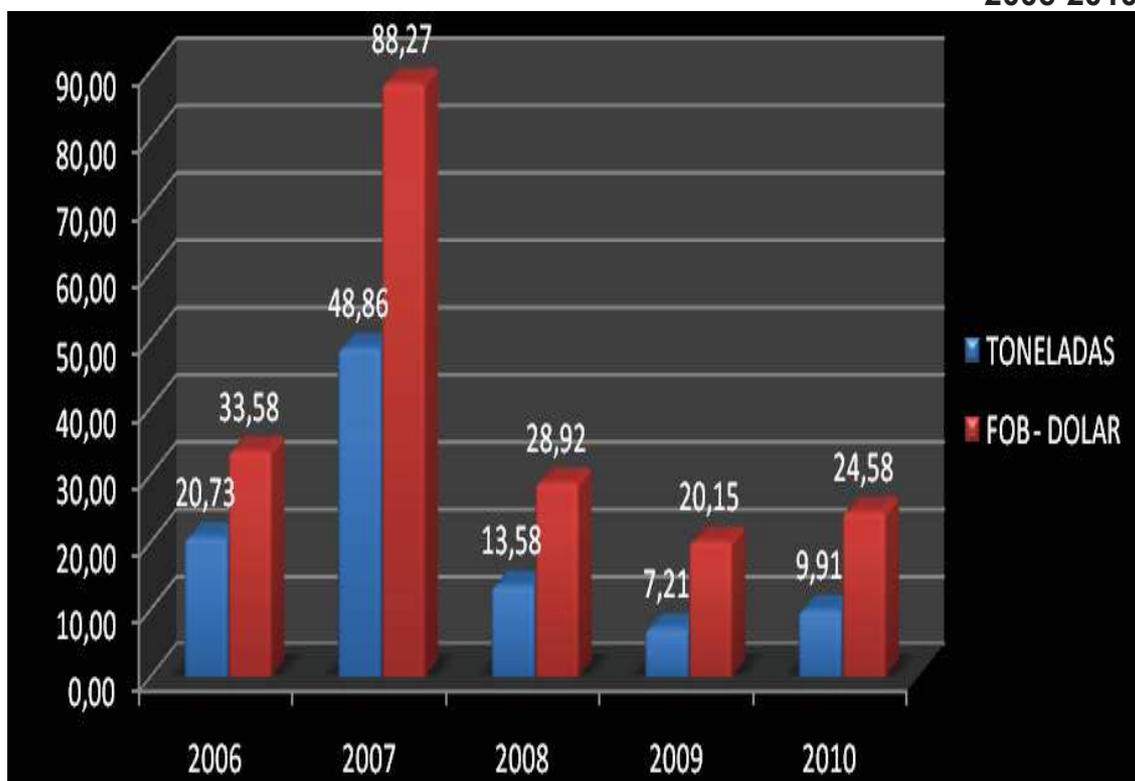
El análisis del cuadro n° 2.3 y grafico n°2.5 podemos observar las exportaciones de quinua hacia España en los últimos cinco años (2006-2010),

<sup>31</sup> Salicines, Fernando. 2009 "Cadena agroalimentaria de la quinua y la maca peruana y su comercialización en el mercado español". Tesis doctoral. Madrid Disponible en: [oa.upm.es/3085/1/FERNANDO\\_SALCINES\\_MINAYA.pdf](http://oa.upm.es/3085/1/FERNANDO_SALCINES_MINAYA.pdf)

<sup>32</sup> Quinua, un potencial para la exportación, Publicado el 03/Enero/2012 | 00:09 HOY.COM.EC

en el año 2007 se obtuvo el su mayor crecimiento con 48,86 TM y 88.27 miles de dólares en valor FOB, a partir de este año las exportaciones de Ecuador hacia España han decrecido en un 79.72% tal es así que para el año 2010 con 9.91 TM y 24.58 dólares en valor FOB, si analizamos el potencial de comercio (cuadro n° 2.9 y 2.11), la demanda de este mercado se mantiene y el Ecuador al igual que Perú y Bolivia han bajado su oferta hacia este país.

**Grafico N° 2.5: Exportaciones de Quinoa (Chenopodium quinoa) Ecuador-España en Toneladas y Valor FOB DÓLAR en miles de dólares período 2006-2010.**



FUENTE: Banco Central del Ecuador

ELABORADO POR: Las Autoras

Los principales consumidores de Amaranto son los migrantes, puesto que son quienes más extrañan la comida tradicional ecuatoriana, a pesar de esta ventaja el registro de las Exportaciones de Amaranto hacia España no son las mejores.

**Cuadro N° 2.4: Exportaciones de Ecuador hacia España de Amaranto o Kiwicha (*Amaranthus caudatus*) en el período 2006 - 2011**

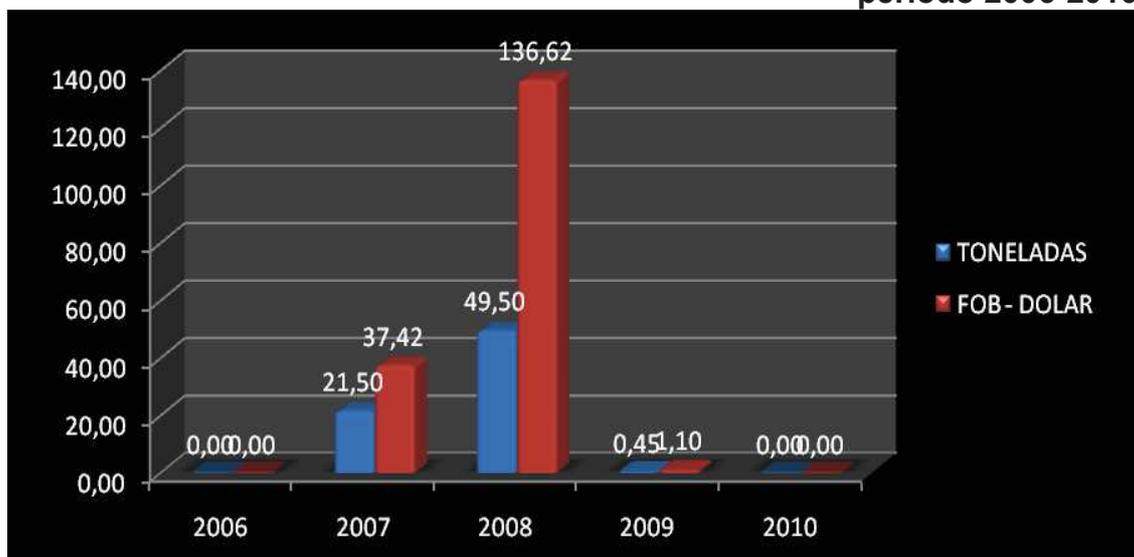
IMPORTADORES	2006		2007		2008		2009		2010	
	TN	FOB - DÓLA	TN	FOB - DÓLA	TN	FOB - DÓLA	TN	FOB - DÓLA	TN	FOB - DÓLA
España	0.00	0.00	21.50	37.42	49.50	136.62	0.45	1.10	0.00	0.00

**FUENTE:** Banco Central del Ecuador

**ELABORADO POR:** Las Autores

En cuanto a las exportaciones de amaranto desde Ecuador hacia España empiezan aparecer datos en el año 2007, teniendo su mayor auge en el año 2008 con 49.50 TM con 136.62 miles de dólares en valor FOB, de ahí en adelante se nota una gran caída en las exportaciones, tanto que en el año 2010 no se registra datos de exportación de este cereal.

**Grafico N° 2.6: Exportaciones de Amaranto (*Amaranthus caudatus*) Ecuador-España en Toneladas y valor FOB DÓLAR en miles de dólares periodo 2006-2010.**



**FUENTE:** Banco Central del Ecuador

**ELABORADO POR:** Las Autoras

## 2.4 MERCADO DE FRANCIA.

El consumidor francés privilegia la nutrición, requiere de comidas que se puedan preparar con rapidez para su uso diario y tiene una cultura gastronómica de consumir productos gourmet.

Al igual que en el resto de Europa Occidental la tendencia en preocuparse por el consumo de productos saludables y que les ayude a mantenerse estéticamente bien, es lo que ha hecho que conozcan los beneficios de estos dos productos.

En el caso del consumo de la quinua se ha popularizado tanto que en el mercado francés lo podemos encontrar en todo nivel social y económico.

*La quinua se lanzó al mercado como cereal para vegetarianos (ya que tiene muchas proteínas) y para aquéllos que sufren de intolerancia al gluten. Desde ese entonces, la quinua, junto con el trigo, el trigo negro y el cous cous, se ha convertido en uno de los mejores sustitutos para los carbohidratos como el arroz y la pasta. De acuerdo con algunos de los distribuidores más importantes del mercado, como Carrefour, Casino, Auchan, y Leclerc, la quinua se está convirtiendo rápidamente en una comida cotidiana.*

*Los gerentes de marca concuerdan: de acuerdo con Sylvian Lelievre, gerente de cereales de Tipiak, el sector de cereales ha sobrepasado al sector de papas en volumen y ventas en los últimos dos años.*

*La quinua se consume en todas las regiones del país y por todos los sectores de la población. Las áreas rurales tienden a tener ventas más bajas por un proceso de adopción más lento. De todas formas, un category manager de Carrefour mencionó que es importante que*

*la quínoa esté presente en todas sus tiendas, para evitar confundir o decepcionar a los consumidores.*<sup>33</sup>

#### 2.4.1 Situación actual de la exportación de la quinua y amaranto ecuatoriana al mercado de Francia.

Según datos de exportación registrados en el Banco Central del Ecuador las exportaciones son variables, detallamos en el siguiente cuadro.

**Cuadro N° 2.5: Exportaciones de Ecuador hacia Francia de Quinua (Chenopodium quinoa) en el período 2006 -2010.**

IMPORTADORES	2006		2007		2008		2009		2010	
	TN	FOB - DÓLA	TN	FOB - DÓLA	TN	FOB - DÓLA	TN	FOB - DÓLA	TN	FOB - DÓLA
Francia	78.48	109	58.48	101.09	34.57	61.95	22.5	57.17	37.07	102.83

**FUENTE:** Banco Central del Ecuador

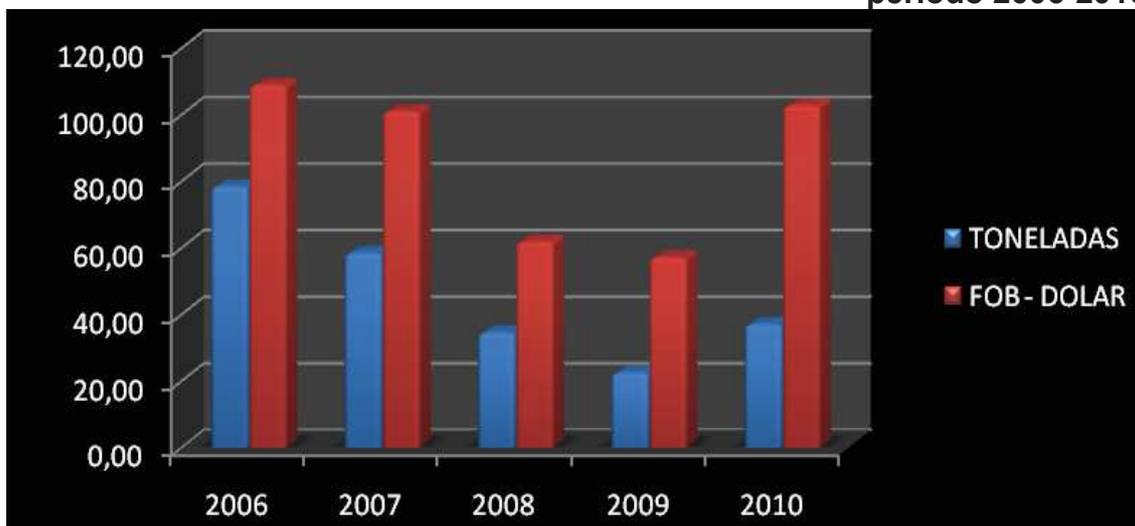
**ELABORADO POR:** Las Autoras

Con los datos registrados en el período 2006 – 2010 para las exportaciones de quinua hacia Francia podemos determinar que el volumen del producto exportado ha descendido notablemente, en el 2006 se exportó 78,48 TN y en 2010 se exportó 37,07 TN lo que significa que se redujo un 52,77% en volumen de exportación. La diferencia en precio FOB es de un 5,66% lo que nos indica que el precio por tonelada se ha incrementado en este período.

Consideramos que existe una oportunidad para crecer en el mercado de Francia y no lo debemos descuidar.

<sup>33</sup> Agencia peruana de cooperación internacional Comunidad Europea “Estudio de Mercado para la Quínoa y la Kiwicha en Francia” Pagina 9. Disponible en: [www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/.../49.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/.../49.pdf)

**Grafico N° 2.7: Exportaciones de Amaranto (*Amaranthus caudatus*) Ecuador-Francia en Toneladas y Valor FOB DÓLAR en miles de dólares período 2006-2010**



FUENTE: Banco Central del Ecuador

ELABORADO POR: Las Autoras

No existen datos registrados en el Banco Central del Ecuador de las exportaciones de amaranto o kiwicha de Ecuador hacia Francia. El Ecuador pierde oportunidades de exportación con el amaranto, este grano andino es muy apetecido en el extranjero, la falta de cultivos en el país no permite que se puedan cubrir los requerimientos del mercado internacional que llegan a las 800 toneladas. La producción de amaranto blanco y negro (sangorache) en el país llega a unos 140 quintales al año, lo que equivale a cerca de siete toneladas, cantidad insuficiente para su exportación.

El amaranto es muy apetecido en Europa por sus propiedades proteínicas, vitamínicas y minerales, siendo Alemania, Francia, Inglaterra e Italia potenciales mercados para la exportación. Actualmente los principales competidores para la producción ecuatoriana son Bolivia, Perú y México, que ya exportan el grano de amaranto.<sup>34</sup>

<sup>34</sup> El Ecuador pierde oportunidades de exportación con el amaranto, Publicado el 04/Marzo/2010, HOY.COM.EC, <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-ecuador-pierde-oportunidades-de-exportacion-con-el-amaranto-395703.html>.

## **2.5 PRINCIPALES FACTORES DE LOS PAISES DE EXPORTACIÓN.**

Europa Occidental ha probado ser especialmente vulnerable a la crisis global financiera que se inició en el 2008. Las pérdidas financieras y los despidos generados a raíz de la crisis, han tenido un considerable impacto en la economía de la región.

Debido a la crisis en el sector financiero, los consumidores han teniendo dificultades para obtener crédito, y así, la demanda y las inversiones se han debilitado. El daño a la economía real fue casi inmediata, las mayores regiones de la economía, incluyendo Alemania, España y el Reino Unido, se contrajeron en el tercer trimestre del 2008, con Francia creciendo tan solo 0.1% durante dicho trimestre.

Dicha crisis financiera ha tenido un impacto negativo en el mercado de consumo, los consumidores Alemanes, franceses y españoles tienden a caracterizarse por ser altamente conservadores y precavidos en momentos de crisis. Sin embargo, el hecho de que la quinua y la kiwicha se han convertido en productos básicos en la canasta familiar, han respaldado el mercado evitando grandes caídas en el nivel de consumo de los mismos. De acuerdo a fuentes de la industria, la popularidad de los productos orgánicos, incluyendo la quinua y la kiwicha orgánicas, han tenido ventas estables, aunque con crecimientos lentos debido a la crisis. Dentro de los principales factores Políticos y Económicos de los países de exportación tenemos: tipo de gobierno, división política y economía mundial, como se describe en el siguiente cuadro.

### **2.5.1 Políticos y Económicos.**

**Cuadro N° 2.6: Factores Políticos y Económicos de Alemania, España y Francia**

		<b>ALEMANIA</b>	<b>ESPAÑA</b>	<b>FRANCIA</b>
<b>GENERALIDADES</b>	<b>TIPO DE GOBIERNO Y DIVISIÓN POLÍTICA</b>	- La República Federal de Alemania es un estado federal democrático y parlamentario desde 1949.	- Estado social y democrático de derecho y cuya forma de gobierno es la monarquía parlamentaria.	República francesa constituida en Estado social y democrático de Derecho.
		- Cuenta con dieciséis estados.	- Consta de 17 Comunidades Autónomas y 2 Ciudades Autónomas.	- Constituida por 26 regiones.
		- Miembro de la UE, la ONU, la OTAN, el G8, las naciones G4.	- Miembro de la UE, la ONU.	- Miembro de UE, de la ONU y del G8
	<b>CAPITAL</b>	Berlín	Madrid	París
	<b>POBLACIÓN (Hab)</b>	81.471.834	46.754.784	65.102.719
	<b>SUPERFICIE Km2</b>	357.05	504.782	547.03
	<b>IDIOMA</b>	Alemán	Español	Francés
<b>MONEDA</b>	Euros	Euros	Euros	
<b>ECONOMÍA</b>	<b>PIB 2010</b>	2.96 billones	1.376 billones	2.16 billones
	<b>TASA CRECIMIENTO % 2010</b>	3,6	-0,2	1,6
	<b>TASA CRECIMIENTO % 2009</b>	-4,7	-3,7	-2,5
	<b>PIB PER CAPITA € 2010</b>	35.9	29.5	33.3
	<b>INFLACIÓN % 2010</b>	1,1	1,3	1,5
	<b>IMPORTACIONES € 2010</b>	1,12 billones	324,6MM	577,7 MM
	<b>ECONOMIA MUNDIAL</b>	Alemania se encuentra en el 4º puesto entre las economías del mundo y el 1º de la Unión Europea	España se encuentra en el 12º puesto de las economías mundiales y la 5º dentro de la Unión Europea.	Francia se encuentra en el 5º puesto de las economías mundiales y 3º dentro de la UE

**FUENTE:** Indexmundi<sup>35</sup>

**ELABORADO POR:** Las Autoras

<sup>35</sup> datos tomados de CIA World Factbook Disponible en: <http://www.indexmundi.com>

### **2.5.2 Ventajas y desventajas de la exportación de Quinoa y Amaranto.**

En toda la región occidental de Europa, se está observando una tendencia a consumir productos verdes o bio, que son considerados orgánicos y/o de comercio justo. Esta tendencia es particularmente notoria entre la gente educada y con ingresos económicos altos, ya que es necesario conocer porque es orgánica y que este tipo de comida tiende a ser más cara que la convencional.

La infraestructura y distribución que afectan a los exportadores de quinoa y amaranto, son retos que deben enfrentar como: las regulaciones de mercado, normas de calidad de la Unión Europea, reglamento de Etiquetado, requisitos de envasado.

La quinoa y el amaranto solo se pueden comercializar estos productos si no contienen microorganismos o parásitos que puedan ser dañinos para la salud del consumidor, por ello la legislación es muy estricta.

Como se puede apreciar en el cuadro, las bondades y ventajas de la Exportación de Quinoa y Amaranto nos sirve para determinar lo dinámico que es el mercado ya que la agricultura orgánica tiene muchas ventajas sobre todo para los pequeños productores, las desventajas son retos que los debemos desarrollar para ser competitivos.

**Cuadro N° 2.7: Ventajas y desventajas externas de exportación de quinua y amaranto hacia Alemania, España y Francia**

	<b>VENTAJAS</b>	<b>DESVENTAJAS</b>
<b>ALEMANIA</b>	Consumidores con alta educación, de altos ingresos, consientes de la seguridad en los alimentos están particularmente ansiosos por alimentos saludables y seguros.	Hay que cumplir con todas las exigencias del consumidor europeo o americano y normativa legal sobre el producto final.
	Por ser un cereal con muchos beneficios proteicos y nutritivos, formando parte de la tendencia de alimentos sanos.	No hay información precisa de las ventas al por menor.
	Internacionalización del producto.	Es difícil que el País Exportador pueda acceder directamente al consumidor de un país desarrollado.
	Demanda como producto de cultivo orgánico, es decir, sin pesticidas.	Los Exportadores no están en posición de competir con las marcas Europeas o Americanas existentes ya posesionadas y desarrolladas.
	Los precios de la quinua orgánica son muy atractivos. Sus consumidores son altamente informados y muy selectivos.	Hay que cumplir con todas las exigencias del consumidor Europeo.
	A pesar que cada día la oferta de productos orgánicos aumenta en cantidad y diversidad, Alemania debe importar 60% de los alimentos que consume.	
	Su mayor comercialización se realiza en tiendas especializadas, que concentran el 40% de las ventas totales en cereales.	
Los principales productos importados por Alemania son: cereales (trigo, arroz, mijo, sarraceno, amaranto y quinua) Actualmente, Alemania, es el país que tiene el segundo mercado más importante de productos orgánicos después de USA.		
<b>FRANCIA</b>	El mercado de la agricultura orgánica en es limitado y se estructura en forma diferente según los países de la Unión Europea	Francia presenta una balanza comercial deficitaria en productos agro biológicos y no ha sido capaz de responder a una demanda interna en alza, del orden del 20% anual según un estudio del Instituto Francés del Medio Ambiente (IFEN) publicado en 1999
	Actualmente, la agricultura orgánica no logra satisfacer a una demanda interna en alza. Se estima que las ventas crecen anualmente para los cereales en un 33%	
	La producción está orientada a la diversificados en productos de panadería, pastas y materias primas para alimentación de animales	
	Los productos importados por Francia son: cereales (brotes de soja, amaranto, quínoa y semillas de sésamo)	
<b>ESPAÑA</b>	España tienen una débil producción de productos orgánicos. La demanda de productos orgánicos ha ido en constante aumento. Continúa aumentando el interés de los consumidores por la alimentación sana y los productos respetuosos del medio ambiente.	Recientes incidentes relacionados a la seguridad de los alimentos (ej.: Escherichia coli, residuos de pesticidas) ha causado una pérdida de confianza en los consumidores de los países desarrollados.

**FUENTE:** Investigación Propia  
**ELABORADO POR:** Las Autoras

## **2.6 ANÁLISIS FODA DE EXPORTACIÓN DE QUINUA Y AMARANTO HACIA ALEMANIA, ESPAÑA Y FRANCIA.**

Al observar el análisis FODA, las fortalezas que se han generado es por la producción y la capacidad de exportar, la oportunidad relevante está asociada al incremento de la demanda externa, las debilidades responden al poco desarrollo del mercado y la principal amenaza es la competencia de otros países.

**Cuadro N° 2.8: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de los productos de Exportación hacia Alemania, España y Francia.**

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>En la Unión Europea la quinua se lanzó al mercado como producto para aquellos que eran intolerantes al gluten. Desde ese entonces, se ha convertido en una de las alternativas más comunes para carbohidratos como la pasta o el arroz.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ahora que los canales de consumo masivo en Francia y Alemania están ofreciendo estos productos, los precios serán relativamente más bajos en comparación con las tiendas de comida orgánica. Como resultado, aumentará el reconocimiento de estos dos productos y a medida que se empiecen a vender en supermercados y almacenes, se harán más accesibles.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Son conocidos por su alto valor nutricional y por ser una excelente fuente de proteínas (lo cual los convierte en una buena alternativa para vegetarianos).</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>La quinua se consume de distintas formas: sola o mezclada con otros cereales, como harina, chocolate, pasta y galletitas; en comidas preparadas; y en una variedad de ensaladas y otros acompañamientos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Muchos de los minoristas más importantes dijeron que les gustaría vender más productos de quinua (marcas privadas o no) ya que consideran que actualmente no ofrecen demasiados.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>La quinua y el amaranto son productos provenientes de Perú, Bolivia y Ecuador, sobre los cuales los alemanes tienen la percepción que son productores de bienes de comercio justo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En Francia, Alemania y España según fuentes de la industria, las oportunidades más grandes de este mercado yacen en la venta de semillas de quinua, y en el desarrollo de cereales para el desayuno y platos de acompañamiento.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>El nivel de consumo de estos productos está creciendo debido principalmente a la mejor distribución de estos productos, particularmente a los supermercados, que empezaron a vender quinua y amaranto o kiwicha dentro de su creciente oferta con mayor variedad de productos orgánicos/saludables.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se espera que la quinua y el amaranto se siga desarrollando en la industria de servicios gastronómicos, ya que se considera una alternativa para la pasta o el arroz. Últimamente, también se está usando en cafeterías escolares.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>La quinua y el amaranto son vistos como cereales sumamente saludables ya que no contienen gluten.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>En Alemania y Francia existe una cantidad creciente de minoristas que amplía su oferta de productos orgánicos. El mercado de comida orgánica está creciendo, lo cual explica porqué los minoristas le están prestando tanta atención a este segmento.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>En Alemania Para beneficiarse de esta tendencia, los minoristas más importantes, como el Grupo Carrefour, el Grupo Casino, y el Grupo Leclerc han hecho promociones en sus tiendas para explicar los beneficios nutritivos de la quinua y mostrar a los consumidores cómo prepararla.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>En Francia todas las revistas para mujeres promueven la cocción de comidas que contienen quinua.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>En España el gran grupo de migrantes de la región andina la consumen y dan a conocer sus beneficios al resto de la población.</li> </ul>	

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>En Francia el gigante minorista, Carrefour, mencionó que no siempre es fácil lanzar productos con quinua al mercado en parte porque no existen tantos, y en parte porque algunos de los productos existentes no tienen muy buen gusto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tiendas de comida saludable como Biocoop podrían llegar a estrategias de retirar la quinua de sus estantes hasta que la producción sea más sustentable. Esto podría afectar las ventas bastante, pero es poco probable que suceda.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>En Francia, Alemania y España Los consumidores y los minoristas parecen no estar al tanto de los países de origen de los productos hechos con quinua, ya que muchos provienen de distintos lugares. Por ejemplo, no es usual que una etiqueta diga que las semillas provienen de Bolivia, Perú y Ecuador.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Una gran amenaza es que el mercado sigue siendo pequeño y fragmentado. El sector exportador se vería limitado a elegir entre un grupo pequeño de compradores, que actualmente ya tienen una relación formada con sus proveedores. La mayoría de los minoristas no tiene una demanda de estos productos (volumen) tan grande como para venderles directamente así que generalmente se vende a los distribuidores.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Como estos productos todavía no se conocen tan bien en el mercado, no es fácil penetrarlo. La mayoría de los consumidores de quinua y amaranto las compran en tiendas de comida orgánica (los únicos lugares donde se le enseña al consumidor sobre estos productos).</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>El mercado de la quinua y el amaranto todavía es pequeño comparado con el de otros cereales saludables, lo cual se refleja en una baja demanda por parte de los vendedores minoristas o los importadores.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>En Alemania, los cereales que dominan el “mercado saludable” son el integral, la avena, y el centeno. Los cereales exóticos tienden a no comprarse en Alemania, mayormente porque no se sabe de ellos.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Es necesario hacer hincapié en su sabor y versatilidad en vez de sus beneficios nutritivos. Los consumidores tienden a pensar que los productos nutritivos no son los más ricos.</li> </ul>	

**FUENTE:** Investigación propia.  
**ELABORADO POR:** Las Autoras

## 2.7 EXPORTACIÓN DE QUINUA Y AMARANTO DE PERÚ Y BOLIVIA HACIA LOS MERCADOS DE DE ALEMANIA, FRANCIA Y ESPAÑA.

En Perú y Bolivia constituye un cultivo de importancia económica, pues su producción se orienta a satisfacer las demandas del mercado interno como el de exportación. En estos dos países el cultivo ocupa una superficie de alrededor de 30.000 ha<sup>36</sup>.

En el caso de Perú entre enero y mayo del 2011 las exportaciones de quinua han crecido 119,7% hasta US\$7,1 millones y en volumen avanzaron 91,6%.

Las mayores exportaciones están sustentadas por la mayor demanda de Suiza y Nueva Zelanda, con 303.2 por ciento de crecimiento, Chile (196,3%), Estados Unidos (182,7%) e Italia (76,5%), sumados a mercados como Holanda, España y China, aunque la oferta a dichas plazas aún es pequeña. Los principales mercados de exportación son: Estados Unidos con el 75,2% de participación en el volumen exportado, Ecuador (3,2%), Israel (2,7%) y Alemania (2,6%).<sup>37</sup>

En el caso de Bolivia el caso de que el valor de exportación de la quinua que se cultiva en el departamento de Oruro, se incrementó de \$1,3 millones en el año 2000 a \$53,5 millones el 2011, lo que representa un crecimiento de 41 veces, lo que indica que las exportaciones de este producto en Oruro evolucionaron exitosamente. Se calcula que la superficie cultivada de quinua alcanzó a 60 mil

---

<sup>36</sup> Iniap "TALLER FORTALECIMIENTO CADENA DE LA QUINUA". 2008.

<sup>37</sup> **América Economía** "EXPORTACIONES DE QUINUA PERUANA SUPERARÁN LOS US\$27M EN EL 2011" Lima Perú. Publicado en 21/06/2011. Disponible en: <http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/exportaciones-de-quinua-peruana-superaran-los-us27m-en-el-2011>

hectáreas el 2011 y los productores esperan superar las 100 mil hectáreas con apoyo estatal<sup>38</sup>

Los principales países destino en la exportación de “las demás quinuas” fueron para el año 2009 liderados por Estados Unidos de América que representa aproximadamente el 45% de las exportaciones realizadas por Bolivia al mismo, además que su participación en las importaciones mundiales fue del 3%, seguido por Francia que representó para nuestro país un 16% y un 7% para las importaciones mundiales y también Países Bajos con una participación en las exportaciones bolivianas del 13% y con una participación del 14% en las importaciones mundiales.<sup>39</sup>

**Cuadro N° 2.9: Exportaciones Quinua de Perú hacia Alemania, Francia y España período 2006-2010.**

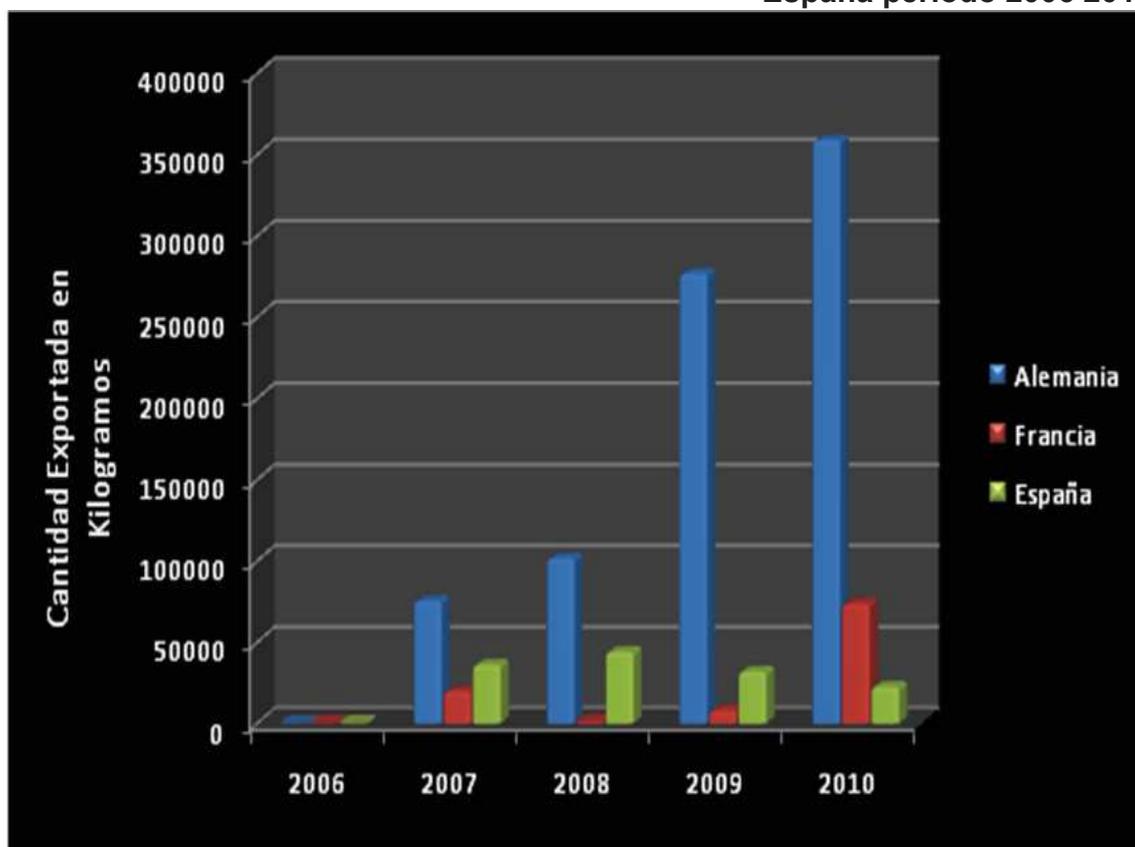
Importadores	2006		2007		2008		2009		2010	
	Kg	Valor FOB miles dólar	Kg	Valor FOB miles dólar	Kg	Valor FOB miles dólar	Kg	Valor FOB miles dólar	Kg	Valor FOB miles dólar
Alemania	0	0	75745	89	101920	248	277170	737	359125	1050
Francia	0	0	19975	27	1329	4	8210	29	73822	204
España	0	0	36373	53	44347	115	32193	96	22871	66

**FUENTE:** Centro de comercio Internacional Trademap  
**ELABORADO POR:** Las Autoras

<sup>38</sup> Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas que cita un boletín de la Fundación Milenio 2011

<sup>39</sup> **Instituto Ecuatoriano de Comercio Exterior IECE** “Perfil de Mercado Quinua marzo 2010” Disponible en: [http://www.ibce.org.bo/documentos/perfil\\_mercado\\_quinuaCB10.pdf](http://www.ibce.org.bo/documentos/perfil_mercado_quinuaCB10.pdf)

**Grafico N° 2.8: Exportaciones Quinua de Perú hacia Alemania, Francia y España período 2006 2010**

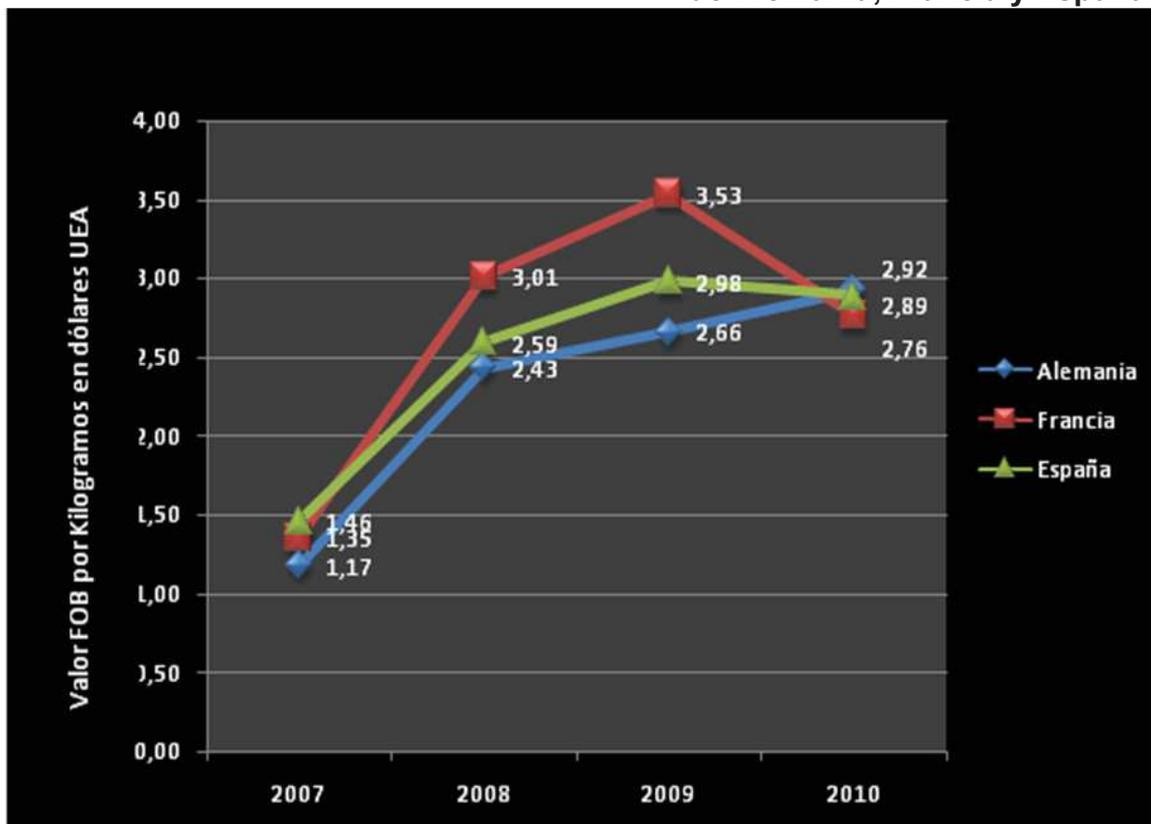


**FUENTE:** Centro de Comercio Internacional Trademap

**ELABORADOR POR:** Las Autoras

En el cuadro n° 2.9 y grafico n° 2.8 podemos observar que las exportaciones hacia Alemania se ido incrementando, en el año 2006 no se registra dato de exportación, en el 2007 existe un dato de 75743 Kg hasta llegar al año 2010 con 359125 Kg, que representa un incremento de 374% en 4 años. Las exportaciones hacia el mercado de Francia tenemos desde el año 2007 con 19975 Kg en el año 2010 con 73822 Kg que representa el 270% de incremento en volumen en cuatro años. En el caso de España en él se registra un aumento del año 2007 al 2008 un 22% del 2008 al 2010 existe un decremento del 48%.

**Grafico N° 2.9: Evolución de los precios de quinua peruana en los mercados de Alemania, Francia y España.**



**FUENTE:** Centro de comercio Internacional Trademap  
**ELABORADO POR:** Las Autoras

En la grafica N° 2.9 podemos observar que los precios en los tres mercados en estudio han incrementado hasta el año 2009, la gráfica se refleja que el mercado Francés es el que mejor precio alcanzó él con 3,53 dólares/Kg. En el año 2010 el precio FOB de venta a los tres países se van unificando con un promedio de 2,86 dólares/Kg. Con estos datos nos da un índice de conocer si el Ecuador es competitivo con los precios FOB para estos países.

### 2.7.1 Exportación de Amarantho de Perú hacia los países en estudio.

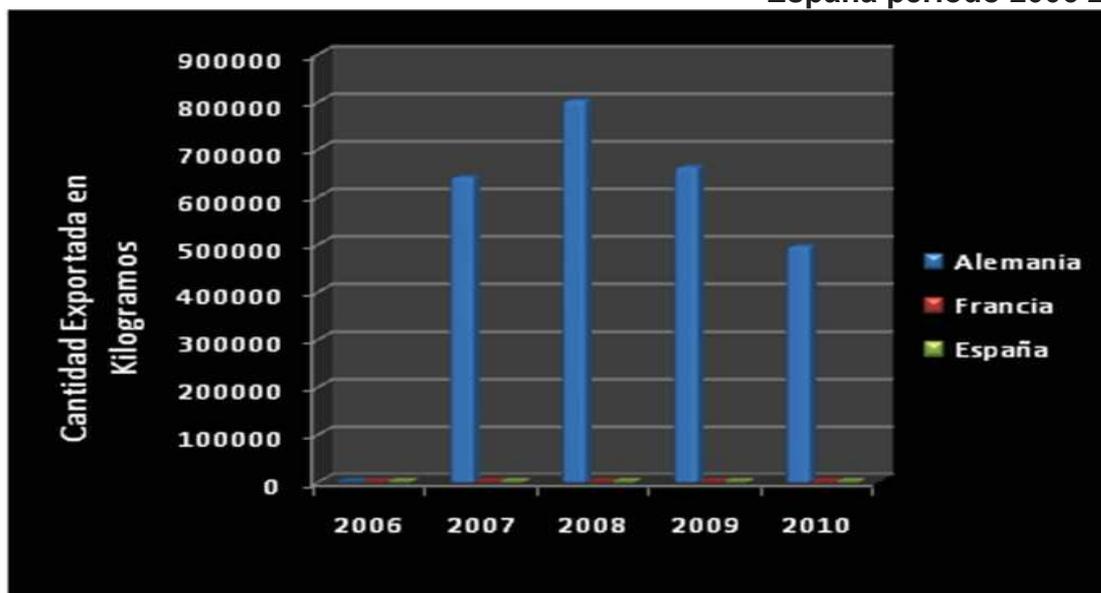
**Cuadro N° 2.10: Exportaciones amaranto de Perú hacia Alemania, Francia y España período 2006 2010**

IMPORTA DORES	2006		2007		2008		2009		2010	
	Kg	Valor FOB*	Kg	Valor FOB	Kg	Valor FOB	Kg	Valor FOB	Kg	Valor FOB
Alemania	0	\$ -	641,999	\$ 879.00	803,330	\$ 1,158.00	663,481	\$ 997.00	496,360	\$ 967.00
Francia	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	0	\$ -	557	\$ 2.00
España	0	\$ -	0	\$ -	480	\$ 1.00	0	\$ -	300	\$ 1.00

FUENTE: Centro de Comercio Internacional Trademap

ELABORADO POR: Las Autoras

**Grafico N° 2.10: Exportaciones amaranto de Perú hacia Alemania, Francia y España período 2006 2010**

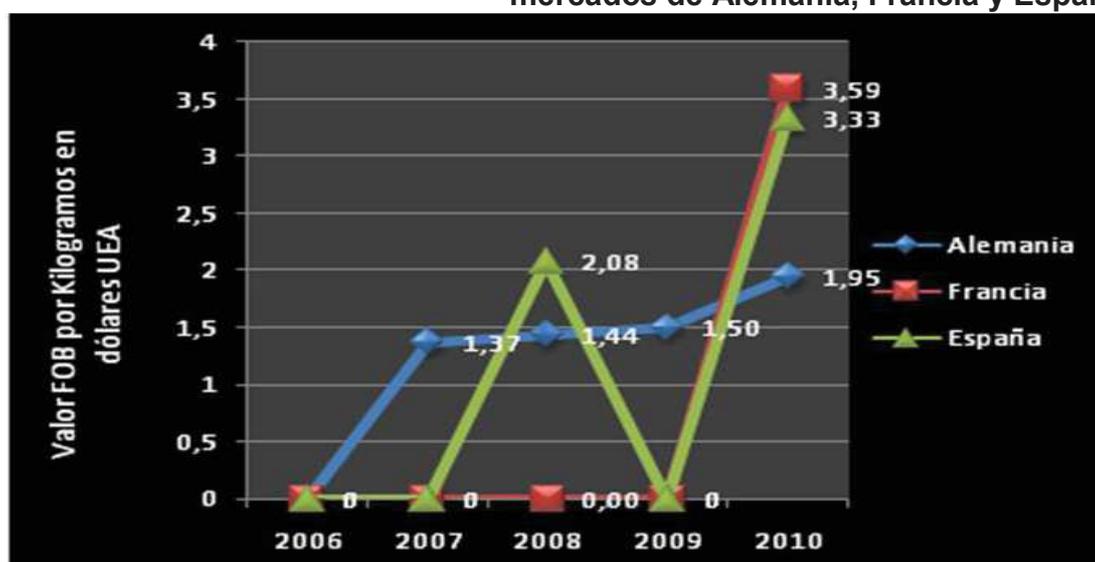


FUENTE: Centro de comercio Internacional Trademap

ELABORADO POR: Las Autoras

Según datos del cuadro n° 2.10 y gráfico n° 2.10 se puede observar que Alemania es el mercado al que Perú exporta este producto, siendo el año 2008 en el que más exportaciones se registra; Francia y España registran valores en el año 2010 pero muy por debajo de Alemania.

**Gráfico N° 2.11: Evolución de los precios del amaranto peruano en los mercados de Alemania, Francia y España.**



FUENTE: Centro de comercio Internacional Trademap

ELABORADO POR: Las Autoras

En el caso de las exportaciones de amaranto al ser el mercado de Alemania el que mayor volumen importa y de manera constante desde el 2007 su precio ha experimentado un ligero incremento de 1,37 dólares/kg a 1,95 dólares/kg. En los casos de España y Francia su volumen de importación no es constante y la cantidad es por debajo de Alemania, sin embargo Perú logra posicionar su producto en un precio más atractivo llegando en el 2010 a 3,33 dólares/kg en España y 3,59 dólares/kg en Francia.

## 2.7.2 Exportación de quinua de Bolivia hacia los países en estudio.

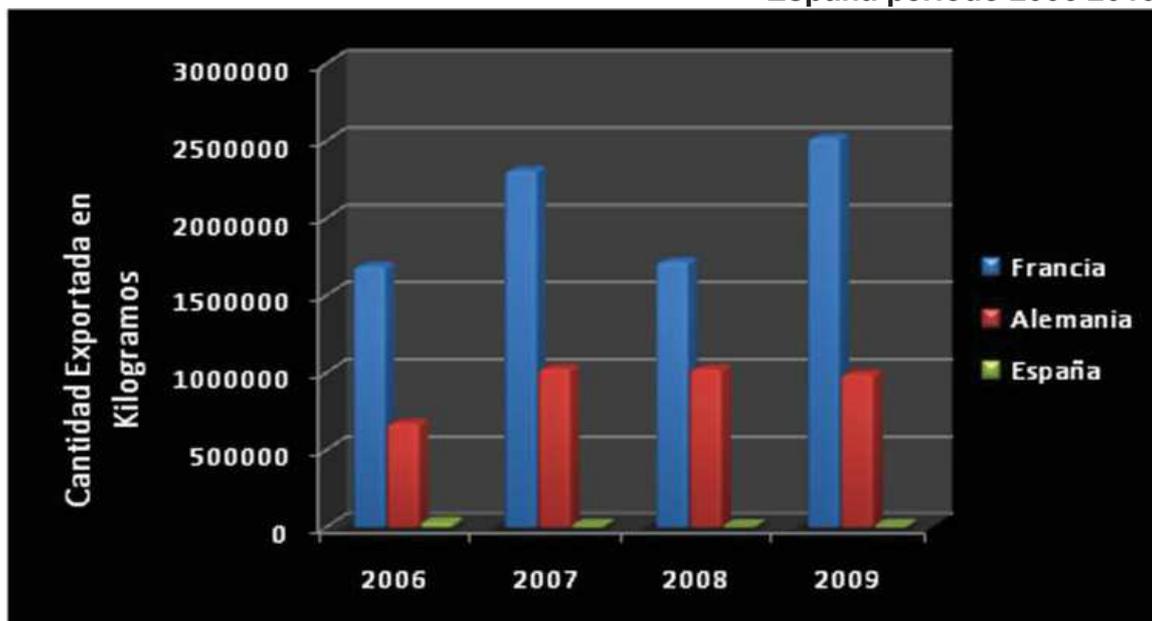
**Cuadro N° 2.11: Exportaciones quinua de Bolivia hacia Alemania, Francia y España período 2006 2010**

IMPORTADO RES	2006		2007		2008		2009	
	Kg	Valor FOB						
Francia	1,688,232	\$ 2,219.00	2,309,260	\$ 3,133.00	1,718,752	\$ 3,728.00	2,518,807	\$ 7,772.00
Alemania	674,390	\$ 867.00	1,027,300	\$ 1,342.00	1,025,219	\$ 2,175.00	991,537	\$ 3,058.00
España	29467,36	\$ 38.00	12142,14	\$ 16.00	4659,68	\$ 12.00	9,336	\$ 33.00

FUENTE: Centro de Comercio Internacional Trademap

ELABORADO POR: Las Autoras

**Grafico N° 2.12: Exportaciones quinua de Bolivia hacia Alemania, Francia y España período 2006 2010**

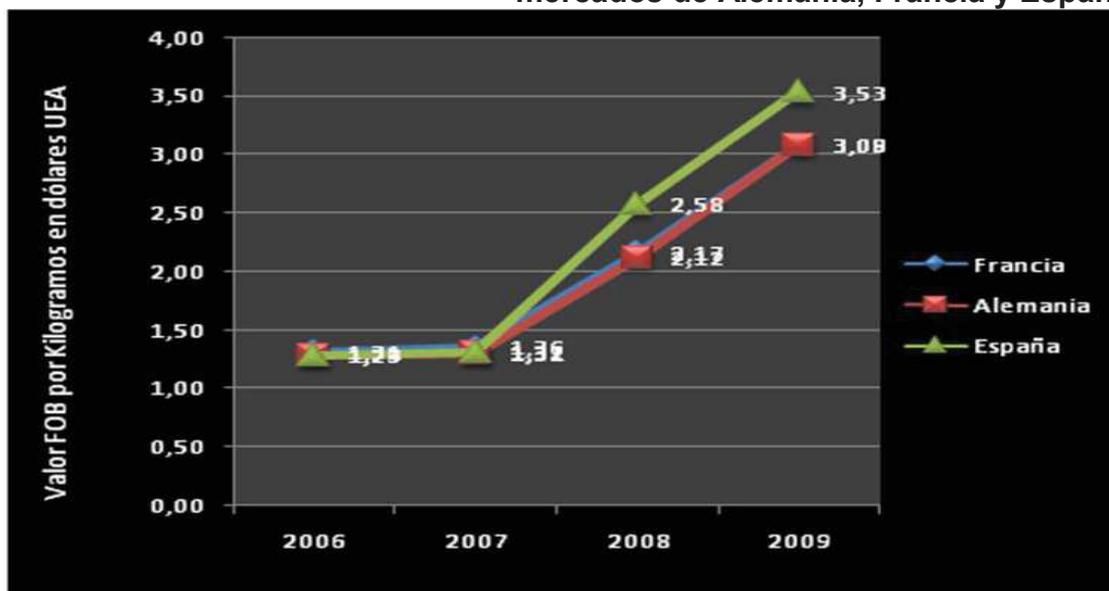


FUENTE: Centro de comercio Internacional Trademap

ELABORADO POR: Las Autoras

Como se puede apreciar en el cuadro N° 2.11 y gráfico N° 2.12 observamos que el país que más importa quinua desde Bolivia de los tres mercados en estudio es Francia, seguido por Alemania y finalmente España.

**Grafico N° 2.13: Evolución de los precios de la quinua boliviana en los mercados de Alemania, Francia y España.**



**FUENTE:** Centro de comercio Internacional Trademap

**ELABORADO:** Agila Luz, Brito Marcela 2011

El análisis del grafico n° 2.13 podemos observar los valores FOB de exportación hacia España y Alemania son similares desde el año 2006 al 2010 incrementándose de 1,29 dólares/kg a 3,08 dólares/kg, mientras que hacia España el precio en los años 2006 y 2007 se encuentran equilibrados con los otros dos mercados pero desde el 2008 se presenta un ligero incremento a la tendencia de Francia y Alemania así mientras estos vendían el kilo de quinua a 2,12 dólares/kg a España lo vendían en 2,58 dólares/kg es decir un 3% más en el 2010 se mantiene esta diferencia en Alemania y Francia se coloca en un precio de 3.08 dólares/kg en España en 3,53 dólares/kg un 16% más . Estos datos se encuentran inversamente proporcionales al volumen de exportación a cada uno de estos países.

### **2.7.3 Exportación de amaranto de Bolivia hacia los países en estudio.**

No existen datos registrados de exportación de amaranto hacia los mercados de países en estudio.

## **CAPÍTULO III**

### **3 ANÁLISIS DE LOS PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA EXPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA QUINUA Y AMARANTO HACIA ALEMANIA, FRANCIA Y ESPAÑA.**

Para el proceso de exportación de la quinua y amaranto hacia los países en estudio, se debe seguir los siguientes procedimientos:

#### **3.1 PROCESOS DE REGISTRO EN EL ECUADOR PARA EXPORTAR.**

##### **3.1.1 Obtener el Registro de Exportador.**

Una vez definido el mercado y determinado el producto como exportable, el siguiente paso es registrarse como exportador ante las siguientes entidades:

##### **Servicio de Rentas Internas (SRI)**

Toda persona, sea natural o jurídica, que se dedica a las actividades de comercio, como en el caso de los exportadores e importadores, debe registrarse en el SRI y obtener el Registro Único de Contribuyente – RUC. Una vez obtenido el RUC, a través de una imprenta local, debidamente autorizada por el SRI para imprimir documentos, solicitar la emisión de las facturas que serán utilizadas para los trámites aduaneros y el cobro de sus exportaciones. (Anexo 2)

Además, debe constar en estado activo con autorizaciones vigentes para poder operar en el comercio y que aparezca como ubicado. Esto se lo hace en cualquier oficina principal del SRI a nivel nacional.

## **Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE)**

La persona, sea natural o jurídica, que se dedica a las actividades de comercio debe obtener el Registro de Operador de Comercio Exterior, como exportador. Este trámite se lo puede realizar en las Oficinas de Atención al Usuario en la Aduana de Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, Tulcán y Esmeraldas. Pasos para registrarse:

1. Ingresar a la web de la Aduana: [www.aduana.gob.ec](http://www.aduana.gob.ec), y llenar el formulario que aparece dando clic en OCE's,<sup>40</sup> y submenú REGISTRO DE DATOS.
2. Enviar electrónicamente el formulario y recordar la clave que se colocó de manera temporal. (Anexo 3)
3. Llenar una solicitud, cuyo formato se obtiene en la página web del SENAE en SERVICIOS, submenú SOLICITUDES, e imprimir la "SOLICITUD PARA REINICIO O CONCESIÓN DE CLAVE NUEVA". (Anexo 4)
4. La solicitud debidamente firmada por el exportador deberá ser presentada con una copia a colores de la Cédula de Ciudadanía o pasaporte. Recibida la solicitud se convalidan con los datos enviados en el formulario electrónico, de no existir novedades se acepta el Registro inmediatamente.

---

<sup>40</sup> OCE's<sup>40</sup> (Operadores de Comercio Exterior)

**Grafico N° 3.1: Proceso de registro en el Ecuador para exportar.**



**FUENTE:** Investigación propia.

**ELABORADO POR:** Las Autoras

### 3.1.2 Documentos que acompañan a la Declaración de exportación.

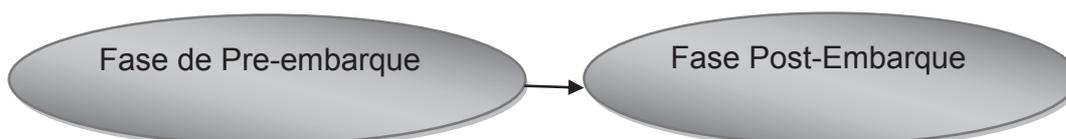
Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- RUC del Exportador
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando proceda Ej. Registro Sanitario).
- Certificado de Origen. (cuando proceda)
- Registro como exportador a través de la página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador
- Documento de Transporte. (BL, Guía Aérea, Carta Porte)
- Orden de Embarque impresa. (1 sellada para Zona Primaria SENAE).

### 3.1.3 Trámite de una Exportación.

El Trámite de una exportación al interior de la aduana comprende dos fases:

**Grafico N° 3.2: Fases de embarque de una exportación**



**FUENTE:** Aduana del Ecuador.

**ELABORADO POR:** Las Autoras

#### **Fase de Pre-embarque**

Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar. El exportador o su Agente de Aduana (Verificar la obligación de utilizar Agente de Aduana en el art. 168 del Reglamento COPSI con respecto a las entidades del sector público y los regímenes especiales) deberán transmitir electrónicamente al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional. Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

## **Fase Post-Embarque**

Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU que es la Declaración Aduanera de Exportación definitiva de exportación (Código 40). Se presenta la DAU definitiva posterior al embarque.

Para el caso de exportaciones vía aérea de productos perecibles en estado fresco, el plazo es de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia (último día del mes) de la orden de embarque.

Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

El SICE validará la información de la DAU contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU.

Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana presentarán ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:

- DAU impresa. (Anexo 5)
- Orden de Embarque impresa.
- Factura(s) comercial(es) definitiva(s). (Anexo 6)
- Documento(s) de Transporte. (Anexo 7)
- Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique). (Anexo 8)
- Certificado de origen (cuando aplique).
- CORPEI.

### 3.1.4 Base Legal.

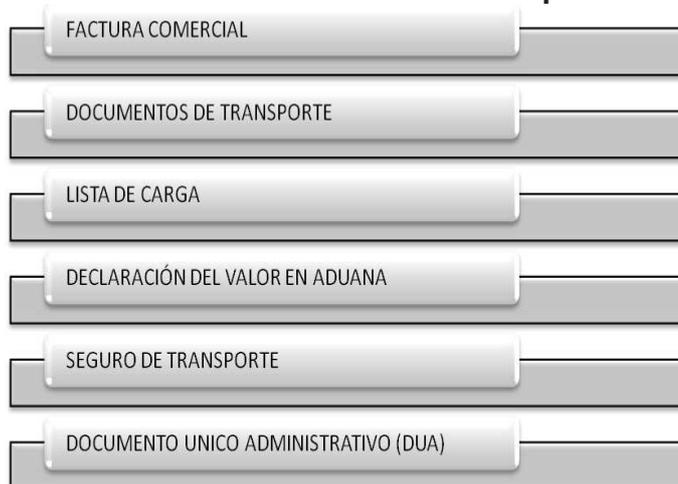
- Resoluciones Directorio SENA E 706; 707 de junio de 2008.
- Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones R. O. 351 del 29 de diciembre 2010
- Reglamento al título de la Facilitación aduanera para el Comercio, del libro V del COPCI R.O. 452 19 de mayo de 2011<sup>41</sup>.

## 3.2 REQUISITOS PARA EXPORTAR A LOS MERCADOS DE ALEMANIA, FRANCIA Y ESPAÑA.

### 3.2.1 Requisitos Generales

Se especifica la documentación (transporte, aduanas, seguros, comercial) que debe acompañar a cualquier producto que acceda a la Unión Europea. (Anexo 9)

**Grafico 3.3: Documentos de acompañamiento para exportar**



**FUENTE:** Exporthelp.europa.eu

**ELABORADO POR:** Las Autoras

<sup>41</sup> <http://www.aduana.gov.ec/contenido/procExportar.html>

### 3.2.2 Requisitos específicos para la exportación de Quinua y Amaranto hacia Alemania, Francia y España.

Aquí se incluyen los impuestos (IVA e impuestos especiales) y requisitos no arancelarios nacionales y europeos aplicables a los productos en estudio, detallamos la información que se refiere a la legislación europea aplicable a los productos, sometidos a una misma normativa en toda la Comunidad Europea.

**Cuadro N° 3.1: Requisitos específicos por país para la exportación de quinua y amaranto.**

	ALEMANIA	ESPAÑA	FRANCIA
<b>DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO DUA</b>	Control Sanitario de los piensos de origen no animal	Control Sanitario de los piensos de origen no animal	Control Sanitario de los piensos de origen no animal
	Requisitos de Comercialización para semillas y materiales de propagación de suelos.	Requisitos de Comercialización para semillas y materiales de propagación de suelos.	Requisitos de Comercialización para semillas y materiales de propagación de suelos.
	Control fitosanitario.	Control fitosanitario.	Control fitosanitario.
	Voluntario Productos de producción ecológica.	Voluntario Productos de producción ecológica.	Voluntario Productos de producción ecológica.
<b>GRAVAMENES INTERIORES</b>	Impuestos sobre consumo específicos 0	Impuestos sobre consumo específicos 0	Impuestos sobre consumo específicos 0
	IVA 7%	IVA 4% (cereales considerados como productos naturales); 8% se aplica a todos los demás productos.	IVA 5,5%

FUENTE: Export Helpdesk. [www.exporthelp.europa.eu](http://www.exporthelp.europa.eu)

ELABORADO POR: Las Autoras

### 3.2.3 Partida arancelaria para la quinua y amaranto.

Las partidas arancelarias utilizadas para la exportación de estos productos según (NANDINA)<sup>42</sup> son:

#### Partidas Nandina<sup>43</sup>

Quinua: 1008901900 los demás cereales.

Amaranto: 1008909200 kiwicha (*amaranthus caudatus*), excepto para siembra.

Las partidas arancelarias para la quinua y amaranto según TARIC<sup>44</sup> son las siguientes:

#### Partidas Taric

Quinua (quinoa) ( <i>Chenopodium quinoa</i> )	1008500000
Amaranto-Los demás cereales	1008900000

### 3.2.4 Derechos de Importación.

Se proporciona información sobre los derechos de importación y otras medidas aplicables a un producto particular (junto con la referencia al texto jurídico correspondiente).

Los derechos de importación detallados en el cuadro nº 18.3 corresponden tanto para la quinua como para el amaranto.

<sup>42</sup> NANDINA: Nomenclatura arancelaria común de los países miembros del acuerdo de Cartagena.

<sup>43</sup> Arancel Nacional Integrado del Ecuador, Decisión 657

<sup>44</sup> **TARIC:** Integrated Tariff of the European Communities

**Cuadro N° 3.2: Aranceles y Derechos a pagar en los países de la Unión Europea para la quinua y amaranto.**

<b>Origen</b>	<b>Tipo de medida</b>	<b>Derecho de aduana</b>	<b>Reglamento/Decisión</b>
ERGA <sup>45</sup> OMNES	Derecho terceros países	37 EUR/1000 kg	<u>R2204/99</u>
GSP <sup>46+</sup>	Preferencias arancelarias	0%	<u>R0732/08</u>

FUENTE: [DG Fiscalidad y Unión Aduanera Taric](#) : 08/10/2011

ELABORADO POR: Las Autoras

### **3.2.5 Condiciones específicas para la comercialización de determinados productos procedentes de producción ecológica.**

La puesta en el mercado de la Unión Europea (UE) por ende los países en estudio de productos agrarios vivos o sin procesar, productos agrícolas transformados para su uso como alimentos, piensos, semillas y material de propagación vegetativa, que lleva una referencia a los métodos de producción orgánica, deben cumplir con las normas establecidas por Reglamento que cubren principalmente los siguientes aspectos:

- Producción, transformación, envasado, transporte y almacenamiento de productos
- El uso de determinados productos y sustancias en el procesamiento de alimentos.
- Prohibición del uso de organismos genéticamente modificados (OGM) y de productos fabricados a partir de OGM en la producción orgánica

<sup>45</sup> **Erga omnes** es una locución latina, que significa "respecto de todos" o "frente a todos". Las normas, suelen tener siempre efectos *erga omnes*, dado que por definición son de aplicación general. Sólo en casos muy especiales se dictan normas específicas para casos concretos. [www.ederecho.org.ar](http://www.ederecho.org.ar)

<sup>46</sup> **GSP**: Sistema generalizado de preferencias es un régimen especial de estímulo del desarrollo sostenible y la gobernanza para los países en desarrollo <http://ec.europa.eu/trade/wider-agenda/development/generalised-system-of-preferences/>

Unión Europea orgánica logotipo de producción (Nueva desde el 1 de julio de 2010). El logotipo y las indicaciones referentes al método de producción ecológica podrán utilizarse solamente para ciertos productos que cumplen todos los requisitos establecidos por el Reglamento. Las medidas de control y sistema de control específicos que se aplicarán para este tipo de productos por las autoridades designadas en los Estados miembros.<sup>47</sup>

**Grafico N° 3.4 Logo de Agricultura Ecológica UE**



**FUENTE:** BCS ÖKO-GARANTIE BCS ECUADOR  
**ELABORADO POR:** Las Autoras

### **3.3 LOGÍSTICA Y TRANSPORTE PARA LA EXPORTACIÓN DE QUINUA Y AMARANTO.**

Nuestra logística y transporte para la exportación de quinua será a través de la vía terrestre desde nuestro centro de abastecimiento hasta puerto de salida del buque.

#### **3.3.1 Envases y Embalajes del Producto para su transporte.**

Ecuador exporta principalmente quinua y amaranto seca y desaponizada, la quinua y el amaranto se comercializa en sacos o por fundas. Para el empaque a

---

<sup>47</sup> Exporthelp [www.exporthelp.europa.eu](http://www.exporthelp.europa.eu)

granel se utilizan sacos de 25 y 50 kilos y para ventas al consumidor final se emplean fundas de 250 gramos en una variedad de empaques y presentaciones. Con respecto a las características del embalaje no se requiere de un embalaje especial para este producto. La quinua se coloca en sacos de polipropileno.

**Grafico N° 3.5: Presentación y embalaje de quinua y amaranto.**



**FUENTE:** Investigación propia  
**ELABORADO POR:** Las Autoras

### 3.3.2 Tipo de embarque y vía de transporte.

De acuerdo al volumen de exportación de los productos puede ser: Carga suelta o contenerizada; a continuación proponemos un cálculo para un contenedor de 20 pies.

TIPO DE CONTENEDOR	Dry General DV
USO	Carga seca
CAPACIDAD	
TARA	2.200 kg.
CARGA UTIL	16.000 kg

### Grafico N° 3.6 Contenedor



**FUENTE:** Investigación propia.  
**ELABORADO POR:** Las Autoras

En un contenedor de 20 pies entran 436 sacos de 50 kilos ó 872 sacos de 25 kilos.

Carga útil
Nº de sacos = _____
Peso por saco

16.000 Kg
Nº de sacos _____ = 320 sacos
50 Kg

#### 3.3.3 Modo de Transporte.

Se sugiere que la exportación se la haga vía marítima en contenedores para carga seca, puesta que es la más económica y los productos analizados no requiere de refrigeración y tienen períodos de expiración de hasta un año.

#### 3.3.4 Costo de transporte.

Este rubro depende de varios factores:

Pick-up interno: de acuerdo a lugar de producción; teniendo en cuenta que los mayores centros de producción tenemos en Chimborazo e Imbabura los precios varían de 500 a 650 dólares dependiendo de la distancia hasta el puerto de Guayaquil.

Tipo de carga: Si es carga suelta tenemos los siguientes valores referenciales según peso.

**Cuadro N° 3.3 Valores carga suelta**

<b>PAIS DESTINO</b>	<b>PUERTO</b>	<b>COSTO POR TM3</b>
Alemania	Hamburgo	\$ 180.00
Francia	Marsella	\$ 190.00
España	Valencia	\$ 200.00
<b>GASTOS LOCALES POR CARGA</b>		
Gastos locales:	Antinarcóticos:	\$ 80.00
	Consolidadora:	\$ 56.00
	AMC naviera:	\$ 50.40
	Documentación:	\$ 72.80
	Collec fee:	5% Flete
	Honorarios:	\$ 257.60
	Transporte Interno:	\$ 250.00

Si el volumen de exportación justifica un contenedor los precios de referencia son:

**Cuadro N° 3.4 valores flete en contenedor**

<b>PAIS DESTINO</b>	<b>PUERTO</b>	<b>COSTO POR CONTENEDOR 20''</b>
Alemania	Hamburgo	\$ 1,780.00
Francia	Marsella	\$ 1,850.00
España	Valencia	\$ 2,280.00
<b>GASTOS LOCALES POR CONTENEDOR</b>		
Gastos locales:	Halding	\$ 150.00
	Consolidadora:	\$ 44.80
	Emisión BL	\$ 61.60
	Halding	\$ 50.40
	Collec fee:	5% Flete
	Honorarios:	\$ 257.60
	Transporte Interno:	\$ 600.00

FUENTE: Logistic Network [www.In-worldwide.com](http://www.In-worldwide.com)

ELABORADO POR: Las Autoras

### 3.3.5 INCOTERM International Commercial Terms.

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<sup>48</sup>.

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 mismos que determinan:

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

---

<sup>48</sup> <http://www.comercioexterior.com.ec/qs/content/incoterms-2010-vigentes-partir-del-01-ene-2011>

Grafico N° 3.7 Incoterms 2011



PAÍS, CIUDAD, LUGAR DE ORIGEN						TRANSPORTE PRINCIPAL		PAÍS, CIUDAD, LUGAR DE DESTINO			
Embalaje verificación control	Licencias autorizaciones otras formalidades	Carga al camión o contenedor en fábrica o almacén	Transporte interior de país de origen. De fábrica a puerto a aeropuerto a terminal o a transportista	Formalidades aduaneras exportación	Costes manipulación terminal origen. Puerto, aeropuerto, tir, tren, etc.	Transporte principal internacional	Seguro mercancia Seguro transporte	Costes manipulación terminal destino. Puerto, aeropuerto, tir, tren, etc.	Formalidades aduaneras importación Arancel, impuestos, interiores y esp. y trámites	Transporte interior país de destino. De aeropuerto o terminal a fábrica u operador logístico	Recepción y descarga.

Incoterms® 2010 ICC Reglas para cualquier modo o modos de transporte.

Incoterm	Coste	Riesgo	Embalaje	Licencias	Carga	Transporte interior	Formalidades	Costes manipulación	Transporte principal	Seguro	Costes manipulación	Formalidades	Transporte interior	Recepción
<b>EXW</b> Ex Works Franco Fábrica	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>FCA</b> Free Carrier Franco porteador	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>CPT</b> Carriage paid to Transporte pagado hasta	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>CIP</b> Carriage and insurance paid to Transporte y seguro pagado hasta	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■*	■	■	■	■
<b>DAT</b> Delivered at terminal Entrega en terminal	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>DAP</b> Delivered at place Entrega en lugar	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>DDP</b> Delivered duty paid Entrega derechos pagados	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Incoterms® 2010 ICC Reglas para transporte marítimo y vías navegables interiores.

Incoterm	Coste	Riesgo	Embalaje	Licencias	Carga	Transporte interior	Formalidades	Costes manipulación	Transporte principal	Seguro	Costes manipulación	Formalidades	Transporte interior	Recepción
<b>FAS</b> Free alongside ship Franco al costado del buque	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>FOB</b> Free on board Franco a bordo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>CFR</b> Cost and freight Coste y flete	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>CIF</b> Cost, insurance and freight Costo, seguro y flete.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■*	■	■	■	■

REFERENCIAS ■ VENDEDOR ■ COMPRADOR ■ El vendedor debe proporcionar la documentación necesaria para la exportación y el comprador los de importación a petición riesgo y a expensas del demandante. ■ Dependiendo del lugar de entrega pactado \* Obligatorio

FUENTE: <http://bullexporter.com/descargas/h-Incoterms.jpg>

ELABORADO: Las Autoras

En esta investigación se sugiere como medio de transporte el marítimo y el incoterm que se ha elegido para la exportación de quinua y amaranto a Alemania, Francia y España es el incoterm FOB.

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

La responsabilidad del vendedor termina cuando las mercaderías sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque convenido.

El comprador debe soportar todos los costos y riesgos de la pérdida y el daño de las mercaderías desde aquel punto. El término FOB exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación.

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

#### **Obligaciones del vendedor**

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

#### **Obligaciones del Comprador**

- Pago de la mercadería
- 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

Grafico N°3.8 Incoterm FOB transferencia de la responsabilidad



FUENTE: <http://www.peirano.pe/2010/09/incoterms.html>

ELABORADO POR: Las Autoras

### 3.4 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN DE QUINUA Y AMARANTO.

La comercialización del producto es uno de los principales retos que enfrenta el exportador, pues de este factor depende en gran medida el éxito de la exportación

y de la penetración que tenga el producto en el mercado. El sistema de comercialización recomendado en el caso de estudio es la comercialización directa, es decir, sin la intervención de intermediarios, a través de un vendedor directo del departamento de exportaciones de la empresa o de un agente comercial o bróker. Para ello los productores ecuatorianos cuentan con las entidades o programas de apoyo privadas sin fines de lucro que brindan asistencia a los agricultores, capacitándoles en la siembra del cultivo de quinua orgánica y facilitándoles la obtención de certificación de productores de quinua orgánica, asegurando así la entrada de su producto al mercado externo, estas empresas son:

ERPE (Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador)
Inagrofa SCC
Maquita Cusunchic
Proecuador

### 3.4.1 Precio

Los productores que decida exportar como en este caso el grano de quinua y amaranto se deben fijar el precio en función de la competencia o de los precios de productos similares existentes en el mercado de destino, a fin de que se logre una oferta competitiva. Otra forma de alcanzar este objetivo es la fijación de un precio menor, siempre y cuando este sea rentable, lo que permite al consumidor tener mayor accesibilidad al producto y de esta manera lo podrá comprar y comparar con sus sustitutos o con la competencia. Por otro lado el precio del producto también puede ser establecido según el valor agregado que se le haya dado, para lo cual se deben considerar factores como materia prima, mano de obra, tecnología implementada para la elaboración del producto, entre otros. La fijación de un precio elevado puede resultar perjudicial para la distribución del bien, por

ello es importante tomar en cuenta la capacidad adquisitiva del potencial comprador y otras características del segmento al que está destinado el producto.

Cabe señalar que lograr penetrar al mercado con un precio competitivo es una tarea compleja a la que se enfrenta el exportador, pues existen varios factores determinantes en la fijación del precio de exportación y no solo se puede considerar los aspectos antes mencionados. Entre los principales criterios que también se deben sumar al cálculo del precio se encuentran: costo de transporte interno, costo de flete, costo de la aseguradora según lo pactado con el INCOTERM, tasas de aduana entre otros.

**Cuadro N° 3.5: precios de producción y exportación FOB**

COSTOS DIRECTOS DE LA PRODUCCION					Subtotal
Preparación del suelo					\$ 18,00
Siembra y fertilización					\$ 166,00
Labores Culturales					\$ 211,00
Cosecha y pos cosecha					\$ 507,75
<i>Subtotal Costos Directos</i>					<b>\$ 902,75</b>
COSTOS INDIRECTOS DE LA PRODUCCION					Subtotal
<b>DETALLE</b>					
Certificación Orgánica					\$ 3,50
- Arrendamiento tierra					\$ 100,00
- Interés de capital					\$ 81,25
- Imprevistos					\$ 45,14
<i>Subtotal Costos Indirectos</i>					<b>\$ 229,89</b>
<b>COSTO TOTAL</b>					<b>\$ 1.132,64*</b>
ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN					
DETALLE	CANTIDAD Kg/ha	COSTO PROD/Ha	COSTO PROD/KG.	# SACOS 50KG/HA	COSTO PROD. SACO 50 KG/Ha
Producción	2500**	\$ 1.132,64	\$ 0,45	50	\$ 22,65
COSTOS DE LA EXPORTACIÓN					
DETALLE	COSTO/Tm		COSTO PROD/Ha		
Antinarcóticos:	\$	80,00	\$	200,00	
Consolidadora:	\$	56,00	\$	140,00	
AMC naviera:	\$	50,40	\$	126,00	
Documentación:	\$	72,80	\$	182,00	
Collec fee: 5% flete ***	\$	9,50	\$	23,75	
Honorarios:	\$	257,60	\$	644,00	
Transporte Interno:	\$	250,00	\$	625,00	
<i>Sub – total costos de exportación</i>		<b>\$ 776,30</b>	<b>\$ 1940,75</b>		
ANÁLISIS DE LA EXPORTACION					
DETALLE	CANTIDAD Kg/exportados	COSTO EXP /Ha	COSTO EXP/KG.	# SACOS 50KG/EXP	COSTO EXPORT SACO 50 KG/Ha
Exportación	2500	\$ 1.940,75	\$ 0,78	50	\$ 30,82
PRECIO FOB DE VENTA POR SACADA DE 50 Kg.					
Costo de producción					\$ 22,65
Costo de exportación					\$ 30,82
Imprevistos 5% de costo producción + exportación					\$ 2,67
<i>Costo total</i>					<b>\$ 56,15</b>
Utilidad 62,6%					\$ 93,85
<b>PRECIO FOB DE VENTA POR SACADA DE 50 Kg</b>					<b>\$ 150,00</b>

**FUENTE:** Investigación propia.

**ELABORADO POR:** Las Autoras

### 3.4.2 Estrategias de Promoción

La quinua y el amaranto cumplen con características que se adaptan a las preferencias y necesidades del consumidor Europeo, lo que la convierte en un producto que se acopla al mercado. Este factor permite que la promoción se concentre en poner énfasis en sus cualidades y de esta manera se logra satisfacer al comprador. Sin embargo, para poder promocionar el producto no basta con las propiedades del mismo, pues el exportador debe considerar la manera de llegar al importador, debe analizar el mercado y la segmentación del mismo, para determinar si cuenta con la oferta exportable necesaria, entre otros aspectos que le permite cumplir con las exportaciones en el tiempo según su capacidad.

La forma más común y una de las más efectivas para promocionar un producto y encontrar un socio comercial es la participación en ferias, por lo general se lo hace a través de los organismos de apoyo citados anterior que brindan asesoría como es el caso del Instituto de Promociones de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR que cuentan con información sobre ferias en los mercados de destino según la industria o sector y por orden cronológico a fin de que el productor pueda prepararse y asistir a las mismas.

**Grafico N° 3.9 Estrategias de comercialización.**



**FUENTE:** Investigación propia.

**ELABORADO POR:** Las Autoras.

Por otro lado, la promoción del producto se puede llevar a cabo a través de misiones comerciales que permite concertar citas con contactos elegidos, a fin de presentar directamente las propuestas de exportación. Para realizar este tipo de promoción es necesario que quienes asistan cuenten con un nivel de preparación adecuada, pues la presentación y negociación del producto dependerá de ellos. Además, deben tomar en cuenta aspectos culturales para poder llevar a cabo la planificación de las reuniones. Es recomendable que se haga coincidir las misiones comerciales con la participación en las ferias a fin de que se aprovechen y maximicen los recursos. Así también, es conveniente enviar informaciones sobre la empresa, la capacidad de producción, los mercados abastecidos, la experiencia en el mercado, entre otros, previo a la reunión. Finalmente, otra forma de promoción son las degustaciones y envíos de muestras a los potenciales clientes que el productor haya encontrado, con ello se llega de una forma directa y se entabla un contacto inicial.

**Gráfico N° 3.10 Estrategias de promoción.**





**FUENTE:** Investigación propia.

**ELABORADO POR:** Las Autoras.

### 3.4.3 Canales De Distribución

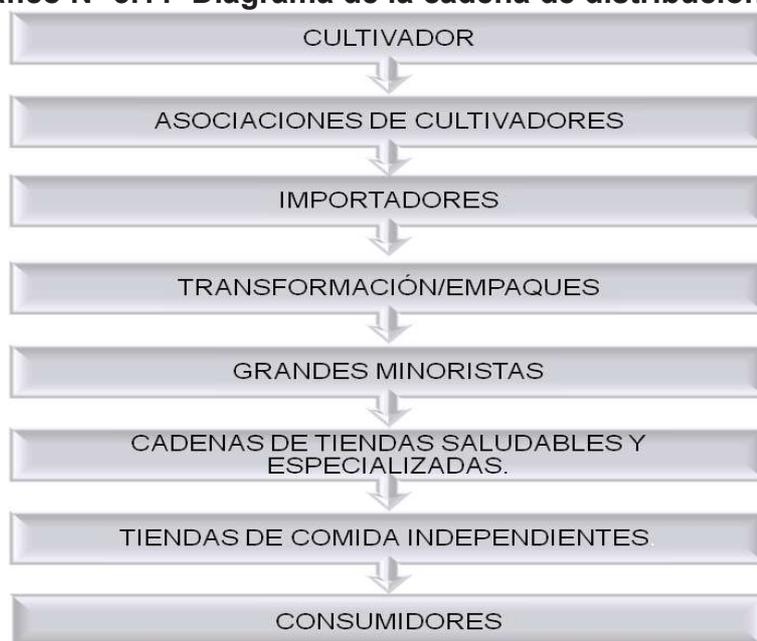
La quinua y el amaranto para exportación, al igual que el resto de productos que son exportados tienen que cumplir con normas de calidad exigidas por los países importadores, con lo cual los productores se ven en la necesidad de establecer formas para el control de la calidad estrictas para el producto.

Por lo general la quinua con la calificación de producto orgánico puede ingresar en los principales mercados como Estados Unidos y Europa, pero también existen mercados secundarios internos y externos que aceptan la quinua convencional, como es el caso de los Países Latinoamericanos. Los distribuidores e importadores importantes dentro de la cadena de distribución de la quinua y amaranto es bastante simple, se importa en bolsas de 50kg y luego lo procesan las empresas de producción, estas envasan estos productos nuevamente y se los envía a los minoristas.

Las cadenas de supermercados más importantes de Europa, realizan alianzas con asociación de agricultores. De esta manera, las cadenas de supermercados

pueden comprar quinua directamente a los agricultores, y luego la puede usar en sus propias plantas para procesarla o delegar esta parte del trabajo a productores con marcas privadas. Aunque los comerciantes minoristas tienen el mayor poder de negociación, el aumento en la demanda de la quinua está otorgando más poder a las asociaciones de agricultores y a los importadores de quinua. Esto les permite negociar mejor con los supermercados/hipermercados y con las tiendas de comida saludable.

**Grafico N° 3.11 Diagrama de la cadena de distribución**



**FUENTE:** Investigación Propia  
**ELABORADO POR:** Las Autoras

El comercio minorista en Europa se basa en fundamentalmente en grupos multinacionales de distribución moderna. Este hecho es especialmente relevante sobre todo en los países de Europa Occidental, donde predominan hipermercados, supermercados y tiendas de descuento de estos grupos.

Actualmente los importadores más importantes concentran la mayor parte de los volúmenes importados para luego venderlos a minoristas o distribuidores/mayoristas. En general, los pequeños minoristas tienden a comprar especialmente de distribuidores y mayoristas, quienes a su vez, compran a los importadores. Es importante resaltar que varios de dichos importadores corresponden a compañías manufactureras de productos alimenticios tales como Rapunzel, Werz, Davert, GEPA y Allos, quienes importan la materia prima para procesarlos y/o transformarlos, para luego venderlos en supermercados, hipermercados y demás canales minoristas. Sin embargo, estas cadenas se están desarrollando también en los países de Europa Central y del Este de una forma muy rápida, eliminando gradualmente los establecimientos de comercio tradicional.

Cuando las compañías como Rapunzel, Werz, Davert y GEPA importan estos productos y se los venden directamente a los comerciantes minoristas, aumentan el precio de venta un 300%. Los precios de los productos es aproximadamente de la siguiente manera:

- Importadores a distribuidores/mayoristas - aumento del 150-200%
- Distribuidores /mayoristas a minoristas - aumento del 100-150%
- Minoristas a consumidores finales - aumento del 80 -100%

### **3.4.2 Perfiles de compradores**

#### **Alemania**

**Rapunzel naturkost ag**, Rapunzel busca la calidad más alta posible en los productos que selecciona y sólo elige productores que los cultiven con esto en mente. Su quínoa está certificada por Bolicert y su amaranto por Bilatina. La

compañía busca trabajar con proveedores que traten a sus agricultores de manera justa y faciliten el envío de los productos y la preparación de la documentación que los acompaña. (Anexo)

**Gepa-the fair trade company**, A GEPA le interesa trabajar con compañías con las que las que puede construir relaciones de negocios a largo plazo bajo condiciones justas, cooperación, y transparencia.

**Werz naturkornmühle gmbh & co.kg** a Werz le interesa que este pueda ofrecer precios accesibles, que tenga facilidad de transporte y ofrezca productos de buena calidad.

**Davert gmbh**, requiere que sus productos sean de buena calidad y que sus proveedores sean justos con los agricultores que los cultivan. (Anexo10)

## Francia

El mercado de la quínoa está creciendo en Francia gracias a la tendencia de comer comida sana. De hecho, podría ganar más participación de mercado si en vez de estar en la sección de comida saludable, estuviese posicionada junto

Los consumidores franceses tienden a pensar que los productos más saludables no son tan sabrosos. Muchos de los minoristas de consumo masivo como Grupo Carrefour, dijeron que les gustaría ofrecer más productos de quinua de marcas privadas ya que consideran que su oferta actual es bastante limitada. Fuentes de la Industria creen que las oportunidades más grandes de este mercado yacen en la venta de semillas de quinua, la producción de cereales para el desayuno con quinua, y los platos de acompañamiento con quinua.

Actualmente los importadores de Francia son: Groupe Auchan, Groupe Carrefour, Groupe Galeries Lafayette (Anexo 10)

## **España**

El mercado de la quinua y amaranto crece cada vez mas en el mercado español debido al crecimiento de la emigración y los problemas de salud de muchos consumidores

Dentro de los principales importadores en este país tenemos: Grupo Eroski, El Corte Inglés S.A y Al campo S.A<sup>49</sup>. (Anexo 10)

---

<sup>49</sup> **CORPEI 2008** "ESTUDIO SOBRE EL FUNCIONAMIENTO DE LOS GRANDES SUPERMERCADOS, TIENDAS DEPARTAMENTALES Y ESPECIALIZADAS EN LA UE Y LAS OPORTUNIDADES PARA LAS EXPORTACIONES ECUATORIANAS" Disponible en: [www.corpei.org](http://www.corpei.org)

## **CAPÍTULO IV**

#### 4 ELABORAR UN ESTUDIO TÉCNICO PARA LA EXPORTACIÓN DE QUINUA Y AMARANTO HACIA ALEMANIA, FRANCIA Y ESPAÑA.

##### 4.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA ECUATORIANA DE QUINUA Y AMARANTO.

**Cuadro N° 4.1 Oferta ecuatoriana de quinua y amaranto**

Importadores	2010	2011
	Cantidad exportada, Tons	Cantidad exportada, Tons
Mundo	346	534
Estados Unidos	180	304
Alemania	119	199
Francia	37	8
España	10	11
Canadá	0	10
Colombia	0	2

FUENTE: <http://www.trademap.org/>

ELABORADO POR: Las Autoras.

**Cuadro N° 4.2 Oferta ecuatoriana de quinua y amaranto a Alemania**

Importadores	2010	2011
	Cantidad exportada, Tons	Cantidad exportada, Tons
Mundo	1	1
Alemania	1	1
Estados Unidos	0	0

FUENTE: <http://www.trademap.org/>

ELABORADO POR: Las Autoras.

Según los datos proporcionados por el MAGAP<sup>50</sup> en el Ecuador en el año 2009 se registró una producción de quinua y amaranto de 904 TM con proyecciones de incremento para los años siguientes, según datos del INIAP en el país existen

<sup>50</sup> MAGAP, Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca.

actualmente 2000 ha con cultivos de quinua y amaranto lo que nos da un promedio de producción 3600 TM anuales.

Si se proyectó una producción de 994 TM para el 2010 y se exportó en el año 2010 346 TM (cuadro N°1.1 y N° 4.1) que corresponde al 65% de la producción, y Para el 2011 se proyectó una producción de 1093 TM y se exportó 534 TM que corresponde al 58%. Estas dos brechas nos dan una oportunidad a incrementar la oferta de los productos en estudio.

El cuadro N° 4.1 y N° 4.2, en el año 2010 se exportó desde el Ecuador al mundo 346 TM de quinua y 1 TM de amaranto, para el 2011 la exportación de quinua se incrementa a 534 TM que representa un 54% de incremento, mientras que el amaranto se mantiene en 1TM. En cuanto a los países importadores tenemos como principal socio a Estados Unidos, seguido por Alemania Francia y España, en el 2011 la iniciados tratos comerciales con Canadá y Colombia.

En el caso del amaranto Alemania es el único importador de este producto, en pocas cantidades, cabe hacer hincapié que este es el resultado de la poca producción existente en el país por varios motivos uno de ellos la falta de información de las ventajas del cultivo así como de la poca tecnología existente en el Ecuador.

Al centrarnos en los mercados en estudio podemos detallar que en el año 2010 representaban el 48% de la oferta del país en quinua; si bien para el 2011 se incrementó la venta total de quinua, la representación de estos mercados bajó al 26% ya que Estados Unidos es el país que aumentó sus importaciones. En el

caso Alemania la exportación de quinua se incrementó del 2010 al 2011 en un 67%, mientras que para el producto amaranto se mantiene constante con 1TM por año y lo importan exclusivo para la siembra. Para el mercado de Francia el panorama es diferente ya que este decrece en un 78% los motivos pueden ser variados, pero el más puntual la poca credibilidad en la producción netamente orgánica de todos los países en vías de desarrollo. España se mantiene relativamente constante su crecimiento es del 10%.

#### 4.2 ANALISIS DE LA DEMANDA DE QUINUA Y AMARANTO DE LOS PAISES EN ESTUDIO.

La quinua y el amaranto en el código TARIC se encuentran ubicados en una sola partida arancelaria que es la 100890 de los demás cereales dificultando el análisis particular de cada uno de los productos el estudio de la demanda de los productos se los va a realizar en conjunto para cada mercado.

#### ALEMANIA

**Cuadro N° 4.3 Demanda de Alemania de quinua y amaranto**

Exportadores	2009	2010
	Cantidad importada, Tons	Cantidad importada, Tons
Mundo	3105,9	3217,3
Perú	1058,2	1069,3
Bolivia	492	497,2
Ecuador	120	200,0

FUENTE: <http://www.trademap.org/>

ELABORADO POR: Las Autoras.

Alemania importó desde el mundo en el 2009 una cantidad de quinua y amaranto de 3105,9 TM para el 2010 se incrementa en 3217 TM que representa un 3,59%

de los cuales Perú constituye el 33%, Bolivia 15% y el Ecuador apenas representa el 6%. El restante 46% proviene de países fuera de la comunidad andina como la India y Bélgica.

## FRANCIA

**Cuadro N° 4.4 Demanda de Francia de quinua y amaranto**

Exportadores	2009	2010
	Cantidad importada, Tons	Cantidad importada, Tons
Mundo	7243,8	7997,0
Bolivia	1981,1	2315,0
Perú	11,6	23,0
Ecuador	37	8,0

FUENTE: <http://www.trademap.org/>

ELABORADO POR: Las Autoras.

El mercado de Francia importó desde el mundo en el 2009 7243,8 TM de quinua y amaranto para el 2010 una cantidad de 7997,0 TM que representa un 10% de incremento en su demanda. Bolivia es el principal ofertante en este mercado con un 29%, Perú representa 2,87% y el Ecuador apenas representa el 1%. El restante 67,3% proviene principalmente de los países de la unión europea que re exportan estos productos entre ellos encontramos a España, Alemania, Italia.

## ESPAÑA

**Cuadro N° 4.5 Demanda de España de quinua y amaranto**

Exportadores	2009	2010
	Cantidad importada, Tons	Cantidad importada, Tons
Mundo	5013,5	7091,85
Perú	17,5	19,45
Bolivia	10,4	14,4
Ecuador	10	11

FUENTE: <http://www.trademap.org/>

ELABORADO POR: Las Autoras.

España demandó desde el mundo en el 2009 5013,5 TM de quinua y amaranto para el 2010 incrementó su demanda en 7091,85 TM que representa un 41%. En donde Perú representa 2,74%, Bolivia el 2,03% y el Ecuador apenas representa el 1,15%. Entre los tres países de la comunidad andina ocupan el 8,9% del total de mercado español, el mayoría de importaciones de España provienen de países como Francia que abarca casi el 50% de este mercado principalmente con producto proveniente de la comunidad andina Bélgica y Portugal.

### **4.3 ESTUDIO FINANCIERO**

Al realizar este estudio permitirá analizar las consecuencias financieras de la realización de este proyecto haciendo posible estimar el rendimiento de la inversión, estudiar su riesgo y saber si el flujo de fondos del proyecto alcanza para afrontar los pagos. Ayudándonos a comprender el funcionamiento del negocio y a maximizar la rentabilidad a partir de la actuación sobre los recursos, para una mejor toma de decisiones.

#### **4.3.1 Inversión inicial para el proyecto**

*Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros.*

*Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.*

*Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano*

o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.<sup>51</sup>

**Cuadro N° 4.6 Inversión Inicial del proyecto.**

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>COSTO</b>	<b>PARTICIPACIÓN</b>
<b>I. INVERSIÓN FIJA</b>	<b>\$ 53,426.00</b>	<b>27%</b>
<b>II. INVERSIÓN DIFERIDA</b>	<b>\$ 5,375.00</b>	<b>3%</b>
<b>III. INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 135,531.25</b>	<b>70%</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>\$ 194,332.25</b>	<b>100%</b>
<b>IV. FINANCIAMIENTO</b>		
CAPITAL PROPIO	\$ 77,732.90	40%
CAPITAL AJENO	\$ 116,599.35	60%
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$ 194,332.25</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Investigación Propia

**ELABORADO POR:** Las Autoras

La inversión inicial de este proyecto está constituida por inversión fija que asciende a 53.426,00 dólares que corresponde al 27% del total; inversión diferida con 5.375,00 dólares 3% y inversión de capital de trabajo de 135.531,25 dólares que representa el 70%. El 100% de la inversión inicial es de 194.332,25 dólares.

<sup>51</sup> <http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml#PROYCONCEP>  
<http://peru.smetoolkit.org/peru/es/content/es/2116/El-Financiamiento-inicial>  
<http://www.monografias.com/trabajos14/admin-gitman/admin-gitman.shtml> Evaluación financiera de proyectos de inversión Karen Marie Mokate Ed. Alfaomega, 2ª edición, pg.36

El total de la inversión se financia con el 40% de capital propio y 60% financiado con capital ajeno que corresponde a 77.732,90 dólares y 116.599,35 dólares respectivamente.

- **Inversión Fija:**

*Las Inversiones Fijas que tiene una vida útil mayor a un año se deprecian, tal es el caso de las maquinarias y equipos, edificios muebles, enseres, vehículos, obras civiles, instalaciones y otros. Los terrenos son los únicos activos que no se deprecian<sup>52</sup>*

**Cuadro N° 4.7 Inversión fija del proyecto.**

<b>INVERSION FIJA</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>COSTO</b>
Terrenos	\$ 18,300.00
Infraestructura	\$ 2,700.00
Maquinaria y equipo Producción	\$ 30,720.00
Equipos de oficina	\$ 1,300.00
Muebles y enseres	\$ 296.00
Instalaciones	\$ 110.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 53,426.00</b>

FUENTE: Investigación Propia  
ELABORADO POR: Las Autoras

<sup>52</sup> MITECNOLOGICO. COMPONENTES DE LA INVERSIÓN FIJA. Disponible en:  
<http://www.mitecnologico.com/Main/InversionFija>

- **Terrenos**

Los terrenos son los únicos activos que no se deprecian. El proyecto establece la compra de 12 hectáreas para la producción, 150 m<sup>2</sup> para el establecimiento de un galpón destinado para el proceso de pos cosecha de los productos y 50 m<sup>2</sup> para la construcción de las oficinas, en el cantón Colta en la provincia de Chimborazo; cada hectárea se cotiza en 1500, 00 dólares.

**Cuadro N° 4.8 Inversión de terrenos en la inversión fija del proyecto.**

<b>TERRENOS</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD (hectarias)</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Terreno para producción e infraestructura en el cantón de Colta provincia de	Dólares	\$ 1,500.00	12	\$ 18,000.00
Terreno para la infraestructura en el cantón de Colta provincia de Chimborazo	Dólares	\$ 1,500.00	0.2	\$ 300.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 18,300.00</b>

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Las Autoras

- **Infraestructura**

Este rubro consta de la instalación de un galpón para el proceso de pos cosecha con un costo total de 2000,00 dólares y la construcción de la oficina para el área administrativa con un costo total de 700,00 dólares.

**Cuadro N° 4.9 Inversión de Infraestructura en la inversión fija del proyecto.**

<b>INFRAESTRUCTURA</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Galpón para el procesamiento del producto	Dólares	\$ 2,000.00	1	\$ 2,000.00
Oficina administrativa	Dólares	\$ 700.00	1	\$ 700.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 2,700.00</b>

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Las Autoras

- **Maquinaria y Equipo para la producción**

Comprenden todos equipos necesarios para el proceso productivo de quinua y amaranto tanto para la fase de producción en campo que ascienden a 21.300, 00 dólares y pos cosecha con 9.400,00 dólares.

**Cuadro N° 4.10 Inversión de maquinaria y equipos para producción en la inversión fija del proyecto**

<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>				
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COST. UNIT</b>	<b>COST. TOTAL</b>	<b>VIDA UTIL (años)</b>
<b>Cultivo y Cosecha</b>			<b>\$ 21,300.00</b>	
Tractor New Hollannd	1	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	20%
Equipo de fumigación	1	\$ 800.00	\$ 800.00	10%
Herramientas manuales	*	\$ 500.00	\$ 500.00	5%
<b>Post- Cosecha</b>			<b>\$ 9,420.00</b>	
Trilladora	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	10%
Clasificadora de granos	1	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00	10%
Escarificador	1	\$ 2,800.00	\$ 2,800.00	10%
Selladora de polipropiler	1	\$ 120.00	\$ 120.00	10%
Analizador de humedad	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	10%
Carro transportador	1	\$ 800.00	\$ 800.00	10%
<b>TOTAL</b>			<b>30,720.00</b>	

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Las Autoras

- **Equipos de oficina**

Detallando todo equipo que se requiere para implementar la oficina administrativa con un total de 1.300.00 dólares.

**Cuadro N° 4.11 Inversión de equipos de oficina en la inversión fija del proyecto**

<b>EQUIPO DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNIT.</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Computadora	2	\$ 600.00	\$ 1,200.00
Telefono	1	\$ 20.00	\$ 20.00
Impresora multifunción	1	\$ 80.00	\$ 80.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1,300.00</b>

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Las Autoras

- **Muebles y Enseres**

Muebles y Enseres necesarios que requiera la oficina, para la realización de las actividades administrativas del proyecto. Valorados en 296,00 dólares.

**Cuadro N° 4.12 Inversión de muebles y enseres de oficina en la inversión fija del proyecto**

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO</b>	<b>TOTAL</b>
Escritorio	2	\$ 75.00	\$ 150.00
Modular	1	\$ 50.00	\$ 50.00
Sillas	5	\$ 12.00	\$ 60.00
Papelera	1	\$ 5.00	\$ 5.00
basurero	2	\$ 3.00	\$ 6.00
Mesa de centro	1	\$ 25.00	\$ 25.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 296.00</b>

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Las Autoras

- **Instalaciones**

Todas aquellas instalaciones para poder poner en marcha las maquinarias y equipos necesarios para la producción y pos cosecha de los productos y equipos de oficina administrativa. Con un monto total de

**Cuadro N° 4.13 Inversión en instalaciones en la inversión fija del proyecto**

<b>INSTALACIONES</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Instalaciones eléctricas	dólares	\$ 10.00	5	\$ 50.00
Instalacion telefónica	dólares	\$ 10.00	2	\$ 20.00
Conexión Internet	dólares	\$ 1.00	40	\$ 40.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 110.00</b>

**FUENTE:** Investigación Propia.

**ELABORADO POR:** Las Autoras.

- **Inversión diferida.**

*Se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del Proyecto, no están sujetos a desgaste físico. Usualmente está conformada por Trabajos de investigación y estudios, gastos de organización y supervisión, gastos de puesta en marcha de la planta, gastos de administración, intereses, gastos de asistencia técnica y capacitación de personal, imprevistos, gastos en patentes y licencias, etc.<sup>53</sup>*

<sup>53</sup> MICTECNOLOGICO. INVERISION DIFERIDA. Disponible en:  
<http://www.mitecnologico.com/Main/InversionDiferida>

Cuadro N° 4.14 Inversión diferida del proyecto

<b>INVERSIÓN DIFERIDA</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>COSTO</b>
Gastos de Constitución	\$ 1,025.00
Certificación Orgánica inicial	\$ 4,350.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5,375.00</b>

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Las Autoras.

- **Gastos de constitución.**

Todo rubro necesario para poder tener los permisos legales necesarios para el funcionamiento del proyecto. Los cuales suman 1.025,00 dólares.

Cuadro N° 4.15 Costos de constitución en Inversión diferida del proyecto

<b>GASTOS DE CONSTITUCION</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>COSTO</b>
Aprobación de Constitución	\$ -
Publicación extracto	\$ -
Patente Municipal	\$ 120.00
Afiliación Cámara de comercio	\$ 200.00
Registro Mercantil	\$ -
Abogado	\$ 600.00
Permiso de Funcionamiento	\$ 55.00
Registro Sanitario	\$ 50.00
<b>Total</b>	<b>\$ 1,025.00</b>

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Las Autoras.

- **Certificación Orgánica inicial.**

Para poder comercializar el producto como orgánico es necesario certificar tanto los lotes de terreno como la producción. El terreno se lo certifica una sola vez

antes de iniciar la producción y es este valor el que se especifica dentro de la inversión diferida.

**Cuadro N° 4.16 Costos de Certificación orgánica de terrenos en Inversión diferida del proyecto**

<b>CERTIFICACIÓN ORGÁNICA</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Certificación terreno	Dólares/ha	\$ 350.00	12	\$ 4,200.00
Capacitación prod. Orgánica	Dólares	\$ 150.00	1	\$ 150.00
<b>Total</b>				<b>\$ 4,350.00</b>

**FUENTE:** Investigación Propia.

**ELABORADO POR:** Las Autoras

#### 4.3.2 Inversión en capital de trabajo.

*El Capital de Trabajo considera aquellos recursos que requiere el Proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios y, contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al Ciclo Productivo del Proyecto en su fase de funcionamiento. En otras palabras es el Capital adicional con el que se debe contar para que comience a funcionar el Proyecto, esto es financiar la producción antes de percibir ingresos.*

*En efecto, desde el momento que se compran insumos o se pagan sueldos, se incurren en gastos a ser cubiertos por el Capital de Trabajo en tanto no se obtenga ingresos por la venta del producto final. Entonces el Capital de Trabajo debe financiar todos aquellos requerimientos que tiene el Proyecto para producir un bien o servicio final. Entre estos requerimientos se tiene:*

*Materia Prima, Materiales directos e indirectos, Mano de Obra directa e indirecta, Gastos de Administración y comercialización que requieran salidas de dinero en efectivo. La Inversión en Capital de Trabajo se diferencia de la Inversión fija y diferida, porque estas ultimas pueden recuperarse a través de la depreciación y amortización diferida; por el contrario, el Capital de Trabajo no puede recuperarse por estos medios dada su naturaleza de circulante; pero puede resarcirse en su totalidad a la finalización del Proyecto.*<sup>54</sup>

**Cuadro N° 4.17 Inversión en capital de trabajo del proyecto**

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>COSTO</b>
Insumos Agrícolas	\$ 1,978.08
Materiales indirectos de producción	\$ 276.85
Gastos Indirectos	\$ 10,452.00
Sueldos y salarios	\$ 122,824.32
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 135,531.25</b>

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Las Autoras.

- **Insumos Agrícolas**

Todos aquellos insumos requeridos para la producción en campo de quinua y amaranto para las doce hectáreas del proyecto. Suma un total de 135.531,25 dólares.

<sup>54</sup> MICTECNOLOGICO. INVERISION DIFERIDA. Disponible en:  
<http://www.mitecnologico.com/Main/InversionCapitaldetrabajo>

**Cuadro N° 4.18 Insumos agrícolas en Inversión en capital de trabajo del proyecto**

INSUMOS AGRICOLAS					
DESCRIPCION	Unidad	Req.por Ha	Costo Unit.	N° Ha	Total
Semilla	Kg	13.6	\$ 4.40	12	\$ 718.08
Abono orgánico	sacos	30	\$ 2.50	12	\$ 900.00
Fertilizantes y plaguicidas	L	20	\$ 1.50	12	\$ 360.00
<b>Total Insumos Agrícolas</b>					<b>\$ 1,978.08</b>

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Las Autoras.

- **Materiales Indirectos de producción**

Estos materiales no son requeridos en la fase de producción, pero se los necesita para la presentación final del producto. Dando un total de 276,85 dólares.

**Cuadro N° 4.19 Materiales indirectos de producción en Inversión en capital de trabajo del proyecto**

MATERIALES INDIRECTOS						
DENOMINACION	UNIDAD	COSTO UNIT.	CANTIDAD			TOTAL
			Exportación	Mercado Interno	Total cantidad	
Sacos de propileno 50 Kg	sacos	\$ 0.250	577	12	589	\$ 147.29
Hilos de propileno	metros	\$ 0.012	577	12	589	\$ 7.07
Piola	metros	\$ 0.050			50	\$ 2.50
Lonas	metros	\$ 0.250			200	\$ 50.00
Herramientas de planta	unidades	\$ 10.000			7	\$ 70.00
<b>TOTAL</b>						<b>\$ 276.85</b>

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Las Autoras.

### 4.3.3 Financiamiento e inversión para el proyecto

La información que provienen los estudios de mercado y técnico ayuda a la definición de la cuantía monetaria de inversiones del proyecto, y de los distintos rubros que deben ser tomando en cuenta para poner en marcha el proyecto.

*El financiamiento en un proyecto consiste en las fuentes de financiamiento que se van a utilizar para conseguir los recursos que permitan financiar el proyecto; a través del financiamiento podremos establecer la estructura de financiamiento del proyecto, lo cual implica determinar el grado de participación de cada fuente de financiamiento. Entre las fuentes de financiamiento que se pueden utilizar para financiar un proyecto, pueden ser:*

*- Fuentes Internas*

*Es el uso de recursos propios o autogenerados, así tenemos: el aporte de socios, utilidades no distribuidas, incorporar a nuevos socios, etc.*

*- Fuentes Externas*

*Es el uso de recursos de terceros, es decir endeudamiento, así tenemos: préstamo bancario, crédito con proveedores, leasing, prestamistas, etc.<sup>55</sup>*

---

<sup>55</sup>

Cuadro N° 4.20 Tabla de amortización del préstamo para la implementación del proyecto.

TABLA DE AMORTIZACIÓN							
PRINCIPAL:	\$ 116,599.35	INTERES ANUAL: %	8.17	PERÍODO DE GRACIA (años)	1	PLAZO (años)	5
AÑOS	SEMESTRE	CAPITAL	INTERES	AMORTIZACIÓN	DIVIDENDOS	SALDO CAPITAL	
1	1	\$ 116,599.35	\$ 4,763.08		\$ 4,763.08	\$ 116,599.35	
	2	\$ 116,599.35	\$ 4,763.08		\$ 4,763.08	\$ 116,599.35	
2	3	\$ 116,599.35	\$ 4,763.08	\$ 12,616.00	\$ 17,379.09	\$ 103,983.35	
	4	\$ 103,983.35	\$ 4,247.72	\$ 13,131.37	\$ 17,379.09	\$ 90,851.99	
3	5	\$ 90,851.99	\$ 3,711.30	\$ 13,667.78	\$ 17,379.09	\$ 77,184.20	
	6	\$ 77,184.20	\$ 3,152.97	\$ 14,226.11	\$ 17,379.09	\$ 62,958.09	
4	7	\$ 62,958.09	\$ 2,571.84	\$ 14,807.25	\$ 17,379.09	\$ 48,150.84	
	8	\$ 48,150.84	\$ 1,966.96	\$ 15,412.12	\$ 17,379.09	\$ 32,738.72	
5	9	\$ 32,738.72	\$ 1,337.38	\$ 16,041.71	\$ 17,379.09	\$ 16,697.01	
	10	\$ 16,697.01	\$ 682.07	\$ 16,697.01	\$ 17,379.09	\$ 0.00	
A=		$P \times (1+i)^n \times i$ $(1+i)^n - 1$	\$ 17,379.09				

FUENTE: Investigación Propia  
ELABORADO POR: Las Autoras

- **Gastos Financieros**

Se define como aquellos gastos incurridos por la empresa o proyecto en la obtención de recursos financieros y que están representados por los intereses y primas sobre pagarés, bonos, etc. emitidos por la empresa.

**Cuadro N° 4.21 Gastos Financieros generados por el préstamo para la implementación del proyecto.**

<b>GASTOS FINANCIEROS</b>			
<b>AÑOS OPERACIÓN</b>	<b>INTERES PERIODO OPERACIÓN</b>	<b>AMORTIZACIÓN INTERES VIDA UTIL</b>	<b>CARGA ANUAL</b>
1	\$ 8,573.55	\$ 952.62	\$ 9,526.17
2	\$ 8,109.72	\$ 901.08	\$ 9,010.80
3	\$ 6,177.85	\$ 686.43	\$ 6,864.28
4	\$ 4,084.92	\$ 453.88	\$ 4,538.80
5	\$ 1,817.50	\$ 201.94	\$ 2,019.45

**FUENTE:** Investigación Propia.

**ELABORADO POR:** Las Autoras

#### 4.3.4 Plan de producción.

*El programa de producción se define en función de: las expectativas de venta y características técnicas de la empresa.*

*Las características básicas de un programa de producción son las siguientes:*

a. *El programa de producción es la conexión entre entorno, mercado y capacidad productiva de la empresa. De su sincronización*

*va a depender de la empresa ya que define la eficiencia de la asignación de recursos.*

*b. El programa de producción constituye el campo directivo más importante que tiene que resolverse para relacionar el entorno con el proceso productivo*

*c. Los programas de producción son los que deciden la utilización eficiente de las capacidades y las cualidades de todo el sistema productivo de la empresa.<sup>56</sup>*

En el plan de producción que se detalla a continuación consta los rendimientos proyectados para los cinco primeros años de vida del proyecto, con un índice de producción de 2,5 Tm por hectárea y por ciclo dato promedio de los rendimientos de quinua y amaranto que según literatura que manifiesta que son de 1 a 4 Tm por hectárea por ciclo.

Para poder tener una producción constante durante todo el año, se siembra por etapas 2 hectáreas por mes de tal modo de que a partir de la primera cosecha se va a tener producción.

Por ser un proyecto productivo agrícola en el primer año de puesto en marcha la producción empezara al séptimo mes puesto que ciclo productivo de de los productos en estudio es de seis meses en promedio.

Teniendo en el primer año una producción de una producción de 30.000 Kg de los cuales el 96,2% que corresponde a 28857,00 Kg son aptos para la exportación, el 2% que corresponde son destinados al mercado local, el 0,8% se lo destina para

---

<sup>56</sup> Echeverría García Santiago. 1993 "Teoría económica de la empresa". México D.F. pg. 363- 364.

la semilla con una cantidad de 243,00 Kg y el 1% de la producción se estima por pérdida en desperdicios cantidad igual a 300,00 Kg.

**Cuadro N° 4.22 Plan de producción para el primer año de vida del proyecto.**

DETALLE		UNIDAD	1 año												TOTAL
			1 semestre						2 semestre						
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Producción	100.0%	kilogramos	-	-	-	-	-	-	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	30,000.00
Apta para exportar	96.2%	kilogramos	-	-	-	-	-	-	4,809.50	4,809.50	4,809.50	4,809.50	4,809.50	4,809.50	28,857.00
No apta para exportar	2.0%	kilogramos	-	-	-	-	-	-	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	600.00
Semillas	0.8%	kilogramos	-	-	-	-	-	-	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	243.00
Desperdicio	1.0%	kilogramos	-	-	-	-	-	-	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	300.00
<b>TOTAL</b>									5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	30,000.00

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Las Autoras.

**Cuadro N° 4.23 Plan de producción para el segundo año de vida del proyecto.**

DETALLE		UNIDAD	2 año												TOTAL
			1 semestre						2 semestre						
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Producción	100.0%	kilogramos	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	60,000.00
Apta para exportar	96.2%	kilogramos	4,809.50	4,809.50	4,809.50	4,809.50	4,809.50	4,809.50	4,809.50	4,809.50	4,809.50	4,809.50	4,809.50	4,809.50	57,714.00
No apta para exportar	2.0%	kilogramos	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	1,200.00
Semillas	0.8%	kilogramos	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	486.00
Desperdicio	1.0%	kilogramos	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	600.00
<b>TOTAL</b>			5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	60,000.00

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Las Autoras.

**Cuadro N° 4.24 Plan de producción para el tercer año de vida del proyecto.**

DETALLE		UNIDAD	3 año												TOTAL
			1 semestre						2 semestre						
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Producción	100.0%	kilogramos	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	60,000.00
Apta para exportar	96.2%	kilogramos	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	57714.00
No apta para exportar	2.0%	kilogramos	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	1200.00
Semillas	0.8%	kilogramos	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	486.00
Desperdicio	1.0%	kilogramos	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	600.00
<b>TOTAL</b>			<b>5000.00</b>	<b>60000.00</b>											

FUENTE: Investigación Propia

ELABORADO POR: Las Autoras

**Cuadro N° 4.25 Plan de producción para el cuarto año de vida del proyecto.**

DETALLE		UNIDAD	4 año												TOTAL
			1 semestre						2 semestre						
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Producción	100.0%	kilogramos	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	60,000.00
Apta para exportar	96.2%	kilogramos	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	57714.00
No apta para exportar	2.0%	kilogramos	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	1200.00
Semillas	0.8%	kilogramos	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	486.00
Desperdicio	1.0%	kilogramos	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	600.00
<b>TOTAL</b>			<b>5000.00</b>	<b>60000.00</b>											

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Las Autoras.

Cuadro N° 4.26 Plan de producción para el quinto año de vida del proyecto.

DETALLE		UNIDAD	5 año												TOTAL
			1 semestre						2 semestre						
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Producción	100.0%	kilogramos	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	5000.00	60,000.00
Apta para exportar	96.2%	kilogramos	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	4809.50	57714.00
No apta para exportar	2.0%	kilogramos	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	1200.00
Semillas	0.8%	kilogramos	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	40.50	486.00
Desperdicio	1.0%	kilogramos	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	600.00
<b>TOTAL</b>			<b>5000.00</b>	<b>60000.00</b>											

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Las Autoras.

#### 4.3.5 Plan de ventas.

El plan de ventas es parte del proyecto “que concreta cuales son los objetivos de venta y especifica de qué forma se conseguirán cuantificándolos en el presupuesto”<sup>57</sup>

El plan de ventas está en función de la estructura y hábitos de la empresa, para empresas dedicadas a comercializar productos parte de las ventas por productos y sus variaciones para las diversas previsiones del producto.

*Para prever las ventas de un negocio nuevo o de un nuevo producto donde no hay experiencia previa ni histórica se debe recurrir a la investigación de mercados y a experiencia o situaciones de mercado similares.*<sup>58</sup>

El plan de ventas del proyecto contempla la producción apta para exportación, la producción destinada al mercado local, y aquella que no se destine para la y se encuentre categorizada como desperdicio.

El precio de venta se lo fijó en base al estudio de mercado de quinua y amaranto que se exporta desde el Ecuador, Perú y Bolivia que hacia los mercados de la Unión Europea que se encuentra en un promedio de 200 dólares la saca de 50 Kg. Con el fin de posicionar en estos mercados la producción de este proyecto se estableció un precio competitivo que se encuentra por debajo de los precios de

---

<sup>57</sup> HERRERA, Alonso. 2008. PLAN DE VENTAS. Disponible en:  
<http://www.slideshare.net/enriquehg123/plan-de-ventas>

<sup>58</sup> BEJARANO, Pedro. PRESUPUESTOS EMPRESARIALES. Disponible en:  
<http://www.slideshare.net/pbejaranov/presupuesto-de-ventas>

estos productos ya en mercado, pero que siguen representando utilidad en el proyecto y es de 150 dólares la saca de 50 Kg.

**Cuadro N° 4.27 Plan de ventas para el primer año de vida del proyecto.**

DETALLE	UNIDAD	1 AÑO												TOTAL
		1 SEMESTRE						2 SEMESTRE						
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>Mercado externo</b>														
Exportación a Alemania, Francia y España sacos de 50 Kg.	Sacos 50 Kg	-	-	-	-	-	-	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	577.14
Precio del mercado FOB	dólares	-	-	-	-	-	-	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 900.00
<b>Ingreso pro ventas externas</b>	<b>dólares</b>	-	-	-	-	-	-	<b>\$ 14,428.50</b>	<b>\$ 86,571.00</b>					
<b>Mercado Interno</b>														
Venta mayoristas sacos de 50 Kg.	Sacos 50 Kg	-	-	-	-	-	-	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	12.00
Precio mercado interno	dólares	-	-	-	-	-	-	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 450.00
<b>Ingreso por verntas internas</b>	<b>dólares</b>	-	-	-	-	-	-	<b>\$ 150.00</b>	<b>\$ 900.00</b>					
<b>TOTAL INGRESO POR ACTIVIDAD</b>	<b>dólares</b>	-	-	-	-	-	-	<b>\$ 14,578.50</b>	<b>\$ 87,471.00</b>					

FUENTE: Investigación Propia.  
ELABORADO POR: Las Autoras.

**Cuadro N° 4.28 Plan de ventas para el segundo año de vida del proyecto.**

DETALLE	UNIDAD	2 AÑO												TOTAL
		1 SEMESTRE						2 SEMESTRE						
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>Mercado externo</b>														
Exportación a Alemania, Francia y España sacos de 50 Kg.	Sacos 50 Kg	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	1,154.28
Precio del mercado FOB	dólares	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 1,800.00
<b>Ingreso pro ventas externas</b>	<b>dólares</b>	<b>\$ 14,428.50</b>	<b>\$ 173,142.00</b>											
<b>Mercado Interno</b>														
Venta mayoristas sacos de 50 Kg.	Sacos 50 Kg	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	1,200.00
Precio mercado interno	dólares	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 900.00
<b>Ingreso por verntas internas</b>	<b>dólares</b>	<b>\$ 7,500.00</b>	<b>\$ 90,000.00</b>											
<b>TOTAL INGRESO POR ACTIVIDAD</b>	<b>dólares</b>	<b>\$ 21,928.50</b>	<b>\$ 263,142.00</b>											

FUENTE: Investigación Propia.  
ELABORADO POR: Las Autoras.

**Cuadro N° 4.29 Plan de ventas para el tercer año de vida del proyecto.**

DETALLE	UNIDAD	3 AÑO												TOTAL
		1 SEMESTRE						2 SEMESTRE						
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>Mercado externo</b>														
Exportacion a Alemania, Francia y España sacos de 50 Kg.	Sacos 50 Kg	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	1,154.28
Precio del mercado FOB	dólares	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 1,800.00
Ingreso pro ventas externas	dólares	\$ 14,428.50	\$ 14,428.50	\$ 14,428.50	\$ 14,428.50	\$ 14,428.50	\$ 14,428.50	\$ 14,428.50	\$ 14,428.50	\$ 14,428.50	\$ 14,428.50	\$ 14,428.50	\$ 14,428.50	\$ 173,142.00
<b>Mercado Interno</b>														
Venta mayoristas sacos de 50 Kg.	Sacos 50 Kg	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	1,200.00
Precio mercado interno	dólares	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 900.00
Ingreso por verntas internas	dólares	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 90,000.00
<b>TOTAL INGRESO POR ACTIVIDAD</b>	<b>dólares</b>	<b>\$ 21,928.50</b>	<b>\$ 263,142.00</b>											

**FUENTE:** Investigación Propia.  
**ELABORADO POR:** Las Autoras.

**Cuadro N° 4.30 Plan de ventas para el cuarto año de vida del proyecto.**

DETALLE	UNIDAD	4 AÑO												TOTAL
		1 SEMESTRE						2 SEMESTRE						
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>Mercado externo</b>														
Exportacion a Alemania, Francia y España sacos de 50 Kg.	Sacos 50 Kg	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	1,154.28
Precio del mercado FOB	dólares	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 1,800.00
Ingreso pro ventas externas	dólares	\$ 14,428.50	\$ 14,428.50	\$ 14,428.50	\$ 14,428.50	\$ 14,428.50	\$ 14,428.50	\$ 14,428.50	\$ 14,428.50	\$ 14,428.50	\$ 14,428.50	\$ 14,428.50	\$ 14,428.50	\$ 173,142.00
<b>Mercado Interno</b>														
Venta mayoristas sacos de 50 Kg.	Sacos 50 Kg	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	1,200.00
Precio mercado interno	dólares	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 900.00
Ingreso por verntas internas	dólares	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 90,000.00
<b>TOTAL INGRESO POR ACTIVIDAD</b>	<b>dólares</b>	<b>\$ 21,928.50</b>	<b>\$ 263,142.00</b>											

**FUENTE:** Investigación Propia.  
**ELABORADO POR:** Las Autoras.

**Cuadro N° 4.31 Plan de ventas para el quinto año de vida del proyecto.**

DETALLE	UNIDAD	5 AÑO												TOTAL	
		1 SEMESTRE						2 SEMESTRE							
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
<b>Mercado externo</b>															
Exportacion a Alemania, Francia y España sacos de 50 Kg.	Sacos 50 Kg	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	96.19	1,154.28
Precio del mercado FOB	dólares	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 1,800.00
<b>Ingreso pro ventas externas</b>	<b>dólares</b>	<b>\$ 14,428.50</b>	<b>\$ 173,142.00</b>												
<b>Mercado Interno</b>															
Venta mayoristas sacos de 50 Kg.	Sacos 50 Kg	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	1,200.00
Precio mercado interno	dólares	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 900.00
<b>Ingreso por ventas internas</b>	<b>dólares</b>	<b>\$ 7,500.00</b>	<b>\$ 90,000.00</b>												
<b>TOTAL INGRESO POR ACTIVIDAD</b>	<b>dólares</b>	<b>\$ 21,928.50</b>	<b>\$ 263,142.00</b>												

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Las Autoras.

#### 4.3.6 Estado de pérdidas y ganancias.

*Es el que muestra los productos, rendimientos, ingresos, rentas, utilidades, ganancias, costos, gastos y pérdidas correspondientes a un periodo determinado, con objeto de computar la utilidad neta o la pérdida líquida obtenida durante dicho periodo. Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa.*<sup>59</sup>

El proyecto estima la situación financiera para los cinco primeros años, determinando que en el primer año el proyecto va a encontrarse con saldo negativo de - 53.739,53 dólares debido a que los seis primeros meses la quinua y amaranto se encuentran en fase de crecimiento y su producción durante este período no se registra ingresos por ventas.

A partir del el séptimo mes inician los ingresos por venta del producto por lo que a partir del segundo año la situación del proyecto cambia y la situación final de este año se encuentra con saldo positivo de 96.018,87 dólares, panorama semejante encontramos para el tercer, cuarto y quinto mes con 97.083,42 dólares, 98.820,08 dólares y 101.096,53 dólares, este aumento paulatino de las ganancias del proyecto se debe a que a medida que avanza el tiempo de vida del proyecto disminuye las responsabilidades adquiridas para la inversión inicial.

---

<sup>59</sup>DICCIONARIO ECONOMICO. Disponible en: [http://www.eco-finanzas.com/diccionario/E/ESTADO\\_DE\\_PERDIDAS\\_Y\\_GANANCIAS.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/E/ESTADO_DE_PERDIDAS_Y_GANANCIAS.htm)

Cuadro N° 4.32 Estado de pérdidas y ganancias del proyecto.

<b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ingresos Exportación	\$ 86,571.00	\$ 173,142.00	\$ 173,142.00	\$ 173,142.00	\$ 173,142.00
Ingresos Nacionales	\$ 900.00	\$ 90,000.00	\$ 90,000.00	\$ 90,000.00	\$ 90,000.00
Costos de operación	\$ 135,531.25	\$ 135,531.25	\$ 135,531.25	\$ 135,531.25	\$ 135,531.25
Margen Bruto	\$ (48,060.25)	\$ 127,610.75	\$ 127,610.75	\$ 127,610.75	\$ 127,610.75
Gastos generales	\$ 5,636.56	\$ 5,636.56	\$ 5,636.56	\$ 5,636.56	\$ 5,636.56
Utilidad Operacional	\$ (53,696.81)	\$ 121,974.19	\$ 121,974.19	\$ 121,974.19	\$ 121,974.19
gastos Financieros	\$ 9,526.17	\$ 9,010.80	\$ 6,864.28	\$ 4,538.80	\$ 2,019.45
Utilidad Líquida	\$ (63,222.98)	\$ 112,963.38	\$ 115,109.91	\$ 117,435.39	\$ 119,954.74
Utilidad 15% trabajadores	\$ (9,483.45)	\$ 16,944.51	\$ 17,266.49	\$ 17,615.31	\$ 17,993.21
Utilidad Antes de los imp	\$ (53,739.53)	\$ 96,018.87	\$ 97,843.42	\$ 99,820.08	\$ 101,961.53
Impuesto a la renta 25%	\$ 13,434.88	\$ 24,004.72	\$ 24,460.86	\$ 24,955.02	\$ 25,490.38
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ (67,174.42)</b>	<b>\$ 72,014.16</b>	<b>\$ 73,382.57</b>	<b>\$ 74,865.06</b>	<b>\$ 76,471.14</b>
<b>Rentabilidad antes Imp Rent</b>					
Sobre la inversión Total (%)	-27.65	49.41	50.35	51.37	52.47
Sobre los lng. por ventas (%)	-61.44	36.49	37.18	37.93	38.75

FUENTE: Investigación Propia.

ELABORADO POR: Las Autoras.

#### 4.3.7 Flujo de caja.

*Se conoce como flujo de efectivo o cash flow al estado de cuenta que refleja cuánto efectivo queda después de los gastos, los intereses y el pago al capital. El estado de flujo de efectivo, por lo tanto, es un estado contable que presenta información sobre los movimientos de efectivo y sus equivalentes.*

*Las actividades operativas, las inversiones y el financiamiento forman parte de las categorías del estado de flujo de efectivo. El flujo de caja operacional indica el efectivo recibido o gastado como resultado de las actividades básicas de la empresa.<sup>60</sup>*

El flujo de caja permite medir la viabilidad del proyecto ya que es la base del cálculo del Valor actual neto (VAN) y tasa interna de retorno (TIR).

El flujo de caja refleja que en el primer y segundo año al arranque no poseerá liquides mientras que a partir del tercer año el panorama cambia ya que se proyecta tener flujo de efectivo positivo. Así en el año uno y dos tendremos saldos desfavorables de 61.537,86 y 9.634,51 dólares respectivamente, al tercer, cuarto y quinto años se obtendrá un flujo positivo de 41.490,72; 313.424,25 y 312.510,98 dólares.

---

<sup>60</sup> DEFINICIÓN FLUJO DE EFECTIVO. Disponible en: <http://definicion.de/flujo-de-efectivo/>

**Cuadro N° 4.33 Flujo de caja operativo del proyecto.**

<b>FLUJO DE CAJA OPERATIVO</b>						
<b>DETALLE</b>	<b>AÑOS</b>					
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>A. FUENTES</b>	\$ 194,332.25	\$ 87,471.00	\$ 201,604.14	\$ 253,507.49	\$ 526,284.00	\$ 526,284.00
<b>1. EXTERNAS</b>						
Capital Propio	\$ 77,732.90					
Prestamo Bancario	\$ 116,599.35					
<b>2. INGRESOS VENTA QUINUA Y AMARANTO</b>		\$ 87,471.00	\$ 263,142.00	\$ 263,142.00	\$ 263,142.00	\$ 263,142.00
<b>3. SALDO AÑO ANTERIOR</b>			\$ (61,537.86)	\$ (9,634.51)	\$ 263,142.00	\$ 263,142.00
<b>B. USOS</b>	\$ 58,801.00	\$ 149,008.86	\$ 211,238.65	\$ 212,016.77	\$ 212,859.75	\$ 213,773.02
<b>1. INVERSIÓN FIJA</b>	\$ 53,426.00					
<b>2. INVERSIÓN DIFERIDA</b>	\$ 5,375.00					
<b>3. GASTOS DE OPERACIÓN</b>		\$ 135,531.25	\$ 135,531.25	\$ 135,531.25	\$ 135,531.25	\$ 135,531.25
<b>4. SERVICIO DEUDA</b>						
Intereses		\$ 9,526.17	\$ 9,010.80	\$ 6,864.28	\$ 4,538.80	\$ 2,019.45
Amortización de préstamo		0	\$ 25,747.37	\$ 27,893.89	\$ 30,219.37	\$ 32,738.72
Reparto de Utilidades (15%)		\$ (9,483.45)	\$ 16,944.51	\$ 17,266.49	\$ 17,615.31	\$ 17,993.21
Impuesto a la renta (25%)		\$ 13,434.88	\$ 24,004.72	\$ 24,460.86	\$ 24,955.02	\$ 25,490.38
<b>C. FLUJO DE CAJA (A-B)</b>	\$ (194,332.25)	\$ (61,537.86)	\$ (9,634.51)	\$ 41,490.72	\$ 313,424.25	\$ 312,510.98

**FUENTE:** Investigación Propia.

**ELABORADO POR:** Las Autoras.

#### 4.3.8 Cálculo de VAN y TIR.

- **Cálculo de Valor actual neto (VAN).**

*El método de valor presente es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión. Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.*

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

$V_t$  Representa los flujos de caja en cada periodo  $t$ .

$I_0$  Es el valor del desembolso inicial de la inversión.

$n$  Es el número de períodos considerado.

El tipo de interés es  $k$ . Si el proyecto no tiene riesgo, se tomará como referencia el tipo de la renta fija, de tal manera que con el VAN se estimará si la inversión es mejor que invertir en algo seguro, sin riesgo específico.<sup>61</sup>

**Cuadro N° 4.34 Cálculo del Valor Actual Neto del proyecto.**

CALCULO DEL VALOR NETO DEL PROYECTO						
DETALLE	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
C. FLUJO DE CAJA (A-B)	\$ (194,332.25)	\$ (61,537.86)	\$ (9,634.51)	\$ 41,490.72	\$ 313,424.25	\$ 312,510.98
INFLACION ANUAL	5.80%					
ACTUAL Y ESTIMADA	2.3%					
TASA DE DESCUENTO	10.0%					
<b>VAN=</b>	<b>\$ 181,052.14</b>					

**FUENTE:** Investigación Propia.

**ELABORADO POR:** Las Autoras.

<sup>61</sup> DICCIONARIO ECONÓMICO Disponible en: [http://www.eco-finanzas.com/diccionario/V/VALOR\\_PRESENTE\\_NETO.htm](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/V/VALOR_PRESENTE_NETO.htm)

- **Cálculo de Tasa interna de retorno (TIR).**

*Es el rédito de descuento que iguala el valor actual de los egresos con el valor futuro de los ingresos previstos, se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte. Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera a la tasa de corte, se le acepta; en caso contrario, se le rechaza. Indicador de la rentabilidad de un proyecto. Se define como el valor de la tasa de actualización que iguala entre sí las corrientes temporales de ingresos y costos. Es pues el umbral por encima y por debajo del cual las tasas de descuento utilizadas para el cálculo del valor neto actualizado hacen que este valor sea negativo o positivo.<sup>62</sup>*

**Cuadro N° 4.35 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno del proyecto.**

CALCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO						
DETALLE	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
C. FLUJO DE CAJA (A-B)	\$ (194,332.25)	\$ (61,537.86)	\$ (9,634.51)	\$ 41,490.72	\$ 313,424.25	\$ 312,510.98
INFLACION ANUAL	5.80%					
ACTUAL Y ESTIMADA	2.3%					
TASA DE DESCUENTO	10.0%					
TIR=	25%					

**FUENTE:** Investigación Propia.

**ELABORADO POR:** Las Autoras.

<sup>62</sup> DICCIONARIO ECONOMICO. Disponible en: <http://www.definicion.org/tasa-interna-de-retorno>

#### 4.3.9 Periodo de recuperación de la inversión.

Indica el Plazo en que la Inversión original se recupera con las Utilidades futuras.

El principio en que se basa este método es que, en tanto más corto sea el plazo de recuperación y mayor la duración del proyecto, mayor será el Beneficio que se obtenga. El periodo de recuperación se calcula mediante la siguiente fórmula.

$$\text{Periodo de recuperación} = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\text{Utilidad anual promedio (sin Depreciación)}}$$

**Cuadro N° 4.36 Período de recuperación de inversión del proyecto.**

<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSION</b>				
<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FLUJO NETO ACUMULADO</b>	<b>INVERSION GENERAL</b>	<b>% DE RECUPERA</b>
1	\$ (61,537.86)	\$ (61,537.86)	\$ 194,332.25	-31.67
2	\$ (9,634.51)	\$ (71,172.37)		-36.62
3	\$ 41,490.72	\$ (29,681.64)		-15.27
4	\$ 313,424.25	\$ 283,742.60		146.01
5	\$ 312,510.98	\$ 596,253.58		306.82

**FUENTE:** Investigación Propia.

**ELABORADO POR:** Las Autoras.

## CAPÍTULO V

## 5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1 CONCLUSIONES.

- La quinua y amaranto tienen un alto valor nutritivo según estudios realizados por organismos internacionales como la OMS, la FAO y la NASA; aunque su producción se ha extendido por varios lugares del mundo la su mayor centro de producción se encuentra en la zona andina de América en especial Bolivia, Perú y Ecuador siendo este ultimo el que menos ha desarrollado las potencialidades de producción. En el país las provincias de Chimborazo e Imbabura son las que lideran la producción aunque es evidente que su área productiva todavía puede extenderse datos que lo ha confirmado el último censo agropecuario. Las lugares de producción se encuentran principalmente en zonas pobres del país por lo que el incremento de la producción y exportación de estos productos promoverán el desarrollo de las mismas.
- La Unión Europea representa un nicho de mercado estratégico para productos ecuatorianos en la década de (2000-2009) el superávit en la balanza comercial a favor del Ecuador lo demuestra. Los mercados de Alemania, Francia y España se caracterizan por demandar productos saludables, con tendencia ecológica y Comercio Justo características que la quinua y el amaranto ofrecen, y que lo están aprovechando países vecinos como Perú y Bolivia pero su demanda no está totalmente satisfecha, hace unos años su compra solo se la podía realizar en tiendas especializadas pero su popularidad ha crecido y hoy se ofertan en las cadenas de súper e híper mercado y las que no lo tienen buscan abastecerse de estos productos, por esta razón Ecuador puede ingresar con estos mercados, esta razón se hace viable el proyecto de exportación hacia estos países.

- Los análisis financieros de los cinco primeros años de vida del proyecto reflejan que es un proyecto viable y rentable al ya que tenemos VAN positiva de 181.052,14 y la TIR alta con un 25%. Este es un proyecto a mediano plazo ya que tanto en los estados de situación y flujo de efectivo observamos que los saldos a favor los vamos a tener a partir del tercer año y el PRI refleja que al cuarto año vamos a recuperar la inversión inicial.

## 5.2 RECOMENDACIONES

Realizado el análisis en el presente proyecto de la exportación de quinua y amaranto a Alemania, Francia y España, se sugiere las siguientes recomendaciones:

- Incentivar el incremento del área de producción orgánica de manera que esta alcance mayores niveles de rendimiento tanto en volumen como en calidad en el Ecuador para que el pequeño productor ingrese a la economía mundial, en el caso del amaranto darle mayor atención ya que en la actualidad esta semilla se destaca en la cocina gourmet y es considerado el Caviar de la tierra. No es producto saturado es decir
- Aprovechar los programas de capacitación para agricultores ofrecidos por entes gubernamentales y no gubernamentales para difundir las características que debe tener la producción para poder ingresar a mercados tan exigentes como Alemania, Francia y España, para poder ser más competitivos frente a Perú y Bolivia.
- Desarrollar con Perú y Bolivia políticas de intercambio tecnológico en cuanto a la producción de quinua y amaranto en vista que estos tres países tienen potencialidades de producción y que el mercado externo cada vez incrementa su oferta

## BIBLIOGRAFÍA

### Libros:

1. Estudio sobre el funcionamiento de los grandes supermercados, tiendas departamentales y especializadas en la Unión Europea y las oportunidades para las exportaciones ecuatorianas Elaborado por: Felipe Macías Agerón Internacional, S.L. EUROPEAID/122728/D/SER/EC – LOTE 3
2. Proyecto de Grado, previo a los títulos de Ingeniera Comercial y Empresaria Especialización Finanzas, PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE QUINUA EN ECUADOR, por Paola Dolores Cazar Bohórquez, Harol Francisco Alava Riofrío, Guayaquil - Ecuador 2004
3. Salicines, Fernando. 2009 “Cadena agroalimentaria de la quinua y la maca peruana y su comercialización en el mercado español”. Tesis doctoral. Madrid Disponible en: [oa.upm.es/3085/1/FERNANDO\\_SALCINES\\_MINAYA.pdf](http://oa.upm.es/3085/1/FERNANDO_SALCINES_MINAYA.pdf)

### Revistas:

1. Consorcio ASECAL,S.L. y MERCURIO CONSULTORES, S.L.Contrato N°: 043/2007/LIR03/UE-PERU.Peralta, Eduardo 2008 “Situación actual de los productos andinos” Boletín divulgativo INIAP.
2. Dieta Atkins: Disponible en: [www.sanar.org](http://www.sanar.org)

3. Datos tomados del artículo "Valor nutritivo y uso de la quinua" Todo sobre la quinua pagina web: [http://laquinua.blogspot.com/2008/08/introduccion-valor-nutritivo-y-usos-de\\_02.html](http://laquinua.blogspot.com/2008/08/introduccion-valor-nutritivo-y-usos-de_02.html)
4. Estudio de Mercado para la Quínoa y la Kiwicha en Alemania, Proyecto de cooperación UE-PERÚ en materia de Asistencia Técnica Relativa al Comercio - Apoyo al Programa Estratégico Nacional de exportaciones ALA/2004/016-913
5. Estudio de Mercado para la Quínoa y la Kiwicha en Francia, Proyecto de cooperación UE-PERÚ en materia de Asistencia Técnica Relativa al Comercio - Apoyo al Programa Estratégico Nacional de exportaciones ALA/2004/016-913 Consorcio ASECAL,S.L. y MERCURIO CONSULTORES, S.L. Contrato N°: 043/2007/LIR03/UE-PERU
6. Extranjeros en España Boletín Informativo INE 2008 Disponible en: [www.ine.es/revistas/cifraine/cifine\\_ext0605.pdf](http://www.ine.es/revistas/cifraine/cifine_ext0605.pdf)
7. Iniap "TALLER FORTALECIMIENTO CADENA DE LA QUINUA". 2008
8. Jacobsen, S., S. Sherwood. 2002. Cultivo de Granos Andinos en Ecuador. Informe sobre los rubros quinua, chocho y amaranto. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Centro Internacional de la Papa (CIP), Catholic Relief Services (CRS). Quito, Ecuador.90 p.
9. Peralta, Eduardo. 2002. "Producción actual de la Quinua en el Ecuador". Boletines Divulgativos INIAP.

10. Realización de Estudios sobre Temas Sectoriales y de Comercio Internacional con la asistencia financiera de la Comisión Europea Ecuador Exporta CORPEI Periodo: 14/01/2008 – 21/02/2008, pdf

**Artículos de periódicos:**

1. Diario Hoy “CULTIVO DEL AMARANTO ES RENTABLE: CNF”  
Publicado el 22/Agosto/1990 Disponible en:  
<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/cultivo-del-amaranto-es-rentable-cnf-80779.html>
  
2. Quinoa, un potencial para la exportación, Publicado el 03/Enero/2012 | 00:09 HOY.COM.EC
  
3. Diario Hoy “AMARANTO: UN ALIMENTO PARA LOS ASTRONAUTAS”  
Publicado el 21/Abril/2008 Disponible en:  
<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/amaranto-un-alimento-para-los-astronautas-293692.html>
  
4. Diario Hoy “EL ECUADOR PIERDE OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN CON EL AMARANTO” Publicado el 04/Marzo/2010 | 00:08 Disponible en: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-ecuador-pierde-oportunidades-de-exportacion-con-el-amaranto-395703.html>
  
5. El Ecuador pierde oportunidades de exportación con el amaranto, Publicado el 04/Marzo/2010, HOY.COM.EC,  
<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-ecuador-pierde-oportunidades-de-exportacion-con-el-amaranto-395703.html>

**Documentos de Internet:**

1. Agencia peruana de cooperación internacional Comunidad Europea  
“Estudio de Mercado para la Quínoa y la Kiwicha en Alemania” Pagina  
14. Disponible en:  
[www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/.../46.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/.../46.pdf)
  
2. Agencia peruana de cooperación internacional Comunidad Europea  
“Estudio de Mercado para la Quínoa y la Kiwicha en Alemania” Pagina  
11 - 12. Disponible en:  
[www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/.../46.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/.../46.pdf)
  
3. Agencia peruana de cooperación internacional Comunidad Europea  
“Estudio de Mercado para la Quínoa y la Kiwicha en Francia” Pagina 9.  
Disponible en:  
[www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/.../49.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/.../49.pdf)
  
4. América Economía “EXPORTACIONES DE QUINUA PERUANA  
SUPERARÁN LOS US\$27M EN EL 2011” Lima Perú. Publicado en  
21/06/2011. Disponible en: <http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/exportaciones-de-quinua-peruana-superaran-los-us27m-en-el-2011>
  
5. Aranceles y Derechos a pagar en los países de la Unión Europea para la  
quinua y amaranto. [DG Fiscalidad y Unión Aduanera](#) [Taric](#) : 08/10/2011  
[www.exporthelp.europa.eu](http://www.exporthelp.europa.eu)
  
6. Centro de Información e Inteligencia Comercial ( CICO) Junio 2010  
Relación Ecuador – Unión Europea: Importancia para las exportaciones  
ecuatorianas, Disponible en:

<http://www.fedexpor.com/site/images/stories/Estudio%20relaciones%20UE%20Ecuador%20final%20%28resumen%29.pdf>

7. CORPEI 2008 “Estudio sobre el funcionamiento de los grandes supermercados, tiendas departamentales y especializadas en la UE y las oportunidades para las exportaciones ecuatorianas” Disponible en: [www.corpei.org](http://www.corpei.org)
8. CORPEI, relación comercial Ecuador – unión europea: importancia para las exportaciones ecuatorianas, Junio 2010, Disponible en: [http://agrytec.com/agricola/images/stories/precios/relaciones\\_ue\\_ecua\\_importaciones.pdf](http://agrytec.com/agricola/images/stories/precios/relaciones_ue_ecua_importaciones.pdf).
9. CIA World Factbook Disponible en: <http://www.indexmundi.com>
10. Datos de Exportaciones de Ecuador Obtenidos del Banco Central de Ecuador [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)
11. FAO “Aspectos económicos en la producción de quinua”. Disponible en: <http://www.rlc.fao.org/es/agricultura/produ/cdrom/contenido/libro03/cap10.htm>
12. INCOTERM <http://www.comercioexterior.com.ec/qs/content/incoterms-2010-vigentes-partir-del-01-ene-2011>.  
<http://bullexporter.com/descargas/h-Incoterms.jpg>
- 13 Instituto Ecuatoriano de Comercio Exterior IECE “Perfil de Mercado Quinua marzo 2010” Disponible en: [http://www.ibce.org.bo/documentos/perfil\\_mercado\\_quinuaCB10.pdf](http://www.ibce.org.bo/documentos/perfil_mercado_quinuaCB10.pdf)

Logística y Transporte para la exportación de Quinua y Amaranto. Logistic Network [www.ln-worldwide.com](http://www.ln-worldwide.com)

Procesos de registro en el Ecuador para Exportar  
[www.aduana.gov.ec/contenido/procExportar.html](http://www.aduana.gov.ec/contenido/procExportar.html)

Situación actual de la exportación de la quinua y amaranto ecuatoriana al mercado de España Fuente:  
[www.marm.es/es/...y.../presentacion\\_inmigracion\\_tcm7-7923.pdf](http://www.marm.es/es/...y.../presentacion_inmigracion_tcm7-7923.pdf)

## **ANEXOS**

ANEXO 1. Solicitud de Certificado Orgánico

 <b>SCS Oeko-Garantie GmbH</b> <b>Solicitud para la Certificación Orgánica</b>		SCS Oeko-Garantie... la Certificación Orgánica Alemania No. 1	
País: <u>                    </u> Nombre: <u>                    </u>		País: <u>                    </u> Nombre del solicitante: <u>                    </u>	
Por favor, llenar completamente - esta solicitud sirve de base para el cálculo de su oferta - - este paso es obligatorio, pero NO ES UN CONTRATO -			
<b>1. Información de la empresa</b>			
Dirección de la Compañía (Titular del contrato) <input type="checkbox"/> <b>SI es diferente a la Dirección donde SCS debe enviar el certificado.</b> <input type="checkbox"/>		Dirección del lugar de Inspección (si es diferente a la SI de producción) <input type="checkbox"/> <b>SI es diferente a la Dirección donde SCS debe enviar el certificado.</b> <input type="checkbox"/>	
Nombre de la Empresa: <u>                    </u> S.O.B. / Organización: <u>                    </u> Código postal / Ciudad: <u>                    </u> Dirección / Estado: <u>                    </u> País: <u>                    </u> GPS No. / Referencia geográfica: <u>                    </u>		Nombre de la Empresa: <u>                    </u> S.O.B. / Organización: <u>                    </u> Código postal / Ciudad: <u>                    </u> Dirección / Estado: <u>                    </u> País: <u>                    </u> GPS No. / Referencia geográfica: <u>                    </u>	
Contacto del propietario: Nombre: <u>                    </u> Teléfono: <u>                    </u> Correo: <u>                    </u> País: <u>                    </u> Email: <u>                    </u>		Persona responsable (si es diferente al propietario): Nombre: <u>                    </u> Teléfono: <u>                    </u> Correo: <u>                    </u> País: <u>                    </u> Email: <u>                    </u>	
Dirección del sitio de procesamiento (si pertenece a la compañía y si es diferente) <input type="checkbox"/>		Dirección del Centro de Almacenamiento / Export. (si pertenece a la compañía y si es diferente) <input type="checkbox"/>	
Nombre de la Empresa: <u>                    </u> S.O.B. / Organización: <u>                    </u> Código postal / Ciudad: <u>                    </u> Dirección / Estado: <u>                    </u> País: <u>                    </u> GPS No. / Referencia geográfica: <u>                    </u>		Nombre de la Empresa: <u>                    </u> S.O.B. / Organización: <u>                    </u> Código postal / Ciudad: <u>                    </u> Dirección / Estado: <u>                    </u> País: <u>                    </u> GPS No. / Referencia geográfica: <u>                    </u>	
Persona responsable (si es diferente al propietario): Nombre: <u>                    </u> Teléfono: <u>                    </u> Correo: <u>                    </u> País: <u>                    </u> Email: <u>                    </u>		Persona responsable (si es diferente al propietario): Nombre: <u>                    </u> Teléfono: <u>                    </u> Correo: <u>                    </u> País: <u>                    </u> Email: <u>                    </u>	

Nota: Si el solicitante no es el propietario legal de todas las instalaciones y/o unidades, por favor llenar el anexo "Lista de sub-unidades y almacenamiento". En el caso de la certificación NOP, las instalaciones de inspección y almacenamiento pueden quedar separadas y aisladas.

Doc ID: 0-ES\_09-101 | Versión: 06 | Fecha: May 2010 | Página: 1 / 4

 <b>SCS Oeko-Garantie GmbH</b> <b>Solicitud para la Certificación Orgánica</b>		SCS Oeko-Garantie... la Certificación Orgánica Alemania No. 1	
País: <u>                    </u> Nombre: <u>                    </u>		País: <u>                    </u> Nombre del solicitante: <u>                    </u>	
<b>2. Alcance de la Certificación</b>			
EU (Alemania - CE)	<input type="checkbox"/>	NOP (Alemania - EEUU)	<input type="checkbox"/>
GLOBALGAP	<input type="checkbox"/>	UTZ Certified	<input type="checkbox"/>
JAS (Alemania - Japón)		<input type="checkbox"/>	
Bio Suisse		<input type="checkbox"/>	
Demeter		<input type="checkbox"/>	
Naturland		<input type="checkbox"/>	
Otros estándares nacionales y/o privados: <u>                    </u>			
<b>3. Información sobre el proyecto</b>			
Agropecuario / Producción Individual	<input type="checkbox"/>	Post-cosecha (JAS)	<input type="checkbox"/>
Grupos con ICS	<input type="checkbox"/>	Re-empaquetado (JAS)	<input type="checkbox"/>
Producción Ganadera	<input type="checkbox"/>	Recepción directa	<input type="checkbox"/>
Exportación	<input type="checkbox"/>	Almacenamiento	<input type="checkbox"/>
Agropecuario	<input type="checkbox"/>	Agropecuario	<input type="checkbox"/>
¿Usted usa productos convencionales y orgánicos en la misma instalación? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			
<b>3.1. Sólo para Agricultura:</b> no relevante <input type="checkbox"/>			
Área total de producción agrícola (incluyendo áreas subsecuencial) (ha): <u>                    </u>			
Área total de producción agrícola agrícola (ha): <u>                    </u>			
<b>3.2. Sólo para Grupos (Ej. Agricultores, productores agrícolas, etc.):</b> no relevante <input type="checkbox"/>			
Número total de los miembros del grupo: <u>                    </u>			
¿Tiene personalidad jurídica (Ej. Cooperativa)? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			
¿Se encuentra implementado un Sistema de Control Interno (SCI)? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			
Número total de instalaciones: <u>                    </u>			
<b>3.3. Sólo para Recepción directa:</b> no relevante <input type="checkbox"/>			
Extensión total de (las) áreas de recepción y tamaño (ha, km²): <u>                    </u>			
Número total de las puntos de almacenamiento (capacidad): <u>                    </u>			
<b>3.4. Sólo para Agricultura:</b> no relevante <input type="checkbox"/>			
Número total de cuberos (incluyendo remanentes): <u>                    </u>			
Número total de subsecuencial de las instalaciones... (Cuberos subsecuencial de las instalaciones, etc.): <u>                    </u>			
<b>3.5. Comentarios sobre Producción Ganadera y/o Acuicultura:</b> no relevante <input type="checkbox"/>			

Doc ID: 0-ES\_09-101 | Versión: 06 | Fecha: May 2010 | Página: 2 / 4

 <b>SCS Oeko-Garantie GmbH</b> <b>Solicitud para la Certificación Orgánica</b>		SCS Oeko-Garantie... la Certificación Orgánica Alemania No. 1	
País: <u>                    </u> Nombre: <u>                    </u>		País: <u>                    </u> Nombre del solicitante: <u>                    </u>	
<b>4. Hoja(s) de la certificación</b>			
¿Se usó o planea usar agropecuario?	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	¿Se usó o planea usar post-cosecha?	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
¿De acuerdo con qué normativa se reportará? <u>                    </u>			
Resultado de la certificación, incluyendo el nombre y/o código de toda notificación de no conformidad o estado de la certificación: <u>                    </u>			
Por favor, listar (separación y estado) (logos de marcas de la agencia certificadora, etc.) de todos los productos agrícolas implementados: <u>                    </u>			
<b>5. Productos a certificarse</b>			
	Producto	ha	Cantidad esperada (ton)
1.			4
2.			7
3.			8
4.			8
5.			10
<b>6. Ubicación(es) de la(s) instalación(es)</b>			
Departamento (nacional, transnacional) más cercano: <u>                    </u>			
Distancia y tiempo estimado de viaje entre el departamento y la unidad principal más cercana: <u>                    </u>			
Disponibilidad, distancia y tiempo de viaje entre las instalaciones / sub-unidades: <u>                    </u>			
<small>Si el solicitante de la oferta no es el propietario legal de todas las instalaciones y/o unidades, por favor llenar el anexo "Lista de sub-unidades y almacenamiento". En el caso de la certificación NOP, las instalaciones de inspección y almacenamiento pueden quedar separadas y aisladas.</small>			
Lugar / Fecha: <u>                    </u>		Firma del propietario / Persona responsable: <u>                    </u>	
Sólo para uso interno de SCS DE Solicitud revisada y aprobada.			
Firma: <u>                    </u>		Nombre: <u>                    </u>	
Fecha: <u>                    </u>		Hamburg: <u>                    </u>	

Doc ID: 0-ES\_09-101 | Versión: 06 | Fecha: May 2010 | Página: 3 / 4

 <b>SCS Oeko-Garantie GmbH</b> <b>Solicitud para la Certificación Orgánica</b>		SCS Oeko-Garantie... la Certificación Orgánica Alemania No. 1	
País: <u>                    </u> Nombre: <u>                    </u>		País: <u>                    </u> Nombre del solicitante: <u>                    </u>	
<b>Información adicional para la certificación JAS</b>			
Por favor, completar TODOS los puntos (I)			
<b>7. Documentación</b>			
¿Tiene usted diseñado y actualizado el sistema de documentación? (Ej. Registro de campo, registros de procesamiento, etc.)	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	¿Tiene usted archivos, recibos de las compras (Ej. Insumos agrícolas, materia prima para procesamiento, etc.) y ventas de productos terminados?	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
¿Tiene usted por escrito Estándares de Control de Calidad o un Manual de Manejo de Calidad (MMC)?	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	¿Tiene usted Regulaciones escritas concernientes al manejo de irregularidades? (Ej. Datos de pérdidas, contaminación de productos orgánicos, etc.)	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
<b>8. Personal responsable</b>			
Número de personal en el manejo de la producción: <u>                    </u>			
Certificación y experiencia práctica (en años) del personal Gerente de Producción (Ej. Agricultor o persona responsable del procesamiento): <u>                    </u>			
Número de personal responsable del control de calidad - si aplica: <u>                    </u>			
Certificación y experiencia práctica (en años) del Gerente de Calidad - si aplica: <u>                    </u>			
Las personas responsables ¿han participado ya en un entrenamiento sobre el estándar JAS orgánico? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO			
Lugar / Fecha: <u>                    </u>		Firma del propietario / Persona responsable: <u>                    </u>	
Sólo para uso interno de SCS DE Resultado de la Verificación JAS: (a) operado/proyecto es...			
<input type="checkbox"/> Recomendado para una certificación JAS			
<input type="checkbox"/> NO recomendado para una certificación JAS			
<input type="checkbox"/> Está recomendado para una certificación JAS con (las) siguiente(s) condición(es): <u>                    </u>			
Firma: <u>                    </u>		Hamburg: <u>                    </u>	
Fecha: <u>                    </u>		Fecha: <u>                    </u>	

Doc ID: 0-ES\_09-101 | Versión: 06 | Fecha: May 2010 | Página: 4 / 4

ANEXO 2. Formulario de Solicitud RUC

 <b>REPUBLICA DEL ECUADOR</b> SERVICIO DE RENTAS INTERNAS FORMULARIO RUC 01 - A		INSCRIPCION Y ACTUALIZACION REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES RUC SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PUBLICO		ORIGINAL - SRI www.sri.gov.ec	
<b>A. IDENTIFICACION Y UBICACION DE LA SOCIEDAD</b>					
01 NACION O IDENTIFICACION SOCIAL					
02 NACIONALIDAD DE LA SOCIEDAD				03 NOMBRE COMERCIAL	
04 PROVINCIA		05 CANTON		06 PARROQUIA	
07 CALLE/CALLEJON		08 NUMERO		09 CALLE	
10 IDENTIFICACION/UBICACION		11 CONJUNTO		12 PLAZA	
13 OFICINA O CENTRO COMERCIAL		14 No. DE OFICINA		15 CARACTERES	
16 CAMBIO		17 REFERENCIA		18 No.	
19 TELEFONO F		20 TELEFONO D		21 TELEFONO I	
22 CELULAR		23 MOVILIDAD FONIA		24 EMAIL	
<b>B. ORDEN DE LA SOCIEDAD</b>					
25 ORIGEN (Ejemplo en español)		26 RAZON SOCIAL SOCIEDAD PUBLICA/OTRA / ENTIDAD		27 RUC	
28 CONSTITUCION		29		30	
31 FUSION		32		33	
34 REORGANIZACION		35		36	
<b>C. DATOS DE CONSTITUCION DE LA SOCIEDAD</b>					
37 FECHA DE CONSTITUCION		38 TIPO DE SOCIEDAD		39 No. EMPRESAS SUJETA DE LEY	
40 No. de acciones o participaciones		41 No. acciones o participaciones		42 No. PARTICIPACION	
43 No. de acciones o participaciones		44 CARACTER DE EMISOR		45	
46 CAPITAL SUSCRITO		47		48	
49 NOMBRE DEL CONTADOR		50		51	
<b>D. IDENTIFICACION Y UBICACION DEL REPRESENTANTE LEGAL / JEFE DE ENTIDAD</b>					
52 APELLIDO Y NOMBRES COMPLETOS				53 D. I. O. PASAPORTE	
54 NACIONALIDAD		55 CIUDAD QUE REPRESENTA		56 REGION DE NOMBRAMIENTO	
57 No. de identificación		58 PROVINCIA		59 No.	
60 CANTON		61 PARROQUIA		62 CALLE	
63 NUMERO		64 IDENTIFICACION		65 TELEFONO	
66 REFERENCIA		67		68 EMAIL	
<b>E. IDENTIFICACION Y UBICACION DEL REPRESENTANTE GENERAL (O DE QUIEN HAGA SUS VECES)</b>					
69 APELLIDO Y NOMBRES COMPLETOS				70 D. I. O. PASAPORTE	
71 NACIONALIDAD		72 CIUDAD QUE REPRESENTA		73 REGION DE NOMBRAMIENTO	
74 No. de identificación		75 PROVINCIA		76 No.	
77 CANTON		78 PARROQUIA		79 CALLE	
80 NUMERO		81 IDENTIFICACION		82 TELEFONO	
83 REFERENCIA		84		85 EMAIL	
<b>F. ACCIONES Y ACCION</b>					
86 RAZON SOCIAL Y APELLIDO Y NOMBRES COMPLETOS		87 NACIONALIDAD		88 IDENTIFICACION	
89 No. de acciones o participaciones		90 No. de acciones o participaciones		91 No. de acciones o participaciones	
92 No. de acciones o participaciones		93 No. de acciones o participaciones		94 No. de acciones o participaciones	
95 No. de acciones o participaciones		96 No. de acciones o participaciones		97 No. de acciones o participaciones	
98 No. de acciones o participaciones		99 No. de acciones o participaciones		100 No. de acciones o participaciones	
<b>G. ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL</b>					
101 DESCRIPCION ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL					
<b>H. INFORMACION ADICIONAL DE LA SOCIEDAD</b>					
102 ES SOCIEDAD FINANCIERA DETALLES DE CREDITO		103		104	
105 ES UNA EMPRESA PUBLICA		106		107	
108 ES UN FONDO DE INVERSIÓN		109		110	

### ANEXO 3. Formulario Registro de Operador de Comercio Exterior como exportador.

Tipo de Operador		EXPORTADOR	
Sector		Exportador	
Código SICE asignado		<small>Si es Maquiladora no tomar en cuenta este campo. Si es Importador o Exportador Ingresar su RUC vigente.</small>	
<b>CLAVE ACCESO</b>			
Clave de Acceso temporal		<small>La clave ingresada le servirá para acceder al SICE por primera vez.</small>	
Confirmación Clave de Acceso			
<b>DATOS GENERALES</b>			
Tipo de Identificación		RUC	
Número RUC			
<b>RAZON SOCIAL / APELLIDOS Y NOMBRES</b>			
<b>REPRESENTANTE LEGAL</b>			
Primer Apellido	Segundo Apellido	Nombres	Cargo
Tipo de Documento		Nro. de Documento	
RUC			
<b>CONTACTO</b>			
Primer Apellido	Segundo Apellido	Nombres	Cargo
Tipo de Documento		Nro. de Documento	
RUC			
<b>DIRECCION</b>			
OBSERVACIONES (Agentes Navieros deben detallar las Lineas con las que operan)			
Ciudad	Teléfono 1	Teléfono 2	Fax
ALAMOR			
E-mail:			
<b>PERSONAL AUTORIZADO A REALIZAR INTERCAMBIO ELECTRONICO DE DATOS</b>			
<b>Agrega Autorizado</b>			
Primer Apellido	Segundo Apellido	Nombres	Cargo
Tipo de Documento		Nro. de Documento	
RUC			
Eliminar			
<b>DATOS TECNICOS Y DE SISTEMAS</b>			
¿Cuenta con Infraestructura Tecnológica? Computador Pentium , conexión a Internet , etc.)		SI NO	
<b>SOFTWARE DE GENERACION DE DATOS</b>			
Desarrollado por un proveedor		Desarrolla Propio	
<b>NOMBRE DEL PROVEEDOR DEL SOFTWARE</b>			

## ANEXO 4. Solicitud de Concesión/Reinicio de Claves



**SOLICITUD DE CONCESIÓN O REINICIO DE CLAVE DEL OPERADOR DE COMERCIO EXTERIOR (OCE)**

Fecha:...../...../.....

Señor  
 Director General  
 Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

*Atención: Dirección de Atención al Usuario*

Yo,..... con cédula de ciudadanía, identidad o pasaporte No. ...., en mi calidad de representante legal de ..... con RUC No....., domicilio tributario en la ciudad de..... calle principal..... No..... intersección..... edificio ..... piso....., oficina....., No teléfono....., con pleno conocimiento de las responsabilidades en que podría incurrir por falsedad o engaño y según la Resolución No. G-G-0310 del 12 de Mayo de 2010, solicito a usted se autorice la CONCESIÓN  o REINICIO  de la clave para poder realizar mis actividades relacionadas al comercio exterior en el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE) como:.....

Además indico que tengo..... establecimiento/s y el principal es en la ciudad de..... calle principal..... No..... intersección..... edificio....., piso....., oficina....., No. teléfonos:.....

Agradeciendo por la atención a la presente,

Atentamente,

\_\_\_\_\_  
 Firma OCE

Nota: adjunto a esta solicitud copia x colores de mi cédula de ciudadanía, identidad o pasaporte.

*Si en caso de Reinicio de Clave usted autoriza a un tercero a recibir la clave, debe de hacer autenticar la firma del mismo ante un Notario Público al reverso de esta solicitud y adjuntar copia a colores del autorizado.*

Autorizo a..... No. de Cédula..... retirar mi clave del SICE.

\_\_\_\_\_  
 Firma OCE

\_\_\_\_\_  
 Firma Autorizado

ANEXO 5. DUA de exportación.

COMUNIDAD EUROPEA		SOBRANO		1 DECLARACION		A ADUANA DE EXPORTACION/EXPORTACION		
1 Exportador / Exportador	1.1 Nombre y apellidos o razón social y la dirección completa del exportador o expedidor (incluyendo su domicilio social). A continuación de "D", indicar de manera alfabética la identificación fiscal (CIF) otorgada por la administración española. Deberá ser el mismo que el el poder de disposición de la mercancía personal o una persona física o jurídica no residente en la UE, deberá figurar como expedidor la persona o entidad responsable en este sentido (artículo 132 del R.CE 2474/91).		2.1 Nombre y apellidos o razón social y la dirección completa de la persona a la que se dirige la mercancía. En consecuencia, se podrá omitir o consignar la cédula con los datos correspondientes al declarante de dicha forma en exportación, en que se menciona el domicilio de la mercancía que se consigna en el poder o la que figura el expedidor. A continuación de "D", deberá indicarse el CIF del declarante de la mercancía (artículo 132 del R.CE 2474/91) o el "D" en NIF.		3.1 De incluir el nombre por ser objeto de carga, en el caso de que se trate de mercancía.		7. Número de referencia	
	3. Destinatario		4. Responsables financieros		10. País de origen		11. País de destino	
	4. Declarante / Representante		5. País de exportación / exportación		12. País de origen		13. País de destino	
	5. Identidad y nacionalidad medio transporte a la carga		6. Identidad y nacionalidad medio transporte por vía aérea		14. Códigos de origen		15. Tipo de carga	
	6. Identidad y nacionalidad medio transporte por vía marítima		7. Identidad y nacionalidad medio transporte por vía terrestre		16. Tipo de mercancía y destino		17. Tipo de mercancía	
	7. Medio transporte		8. Medio transporte		18. Fecha de expedición y destino		19. Fecha de expedición y destino	
	8. Admisión de carga		9. Lugar de expedición		20. Fecha de expedición y destino		21. Código de las mercancías	
	9. Si es diferente de la oficina de exportación		10. Lugar en el que se encuentra		22. País		23. Código de las mercancías	
	10. Datos y descripción de las mercancías		11. Número de unidad, estado, marca y numeración, de transporte (CARGO)		24. País		25. Código de las mercancías	
	11. Instrucciones especiales / Documentos especiales / Certificados y autorizaciones		12. Instrucciones especiales / Documentos especiales / Certificados y autorizaciones		26. País		27. Código de las mercancías	
12. Clase de los efectos		13. Base impositiva		28. País		29. Código de las mercancías		
13. Descripción principal		14. Descripción principal		30. País		31. Código de las mercancías		
14. Admisión de carga (prevista y NIF)		15. Lugar y fecha		32. País		33. Código de las mercancías		
15. Fecha		16. Lugar y fecha		34. País		35. Código de las mercancías		
16. CONTROL POR LA ADUANA DE PARTIDA		17. Fecha		36. País		37. Código de las mercancías		
17. Descripción		18. Descripción		38. País		39. Código de las mercancías		
18. Descripción		19. Descripción		39. País		40. Código de las mercancías		
19. Descripción		20. Descripción		40. País		41. Código de las mercancías		
20. Descripción		21. Descripción		41. País		42. Código de las mercancías		
21. Descripción		22. Descripción		42. País		43. Código de las mercancías		
22. Descripción		23. Descripción		43. País		44. Código de las mercancías		
23. Descripción		24. Descripción		44. País		45. Código de las mercancías		
24. Descripción		25. Descripción		45. País		46. Código de las mercancías		
25. Descripción		26. Descripción		46. País		47. Código de las mercancías		
26. Descripción		27. Descripción		47. País		48. Código de las mercancías		
27. Descripción		28. Descripción		48. País		49. Código de las mercancías		
28. Descripción		29. Descripción		49. País		50. Código de las mercancías		
29. Descripción		30. Descripción		50. País		51. Código de las mercancías		
30. Descripción		31. Descripción		51. País		52. Código de las mercancías		
31. Descripción		32. Descripción		52. País		53. Código de las mercancías		
32. Descripción		33. Descripción		53. País		54. Código de las mercancías		
33. Descripción		34. Descripción		54. País		55. Código de las mercancías		
34. Descripción		35. Descripción		55. País		56. Código de las mercancías		
35. Descripción		36. Descripción		56. País		57. Código de las mercancías		
36. Descripción		37. Descripción		57. País		58. Código de las mercancías		
37. Descripción		38. Descripción		58. País		59. Código de las mercancías		
38. Descripción		39. Descripción		59. País		60. Código de las mercancías		
39. Descripción		40. Descripción		60. País		61. Código de las mercancías		
40. Descripción		41. Descripción		61. País		62. Código de las mercancías		
41. Descripción		42. Descripción		62. País		63. Código de las mercancías		
42. Descripción		43. Descripción		63. País		64. Código de las mercancías		
43. Descripción		44. Descripción		64. País		65. Código de las mercancías		
44. Descripción		45. Descripción		65. País		66. Código de las mercancías		
45. Descripción		46. Descripción		66. País		67. Código de las mercancías		
46. Descripción		47. Descripción		67. País		68. Código de las mercancías		
47. Descripción		48. Descripción		68. País		69. Código de las mercancías		
48. Descripción		49. Descripción		69. País		70. Código de las mercancías		
49. Descripción		50. Descripción		70. País		71. Código de las mercancías		
50. Descripción		51. Descripción		71. País		72. Código de las mercancías		
51. Descripción		52. Descripción		72. País		73. Código de las mercancías		
52. Descripción		53. Descripción		73. País		74. Código de las mercancías		
53. Descripción		54. Descripción		74. País		75. Código de las mercancías		
54. Descripción		55. Descripción		75. País		76. Código de las mercancías		
55. Descripción		56. Descripción		76. País		77. Código de las mercancías		
56. Descripción		57. Descripción		77. País		78. Código de las mercancías		
57. Descripción		58. Descripción		78. País		79. Código de las mercancías		
58. Descripción		59. Descripción		79. País		80. Código de las mercancías		
59. Descripción		60. Descripción		80. País		81. Código de las mercancías		
60. Descripción		61. Descripción		81. País		82. Código de las mercancías		
61. Descripción		62. Descripción		82. País		83. Código de las mercancías		
62. Descripción		63. Descripción		83. País		84. Código de las mercancías		
63. Descripción		64. Descripción		84. País		85. Código de las mercancías		
64. Descripción		65. Descripción		85. País		86. Código de las mercancías		
65. Descripción		66. Descripción		86. País		87. Código de las mercancías		
66. Descripción		67. Descripción		87. País		88. Código de las mercancías		
67. Descripción		68. Descripción		88. País		89. Código de las mercancías		
68. Descripción		69. Descripción		89. País		90. Código de las mercancías		
69. Descripción		70. Descripción		90. País		91. Código de las mercancías		
70. Descripción		71. Descripción		91. País		92. Código de las mercancías		
71. Descripción		72. Descripción		92. País		93. Código de las mercancías		
72. Descripción		73. Descripción		93. País		94. Código de las mercancías		
73. Descripción		74. Descripción		94. País		95. Código de las mercancías		
74. Descripción		75. Descripción		95. País		96. Código de las mercancías		
75. Descripción		76. Descripción		96. País		97. Código de las mercancías		
76. Descripción		77. Descripción		97. País		98. Código de las mercancías		
77. Descripción		78. Descripción		98. País		99. Código de las mercancías		
78. Descripción		79. Descripción		99. País		100. Código de las mercancías		
79. Descripción		80. Descripción		100. País		101. Código de las mercancías		
80. Descripción		81. Descripción		101. País		102. Código de las mercancías		
81. Descripción		82. Descripción		102. País		103. Código de las mercancías		
82. Descripción		83. Descripción		103. País		104. Código de las mercancías		
83. Descripción		84. Descripción		104. País		105. Código de las mercancías		
84. Descripción		85. Descripción		105. País		106. Código de las mercancías		
85. Descripción		86. Descripción		106. País		107. Código de las mercancías		
86. Descripción		87. Descripción		107. País		108. Código de las mercancías		
87. Descripción		88. Descripción		108. País		109. Código de las mercancías		
88. Descripción		89. Descripción		109. País		110. Código de las mercancías		
89. Descripción		90. Descripción		110. País		111. Código de las mercancías		
90. Descripción		91. Descripción		111. País		112. Código de las mercancías		
91. Descripción		92. Descripción		112. País		113. Código de las mercancías		
92. Descripción		93. Descripción		113. País		114. Código de las mercancías		
93. Descripción		94. Descripción		114. País		115. Código de las mercancías		
94. Descripción		95. Descripción		115. País		116. Código de las mercancías		
95. Descripción		96. Descripción		116. País		117. Código de las mercancías		
96. Descripción		97. Descripción		117. País		118. Código de las mercancías		
97. Descripción		98. Descripción		118. País		119. Código de las mercancías		
98. Descripción		99. Descripción		119. País		120. Código de las mercancías		
99. Descripción		100. Descripción		120. País		121. Código de las mercancías		
100. Descripción		101. Descripción		121. País		122. Código de las mercancías		
101. Descripción		102. Descripción		122. País		123. Código de las mercancías		
102. Descripción		103. Descripción		123. País		124. Código de las mercancías		
103. Descripción		104. Descripción		124. País		125. Código de las mercancías		
104. Descripción		105. Descripción		125. País		126. Código de las mercancías		
105. Descripción		106. Descripción		126. País		127. Código de las mercancías		
106. Descripción		107. Descripción		127. País		128. Código de las mercancías		
107. Descripción		108. Descripción		128. País		129. Código de las mercancías		
108. Descripción		109. Descripción		129. País		130. Código de las mercancías		
109. Descripción		110. Descripción		130. País		131. Código de las mercancías		
110. Descripción		111. Descripción		131. País		132. Código de las mercancías		
111. Descripción		112. Descripción		132. País		133. Código de las mercancías		
112. Descripción		113. Descripción		133. País		134. Código de las mercancías		
113. Descripción		114. Descripción		134. País		135. Código de las mercancías		
114. Descripción		115. Descripción		135. País		136. Código de las mercancías		
115. Descripción		116. Descripción		136. País		137. Código de las mercancías		
116. Descripción		117. Descripción		137. País		138. Código de las mercancías		
117. Descripción		118. Descripción		138. País		139. Código de las mercancías		
118. Descripción		119. Descripción		139. País		140. Código de las mercancías		
119. Descripción		120. Descripción		140. País		141. Código de las mercancías		
120. Descripción		121. Descripción		141. País		142. Código de las mercancías		
121. Descripción		122. Descripción		142. País		143. Código de las mercancías		
122. Descripción		123. Descripción		143. País		144. Código de las mercancías		
123. Descripción		124. Descripción		144. País		145. Código de las mercancías		
124. Descripción		125. Descripción		145. País		146. Código de las mercancías		
125. Descripción		126. Descripción		146. País		147. Código de las mercancías		
126. Descripción		127. Descripción		147. País		148. Código de las mercancías		
127. Descripción		128. Descripción		148. País		149. Código de las mercancías		
128. Descripción		129. Descripción		149. País		150. Código de las mercancías		
129. Descripción		130. Descripción		150. País		151. Código de las mercancías		
130. Descripción		131. Descripción		151. País		152. Código de las mercancías		
131. Descripción		132. Descripción		152. País		153. Código de las mercancías		
132. Descripción		133. Descripción		153. País		154. Código de las mercancías		
133. Descripción		134. Descripción		154. País		155. Código de las mercancías		
134. Descripción		135. Descripción		155. País		156. Código de las mercancías		
135. Descripción		136. Descripción		156. País		157. Código de las mercancías		
136. Descripción		137. Descripción		157. País		158. Código de las mercancías		
137. Descripción		138. Descripción		158. País		159. Código de las mercancías		
138. Descripción		139. Descripción		159. País		160. Código de las mercancías		
139. Descripción		140. Descripción		160. País		161. Código de las mercancías		
140. Descripción		141. Descripción		161. País		162. Código de las mercancías		
141. Descripción		142. Descripción		162. País		163. Código de las mercancías		
142. Descripción		143. Descripción		163. País		164. Código de las mercancías		
143. Descripción		144. Descripción		164. País		165. Código de las mercancías		
144. Descripción		145. Descripción		165. País		166. Código de las mercancías		
145. Descripción		146. Descripción		166. País		167. Código de las mercancías		
146. Descripción		147. Descripción		167. País		168. Código de las mercancías		
147. Descripción		148. Descripción		168. País		169. Código de las mercancías		
148. Descripción		149. Descripción		169. País		170. Código de las mercancías		
149. Descripción		150. Descripción		170. País		171. Código de las mercancías		
150. Descripción		151. Descripción		171. País		172. Código de las mercancías		
151. Descripción		152. Descripción		172. País		173. Código de las mercancías		
152. Descripción		153. Descripción		173. País		174. Código de las mercancías		
153. Descripción		154. Descripción		174. País		175. Código de las mercancías		
154. Descripción		155. Descripción		175. País		176. Código de las mercancías		
155. Descripción		156. Descripción		176. País		177. Código de las mercancías		
156. Descripción		157. Descripción		177. País		178. Código de las mercancías		
157. Descripción		158. Descripción		178. País		179. Código de las mercancías		
158. Descripción		159. Descripción		179. País		180. Código de las mercancías		
159. Descripción		160. Descripción		180. País		181. Código de las mercancías		
160. Descripción		161. Descripción		181. País		182. Código de las mercancías		
161. Descripción		162. Descripción		182. País		183. Código de las mercancías		
162. Descripción		163. Descripción		183. País		184. Código de las mercancías		
163. Descripción		164. Descripción		184. País		185. Código de las mercancías		
164. Descripción		165. Descripción		185. País		186. Código de las mercancías		
165. Descripción		166. Descripción		186. País		187. Código de las mercancías		
166. Descripción		167. Descripción		187. País		188. Código de las mercancías		
167. Descripción		168. Descripción		188. País		189. Código de las mercancías		
168. Descripción		169. Descripción		189. País		190. Código de las mercancías		
169. Descripción		170. Descripción		190. País		191. Código de las mercancías		
170. Descripción		171. Descripción		191. País		192. Código de las mercancías		
171. Descripción		172. Descripción		192. País		193. Código de las mercancías		
172. Descripción		173. Descripción		193. País		194. Código de las mercancías		
173. Descripción		174. Descripción		194. País		195. Código de las mercancías		
174. Descripción		175. Descripción		195. País		196. Código de las mercancías		
175. Descripción		176. Descripción		196. País		197. Código de las mercancías		
176. Descripción		177. Descripción		197. País		198. Código de las mercancías		
177. Descripción		178. Descripción		198. País		199. Código de las mercancías		
178. Descripción		179. Descripción		199. País		200. Código de las mercancías		
179. Descripción		180. Descripción		200. País		201. Código de las mercancías		
180. Descripción		181. Descripción		201. País		202. Código de las mercancías		
181. Descripción		182. Descripción		202. País		203. Código de las mercancías		
182. Descripción		183. Descripción		203. País				





## ANEXO 8. Certificado de Registro Sanitario.

	
<b>REPÚBLICA DEL ECUADOR</b> <b>MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA</b> <b>INSTITUTO NACIONAL DE HIGIENE Y MEDICINA TROPICAL</b> <b>"LEOPOLDO IZQUIETA PÉREZ"</b>	
<b>FORMULARIO ÚNICO DE SOLICITUD DE REGISTRO SANITARIO</b> <b>PARA PRODUCTOS ALIMENTICIOS EXTRANJEROS</b>	
No de Trámite: _____	
CIUDAD Y FECHA: _____	
DATOS DEL FABRICANTE:	
Dirección: _____	
(País) (Ciudad) (Teléfono, Fax, Correo electrónico, E-mail)	
DATOS DEL SOLICITANTE:	
Nombre o razón social: _____ Persona Natural <input type="checkbox"/> Persona Jurídica <input type="checkbox"/>	
Dirección: _____	
Provincia: _____	Ciudad: _____
Parroquia: _____	Sector: _____
Calle (s): _____	Numero: _____
Teléfono (s): _____	Fax: _____
Otros (e-mail, correo electrónico, etc.): _____	
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	
Nombre y Marca(s) comercial(es): _____	
Fórmula cuali-cuantitativa: _____	
(Presentar en orden decreciente)	
_____	
_____	
_____	
Número de Lote: _____	
Fecha de elaboración: _____	Fecha de vencimiento: _____
Formas de presentación: Envase interno: _____	
Envase externo: _____	
Contenido (en Unidades del Sistema Internacional): _____	
Condiciones de Conservación: _____	
Adjunto los siguientes requisitos establecidos en la Legislación Sanitaria Ecuatoriana vigente:	
1.- a) Certificado de Constitución, existencia y representación Legal de la entidad solicitante	<input type="checkbox"/>
b) Cédula de Identidad	<input type="checkbox"/>
2.- Certificado de Libre Venta Original y Consularizado en el país de origen y la consularía, si el caso lo requiere	<input type="checkbox"/>
3.- Certificado de análisis del producto extranjero otorgado por la autoridad de salud o la autoridad competente del país de origen; o, por el propio fabricante siendo necesario en este último caso que el certificado venga notariado desde el país de origen del producto. Original (duración 6 meses)	<input type="checkbox"/>
4.- Certificado de procedencia del producto original notariado	<input type="checkbox"/>
4g.- Fórmula Cualitativa Cuantitativa emitida por el Fabricante firmada por el Representante Técnico	<input type="checkbox"/>
5.- Interpretación del Código de Lote con firma del Técnico Responsable	<input type="checkbox"/>
6.- Ficha de estabilidad emitida por un Laboratorio Acreditado	<input type="checkbox"/>
7.- Certificación del fabricante extranjero nombrando al Representante Legal del Producto en el Ecuador; original Consularizado	<input type="checkbox"/>
8.- Certificación del Fabricante extranjero sobre la Titularidad del Registro Sanitario Ecuatoriano; original Notariado	<input type="checkbox"/>
9.- Proyecto de rotulo o etiqueta del producto original	<input type="checkbox"/>
10.- Los documentos, etiquetas y certificados del exterior redactados en otro idioma se aceptarán con su traducción al idioma español, debidamente notariado	<input type="checkbox"/>
11.- Factura a nombre del INHMT "LIP"	<input type="checkbox"/>
Número: _____	Fecha: _____
9 _____	9 _____
REPRESENTANTE LEGAL DEL PRODUCTO	REPRESENTANTE TÉCNICO
	Reg. Título MSP: _____
RECIBIDO POR (Nombre y firma): _____	Fecha de recepción: _____

## ANEXO 9. Requisitos Generales y Específicos de Alemania, Francia y España.

### REQUISITOS GENERALES

En este apartado se especifica la documentación (transporte, aduanas, seguros, comercial) que debe acompañar a cualquier producto que acceda a la UE. El [Portal Europeo de Información Aduanera](#) le ofrece animaciones sobre casos prácticos de formalidades aduaneras al llegar a la UE.

#### REQUISITOS GENERALES PARA TODOS LOS PRODUCTOS

<input type="checkbox"/> Factura comercial	EU	<input type="checkbox"/> Declaración del valor en aduana	EU
<input type="checkbox"/> Documentos de transporte	EU	<input type="checkbox"/> Seguro de transporte	EU
<input type="checkbox"/> Lista de carga	EU	<input type="checkbox"/> Documento Único Administrativo (DUA)	EU

### REQUISITOS ESPECÍFICOS

Esta información (o algunos capítulos) están disponibles únicamente en inglés.

#### LISTA DE REQUISITOS

Código de producto	10085000
País de origen	Ecuador
País de destino	Alemania

Código	Descripción del producto
10	CEREALES
1008	Alforfón, mijo y alpiste; los demás cereales
1008 50	-Quinoa (quinoa) ( <i>Chenopodium quinoa</i> )

#### Requisitos específicos para 10085000

<input type="checkbox"/> Control sanitario de los piensos de origen no animal	EU/DE
<input type="checkbox"/> Requisitos de comercialización para semillas y materiales de propagación de suelos	EU/DE
<input type="checkbox"/> Control fitosanitario	EU/DE
<input type="checkbox"/> Voluntario - Productos de producción ecológica	EU/DE

#### Gravámenes interiores

IVA	Impuestos sobre consumos específicos
7%	-
Última fecha de revisión (dd/mm/aaaa): 01/11/2011	Última fecha de revisión (dd/mm/aaaa): 01/11/2011

## ANEXO 9. Requisitos Generales y Específicos de Alemania, Francia y España.

### REQUISITOS ESPECÍFICOS

Esta información (o algunos capítulos) están disponibles únicamente en inglés.

#### LISTA DE REQUISITOS

Código de producto	10085000
País de origen	Ecuador
País de destino	Francia

Código	Descripción del producto
10	CEREALES
1008	Alforfón, mijo y alpiste; los demás cereales
1008 50	-Quinoa (quinoa) (Chenopodium quinoa)

#### Requisitos específicos para 10085000

<input type="checkbox"/> Control sanitario de los piensos de origen no animal	EU/FR
<input type="checkbox"/> Requisitos de comercialización para semillas y materiales de propagación de suelos	EU/FR
<input type="checkbox"/> Control fitosanitario	EU/FR
<input type="checkbox"/> Voluntario - Productos de producción ecológica	EU/FR

#### Gravámenes interiores

IVA	Impuestos sobre consumos específicos
7%	-

#### VAT Footnote for France

- A tax rate of 5.5% applies to products intended for human consumption.

### REQUISITOS ESPECÍFICOS

Esta información (o algunos capítulos) están disponibles únicamente en inglés.

#### LISTA DE REQUISITOS

Código de producto	10085000
País de origen	Ecuador
País de destino	España (excluyendo XC XL)

Código	Descripción del producto
10	CEREALES
1008	Alforfón, mijo y alpiste; los demás cereales
1008 50	-Quinoa (quinoa) (Chenopodium quinoa)

#### Requisitos específicos para 10085000

<input type="checkbox"/> Control sanitario de los piensos de origen no animal	EU/ES
<input type="checkbox"/> Requisitos de comercialización para semillas y materiales de propagación de suelos	EU/ES
<input type="checkbox"/> Control fitosanitario	EU/ES
<input type="checkbox"/> Voluntario - Productos de producción ecológica	EU/ES

#### Gravámenes interiores

IVA	Impuestos sobre consumos específicos
4%	-

#### VAT Footnote for Spain

- A tax rate of 4% applies to cereals regarded as natural products.

## ANEXO 10. Lista de Importadores Especializados.

PAIS	CADENA	DIRECCION	TELEFONO	EMAIL
Alemania	Genuport Trade AG	Gutenbergring 60 D-22848 Norderstedt	Tel: +49 40 52 84 10 1	<a href="mailto:info@genuport.de">info@genuport.de</a>
			Fax: +49 40 52 34 09 2	<a href="http://www.genuport.de">www.genuport.de</a>
Alemania	Importhaus Wilms / Impuls	Heinrich-Hertz-Straße 2 65232 Taunusstein	Tel: +49 61 28 97 30	<a href="mailto:info@importhaus-wilms.de">info@importhaus-wilms.de</a>
			Fax: +49 61 28 97 31 99	<a href="http://www.importhaus-wilms.de">www.importhaus-wilms.de</a>
Alemania	Theodor Kattus GmbH	Frauenstraße 31, 82216 Maisach	Tel: +49 81 41 93 90	<a href="mailto:info@kattus.de">info@kattus.de</a>
			Fax: +49 81 41 95 90 5	<a href="http://www.kattus.de">www.kattus.de</a>
Francia	Maxi Sec	18, rue de Provence Batiement D9 Rungis	Tel: +33 1 56 70 10 30	<a href="http://www.maxisec.fr">www.maxisec.fr</a>
			Fax: +33 1 56 30 01 23	
Francia	Alter Eco	36 bd de la Bastille 75012 Paris	Tel: +33 1 47 42 32 20	<a href="mailto:nordsud@altereco.com">nordsud@altereco.com</a>
			Fax: +33 1 43 44 00 59	<a href="http://www.altereco.com">www.altereco.com</a>
Francia	Groupe Auchan	40, Avenue de Flandre B.P 139. 59964 Croix Cedex	Tel: +33 3 20 81 68 00	<a href="http://www.groupe-auchan.com">www.groupe-auchan.com</a>
			Fax: +33 3 20 81 69 09	
Francia	Groupe Carrefour	26, quai Michelet – TSA 40009 92695 Levallois-Perret Cedex	Tel: +33 1 55 68 30 00	<a href="http://www.carrefour.com">www.carrefour.com</a>
			Fax: +33 3 20 81 69 09	
Francia	Groupe Galeries Lafayette	40 Boulevard Haussmann 75009 Paris	Tel: +33 1 42 82 34 56	<a href="http://www.groupegalerieslafayette.fr">www.groupegalerieslafayette.fr</a>
			Fax: +33 1 42 82 80 27	
España	Empresa matriz – Grupo Eroski	Barrio San Agustín, S/N 48230 Elorrio (Vizcaya)	Tel: +34 946 211211	<a href="http://www.eroski.es">www.eroski.es</a>
			Fax: +34 946 211222	
España	El Corte Inglés S.A.	C/ Hermosilla, 112 28009 Madrid	Tel: +34 91 401 85 00	<a href="http://www.elcorteingles.es">www.elcorteingles.es</a>
			Fax: +34 91 401 74 54	
España	Al campo S.A	Générale et Services Centraux	Tel: +34 91 730 66 66.	<a href="http://www.alcampo.es">www.alcampo.es</a>

Perfil 1		RAPUNZEL – Datos importantes	
Nombre de la compañía	Rapunzel Naturkost AG		
Categoría	Importador/Productor		
Dirección	Rapunzelstrasse 1,87764 Legau		
Teléfono	+49 8330 / 529 - 0		
Fax	+49 8330 / 529 – 1188		
Dirección de correo electrónico	dagmar.koch@rapunzel.de		
Página Web	www.rapunzel.de		
Productos	Mantequillas y cremas de maní, muesli, frutas secas, nueces, aceites, productos de tomates, pastas, café, y chocolate. En su sección de cereales, venden semillas de quínoa y amaranto.		
Decisiones tomadas por	El departamento de relaciones con proveedores		

## ANEXO 10. Lista de Importadores Especializados.

Perfil 2		GEPA – Datos importantes
Nombre de la compañía	GEPA – The Fair Trade Compañía	
Categoría	Importador/Distribuidor	
Dirección	GEPA Weg 1, 43237 Wuppertal	
Teléfono	+49 202 / 266 83 0	
Fax	+49 202 266 83 10	
Dirección de correo electrónico		
Página Web	www.gepa.de	
Productos	Más de 240 productos comestibles (60% orgánicos) y más de 1000 productos hechos a mano.	
Decisiones tomadas por	Jefe de compras	

Perfil 3		Werz Naturkornmühle GmbH & Co. KG – Datos importantes
Nombre de la compañía	Werz Naturkornmühle GmbH & Co. KG	
Categoría	Importador/Productor	
Dirección	Stäffeleswiesen 28/30, 89522 Heidenheim	
Teléfono	+49 7321 / 51 018	
Fax	+49 7321 / 54 147	
Dirección de correo electrónico		
Página Web	www.vollwertcenter.de	
Productos	Quinoa y amaranto	
Decisiones tomadas por	-	

Perfil 4		Davert – Datos importantes
Nombre de la compañía	Davert GmbH	
Categoría	Importador/Productor	
Dirección	Ascheberger Strasse 2, 48308 Senden	
Teléfono	+49 2598 / 6954	
Fax	+49 8330 / 529 – 1188	
Dirección de correo electrónico		
Página Web	www.davert.de	
Productos	Arroz, cereales, cereales para el desayuno, frutas secas, y aceites para comidas	
Decisiones tomadas por	Comprador de materia prima	

## ANEXO 10. Lista de Importadores Especializados.

Perfil 1 Grupo Carrefour – Datos importantes	
Nombre de la compañía	Grupo Carrefour
Categoría	Mayorista/Importador/Distribuidor
Dirección	26 quai Michelet TSA 40009 92695 Levallois Perret Cedex Francia
Teléfono	+33 (0)1 58 63 30 00
Fax	
Dirección de correo electrónico	info@carrefour.com
Página Web	www.carrefour.com
Productos	Quinoa
Decisiones tomadas por	Departamento de compras

Perfil 2 Euro-Nat – Datos importantes	
Nombre de la compañía	Euro-Nat
Categoría	Mayorista/Importador/Distribuidor/Almacenamiento/Deposito
Dirección	Euro-Nat S.A. Z.A. La Boissonnette 07340 PE AUGRES Francia
Teléfono	+33 (0)4 75 32 43 60
Fax	+33 (0)4 75 67 25 56
Dirección de correo electrónico	
Página Web	www.euro-nat.fr
Productos	Productos orgánicos, cereales y algodón
Decisiones tomadas por	Category manager

Perfil 3 Biocoop – Datos importantes	
Nombre de la compañía	Biocoop
Categoría	Mayorista/Importador/Distribuidor/Almacenamiento/Deposito
Dirección	ZA Chemin du de Puits des Cabeda 84300 CAVAILLON Gavotte Francia
Teléfono	+33 (0)4 90 06 49 00
Fax	+33 (0)4 90 06 49 43
Dirección de correo electrónico	info@Biocoop.fr
Página Web	www.Biocoop.fr
Productos	6,000 productos de comida
Decisiones tomadas por	Category manager

## **ANEXO 11. Glosario de términos**

### **A**

**AMINOÁCIDOS**, los aminoácidos son las unidades elementales constitutivas de las moléculas denominadas Proteínas. Son pues, y en un muy elemental símil, los "ladrillos" con los cuales el organismo reconstituye permanentemente sus proteínas específicas consumidas por la sola acción de vivir.

**ADUANA** Organismo responsable del control de exportaciones e importaciones, del establecimiento y aplicación de las normas en vigencia y recaudación o erogación de tributos o beneficios.

**AWB**, Air Way Bill: Conocimiento de embarque por vía aérea.

**ARANCEL**, Impuestos establecidos por Aduanas a las mercaderías que ingresan en territorio nacional.

**ARADO**, es una herramienta de hierro utilizada en la agricultura para preparar y remover el suelo antes de sembrar las semillas. Se puede considerar como la evolución del pico y de la azada. En un principio el arado era tirado por personas, luego por bueyes o mulas, y en algunas zonas por caballos, actualmente también los tractores tiran de ellos

**APORQUE**, mejorar el anclaje de las plantas y estimular la formación de raíces.

### **B**

**BROKER**, Agente que intermedia en la compra/venta de activos por lo que cobra una comisión determinada.

### **C**

**CONTENERIZADA, FCL** Full Container Load. Contenedor de carga llena.

**CARBOHIDRATOS**: son moléculas orgánicas compuestas por carbono, hidrógeno y oxígeno. Son solubles en agua y se clasifican de acuerdo a la cantidad de carbonos o por el grupo funcional aldehído. Son la forma biológica primaria de almacenamiento y consumo de energía.

**COMERCIO JUSTO**: Según la legislación de la Unión Europea se define como aquel comercio que se aplica generalmente a las operaciones comerciales que

potencian la posición económica de los pequeños productores y propietarios con el fin de garantizar que no queden marginados de la economía mundial. Apunta principalmente a los países en desarrollo.

**CFN.** La Corporación Financiera Nacional.

**CISTEÍNA** es un aminoácido. Se trata de un aminoácido no esencial, lo que significa que puede ser sintetizado por los humanos.

**CALCIO**, el mineral con mayor presencia en el organismo y el cuarto componente del cuerpo después del agua, las proteínas y las grasas.

**CANALES DE DISTRIBUCIÓN**, es el circuito a través del cual los fabricantes (productores) ponen a disposición de los consumidores (usuarios finales) los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo.

**CFR** Costo y flete (puerto de destino convenido)

**CIF** Costo, seguro y flete (puerto de destino convenido)

**CARGA SUELTA**, Grupo de mercaderías pertenecientes a varios cargadores y/o destinatarios, reunidas para ser transportadas en un mismo espacio de transporte (camión, vagón o container).

**CONOCIMIENTO DE EMBARQUE**, Bill of Lading - Conocimiento de Embarque para transporte marítimo y vías de agua. Es el recibo dado por la agencia marítima al embarcador por la mercadería entregada. Demuestra la existencia de un contrato de transporte y otorga derechos sobre la mercadería.

**CORPECUADOR**, Creada con el nombre de Corporación Ejecutiva para la Reconstrucción de las Zonas Afectadas por el Fenómeno El Niño.

**CERTIFICADO DE ORIGEN**, documento emitido por las Cámaras de Comercio y/o Industria y/o Producción de cada país que certifica donde se fabricó la mercadería. Este documento es importante pues puede eximir al importador del pago de impuestos si el comercio se realiza dentro de un pacto regional o bloque económico.

**CERTIFICADO DE INSPECCION PRE-EMBARQUE**, son emitidos por empresas reconocidas internacionalmente y certifican que la mercadería ha

sido examinada y encontrada conformes con lo establecido en un contrato o pro forma. Por lo general se analiza cantidad y calidad

**CERTIFICADO DE INSPECCIÓN POST-EMBARQUE**, similar al anterior, pero se realiza en destino. Es altamente riesgoso para el exportador, pues si las mercaderías son rechazadas, ya se encuentran en destino y reimportarlas o renegociarlas será costoso.

**CONTROL FITOSANITARIO**, consiste en verificar, sobre la base de un examen completo o del examen de las muestras, que los productos no presenten indicios de contaminación por organismos nocivos.

**CERTIFICACIÓN ORGÁNICA**, La certificación orgánica es la garantía de que un cultivo se manejó siguiendo las normas de la producción orgánica. Porque cuando el consumidor ve el sello de la agencia certificadora lo reconoce y le da confianza que el producto es orgánico.

**COSECHA**, se refiere a la recolección de los frutos, semillas u hortalizas de los campos en la época del año en que están maduros. La cosecha marca el final del crecimiento de una estación o el final del ciclo de un fruto en particular.

**CELIACOS**: La enfermedad celíaca es una intolerancia del niño o adulto al gluten y más concretamente a una de sus fracciones proteicas o componentes, llamada gliadina (cuando comen alimentos que contienen esta sustancia se produce daño en el intestino). El gluten forma parte de las proteínas del trigo. Estos pacientes tienen también intolerancia, aunque en menor grado, a otras proteínas contenidas en otros cereales como: centeno, cebada y avena.

## D

**DECRECIMIENTO**, es una corriente de pensamiento político, económico y social favorable a la disminución regular controlada de la producción económica con el objetivo de establecer una nueva relación de equilibrio entre el ser humano y la naturaleza, pero también entre los propios seres humanos.

**DIETA ATKINS**, esta dieta se basa en Limitar el consumo de glúcidos e hidratos de carbono y aumentar el de proteínas. El organismo transforma los hidratos de carbono en energía mientras que las proteínas terminan convirtiéndose en grasa.

**DEMANDA.** En economía se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

**DESAPONIZADA,**

**DAU,** Declaración Aduanera de Exportación.

## E

**EXPORTACIONES,** en economía, una **exportación** es cualquier bien o servicio enviado a otra parte del mundo, con propósitos comerciales. La exportación es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios nacionales de un país pretendidos para su uso o consumo en el extranjero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera de un Estado. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas.

**ERPE** (Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador)

**EURO,** Moneda de la Unión Europea.

**ERGA OMNES,** es una locución latina, que significa "respecto de todos" o "frente a todos". Las normas, suelen tener siempre efectos erga omnes, dado que por definición son de aplicación general. Sólo en casos muy especiales se dictan normas específicas para casos concretos.

## F

**FAO:** Fondo de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación.

**FAS** Franco al costado del buque (puerto de carga convenido)

**FOB** Libre a bordo (puerto de carga convenido)

**FUNDACIÓN MCKNIGHT,** una organización filantrópica con sede en Minnesota, busca mejorar la calidad de vida para las generaciones presentes y futuras. A través de donaciones, la formación de coaliciones, y el fomento de la reforma de la política estratégica.

**FACTURA COMERCIAL,** es un documento mercantil que refleja toda la información de una operación de compraventa. La información fundamental que aparece en una factura debe reflejar la entrega de un producto o la

provisión de un servicio, junto a la fecha de devengo, además de indicar la cantidad a pagar.

**FERTILIZANTES**, tipo de sustancia o mezcla física, natural o sintética que contiene los elementos químicos denominados nutrientes, en formas químicas solubles y asimilables por las raíces de las plantas, para mantener y/o incrementar el contenido de estos elementos en el suelo.

**FÓSFORO**, está presente en todas las células y fluidos del organismo. El fósforo interviene en la formación y el mantenimiento de los huesos, el desarrollo de los dientes, la secreción normal de la leche materna, la división de las células, la formación de los tejidos musculares y el metabolismo celular.

**FIBRA**, las "fibras alimentarias" son invisibles a simple vista

## G

**Gluten** es una glucoproteína ergástica amorfa que se encuentra en la semilla de muchos cereales combinada con almidón. Representa un 80% de las proteínas del trigo y está compuesta de gliadina y glutenina. El gluten es responsable de la elasticidad de la masa de harina, lo que permite que junto con la fermentación el pan obtenga volumen, así como la consistencia elástica y esponjosa de los panes y masas horneadas.

**GRASAS** es un término genérico para designar varias clases de lípidos, aunque generalmente se refiere a los acilglicéridos, ésteres en los que uno, dos o tres ácidos grasos se unen a una molécula de glicerina, formando monoglicéridos, diglicéridos y triglicéridos respectivamente. Las grasas están presentes en muchos organismos, y tienen funciones tanto estructurales como metabólicas.

**GSP**, Sistema generalizado de preferencias es un régimen especial de estímulo del desarrollo sostenible y la gobernanza para los países en desarrollo.

## H

**HIERRO**, Este micromineral u oligoelemento, interviene en la formación de la hemoglobina y de los glóbulos rojos, como así también en la actividad

enzimática del organismo, dado que participa en la formación de la hemoglobina y transporta el oxígeno en sangre que es importante para el correcto funcionamiento de la cadena respiratoria. Las reservas de este mineral se encuentran en el hígado, el bazo y la médula ósea.

## I

**INAGROFA SCC** es una organización ecuatoriana, legalmente establecida como sociedad civil, en junio de 1989, con la finalidad de motivar la actividad productiva agropecuaria de Quinua, así como la industrialización directa o indirecta de todos los productos, comercialización y exportación de los mismos.

**INCOTERMS**, términos de Comercio Internacional. Son las reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales fijados por la Cámara de Comercio Internacional. Su objetivo es establecer criterios definidos sobre la distribución de gastos y transmisión de riesgos, entre exportador e importador. Los Incoterms regulan la entrega de mercaderías, la transmisión de riesgos, la distribución de los costos, los trámites de documentos. Pero no regulan la forma de pago ni la legislación aplicable.

**INIAP**: Instituto Nacional de Investigaciones agrícolas y pecuarias.

**INTERÉS DE CAPITAL**, tiene por objeto determinar la ganancia que produce un capital prestado, bajo la condición de que cien unidades de dinero produzcan al prestador cierto beneficio en un tiempo determinado. La ganancia mencionada se llama interés del capital.

## L

**Lisina**, es un aminoácido componente de las proteínas sintetizadas por los seres vivos. Es uno de los 8 aminoácidos esenciales para los seres humanos

## M

**MANIFIESTO**, la lista de carga de un barco.

**MAG**, Ministerio de Agricultura y Ganadería.

**MAQUITA CUSUNCHIG**, es una institución privada sin fines de lucro creada en 1985 con el objetivo de un comercio justo tanto para productor como para consumidor evitando la intermediación injusta.

**METIONINA**, la metionina es un aminoácido neutro que contiene un átomo de azufre y el primer aminoácido en la síntesis de cualquier proteína.

**MINIFUNDISTAS**, Llámese así a la pequeña Propiedad rural, generalmente en manos de campesinos, que posee una superficie insuficiente para desarrollar una explotación racional

## N

**NASA**: “National Aeronautics and Space Administration” Es la agencia gubernamental encargada de los programas espaciales. Su sede está en Washington D.C. (Estados Unidos).

**NANDINA**. Nomenclatura arancelaria común de los países miembros del acuerdo de Cartagena

## O

**OCE's**, Operadores de Comercio Exterior.

**OGM**, organismos genéticamente modificados.

**Oferta**. En economía, se define la oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios de mercado.

## P

**PRODUCTOS TRADICIONALES**, desde un punto de vista técnico para el comercio internacional, un producto es considerado como "**tradicional**" cuando el valor agregado en su proceso de producción u obtención no es lo suficientemente importante como para transformar su esencia natural.

**PRODUCTOS VERDES/BIO, U ORGÁNICOS**, son considerados de esta manera aquellos productos que ya sea en su obtención, uso o degradación son respetuosos del medio ambiente y protegen la salud humana.

**PRODUCTO ORGÁNICO**, se refiere a cualquier producto que en su cultivo o elaboración haya seguido la norma orgánica internacional, la cual no permite el uso de conservadores, aditivos ni saborizantes o edulcorantes artificiales, así como tampoco el uso de fertilizantes y pesticidas químicos, grasas hidrogenadas y uso de hormonas STB en la crianza de animales. Asimismo promueven el uso de prácticas de cultivo y producciones tradicionales, casi siempre artesanales, el rescate de variedades criollas y el desarrollo sustentable de comunidades y ecosistemas.

**PROTEÍNAS**, son biomoléculas formadas por cadenas lineales de aminoácidos, las proteínas desempeñan un papel fundamental para la vida y son las biomoléculas más versátiles y más diversas. Son imprescindibles para el crecimiento del organismo

**PMA**, Programa Mundial de Alimentos de las Naciones Unidas.

**PROECUADOR**, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.

**PICK-UP**, recolección del producto, pago por este servicio.

**PARTIDAS ARANCELARIAS**, Permite clasificar determinado producto o servicio dentro de un sistema internacional de seis dígitos. Posteriormente cada país o bloque.

**PRODUCTOS PERECIBLES**, son delicados y tienen un tiempo de vida corto, una vez que se han cosechado o producido, sus mercados (aunque usualmente son generalizados y activos) se caracterizan por una provisión variable y por marcadas fluctuaciones en los precios.

**PSEUDO-CEREALES**. Son plantas de hoja ancha (no gramíneas), que son usadas de la misma manera que los cereales (los verdaderos cereales son pastos).

## R

**RUC**, Registro Único de Contribuyente

**RASCADILLO**, o deshierba

## S

**SICE**, Sistema Interactivo de Comercio Exterior.

**SENAE**, Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador

**SRI, Servicio de Rentas Internas**

**SUPERÁVIT**, es la abundancia de algo que se considera útil o necesario. Es un término empleado sobre todo en economía.

**SURCADO**, Hacer surcos en la tierra con el arado: «El campesino surca su parcela» Atraviesa alguna superficie algo semejante a un surco, como una línea profunda.

**SEMILLAS**, es cada uno de los cuerpos que forman parte del fruto que da origen a una nueva planta

**SIEMBRA**, es el proceso de plantar semillas, con el objetivo de que germinen y se desarrollen plantas. Para que la siembra sea efectiva es importante seleccionar semillas de buena calidad. Las semillas deben ser sanas y estar libres de elementos contaminantes.

## T

**TONELADAS**, Designa una medida de masa en el sistema métrico decimal y actualmente en el Sistema Internacional de Unidades. Su símbolo es **t**.

**TASAS DE CRECIMIENTO** en *demografía* y ecología, es la tasa o índice que expresa el crecimiento o decrecimiento de la población de un determinado territorio durante un período determinado, normalmente, un año; expresado generalmente como porcentaje de la población al inicio de cada período o año.

**TRILLADORA**. Máquina agrícola estacionaria destinada a separar el grano de la paja y de las impurezas recogidas, así como a clasificarlo. Además suele cortar y suavizar la paja.

**TRILLA**: Actividad de desprender el grano quinua o amaranto de la panoja de la planta.

## U

**U.E.** Unión Europea

**V**

**VITAMINA E**, es una vitamina liposoluble que actúa como antioxidante a nivel de la síntesis del pigmento hemo, que es una parte esencial de la hemoglobina de los glóbulos rojos.

**Z**

**ZONAS URBANAS**, la medición de la pobreza por ingresos define como zonas urbanas a las localidades de más de 15,000 habitantes.

**ZONAS AGROECOLÓGICAS**, Se considera a la diferenciación de los espacios encontrados en un ecosistema la zonificación permite planificar los sistemas de producción mas apropiados.