



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES  
BILINGÜE**

**TÍTULO:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA  
EMPRESA EXPORTADORA DE AMARANTO”**

**AUTOR (A):**

**ABARCA CHAUCALÁ REBECA VANESSA  
ALVARADO BURGOS KAREN CRISTINA**

**TUTOR:**

**ING. GALLARDO JORGE**

**Guayaquil, Ecuador**

**2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS BILINGÜE**

## **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Rebeca Vanessa Abarca Chaucalá y Karen Cristina Alvarado Burgos**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe.

**TUTOR (A)**

---

**Ing. Jorge Gallardo**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

---

**Econ. Teresa Alcívar**

**Guayaquil, a los 30 días del mes de septiembre del año 2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Rebeca Vanessa Abarca Chaucalá y Karen Cristina Alvarado Burgos**

### **DECLARAMOS QUE:**

El Trabajo de Titulación **Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa exportadora de Amaranto a Alemania** previa a la obtención del Título **de Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 30 días del mes de septiembre del año 2014**

### **LAS AUTORAS**

---

**Rebeca Vanessa Abarca Chaucalá**

---

**Karen Cristina Alvarado Burgos**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE

## AUTORIZACIÓN

Yo, **Rebeca Vanessa Abarca Chaucalá y Karen Cristina Alvarado Burgos**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa exportadora de amaranto a Alemania**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 30 días del mes de septiembre del año 2014**

## LAS AUTORAS

---

**Rebeca Vanessa Abarca Chaucalá**

---

**Karen Cristina Alvarado Burgos**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por las bendiciones recibidas y la fuerza necesaria para llegar hasta donde he llegado. A mis padres porque incansablemente han sido mi apoyo para vencer cada obstáculo que se ha presentado a lo largo de mi carrera estudiantil. A mis hermanos y mi prima porque han sido el motivo de mi alegría cada día y las ganas de luchar para ser un ejemplo para ellos. A mi tía y abuelita, que han sido como unas madres para mí y nunca han dejado de confiar en mis capacidades. A mi familia en general porque me han ayudado a crecer bajo los valores de un hogar cristiano, donde reconocemos que sin Dios en nuestras vidas, no podemos lograr nada.

Agradezco a mis compañeros tesisistas, Mishelle, Andrés, Virginia, Gonzalo, Alejandra, Eduardo, Domenica, Sergio, Lili, Aldo, Mishel, Stefy, Noemí y Christian, por la alegría compartida y las palabras de aliento brindadas en el momento oportuno que me ayudaron a continuar y no rendirme en el proyecto. A mis amigos del colegio, que a pesar de los años, han encontrado la manera de estar presente en importantes momentos de mi vida.

A mis mejores amigos, Gabriela e Isacc, quienes estuvieron conmigo en la realización de este trabajo y no dudaron un segundo en colaborar en la mejora del mismo con sugerencias oportunas y su amistad incondicional. Finalmente, a mi compañera de tesis, Karen, que ha trabajado incansablemente por la culminación de este proyecto junto a mí y ha sido de gran apoyo frente a diversos inconvenientes que se presentaron en el camino.

**Rebeca Vanessa Abarca Chaucalá**

En primer lugar, quisiera agradecer a mis padres por darme la educación más importante, aquella que viene del hogar, por forjar mi carácter y enseñarme que nadie alcanza una meta sin haberse esforzado, gracias por permanecer siempre a mi lado y ofrecerme un hombro en el cual apoyarme cuando sentía que mis energías eran gastadas en vano. No hay palabras suficientes para plasmar aquí, todo lo que ustedes significan para mí, gracias por todo y por tanto.

A mis hermanas que son una parte esencial en mi vida, gracias por hacer mis días más placenteros y llenos de felicidad. A mi familia por ser mi polo tierra, gracias por los consejos, la ayuda brindada y los momentos compartidos, ustedes son mi riqueza personal.

De la misma forma quisiera incluir a mis profesores que impartieron sus conocimientos y experiencias a lo largo de la carrera para formar la profesional que hoy por hoy soy. A mi compañera de tesis Vanessa Abarca por su trabajo arduo y dedicación a la consecución de este proyecto. Y por último, a mis amigos gracias por hacer mis días más alegres y llenos de risas, realmente me llevo gratos recuerdos que perdurarán en mi memoria.

**Karen Cristina Alvarado Burgos**

## **AGRADECIMIENTO ESPECIAL**

Agradecemos de manera especial a nuestro tutor, el Ing. Jorge Gallardo, que fue el motor principal y nuestra fuente de motivación para alcanzar el éxito en este proyecto. De igual manera queremos agradecer a profesores que, sin beneficio alguno de por medio, creyeron en nuestro proyecto y aportaron soluciones inmediatas para la resolución de conflictos y trabas al momento del desarrollo de nuestra tesis, ya sea de manera directa o indirecta, entre esos la Ing. Teresa Knezevich, el Econ. Iván Dávila, la Ing. Josefina Alcívar y el MBA. David Coello. Es preciso agradecer a nuestros profesores que a lo largo de nuestra carrera han impartido sus conocimientos para crear profesionales preparados para afrontar nuevos retos.

Finalmente, agradecemos al presidente de la Unión de Comunidades Indígenas Campesinas Mariano Acosta por abrirnos sus puertas y de manera muy atenta, ofrecernos información oportuna y veraz. A las empresas que intervinieron en el proceso de recolección de datos y cotizaciones, por brindar una atención de primera mano.

**Rebeca Vanessa Abarca Chaucalá**  
**Karen Cristina Alvarado Burgos**

## **DEDICATORIA**

Dedicamos este proyecto a todas las personas que creyeron en nosotras y que de una manera u otra, se vieron involucradas en el desarrollo del mismo. Especialmente a todos aquellos que con sus observaciones constructivas y oportunas, permitieron que se presentara un trabajo producto de nuestro esfuerzo, aquellos que fueron la motivación para demostrar que el querer es poder y que la perseverancia, constancia y responsabilidad logran grandes cosas.

“Quien no espera vencer, ya está vencido”

- José Joaquín de Olmedo

Rebeca Vanessa Abarca Chaucalá  
Karen Cristina Alvarado Burgos





**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
INGENIERIA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

**CALIFICACIÓN**

---

**ING. JORGE GALLARDO  
PROFESOR GUÍA O TUTOR**

# ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	23
CAPITULO I .....	25
Metodología de la Investigación.....	25
1.1. Definición del Tema .....	25
1.2. Delimitación del tema.....	26
1.3. Antecedentes .....	27
1.4. Planteamiento del Problema .....	28
1.4.1. Enunciado del Problema .....	28
1.4.2. Formulación del Problema.....	29
1.5. Justificación.....	29
1.6. Objetivos .....	30
1.6.1. Objetivo General.....	30
1.6.2. Objetivos Específicos.....	30
CAPITULO II .....	31
Marco Teórico.....	31
2.1. Comercio Internacional.....	31
2.1.1. Definición .....	31
2.1.2. Teorías del comercio internacional.....	31
2.1.3. Ventajas.....	32
2.2. Exportación .....	33
2.2.1. Definición .....	33
2.2.2. Regímenes Aduaneros de Exportación .....	33
2.2.3. Ventajas de exportar.....	35
2.2.4. Factores a considerar para exportar.....	35
2.3. Tratados Internacionales .....	36
2.4. Comercio Justo.....	37
2.4.1. Definición .....	37
2.4.2. Principios del Comercio Justo .....	37
2.5. Agricultura Orgánica .....	38

CAPITULO III .....	39
El Amaranto .....	39
3.1.    Generalidades del Amaranto .....	39
3.2.    Origen e Historia .....	40
3.3.    Características.....	41
3.3.1.    Valor nutricional.....	41
3.3.2.    Beneficios del Consumo .....	42
3.4.    Variedades del Amaranto .....	44
3.5.    Formas del Consumo del Amaranto .....	49
3.6.    Producción y Cultivo del Amaranto .....	51
3.6.1.    Requerimientos.....	51
3.6.2.    Provincias donde se cultiva el amaranto .....	54
CAPITULO IV .....	55
Oferta local de amaranto.....	55
4.1.    Hectáreas de cultivo de amaranto en Ecuador.....	55
4.2.    Productores y empresas comercializadoras de amaranto.....	56
4.3.    Oferta local.....	56
4.4.    Problemas con la producción ecuatoriana .....	57
4.5.    Programas de apoyo e incentivo .....	58
4.6.    Volumen de exportación de amaranto ecuatoriano.....	59
Capítulo V.....	61
Mercado Internacional del Amaranto.....	61
5.1.    Demanda Internacional.....	61
5.1.1.    Principales países importadores de otros cereales en el mundo .....	62
5.2.    Demanda alemana .....	63
5.2.1.    Importaciones de Alemania Demás Cereales .....	63
5.2.2.    Consumo de Productos Orgánicos.....	63
5.2.3.    Ingresos por ventas de productos de intolerancia alimentaria .....	64
5.3.    Análisis de Alemania .....	65
5.3.1.    Análisis Pest.....	65
5.3.2.    Principales exportaciones de Ecuador hacia Alemania.....	79
5.4.    Bremen.....	80
5.4.1.    Estudio de mercado en Bremen.....	81

5.5.	Principales oferentes Latinoamericanos.....	88
5.5.1.	Perú – Principal Exportador de Amaranto en Latinoamérica .....	88
5.5.2.	Principales países exportadores latinoamericanos de otros cereales.....	89
CAPITULO VI.....		95
Propuesta.....		95
6.1.	Empresa .....	95
6.1.1.	Misión.....	97
6.1.2.	Visión.....	97
6.1.3.	Valores .....	97
6.1.4.	Objetivos .....	98
6.1.5.	Estructura Organizacional .....	99
6.2.	Datos generales del socio .....	99
6.3.	Alianza con la UCICMA.....	115
6.3.1.	Garantía de producción .....	116
6.3.2.	Impulso a prácticas agrícolas orgánicas.....	117
6.3.3.	Acondicionamiento del centro de acopio .....	118
6.3.4.	Desarrollo de la comunidad .....	119
6.4.	Fuerzas de Porter .....	120
6.4.1.	Consumidores .....	120
6.4.2.	Proveedores .....	121
6.4.3.	Productos Sustitutos .....	122
6.4.4.	Competidores.....	124
6.4.5.	Barreras de entrada .....	125
6.5.	Análisis FODA .....	127
6.6.	Estrategia de Marketing.....	128
6.6.1.	Segmentación del mercado .....	128
6.6.2.	Marketing Mix.....	129
6.7.	Logística de Exportación .....	139
6.7.1.	Requerimientos comerciales generales.....	139
6.7.2.	Documentos requeridos para exportar .....	142
6.7.3.	Tipo de Transporte.....	144
6.7.4.	Puerto de embarque.....	144
6.7.5.	Puerto de destino.....	144

6.7.6.	Período de transportación .....	146
6.7.7.	Trámite de exportación.....	146
6.7.8.	Carta de crédito .....	149
6.8.	Análisis Financiero .....	151
6.8.1.	Costos de producción.....	151
6.8.2.	Costos de exportación.....	153
6.8.3.	Costos Operacionales.....	154
6.8.4.	Sueldos .....	155
5.8.5.	Capital de trabajo requerido.....	156
5.8.6.	Inversión.....	157
5.8.7.	Amortización de la deuda .....	158
5.8.8.	Balance Inicial Proyectado .....	159
5.8.9.	Proyección de Ventas EcuAmaranth.....	160
6.8.9.	Flujo de Efectivo.....	161
6.8.10.	Estado de pérdidas y ganancias .....	163
	Conclusiones .....	164
	Recomendaciones.....	166
	Bibliografía .....	167
	Anexos.....	170

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Composición Química del Amaranto .....	41
Tabla 2: Cultivo de <i>Amaranthus caudatus</i> L.....	45
Tabla 3: Cultivo de <i>Amaranthus quitensis</i> H.B.K/hybridus L.....	47
Tabla 4 Justificación Oferta Nacional.....	55
Tabla 5 Subpartida Nandina exportaciones en miles de dólares .....	57
Tabla 6: Partida Arancelaria Amaranto.....	59
Tabla 7 Total ventas productos de intolerancia alimentaria .....	65
Tabla 8: Análisis PEST, Factores políticos .....	65
Tabla 9: Análisis PEST, Factores económicos.....	70
Tabla 10: Análisis PEST, Factores Sociales.....	77
Tabla 11: Análisis PEST, Factores tecnológicos .....	78
Tabla 12: Índice de desempeño logístico.....	79
Tabla 13 Tabla de Costos de Bodega y Oficina de administración .....	96
Tabla 14: Productores de Amaranto .....	100
Tabla 15 Análisis de encuestas semillas.....	101
Tabla 16 Análisis de Encuestas variedad de amaranto.....	102
Tabla 17 Ciclo productivo del amaranto .....	102
Tabla 18 Análisis de encuestas insumos agrícolas.....	103
Tabla 19 Análisis de encuestas quintales de amaranto.....	104
Tabla 20 Análisis de encuestas tiempo como productor .....	105
Tabla 21 Análisis de encuestas tiempo cultivando amaranto .....	106
Tabla 22 Análisis de encuestas hectáreas de amaranto .....	107

Tabla 23 Análisis de encuestas precio de venta amaranto .....	108
Tabla 24 Análisis de encuestas capital de trabajo.....	109
Tabla 25 Análisis de encuesta comercialización.....	110
Tabla 26 Análisis de encuestas tipo de mercado.....	111
Tabla 27 Análisis de encuestas factores determinantes del precio .....	112
Tabla 28 Análisis de encuesta demanda local .....	113
Tabla 29 Análisis de encuesta factores que afectan comercialización .....	114
Tabla 30 Costos mejoras al Centro de Acopio .....	119
Tabla 31 Crecimiento Tiendas en Alemania .....	121
Tabla 32 Matriz FODA.....	127
Tabla 33: Duración y costos de exportación.....	140
Tabla 34: Duración y costos de importación.....	141

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1 Exportaciones ecuatorianas demás cereales miles de dólares .....	60
Ilustración 2 Importadores demás cereales en miles de dólares .....	62
Ilustración 3 Importaciones alemanas demás cereales miles de dólares .....	63
Ilustración 4 Mercado Orgánico Global en miles de dólares.....	64
Ilustración 5 Evolución libertad de empresa .....	67
Ilustración 6 Promedio Impuestos por países en el 2012.....	68
Ilustración 7 Impuesto al valor agregado regional .....	69
Ilustración 8 Evolución PIB Alemania miles de dólares .....	71
Ilustración 9 Inflación mensual Alemania .....	72
Ilustración 10 Evolución del índice de libertad de inversión.....	73
Ilustración 11 Evolución del ingreso de Inversión extranjera directa en millones de dólares .....	74
Ilustración 12 Principales socios de exportación .....	75
Ilustración 13 Origen de importaciones alemanas en millones de dólares.....	76
Ilustración 14 Exportaciones de Ecuador hacia Alemania en miles de millones de dólares .....	80
Ilustración 15 Encuestas por edad .....	81
Ilustración 16 Encuesta Tipo de Consumidor .....	82
Ilustración 17 Alimentos preferidos .....	82
Ilustración 18 Encuestas conocimiento del amaranto .....	83
Ilustración 19 Encuestas, consumo amaranto.....	83
Ilustración 20 Encuestas, formas de consumo.....	84
Ilustración 21 Encuestas, frecuencia de consumo.....	84
Ilustración 22 Encuestas, Lugar de compra de amaranto .....	85
Ilustración 23 Encuestas, motivo de consumo .....	86



Ilustración 24 Encuestas, conocimiento de propiedades del amaranto .....	86
Ilustración 25 Encuestas, interés de consumo .....	87
Ilustración 26 Encuestas, precios dispuestos a pagar .....	88
Ilustración 27 Exportaciones Kiwicha 2013.....	89
Ilustración 28: Principales exportadores de productos agrícolas .....	90
Ilustración 29: Evolución de las exportaciones mexicanas de cereales en miles de dólares .....	91
Ilustración 30: Crecimiento de exportaciones bolivianas de cereales en miles de dólares .....	92
Ilustración 31: Evolución del comercio exterior de Bolivia de cereales en miles de dólares .....	93
Ilustración 32 Principales socios comerciales de Argentina en miles de dólares .....	94
Ilustración 33 Layout Bodega.....	95
Ilustración 34 Dirección Bodega .....	96
Ilustración 35 Estructura Organizacional.....	99
Ilustración 36 Comunidad UCICMA .....	99
Ilustración 37 Análisis de encuesta, semillas utilizadas.....	101
Ilustración 38 Análisis de encuestas, variedad de amaranto .....	102
Ilustración 39 Ciclo productivo del amaranto.....	103
Ilustración 40 Análisis de encuestas, tipo de insumos.....	104
Ilustración 41 Análisis de encuesta, rendimiento por hectárea.....	105
Ilustración 42 Análisis de encuesta, experiencia actividades agrícolas .....	106
Ilustración 43 Análisis de encuestas, experiencia cultivando amaranto .....	107
Ilustración 44 Hectáreas destinadas al cultivo de amaranto .....	108
Ilustración 45 Análisis de encuesta, precio de venta.....	109
Ilustración 46 Análisis de encuestas, capital de trabajo.....	110
Ilustración 47 Análisis de encuestas, dificultad de comercialización .....	111

Ilustración 48 Análisis de encuesta, mercado de amaranto .....	112
Ilustración 49 Análisis de encuesta, factores para determinar el precio .....	113
Ilustración 50 Análisis de encuesta, demanda local .....	114
Ilustración 51 Análisis de encuestas, factores que afectan la comercialización .....	115
Ilustración 52 Exportaciones de Quinoa.....	122
Ilustración 53 Canal de Distribución.....	135
Ilustración 54 Documentos acompañantes a la DAE .....	148
Ilustración 55 Proceso Carta de crédito.....	149
Ilustración 56 Costos de Producción agrícola anual .....	151
Ilustración 57 Costos de producción industrial anual .....	152
Ilustración 58 Costos Totales anuales .....	152
Ilustración 59 Producción anual.....	153
Ilustración 60 Costos de exportación anual .....	153
Ilustración 61 Costos de exportación .....	154
Ilustración 62 Costos Operacionales .....	154
Ilustración 63 Depreciación .....	155
Ilustración 64 Sueldos .....	155
Ilustración 65 Sueldos .....	156
Ilustración 66 Capital de trabajo necesario .....	156
Ilustración 67 Costo Obras.....	157
Ilustración 68 Inversión Inicial .....	157
Ilustración 69 Amortización de la deuda .....	158
Ilustración 70 Detalle de Datos Anuales de Préstamo.....	159
Ilustración 71 Balance Inicial Proyectado.....	159
Ilustración 72 Proyección de ventas.....	160
Ilustración 73 Flujo de Caja .....	161

Ilustración 74 Análisis Financiero en indicadores .....	162
Ilustración 75 Estado de pérdidas y ganancias .....	163

## Índice de Anexos

Anexo 1 Entrevista presidente de UCICMA .....	170
Anexo 2 Fotos Comunidad Mariano Acosta .....	175
Anexo 3 Entrevista Landlinie .....	179
Anexo 4 Declaración Aduanera de exportación .....	182
Anexo 5 Factura Comercial .....	183
Anexo 6 Lista de empaque .....	184
Anexo 7 Certificado de origen .....	185
Anexo 8 Cotización de exportación .....	186
Anexo 9 Solicitud de carta de crédito.....	187
Anexo 10 Bill of lading .....	188
Anexo 11 Cuestionario .....	189
Anexo 12 Encuesta Bremen.....	191

## RESUMEN

El grano de amaranto tiene sus orígenes en la época precolombina, datos históricos señalan que las civilizaciones más representativas de Mesoamérica lo cultivaban y consumían. Catalogado por algunos como el alimento de oro, esta variedad de grano ha sido utilizado en la dieta de los astronautas, llegando inclusive a germinar en el espacio, gracias a su característica de adaptación a diversos climas. Hoy en día se está intentando rescatar el cultivo de amaranto orgánico en el Ecuador debido a su alto contenido en nutrientes y el creciente interés internacional por este pseudo - cereal.

Los cambios en los hábitos de consumo de los europeos, especialmente de los ciudadanos alemanes, han abierto una frontera de posibilidades para la creación de nuevos negocios, especialmente en el sector orgánico. La conciencia social y el respeto por el medio ambiente han hecho que las personas busquen productos libres de contaminantes que no afecten la salud de quien los consume.

Por medio del presente trabajo se busca analizar la factibilidad de la creación de una empresa exportadora de amaranto orgánico con la finalidad de ayudar a reducir la demanda insatisfecha de este grano a nivel internacional, además de impulsar el comercio de productos no tradicionales y el rescate de cultivos rezagados, como alternativa para contribuir al cambio en la matriz productiva del país.

## **ABSTRACT**

Amaranth grain has its origins in pre-Columbian times, historical data shows that the most representative civilizations of Mesoamerica cultivated and consumed this grain. Known as the golden food, this variety of grain has been used in the diet of astronauts, reaching even to germinate in space, thanks to its characteristic of adaptations to different climates. Today the government is trying to rescue amaranth production in Ecuador due to its high nutrient content and the growing international interest in this pseudo - cereal.

Changes in consumption habits of Europeans, specifically Germans, have opened a frontier of possibilities for creating new businesses, particularly in the organic sector. Social awareness and respect for the environment have made people look for chemical-free products that do not affect the health of those who consume it.

The present project seeks to analyze the feasibility of creating an exporter company of organic amaranth in order to help reducing the unmet demand for this grain internationally, as well as boosting trade in non-traditional products and the recovery of neglected crops, as an alternative to contribute to change the production model of the country.

**Palabras Claves:**

Amaranto

Orgánico

Kiwicha

Exportaciones

Granos andinos

EcuAmaranth

Perfil Logístico

Bremen

UCICMA

Financiero

## INTRODUCCIÓN

A través de los años, se ha notado un crecimiento paulatino en la demanda de productos orgánicos a nivel mundial generado por el nuevo interés del segmento de mercado preocupado por el cuidado de la salud y una alimentación adecuada. Como consecuencia de esta nueva tendencia, la agricultura orgánica y su comercio globalizado han ganado espacio e importancia en las balanzas comerciales de diversos países, donde aquellos en vías de desarrollo con condiciones climáticas y ambientales favorables para el cultivo de estos productos, se han visto beneficiados.

Ecuador, al ser un país latinoamericano, cuenta con los requerimientos necesarios para el cultivo y producción orgánica y su participación en dicho intercambio cada vez se hace mayor. Entre los principales productos que destacan en la clasificación se encuentran el banano, el café, vegetales diversos, la quinua, entre otros, teniendo como destino habitual los Estados Unidos y recientemente con rumbo a la Unión Europea y China.

Recientemente, el mundo ha volcado su atención hacia una semilla que aporta con altos niveles de proteínas y, de acuerdo a investigaciones, se ha determinado que constituye como una fuente rica en nutrientes para la alimentación humana. La misma, conocida como Amaranto, es cultivada en varios países y exportada para su consumo en diferentes presentaciones.

Nuestro país al ser rico en una diversidad de especies y productos ha descubierto la importancia del amaranto orgánico y su gran potencial al tener un alto consumo en diversas modalidades. Sin embargo, en el país aún no se ha promovido la explotación de este recurso en su totalidad.

Por lo cual, con los motivos expuestos con anterioridad, se desarrollará este proyecto el cual contará con 6 capítulos, donde se analizará la factibilidad comercial del amaranto orgánico en grano cultivado en el Ecuador y provisto por agricultores propios de la zona con una vasta experiencia en esta actividad, bajo una presentación que cumpla con los parámetros y estándares globales de tal manera que sea competitivo en el mercado internacional.

Ecuamaranth, marca comercial del producto a exportar, será empaquetado, exportado a Alemania y distribuido a diferentes tiendas orgánicas del país, las cuales a su vez harán llegar el producto a manos del consumidor final para este selecto pero creciente nicho de mercado.

El primer capítulo incluye los aspectos generales en los que se desarrollará el proyecto, temas que se abarcarán y enfoque que se ha escogido para el mismo, así como también los objetivos del mismo y el alcance de la investigación.

En el segundo capítulo se presenta el marco en el que se desenvolverá la investigación incluyendo conceptualizaciones y teorías en las que se basará el trabajo y la aplicación que se le dará de acuerdo al caso.

Generalidades del amaranto orgánico, su descripción, características, beneficios, origen e historia serán tratados en el tercer capítulo. Así mismo, se desarrollarán temas como valor nutricional, forma de cultivo, tipos de amaranto existentes y los diversos usos que se dan alrededor del mundo.

De igual manera, en el cuarto capítulo se analizará el mercado local del amaranto orgánico, hectáreas disponibles en el país, zonas potenciales de cultivo, oferta local del producto, partida arancelaria, entre otros. En el capítulo quinto se analizarán rubros de demanda internacional de amaranto bajo la partida arancelaria de otros cereales, productos naturales y orgánicos. También el mercado internacional con enfoque a Alemania, país seleccionado como destino.

Finalmente, el capítulo sexto se explicará la propuesta comercial, descripción de la empresa, estrategias de promoción del producto, distribución y logística, alianza con la comunidad de campesinos, mejoras al centro de acopio, iniciativa de impulso al productor y garantía de producción, así como también un análisis financiero que permitirá determinar la rentabilidad del proyecto.



# CAPITULO I

## Metodología de la Investigación

### 1.1. Definición del Tema

El proyecto en cuestión se realizará con la finalidad de determinar la factibilidad comercial de exportar amaranto orgánico a Alemania que tendrá como resultado la implementación de la empresa exportadora Ecuamarath S.A. ubicada en la ciudad de Guayaquil, con lo cual se pretende lograr ampliar las rutas comerciales internacionales además de dar a conocer a nuestro país mediante la oferta de otros productos además de los tradicionales.

Con la elaboración de este trabajo se busca comprobar la viabilidad de comercializar un producto cuya demanda está creciendo y se puede aprovechar ya que el país cuenta con las condiciones necesarias para su producción y a su vez cubrir esa demanda mundial insatisfecha. Además se pretende contribuir al desarrollo de matriz productiva del Ecuador y generar fuentes de trabajo en este nuevo negocio a emprender.

Con la intención de diversificar la producción nacional y crear nuevas rutas comerciales que permitan al país obtener ingresos a partir de la exportación de productos no tradicionales se realizará dicho estudio donde se enfocará en la elaboración de un plan de negocio que permita la identificación de nichos de mercado para este producto que presenta un gran potencial pero que debido a la falta de conocimiento de sus productores y de fuentes de financiamiento para su expansión y aprovechamiento de este recurso, no ha sido aún explotado.

El mismo busca identificar el costo-beneficio de este proyecto para futuros inversionistas nacionales así como clientes internacionales, el cual será desarrollado por medio de un análisis financiero donde se determinara la rentabilidad del proyecto, así como también el uso de los recursos que intervienen en el cultivo, producción y exportación.

Es importante destacar que el enfoque se centrara en el manejo y control de calidad del producto que se ofertara al mercado internacional, asegurando cumplir con

todos los requerimientos establecidos por los estándares de la Unión Europea, derivando en una buena reputación que dará paso a la ampliación de la demanda en esta zona, favoreciendo tanto al amaranto orgánico ecuatoriano como a nuevos empresarios nacionales.

## **1.2. Delimitación del tema**

El estudio de viabilidad tiene como limitación espacial nacional la provincia de Imbabura, cantón Pimampiro, parroquia rural Mariano Acosta, área de producción de amaranto. Mientras que la ciudad de Bremen, ubicada al noreste de Alemania, se presenta como limitación espacial internacional. En dicha ciudad se encuentra localizado el puerto Bremerhaven, punto de destino de nuestra mercadería para su posterior distribución.

En cuanto a la limitación temporal, se considerarán los datos tomados de organizaciones internacionales correspondientes al periodo 2009-2013. Cabe recalcar que este es un plan piloto que requiere de un mayor análisis, puede ser tomado como referencia previa a un estudio de mercado a profundidad donde pueda acceder a cifras de importación alemana bajo la partida de kiwicha. El proyecto se trabaja sobre el supuesto de una demanda contemplada bajo el rubro “otros cereales” partida arancelaria 100890 del cual forma parte el amaranto.

Cabe mencionar que el presente estudio no considerará un estudio legal para la implementación de la compañía en este proyecto, ni se centrará en la elaboración de plan de mitigación o especificaciones técnicas de la maquinaria, además de que los costos del cultivo de amaranto así como los procesos detallados de esta fase, fueron tomados acorde a la tabla de costos de producción otorgados por el INIAP y no se realizará una profundización en este tema.

### **1.3. Antecedentes**

En el año de 1979 durante un congreso realizado por la Academia de Ciencias de los Estados Unidos clasificó al amaranto como el mejor alimento de origen vegetal en base a su perfil nutricional; así también, se dijo que era uno de los cultivos con gran potencial a nivel económico a futuro y una gran opción alimentaria para la seguridad de las generaciones venideras.

El amaranto orgánico a partir de 1980 empezó a ser materia de estudio por diversos países americanos, por lo que se destinaron recursos para la creación de organismos y entidades, con la finalidad de realizar estudios técnicos para potencializar la producción de este grano andino a mayor escala.

A través de la creación del Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias del Ecuador (INIAP) \* y a los estudios científicos desarrollados en su estación experimental Santa Catalina se ha logrado rescatar la producción de rubros agropecuarios que se mantenían en el olvido.

Durante las primeras investigaciones realizadas por el INIAP en 1982 se determinó un marco de tiempo de 15 a 20 años para el desarrollo de los cultivos, con lo cual la institución impulsó el intercambio y colecta de germoplasma entre los países productores de amaranto para promover el desarrollo a nivel nacional del grano e identificar con mayor precisión los diferentes usos.

En el 2001 la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación (FAO) de manera conjunta con el gobierno ecuatoriano, elaboraron diversos planes de acción para la realización de una política que garantice la seguridad alimentaria a nivel nacional, dentro de los cuales se encontraba el Programa de Desayuno Escolar, en el cual se incluyeron los granos andinos como la quinua, amaranto y chocho. (Jacobsen & Sherwood, 2002)

---

\* INIAP: Institución ecuatoriana que se desenvuelve en el ámbito de la investigación científica en los campos de producción y productividad de los principales rubros ecuatorianos.  
<http://www.iniap.gob.ec/web/la-institucion/>

En la actualidad el amaranto orgánico se encuentra inmerso en el Programa Nacional de Leguminosas y Granos Andinos desarrollado por el INIAP, el cual busca ofrecer nuevas alternativas de producción, así como incentivar el perfeccionamiento de la cadena de producción de las diversas variedades de granos para el desarrollo sostenible de los productores y la sociedad en general.

## **1.4. Planteamiento del Problema**

### **1.4.1. Enunciado del Problema**

Tras los cambios acelerados a los cuales se enfrenta el comercio a nivel mundial, los países se ven en la necesidad no solo de ampliar sus redes comerciales sino también de ofrecer nuevas oportunidades de exportación a productos que por la falta de atención, no se les ha permitido consolidarse como una fuente de ingresos que no solo aporte beneficios a la balanza comercial del Ecuador sino también a la sociedad en general, puesto que los incentivos se centran en los principales rubros de exportación tales como: banano, camarón, flores, entre otros.

A lo largo de los años la producción y comercialización de amaranto orgánico ecuatoriano se ha mantenido en un perfil bajo, desplazándolo como un alimento más en los cultivos de la sierra ecuatoriana, desconociendo la existencia de este producto y sus beneficios no solo a nivel nutricional pero también a nivel económico y comercial que pudiera representar el iniciar la internacionalización del amaranto orgánico ecuatoriano.

En general, pese a la falta de conocimiento de este producto en el país, existen mercados europeos que muestran gran interés en este producto, pero dado que existen un número no representativos de cultivos, el país se ve impedido de cubrir la demanda internacional.

La producción de amaranto orgánico se encuentra en manos de pequeños productores en provincias como Chimborazo, Azuay, Cotopaxi, entre otros, a la espera de inversionistas que les ayuden a cubrir la insuficiencia de recursos, tal es el caso de las trilladoras, convirtiéndose en una de las barreras que imposibilita el

crecimiento comercial que hasta el momento no ha surgido más allá de la venta en el mercado local.

Sin embargo, las condiciones climáticas del país hacen óptima la producción de amaranto orgánico, enfrentando a los productores a una paradoja, pues tienen en sus cultivos una ventaja para aprovechar y cubrir la cuota internacional de mercado, pero a su vez no poseen los contactos ni la directrices necesarias para ofertar su producto a mercados extranjeros que les aseguren la venta total de su producción y les garantice un margen determinado de ganancias.

#### **1.4.2. Formulación del Problema**

Frente a la realidad ¿Es factible establecer una empresa de exportación de amaranto orgánico al mercado Alemán?

- ¿Cuáles son los principales competidores y mercados objetivos?
- ¿Cuál es la rentabilidad de la exportación de amaranto orgánico al mercado Alemán?
- ¿Cuál es la importancia de ampliar la exportación de productos no tradicionales del Ecuador?
- ¿Cómo estaría compuesto el plan de negocio para la introducción del amaranto orgánico al mercado alemán?

#### **1.5. Justificación**

El presente proyecto se crea con la finalidad de dar a conocer el amaranto orgánico como producto de consumo además de resaltar sus propiedades y beneficios, así también como los diferentes usos que se le otorgan a esta variedad de grano de nuestra sierra ecuatoriana.

El amaranto debido a su composición presenta propiedades nutritivas muy similares a los cereales y los que conocen de este producto lo han catalogado como un “súper alimento” no solo por la capacidad de los cultivos de adaptarse y resistir a cualquier ambiente, sino también gracias a su alto contenido proteico ya que es una fuente

importante de vitaminas, además de ser un grano rico en lisina, elemento favorable para la absorción de minerales y calcio.

Por medio de este estudio se persigue satisfacer la búsqueda del gobierno de diversificar su oferta exportadora en pos de expandir su matriz productiva e impulsar el comercio de productos no tradicionales. Además de crear nuevas fuentes de trabajo mediante el establecimiento de una empresa que haga posible cubrir la creciente demanda de amaranto orgánico de Alemania, siendo esto posible debido a las condiciones tanto climáticas como geográficas del país que hacen factible la cosecha y producción de este grano en el país.

Es esencial tomar en cuenta a los agentes que intervienen en todo el proceso que abarca el proyecto que, pese a que en tiempos pasados no eran reconocidos, ahora el gobierno lucha por darles un espacio de importancia en el progreso del país. La propuesta pretende despertar el interés y captar la atención hacia este producto que promete, con el fin de contribuir de manera positiva a la balanza comercial del país y diversificar las exportaciones para salir del esquema tradicional y afianzar relaciones comerciales con otros socios internacionales así como también motivar a la inversión en este sector.

## **1.6. Objetivos**

### **1.6.1. Objetivo General**

Analizar la viabilidad de la creación de una empresa exportadora de amaranto orgánico al mercado Alemán.

### **1.6.2. Objetivos Específicos**

- Identificar principales competidores y mercados objetivos
- Analizar la rentabilidad de la creación de la empresa de exportación de amaranto orgánico.
- Definir la importancia de ampliar la gama de exportación de productos no tradicionales del Ecuador.
- Elaborar el plan de negocio para la introducción de amaranto orgánico al mercado Alemán.

## **CAPITULO II**

### **Marco Teórico**

#### **2.1. Comercio Internacional**

##### **2.1.1. Definición**

Se conoce como comercio internacional a la ejecución de un intercambio en bienes o servicios entre dos o más partes, las cuales para este caso serán países, con la finalidad de que se produzca una salida de mercaderías de un país, conocida como exportación y a su vez esta genere una entrada de la misma a otro país, a lo que llamamos importación.

Dicho intercambio es producido por dos motivos generales: a. Existencia de una distribución ineficiente de recursos y b. Brecha en precios dada por la facilidad de algunos países de producir bajo mejores condiciones para satisfacer las necesidades y gustos del comprador. (Caballero , Padín, & Contreras, 2012)

##### **2.1.2. Teorías del comercio internacional**

Adam Smith contribuyó al entendimiento del comercio internacional. Cabe recalcar que el periodo de tiempo en el que se desarrolló el Sr. Smith fue durante la revolución industrial con lo cual se justifica el pensamiento de que existía una mano invisible que regía las leyes de las relaciones económicas y que por tanto, las sociedades lograrían un mayor desempeño sin la intervención del estado ya que se impediría el libre intercambio de bienes.

Además este siempre recalcó las bondades de la división del trabajo y que gracias a la especialización se alcanzarían una reducción de costos y economías de escala. En temas de comercio internacional, se puede ver aplicado este principio ya que Smith sostenía que cada país se especializaría en la elaboración de un producto cuya fabricación sea más eficiente, importando el resto de productos, con lo cual alcanzaría mayor bienestar.

La antes mencionada, se conoce como Teoría de la ventaja absoluta, donde por acción del libre comercio, los países “se especializan en producir mercancías para las que tenga ventaja absoluta, medida ésta por el menor coste medio de la

producción en términos de trabajo con respecto a los demás países. De este modo, al seguir este principio todos los países saldrían ganando con el comercio y se lograría la misma eficiencia a nivel internacional.” (Veletanga, 2014)

Contrario a lo expuesto por Adam Smith, este David Ricardo sostuvo que, pese a que cierto país posea una ventaja absoluta en la elaboración de dos bienes, aún se encuentran ventajas en la especialización “ya que en términos relativos su ventaja será superior en un bien que en el otro”, tal como lo dice Ricardo Bustillo en su libro “Comercio Exterior Materia y Ejercicios”. Y, de mantenerse las condiciones del libre comercio, en un intercambio entre dos países, cada uno se dedicará a la producción del bien con el cual tiene una ventaja comparativa frente al otro.

Heckscher y Ohlin enfocaron la explicación del fenómeno del comercio internacional mediante la existencia de una variedad de factores productivos entre países, con lo cual complementa las teorías de Smith y Ricardo, que no hablan del porqué de dichas ventajas. Con esto, Heckscher y Ohlin afirmaron que “un país se especializará en la producción de bienes cuya elaboración es intensiva en el factor de producción que resulta relativamente más abundante en el país.” (Bustillo, 2000)

Con esto se sostiene que un país al poseer en mayor cantidad determinado factor, por ejemplo el trabajo, se dedicará al uso y explotación de este recurso en la producción de bienes que requieran el mismo en mayor cantidad.

### **2.1.3. Ventajas**

Existe actualmente una amplia variedad de ventajas que nos ofrece el comercio internacional donde Caballero, Padín y Contreras en su libro Comercio Exterior, 2012 destacan que:

- Logra que los países se especialicen en los productos que mejor producen, permitiendo un buen uso de sus recursos y creación de fuentes de trabajo.
- Estabiliza los precios del mercado.
- Permite que los países importen bienes que no pueden producir o sean ineficientes.
- Amplía la oferta de productos y opciones en otros países.



- Existe movimiento en la balanza comercial de los países generado por la entrada y salida de mercaderías.

## **2.2. Exportación**

### **2.2.1. Definición**

Existen un sin número de conceptos para definir correctamente una exportación, puesto en palabras simples, se puede determinar como la salida de un producto de un país hacia otro. Sin embargo, un concepto más técnico podría ser la salida de mercaderías del territorio aduanero nacional con destino a otro país para permanecer en él de manera definitiva.

En la actualidad, la exportación se ha convertido en una actividad primordial para el desarrollo de los países y la ejecución de negocios internacionales. Dicha actividad es un conjunto de oportunidades de crecimiento e ingresos para las naciones y acelera la competitividad global.

En el Ecuador, las exportaciones pueden ser realizadas por ecuatorianos y extranjeros residentes en el país, indistintamente de ser personas naturales o jurídicas.

### **2.2.2. Regímenes Aduaneros de Exportación**

A la fecha, se conocen cinco regímenes aduaneros bajo los cuales se puede exportar mercancías en el Ecuador de acuerdo a lo establecido con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE):

- Régimen 40 – Exportación a Consumo

Salida de mercancías del territorio aduanero para consumo, uso y aplicación definitiva en el país de destino.

- Régimen 50 – Exportación Temporal con Reimportación en el mismo Estado

Suspensión en el pago de impuestos por la salida del territorio aduanero de mercancías en un plazo limitado, para luego ser reimportadas sin ningún cambio intencionado. Los casos en los que puede ser aplicado este régimen son:

- ✓ Mercaderías de exhibición en ferias internacionales
- ✓ Maquinaria requerida para construcción en otro país, con retorno al Ecuador

- Régimen 51 – Exportación Temporal para Perfeccionamiento Pasivo

Suspensión en el pago de impuestos por la salida de mercancías en un plazo limitado, para ser reimportadas después de ser sujetas a transformación o reparación. Los casos en los que se puede aplicar dicho régimen son:

- ✓ Garantías. Producto importado tenía fallas, se envía el mismo para ser reparado, para ser reimportado de nuevo luego de este proceso.
- ✓ Mercancía sobrante. Se exporta determinada cantidad de material para elaborar un producto y se envía el sobrante de regreso al país.

- Régimen 53 – Devolución condicionada de tributos (Draw Back)

Devolución total o parcia de los impuestos generados por la importación de productos exportados en los plazos establecidos en el Reglamento siempre y cuando dicho producto haya sido:

- ✓ Sujeto a un proceso de transformación
- ✓ Incorporado a productos exportados
- ✓ Envases o acondicionamientos

De acuerdo a un ejemplo tomado de ProEcuador para explicar este régimen nos dice que en el caso de mercaderías que se exporten, cuyo empaque o material para elaborar el empaque haya sido importado, existe el derecho de que sean devueltos esos valores que se pagaron con anterioridad por la importación de esos bienes.

- Almacenes libres y Especiales

Este régimen se aplica en puertos y aeropuertos, donde se vende mercancía nacional o extranjera libre de impuestos, las cuales pueden permanecer dentro del territorio con un límite de 1 año.

Para el proyecto a desarrollar se empleará el régimen 40, de exportación al consumo.

### **2.2.3. Ventajas de exportar**

En la actualidad las empresas toman la decisión de expandir su cartera de clientes y ampliar sus horizontes a través de la exportación. A continuación se mencionan algunos de los beneficios que se obtiene con la ejecución de este proceso. A continuación, algunas de las ventajas de acuerdo a ProExport Colombia:

- ✓ Logra la diversificación de productos para mejorar la competitividad global
- ✓ Aprendizaje de nuevas tecnologías, técnicas y capacitación adquirida en el exterior
- ✓ Alcance de economías de escala por incremento de volumen de ventas.
- ✓ Descubrimiento e incursión en nuevos nichos de mercado
- ✓ Asociaciones estratégicas para mejorar de procesos, productos y costos.
- ✓ Aumento de rentabilidad y gestión para la permanencia de empresas en el exterior a largo plazo
- ✓ Obtención de información vanguardista al estar en un medio globalizado
- ✓ Acceso a acuerdos preferenciales

### **2.2.4. Factores a considerar para exportar**

Pese a que las empresas tomen la decisión de embarcarse en la comercialización de sus productos de manera globalizada pero existente ciertas condiciones o desventajas a considerar al momento de tomar esta decisión. De acuerdo con Jesús Albizu Soriano, en su reporte sobre exportaciones, se toman los siguientes factores:

- ✓ Adaptación de productos o presentación
- ✓ Obtención de permisos de entrada en países de destino
- ✓ Incurrir en costos de personal especializado para la exportación
- ✓ Mejora de logística internacional
- ✓ Obtención de certificaciones internacionales para comercializar
- ✓ Dificultad en la elección de canal de distribución por desconocimiento de mercado internacional.
- ✓ Buscar financiamiento en otras fuentes

- ✓ Adaptación del esquema administrativo para cubrir las operaciones requeridas al exportar
- ✓ Riesgos económicos, legales, barreras y medidas proteccionistas por medio de otros países.

### **2.3. Tratados Internacionales**

Los tratados internacionales son acuerdos en los cuales las partes intervinientes se comprometen a cumplir con determinadas obligaciones y estos pueden ser suscritos por: dos o más Estados, o una organización internacional y una nación.

En el caso de los tratados acordados entre Estados, estos se encuentran amparados y regulados por la Convención de Viena sobre el Derecho de los Tratados firmada en 1969 y aquellos en los que intervenga una organización de carácter internacional y una nación están resguardados por la Convención de Viena de 1986 sobre el Derecho de los Tratados celebrados entre Estados y Organizaciones Internacionales.

Existen varios tipos de tratados en los que se destacan aquellos en materia comercial ya sea bilateral o regional entre ciertos países, con el propósito de ampliar el alcance de mercado tanto de bienes y servicios ofrecidos por los países, a través de la rebaja o eliminación de aranceles, incrementando el intercambio de mercancías.

Uno de los tratados más representativos, es el Tratado de Libre Comercio de la Unión Europea que tiene como objetivo reducir las barreras al comercio, promoviendo la competencia justa a nivel de productos, para garantizar el acceso a nuevos mercados y aumentar las oportunidades de inversión.

Entre los países Sudamericanos que han firmado acuerdos con la UE se encuentran Colombia, Perú y existe la posibilidad de que Ecuador se incluya a la lista de países asociados a este Tratado, por tal motivo es importante conocer la existencia de estas oportunidades comerciales, puesto que en términos de comercio, al momento de enviar un producto que no goza de preferencia arancelaria, este rápidamente se

pone en desventaja en relación a los demás productos, puesto que el pago de aranceles e impuestos aumenta el precio de venta al consumidor final, encareciendo el producto en relación a sus competidores directos.

## **2.4. Comercio Justo**

### **2.4.1. Definición**

Este nuevo movimiento social que se está expandiendo por todo el mundo busca y tiene como principal objetivo el establecimiento de relaciones comerciales basadas en principios de transparencia donde se tenga como prioridad el desarrollo social y económico sostenible de pequeños productores y trabajadores que por muchos años han sido víctimas de abusos y su mercancía ha sido desvalorada para favorecer a diferentes sectores. Bajo la necesidad de un ente que vele por los intereses de estos grupos vulnerables, nace la Oficina Regional para Latinoamérica de la Organización Mundial de Comercio Justo (WTFO). El deber de las empresas que acogen el comercio justo es dar una mano a los productores, ofrecer un pago digno y justo por sus productos e incentivar a otros a ejercer estas prácticas de comercio.

“El Comercio Justo va más allá del intercambio: demuestra que una mayor justicia en el comercio mundial es posible. Resalta la necesidad de un cambio en las reglas y prácticas del comercio convencional y muestra cómo un negocio exitoso puede también dar prioridad a la gente.” (Oficina Regional para Latinoamérica de la Organización Mundial de Comercio Justo , 2014)

### **2.4.2. Principios del Comercio Justo**

De acuerdo con la Organización Mundial del Comercio Justo, se determinan 10 principios clave a seguir por parte de las organizaciones que adoptan este modelo, entre las cuales, la empresa se enfocará en:

1. Generación de oportunidades para productores en desventaja económica  
Busca reducir la pobreza apoyando a sectores que han sido ignorados, pequeños grupos, negocios familiares, cooperativas, entre otros, que buscan mejorar su vida e incrementar sus ingresos.

## 2. Justicia en prácticas de comercio

La meta de las empresas comprometidas con el comercio justo debe ser el desarrollo económico de los productores sin abusar de los mismos para el crecimiento de la empresa. De esta manera existirá un balance entre la entrega de los productos por parte de los consumidores y el pago adecuado a los mismos.

## 3. Precio Justo a los productores

Por medio de negociaciones se llega a un acuerdo entre los involucrados en el proceso para determinar el precio que se pagará a los productores. El precio justo se obtiene tomando en cuenta una remuneración de acuerdo al mercado, que sea socialmente adecuada, de tal manera que les permita cubrir sus necesidades y de forma igualitaria sin discriminación de género.

## **2.5. Agricultura Orgánica**

La agricultura orgánica tiene como objetivo principal mejorar la cadena de producción de los productos agrícolas, a través de la creación de un sistema holístico que ayude a mejorar las condiciones de uso de suelo, agua y aire, prefiriendo los cultivos libres de contaminación, para impulsar el desarrollo de un agro-ecosistema.

Para el correcto aprovechamiento de un sistema orgánico se debe tener en cuenta el aprovechamiento de desechos tanto de origen animal como vegetal, para maximizar la fertilidad de los suelos a través del regreso de los nutrientes, disminuyendo la contaminación de los suelos sin perder la integridad orgánica en el proceso. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura)

## **CAPITULO III**

### **El Amaranto**

#### **3.1. Generalidades del Amaranto**

El amaranto es una planta perteneciente a los amaranthacea y su nombre científico es *Amaranthus Spp.* Esta es una planta cuyo cultivo anual puede llegar a grandes alturas de hasta 3 metros; se caracteriza por el ancho de sus hojas y sus colores llamativos, entre ellos el morado, rojo, naranja y dorado. (Asociación Mexicana del Amaranto, 2003)

Al ser este uno de los pocos no pastos que producen cantidades significativas de grano de cereal comestible, el amaranto también es conocido como pseudo-cereal con la finalidad de diferenciarlo de los pastos que producen grano, además estas se producen en cantidades masivas.

La familia *Amaranthaceae* contiene una gran variedad de especies las cuales cambian notoriamente según el ambiente en el que crezca lo que hace más complicado su reconocimiento por tipo. Se identifican tres especies de amaranto que producen semilla y a su vez son las más apreciadas, de acuerdo a la Asociación Mexicana del Amaranto:

- *Amaranthus Caudatus*: se cultiva en la región de Los Andes y se comercializa como planta de ornato, principalmente en Europa y Norteamérica.
- *Amaranthus Cruentus*: es originaria de México y Centroamérica, donde se cultiva principalmente para obtener grano. También se consume como vegetal.
- *Amaranthus Hipochondriacus*: procedente de la parte central de México, se cultiva para obtener grano.

La planta de amaranto tiene una panoja de entre 50 centímetros a un metro de longitud aproximadamente. Esta panoja formada por muchas espigas que contienen numerosas florcitas pequeñas, que alojan a una pequeña semilla, cuyo diámetro varía entre 0.9 y 1.7 milímetros, representa el principal producto de la planta de amaranto con la que se elabora cereales, harinas, dulces, etc.

El ciclo vegetativo del amaranto tiene un promedio de 180 días, desde que germina hasta que la semilla alcanza su madurez. (Asociación Mexicana del Amaranto, 2003)

### **3.2. Origen e Historia**

El amaranto tuvo gran relevancia entre los pueblos precolombinos y el desconocimiento por parte de los conquistadores españoles provocó que su popularidad decreciera hasta casi desaparecer. En el presente, nuevos descubrimientos y sus aportes particulares/científicos han tratado de hacerle ganar su lugar como un recurso nutricional y económico importante.

Se conoce que los Mayas, Aztecas, Incas, pueblos recolectores y cazadores sabían de la existencia y propiedades del amaranto, por tanto se puede decir que es uno de los cultivos más antiguos de Mesoamérica. Los primeros datos se registran desde hace 10 mil años atrás para algunos investigadores, mientras que para otros como Juan Manuel Vargas de la Universidad de Sonora reporta que algunas muestras encontradas tendrían una antigüedad desde el año 4.000 a.C. donde se indica que este grano provino de América Central o Sur.

El mismo tuvo gran relevancia en las actividades agrícolas de las comunidades prehispánicas y tenía gran importancia a la par con el maíz y el fréjol. Su forma de consumo puede ser vegetal así como cereal, y la producción de grano estuvo en su máximo punto durante los periodos maya y azteca en Centroamérica. Pero la historia dio un giro cuando llegó la conquista española, la cual prohibió su cultivo y consumo declarándola practica pagana y como producto de esto, el amaranto perdió reconocimiento incluso casi extinguiendo su fama. Estudiosos del tema sostienen que esto se trató de una estrategia militar para debilitar a la población y que sea más fácil su conquista, dado que el amaranto era considerado alimento de guerreros. (Asociación Mexicana del Amaranto, 2003)

Se piensa que los mayas fueron los pioneros en usar el amaranto como cultivo de alto rendimiento, conocido bajo el nombre de “xtes”. Los aztecas lo conocían como “huautli” y destinaban su uso a prácticas religiosas mientras que los Incas en



Sudamérica lo denominaron “kiwicha” cuyo significado quiere decir “pequeño gigante” y admiraban sus grandes poderes curativos.

En general la palabra amaranto proviene del griego que significa “planta que no se marchita”. De acuerdo a Vele, la Asociación Mexicana del Amaranto indica que aun después de cortadas, las flores de esta planta no pierden su color y que en la antigüedad esta propiedad era muy afamada, en consecuencia las usaban para decorar las tumbas.

### **3.3. Características**

#### **3.3.1. Valor nutricional**

De acuerdo al reporte presentado por el Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias, los análisis químicos realizados a las más conocidas especies y sus variaciones, cultivadas alrededor del mundo muestran que estas semillas poseen un porcentaje entre 13 y 17 % de proteínas. Si se compara con los cereales existentes en el mundo, ninguno alcanza el tal nivel de concentración de este elemento siendo de mucha importancia para la nutrición humana gracias a la presencia de tan significativa sustancia química. (Peralta, Instituto Nacional de Investigaciones Agripecuarias, 2012)

Tabla 1: Composición Química del Amaranto

#### **Composición Química del Amaranto**

<b><i>Sustancia</i></b>	<b><i>Concentración %*</i></b>
<b>Proteínas</b>	13 - 17 %
<b>Grasas</b>	6 - 7 %
<b>Carbohidratos</b>	61 - 65 %
<b>Cenizas</b>	3 - 6 %
<b>Fibra</b>	7 - 8 %
<b>Humedad</b>	5 - 10 %

Fuente: INIAP  
Elaboración: las autoras

A esta gran concentración de proteínas también se asocia una concentración de grasas. Comúnmente los cereales, exceptuando el maíz con un 5 % de concentración de grasas, poseen una porción menor de estos principios alimentación llegando a tan solo 2 % aproximadamente. En consecuencia, ya que las grasas por unidad de peso dan más calorías en comparación con los hidratos de carbono, se puede afirmar que el amaranto provee más energía al organismo que otros cereales y que su valor nutritivo es superior. (Peralta, Instituto Nacional de Investigaciones Agriopecuarias, 2012)

Las hojas del sangorache o bledo, nombre con el que se conoce en Ecuador al amaranto, son también relativamente ricas en proteínas. Mientras la mayoría de las verduras de uso frecuente en la alimentación humana, tiene entre 1 y 2% de proteína, el sangorache tiene entre 4 y 5%, a más de vitaminas y minerales. El bledo fue utilizado como verdura por nuestros primitivos pobladores de la región andina y otros tipos de amaranto han sido utilizados con igual propósito en otras regiones del mundo, en especial en el Asia.

Se destaca además que el amaranto posee lisina en grandes cantidades, el cual es un aminoácido esencial de baja aparición en los cereales. Este tiene el doble de este componente en comparación con el trigo, el triple que el maíz y tanta como en la leche. La presencia de aminoácidos en el amaranto es aproximado al necesario para una correcta nutrición.

### **3.3.2. Beneficios del Consumo**

Este es un producto considerado de origen vegetal completo con una de las fuentes de proteínas más significativas. El mismo, incluye un extenso balance de aminoácidos, minerales y vitaminas naturales, destacando entre estas: A, B, C, B1, B2, B3. (Asociación Mexicana del Amaranto, 2003)

A su vez provee gran cantidad de ácido fólico, niacina, calcio, hierro y fósforo. (Asociación Mexicana del Amaranto, 2003) Además de tener un alto valor calórico, carbohidratos, fibras y sales minerales. Destacando la alta presencia de lisina como aminoácido predominante

Al ser un componente predominante en la semilla, el almidón, representa entre un 50 % - 60 % de su peso, lo que torna más fácil su digestión si es comparada con un almidón de maíz.

Al tomar en cuenta las propiedades de esta planta, el amaranto puede ser usado como recurso para satisfacer los requerimientos proteicos y de calorías de una población, ya que estos se obtienen actualmente tan solo de 20 especies aproximadamente, de las cuales destacan el trigo, arroz, papa, fréjol, soya, azúcar, entre otros.

Acorde con un estudio realizado en 1975 por la Academia Nacional de Ciencias de Estados Unidos hace referencia al amaranto como uno de los 36 cultivos más prometedores del mundo, por esta razón la misma academia lo describe como el alimento más adecuado para el consumo.

No se puede ignorar el hecho de que sus hojas cuentan con un alto nivel de calcio, hierro, magnesio, fósforo y vitamina A y C, lo cual lo hace un complemento ideal con los granos.

Se conoce además que el amaranto posee propiedades anticancerígenas, una de sus sustancias que aportan a este ámbito es el escualeno, al ser un ácido orgánico con actividad antioxidante. La misma ya es conocida por los fármacos japoneses que obtienen el escualeno del aceite de tiburón.

El mismo contiene un 1 % de esta sustancia y se debe a la derivación del latín "Squalidae" (de la familia biológica de los tiburones) su nombre. (Asociación Mexicana del Amaranto, 2003). Por el contrario, el porcentaje de escualeno presente en el amaranto es superior al 8 %, representativo indicador comparado con el aceite de oliva o palma conteniendo alrededor del 0,5 % - 0,8 %.

A este componente se le añade el efecto del beta-sitosterol, un esteroide vegetal presente en muchos vegetales. Además de esto, contiene un tercer componente llamado lunasin, conocida en el campo médico por regular la proliferación de células cancerígenas.

De acuerdo a la Asociación Mexicana de Amaranto, el mismo también actúa como estabilizador de niveles de glucosa y grasa en la sangre, siendo altamente recomendado para pacientes con diabetes mellitus, personas con colesterol alto, obesidad, hipertensión arterial, estreñimiento y diverticulosis entre otros. Se incluye el calcio entre sus muchas otras propiedades, con el que previene la osteoporosis y es una fuente proveedora para mujeres embarazadas o con complicaciones postmenopáusicas.

Para complementar el sin número de beneficios que posee el amaranto, se conoce que al no poseer gluten, puede ser consumido por personas alérgicas a esta proteína, la cual está presente en los demás cereales. Los altos niveles de hierro y vitamina C fortalecen el sistema inmunológico y previenen la anemia, así como también el ácido fólico que contienen sus hojas, evade problemas neurodegenerativos en la gestación. (Mexico Tierra de Amaranto, 2012)

### **3.4. Variedades del Amaranto**

Actualmente se registran una amplia gama de tipos de amaranto de acuerdo a su zona de cultivo, país, clima y otros factores. Sin embargo, para fines especiales se realizará un enfoque local entre los cuales figuran:

- *Amaranthus caudatus* L.:

Tabla 2: Cultivo de *Amaranthus caudatus* L.

<b>Zona de Cultivo</b>	<b>Valles de la Sierra (libres de heladas)</b>
<b>Altitud</b>	2000 a 2800 m
<b>Clima</b>	Lluvia: 300 - 600 mm precipitación en ciclo
	Temperatura: 15C
<b>Suelo</b>	Franco. Buen drenaje y materia orgánica. pH: 6 - 7,5
<b>Variedades</b>	INIAP Alegría
<b>Ciclo Cultivo</b>	150 - 180 días

Fuente: INIAP  
Elaboración: las autoras

Para la correcta preparación del suelo se debe realizar el arado, arrastrado y surcado con máquina o yunta, ya que al ser una semilla pequeña, el suelo debe cumplir con las condiciones necesarias. El INIAP recomienda rotar el cultivo de amaranto con los de legumbres, hortalizas o maíz. Además, la siembra de este producto se realiza entre diciembre a enero, de acuerdo al calendario lunar, en cantidades de 6 a 8 kg por hectárea.

En cuanto al control de malezas, este se puede realizar de dos formas:

- Manual: Una deshierba o rascadillo entre 30 y 45 días después de la siembra. Una deshierba y aporque a los 60 días después de la siembra.
- Químico: En post emergencia, usando pantalla, se recomienda el uso del herbicida Paraquat (Gramoxone) en dosis de 2 litros por hectárea.

Mientras que para el control de plagas, se aconseja el uso de pesticidas exclusivamente cuando la cantidad de las plagas ponga realmente en riesgo el cultivo.

En lo que respecta al riego, en áreas con disponibilidad se debe hacer por gravedad o surco. No se debe usar abundante agua y se debe distribuir de manera uniforme en diferentes surcos a velocidad moderada. La frecuencia de riego dependerá del tipo del suelo, las condiciones climáticas y en sequías se recomienda el riego cada 30 días, con enfoque en la floración y llenado de grano.

La cosecha se realiza de forma manual cortando las panojas que presenten caída de grano de la base, los cuales presentan cierta dureza cuando llegan a su madurez. De igual manera la trilla puede ser manual o con maquinaria, el secado del grano debe hacerse a la sombra y la limpieza y clasificación se realiza con zarandas manuales o máquinas clasificadoras de semillas.

Para almacenar el amaranto, se debe contar con humedad menor al 13 %, en un ambiente seco y fresco. No se ha reportado daños causados por plagas de almacén.

A la fecha, nuestro mercado local se está familiarizando con el cultivo y el producto, donde de acuerdo al INIAPI se prevé una creciente demanda por parte de los mercados naturistas y emprendedores varios para industrialización.

- *Amaranthus quitensis* H.B.K/hybridus L.

Tabla 3: Cultivo de *Amaranthus quitensis* H.B.K/hybridus L.

<b>Zona de Cultivo</b>	<b>Valles de la Sierra (libres de heladas)</b>
<b>Altitud</b>	2000 a 3000 m
<b>Clima</b>	Lluvia: 300 - 600 mm precipitación en ciclo Temperatura: 15C
<b>Suelo</b>	Franco. Buen drenaje y materia orgánica. pH: 6 - 7,5
<b>Variedades</b>	No se dispone aún. Próximamente ECU17728
<b>Ciclo Cultivo</b>	150 - 180 días

Fuente: INIAP

Elaboración: las autoras

En aspectos como la preparación del suelo, rotación de cultivos, tiempos de siembra así como del control de malezas y plagas, se aplica el mismo procedimiento que con el *Amaranthus caudatus*.

En cuanto al control de enfermedades se debe cuidar que el suelo tenga algún inconveniente relacionado con el “pythium, phytophthora y rhizoctonia”. Comúnmente el ataco o sangorache es atacado por enfermedades como el “oídium, esclerotinia, curvularia y alternaria”, sin embargo no representa un inconveniente de grandes magnitudes en el cultivo. (Peralta, Instituto Nacional de Investigaciones Agripecuarias, 2012)

De igual manera el riego se procede a realizar tal y como se aplica en tipo de amaranto antes mencionado, así como el almacenamiento. Se debe tener cuidado ya que de acuerdo al INIAP, se ha reportado la presencia potencial de plaga de almacén.

Recientemente y al ser una industria en desarrollo, en el mercado local se ha despertado interés por el sangorache, así como también en Estados Unidos y en Europa. Y según informes del INIAP se han registrado órdenes de compra de

alrededor de 1200 TM anuales con destino a Estados Unidos. (Peralta, Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, 2012)

- Variedades Mejoradas por INIAP

#### *INIAP Alegría*

La versión mejorada producto de avances en el INIAP fue tomada de la variedad “Alan García-1 E”, la cual fue presentada en Perú por primera vez en los años 1987 – 1988. Con el transcurso del tiempo se fueron realizando modificaciones y estudios hasta obtener en 1994 una variedad de diferentes características conocida como INIAP Alegría, la cual se encuentra propiamente registrada en el Departamento Nacional de Recursos Fitogenéticos bajo la codificación: ECU 2210.

Entre las mejoras que posee esta variación se encuentra la facilidad con la que revienta a comparación con el de amaranto de grano blanco. Además este tipo de semilla tiene un tiempo de cosecha menor al de las otras, alcanzando una precocidad de 5 a 6 meses bajo condiciones favorables contando con altitud y precipitaciones. Esta también se adapta a 2000 y 2800 m de altura evitando la presencia de heladas. Como resultado, el INIAP Alegría produce de 1 a 3 t/ha, el equivalente a 22 hasta 66 quintales por hectárea.

#### *ECU 17728*

Al momento no se ha obtenido una versión mejorada del ataco o sangorache, sin embargo, el INIAP se mantiene en la búsqueda constante de una variación para este tipo, teniendo como objeto de estudio el ECU 17728 aún sujeto a cambios futuros. Cabe acotar que se ha despertado gran interés por este tipo de grano en Estados Unidos y en Europa, por ello ahora la necesidad de buscar nuevas tecnologías y procesos avanzados.

De igual manera, las mejoras con este grano incluyen su facilidad para reventar cuando se expone permanentemente al sol, la precocidad de su cosecha que varía en 5 a 7 meses con condiciones favorables de altitud y lluvia, produce entre 500 a 1500 kg/ha lo cual representa de 11 a 33 quintales por hectárea y, al igual que la INIAP



Alegría, esta puede crecer en condiciones de sequía. Su rendimiento promedio es de 1000 kg por hectárea de acuerdo al investigaciones del INIAP. (Peralta, Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias, 2012)

### **3.5. Formas del Consumo del Amaranto**

El amaranto está ganando popularidad alrededor del mundo y su uso se extiende a varios ámbitos del diario vivir incluso abarca la alimentación animal y en sectores industriales, médicos y de ornamentación.

En el ámbito alimenticio, el amaranto se utiliza ya sea en grano o molido transformado en harina, sea esta en diferentes presentaciones. Las hojas de esta planta se usan como cualquier otra hortaliza de estas mismas características, donde se incluyen en varias preparaciones para el desayuno, sopas, batidos, dulces, entre otros. En algunos países se consumen los granos reventados y se acompaña con miel de abeja, de caña o chocolate en forma de turrónes. En el país, el amaranto se consume en diversas preparaciones tales como:

- Dulce Alegría
- Batido de amaranto
- Tortillas de maíz y amaranto
- Horchata de amaranto
- Amaranto con leche y miel
- Crema de amaranto con chocolate
- Manjar blanco de amaranto con coco
- Ponche de amaranto; entre otros.

En Norteamérica, específicamente Estados Unidos, la harina de amaranto es una fuente de alimento importante usado en la preparación de pan tomando en cuenta sus propiedades ventajosas para el horneado. De acuerdo con el reporte de la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) se ha comprobado que del uso de niveles de amaranto mayores a 20 % se obtiene un pan de calidad baja con características que no cumplen los estándares. Por el contrario, la inclusión de hasta un 25 % en la harina para la preparación de espagueti mostró

buena calidad y además un importante contenido proteico y de lisina a diferencia del espagueti común.

Además, la NASA escogió el amaranto como producto base para la alimentación de los astronautas gracias a sus altos niveles de proteínas, su corto periodo de cultivo y su resistencia a condiciones no tan favorables. Fue aprobado por esta institución como CELSS (*Controlled Ecological Life Support System*) dado a que retira el dióxido de carbono existente en la atmósfera y produce alimentos, oxígeno y agua para los pasajeros a bordo. Esta práctica se realiza desde el año 1985, donde la semilla de amaranto germinó y floreció durante el vuelo de la nave Atlantis; el promotor de este hecho fue el Dr. Rodolfo Neri Vela, el primer astronauta mexicano. (Asociación Mexicana del Amaranto, 2003)

No solo la semilla del amaranto puede ser usada de varias maneras. Adicionalmente, la planta puede ser de gran utilidad como forraje para el ganado y es fácilmente combinable con otro tipo. En concordancia con el reporte de la Dirección Provincial de Programación del Desarrollo perteneciente al Ministerio de Producción y Desarrollo del Gobierno de la Provincia de Catamarca “el amaranto puede ser utilizado para la producción de concentrados proteicos foliares debido a su alto rendimiento de biomasa verde, alto rendimiento de proteína y su capacidad de sobrevivir en condiciones marginales de suelo.” En el mismo ámbito, también se usan los granos como complemento alimenticio para las aves de corral o la elaboración de balanceado para varios animales. (Chagaray, 2005)

Igualmente, es un componente principal en la elaboración de colorantes vegetales con resultados llamativos a la vista y un sabor especial. Los tallos de la planta son usados para fabricar cartones gracias a sus tallos ricos en celulosa. En el ámbito médico, se usa para curar diarreas continuas y es usado comúnmente para combatir amebas, entre otros beneficios antes mencionados.

Finalmente, la presentación del amaranto con sus llamativos colores y formas hace que se use sus flores como planta ornamental y decorativa en varios escenarios. (Chagaray, 2005)

## **3.6. Producción y Cultivo del Amaranto**

### **3.6.1. Requerimientos**

De acuerdo con Jorge Luis Tejerina Oller en su libro Guía para el Cultivo y Aprovechamiento del Coime o Amaranto, y tal como se ha mencionado en temas anteriores, el desarrollo del amaranto variará de acuerdo a las condiciones a la que se exponga. Como regla general, el ciclo del amaranto es de 180 días en valle, 120 días en la costa y 90 días en la selva.

#### *Siembra*

Existen dos tipos de siembra para el amaranto.

#### *Siembra directa*

La siembra directa no es más que plantar la semilla directamente en el terreno, donde se puede elegir entre dos formas de realizarlo: en hileras o vinculado al maíz. Para la primera opción se realizará surcos de “aproximadamente 15 centímetros de profundidad a una distancia de 60 a 70 centímetros depositando las semillas en forma de chorro continuo dentro y a lo largo del surco”. Otro método de sembrar es usando “golpes” los cuales son depósitos entre 10 a 20 semillas donde se deja como mínimo 20 centímetros entre cada golpe y finalmente se tapa a una profundidad de 3 a 5 centímetros.

En la segunda forma de sembrado, se planta primero la semilla del amaranto para luego sembrar de forma continua la del maíz. (Tejerina, 2005)

#### *Trasplante*

Para realizar este procedimiento se debe primero sembrar en camas de almácigo donde permanecerán hasta lograr d 15 a 30 centímetros de largo. Después se trasladan al terreno donde se permitirá su cultivo en surcos de 70 a 100 centímetros de distancia entre sí con una profundidad de 30 centímetros. Alrededor de 3 a 6 plantas a distancias de 60 centímetros, cubiertas con tierra compactada.

Sin embargo, la desventaja de este método es que demanda mayor cantidad de mano de obra y se requiere de una fuente fija para el riego o se corre el riesgo de esperar a días lluviosos. El punto fuerte es el uso de un menor número de semillas por hectárea.

#### *Aporque superficial o deshierbe*

Transcurridos los 30 días a partir de la fecha de siembra donde las plantas alcanzan una altura de 20 centímetros, se puede realizar un “rayado” con yunta de bueyes para promover la remoción de malezas que puedan afectar el cultivo.

#### *Raleo o aclareo*

Después se retira del cultivo las plantas débiles o las que han crecido demasiado unidas y no cumplan con el estándar de distancia de 20 a 25 centímetros.

#### *Aporque*

Una vez que las plantas alcancen entre 20 y 25 centímetros, se procede a echar tierra para proporcionar firmeza y comenzar con el control de plagas.

#### *Riego*

Gracias a que el amaranto es una semilla resistente a climas secos, no requiere de regado continuo y llega a necesitar la mitad de agua que el maíz. Sin embargo, en casos de sequía se debe tener una fuente de agua disponible.

#### *Fertilización*

El abono y la cantidad de fertilizante a usar son factores relevantes al momento de cultivar el amaranto y dependerá si el sembrado fue de tipo mixto o aislado. Para resultados favorables se sugiere usar “abono químico 18 – 46 – 00 en dosis de 2 bolsas (50 kilogramos/ cada una) por hectárea y una bolsa de urea (46 – 00 – 00) durante el aporque”. En el caso de usarse abono orgánico, la dosis es de 1400 kilogramos por hectárea. (Tejerina, 2005)

### *Cosecha*

Se puede reconocer cuando el amaranto está maduro cuando las hojas están secas en la base y presentan un color amarillo con dirección al ápice, los granos en el mismo estado son fácilmente rompibles con los dientes y la panoja expulsa sus granos sin menor dificultad ante cualquier roce. Esta fase se realiza manualmente donde se corta las panojas, ya sea con cuchillo, tijera u hoz a primera hora del día.

### *Trilla*

En la etapa de la trilla se extrae el grano de la panoja. Se recomienda poner una lona y nylon donde se golpea a las panojas para la fácil extracción del mismo desde 40 a 50 centímetros de distancia del suelo sobre zarandas horizontalmente.

### *Almacenamiento*

Para este proceso se recurre al método del venteado, el cual consiste en el uso de zarandas y el aprovechamiento del viento con la finalidad de separar el grano de la panoja para guardar el amaranto en envases de madera, sacos o bolsas.

### *Plagas y Enfermedades*

Entre las plagas más comunes registradas se encuentran las siguientes:

- *Epicauta* sp: “Bicho moro” como comúnmente se le conoce en Bolivia, afecta a las hojas e inflorescencia.
- *Diabrotica speciosa*: “Lorito verde”, ataca especialmente a las hojas de la planta.

Entre las enfermedades comunes de esta planta se reportan:

- *Sclerotinia sclerotiorum*: Ataca a los órganos de la planta en su complejidad y a su panoja.
- *Aternaria* sp: Se presenta como manchas de color rojo en las hojas y el tallo.

### **3.6.2. Provincias donde se cultiva el amaranto**

En el país, el cultivo de amaranto se encuentra en constante crecimiento gracias a las condiciones favorables que con las que se cuenta. Entre las provincias dedicadas al cultivo de esta semilla se encuentran Pichincha, Tungurahua, Cañar, Azuay, Imbabura, Loja, Cotopaxi, Chimborazo, Carchi, Bolívar y Manabí.

## CAPITULO IV

### Oferta local de amaranto

#### 4.1. Hectáreas de cultivo de amaranto en Ecuador

De acuerdo con un estudio realizado por el MAGAP y tomado del mapa de zonificación agroecológica del INIAP se determina que el Ecuador posee 8714 hectáreas aproximadamente donde se cultiva amaranto. Mientras que en un reporte con especial interés en las zonas potenciales de cultivo presentado por el Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuacultura Pesca se obtuvo que:

Tabla 4 Justificación Oferta Nacional

<b>Categoría de Potencialidad</b>	<b>Zonificación de Agroecología económica</b>	<b>Hectáreas y % del Total Nacional</b>	<b>% por categoría de Potencialidad (Principales Provincias)</b>
<b>Potencialmente alta</b>	Conjuga áreas donde existen zonas agroecológicamente óptimas y que poseen alta accesibilidad a servicios e infraestructuras de apoyo a la producción	25.451 ha 0,24%	Pichincha 39% Imbabura 37,5% Chimborazo 16,8% Carchi 6%
<b>Potencialmente media</b>	Muestra zonas agroecológicamente óptimas con restringida accesibilidad a servicios e infraestructuras de apoyo a la producción; también, se incluyen zonas agroecológicamente moderadas y que poseen alta accesibilidad a servicios e infraestructuras	25.356 ha 0,24%	Loja 21% Imbabura 15% Tungurahua 24% Cotopaxi 21% Pichincha 8% Carchi 8%

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca

Elaboración: Las autoras

Donde se demuestra que existen aproximadamente 50808 hectáreas aprovechables adicionales a las existentes, para promover el cultivo de amaranto en el Ecuador y generar una mayor cantidad del producto para satisfacer la demanda internacional.

## **4.2. Productores y empresas comercializadoras de amaranto en Ecuador**

La participación de empresas ecuatorianas en la comercialización de granos andinos a nivel internacional ha tenido un impacto positivo tanto a nivel económico como a nivel social, puesto que ha beneficiado a pequeños productores que hasta hace algunos años veían a sus cultivos relegados, de esta manera las compañías ecuatorianas han logrado no solo ofertar el producto en grano sino también ofrecer productos finales, como consecuencia del creciente mercado y la tendencia al consumo de productos que beneficien a la salud. Entre las compañías que comercializan el amaranto no solo a nivel interno sino también a nivel internacional tenemos:

- Sumaklife (Comercializadora y exportadora de amaranto)
- Coprobich (Corporación de productores)
- Fundamyf (Fundación impulsadora agrícola)
- Chuya Mikuna (Organización de productores)
- Empresa Gramolino (Procesadora y comercializadora)
- Mushuk Yuyay (Asociación de productores)
- Fortiori (Comercializadora)
- Tolteca (Industrializadora)
- UCICMA -Unión de Comunidades Indígenas Campesinas Mariano Acosta (Productores)

## **4.3. Oferta local**

En base a los datos presentados con anterioridad, se determina la producción de amaranto en el Ecuador de la siguiente manera:

**Oferta Actual = (No. Hectáreas empleadas en el cultivo de amaranto x Rendimiento por hectárea) – 30% de desperdicio**

Oferta Actual = (8714 x 60 quintales) – 30%

Oferta Actual = (522840) – 156852

**Oferta Actual = 365988 quintales de amaranto**



**Oferta Potencial = (No. Hectáreas potenciales para el cultivo de amaranto x Rendimiento por hectárea) – 30% de desperdicio**

Oferta Potencial = (50808 x 60 quintales) – 30%

Oferta Potencial = (3048480) – 914544

**Oferta Potencial = 2133936 quintales de amaranto**

Con estos cálculos, se obtiene que la oferta exportable total del Ecuador podría llegar a los 2'499924 quintales de amaranto, si se logra los cultivos en las zonas antes mencionadas.

#### **4.4. Problemas con la producción ecuatoriana**

En el proceso de recopilación de información en varias instituciones estatales, se determina que no se cuenta con información concreta de exportaciones de amaranto hacia otros países. De acuerdo con información tomada del Banco Central del Ecuador:

Tabla 5 Subpartida Nandina exportaciones en miles de dólares

<b>Subpartida Nandina</b>	<b>Descripción Nandina</b>	<b>País</b>	<b>Toneladas</b>	<b>Fob - Dólar</b>	<b>%Total Fob - Dólar</b>
<b>1008909200</b>	Kiwicha (Amaranthus Caudatus), excepto para la siembra	Alemania	1,72	6,18	88,92
		USA	0,25	0,77	11,08
<b>Total General</b>			<b>1,97</b>	<b>6,95</b>	<b>100</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Las autoras

Se indica que en el periodo correspondiente al 2009 hasta el 2011, los países que compraban amaranto al Ecuador eran Alemania y Estados Unidos. Sin embargo a partir del 2012 a la actualidad, no se ha registrado ningún rubro correspondiente a exportaciones de amaranto. Esto se debe al tipo de cultivo al que el amaranto pertenece, conocido por expertos del MAGAP como “cultivo por incentivos” donde el pequeño agricultor pierde el interés en producir amaranto en grandes cantidades por la falta de compradores mayoristas o convenios representativos para ellos.

Además, la falta de conocimiento del grano como tal en el Ecuador, debilita la comercialización del mismo. En general, el amaranto es un grano que necesita ser promovido internamente con la finalidad de crear una oportunidad en el exterior.

#### **4.5. Programas de apoyo e incentivo**

##### *Programa nacional de leguminosas y granos andinos*

Programa impulsado por el INIAP está orientado a la investigación y desarrollo de alternativas a través del estudio de los diversos cultivos de leguminosas y granos andinos, teniendo en cuenta las necesidades de los productores, impulsando la participación conjunta para el mejoramiento de las técnicas de producción, generando valor que esté acorde a las demandas tanto internas como externas.

Los proyectos que actualmente se encuentran en ejecución y que benefician a los cultivos de amaranto están orientados al fortalecimiento de los sistemas de producción a través del intercambio de tecnologías para la producción de granos andinos y el del apoyo a la seguridad alimentaria en las provincias de la Sierra.

##### I Encuentro Nacional de Amaranto

Este encuentro tuvo como objetivo presentar los avances y descubrimientos que se han hecho en cuanto a las investigaciones propiciadas por el INIAP, así como también estrechar los lazos de todos los agentes relacionados con los cultivos de amaranto de los tipos existentes en el Ecuador. De esta manera se busca que tanto productores, como comercializadores ya sean estos, pequeños o medianos consoliden sus prácticas en pos del crecimiento de este cultivo y logren conseguir contactos para poder realizar negocios a futuro que permita el desarrollo tanto de pequeños agricultores como de empresas con visión internacional.

## Programas ProEcuador

El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones crea constantemente varios programas con los que promueve determinados sectores productivos del Ecuador buscando el desarrollo de los mismos, entre ellos la participación en Ferias tales como la Feria Natural Products Expo West que tuvo lugar en Estados Unidos donde diversos productores pudieron ofrecer sus productos a este mercado, entre esos el amaranto. Además recientemente realizó una convocatoria a expertos sectoriales del país que colaboren a programar y diagnosticar la exportación, así como también brindar capacitación a pequeñas empresas exportadoras.

De igual manera, ofrece un plan de asistencia para pequeños empresarios que se inscriban en la institución con la finalidad de brindar asistencia técnica sobre el desarrollo de su oferta exportable eficazmente.

### 4.6. Volumen de exportación de amaranto ecuatoriano

Antes de analizar las exportaciones de amaranto ecuatoriano, debemos conocer la división en la que se encuentra el producto en cuanto a partida arancelaria. Para fines investigativos, se presenta la estructura completa y origen de su Nandina.

Tabla 6: Partida Arancelaria Amaranto

<b>Partida Arancelaria</b>	<b>10.08.90</b>
<b>Sección II</b>	Productos del Reino Vegetal
<b>Capítulo 10</b>	Cereales
<b>Partido Sistema Armonizado 1008</b>	Alforfón, Mijo y alpiste, los demás cereales
<b>Subpartida Sistema Armonizado 100890</b>	Los demás cereales
<b>Subpartida Nandina 1008909200</b>	Kiwicha ( <i>Amaranthus Caudatus</i> ), excepto para siembra

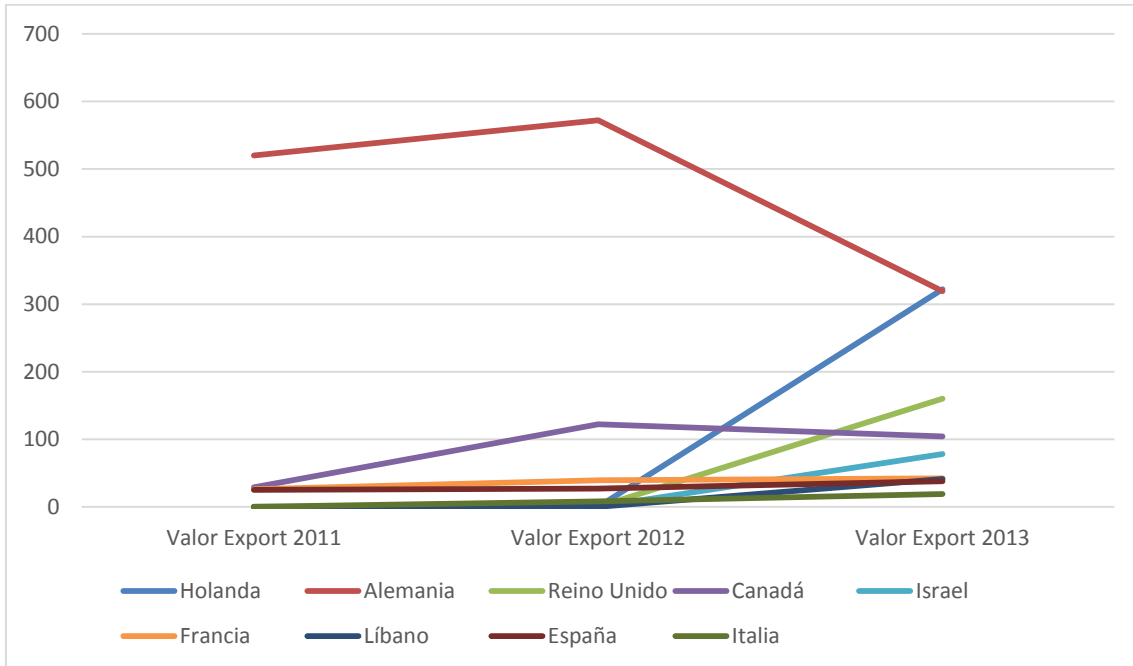
Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE)

Elaboración: Las autoras

Como se había mencionado con anticipación, se analizará las exportaciones de Ecuador a diversos países bajo la partida arancelaria 100890 ya que los países con

los que comercializa, no registran las importaciones de amaranto bajo la Nandina específica de kiwicha y por el contrario lo incluyen en las de demás cereales.

Ilustración 1 Exportaciones ecuatorianas demás cereales miles de dólares



Fuente: TradeMap  
Elaborado por: las autoras

Como se aprecia en el gráfico anterior, en un rango entre el 2011 al 2013, Alemania figura como un importador continuo de otros cereales a Ecuador, categoría en la que recae el amaranto como se había dicho. En cuanto a valores exportados específicamente en el 2013, Holanda se posiciona como el primer importador de otros cereales a Ecuador con un total de 322 miles de dólares, seguido de la antes mencionada Alemania con 319 mil, Reino Unido con 160, Canadá con 104, y países como Israel, Líbano, Francia, España e Italia con valores menores a 100 mil.

Por lo tanto podemos decir que Alemania es uno de los países que sigue apostando por el producto ecuatoriano que, a pesar de no continuar con la exportación de amaranto, de decidirse y generar una oferta exportable, tiene aún una oportunidad de entrar al mercado con la comercialización del grano bajo este rubro.

## Capítulo V

### Mercado Internacional del Amaranto

#### 5.1. Demanda Internacional

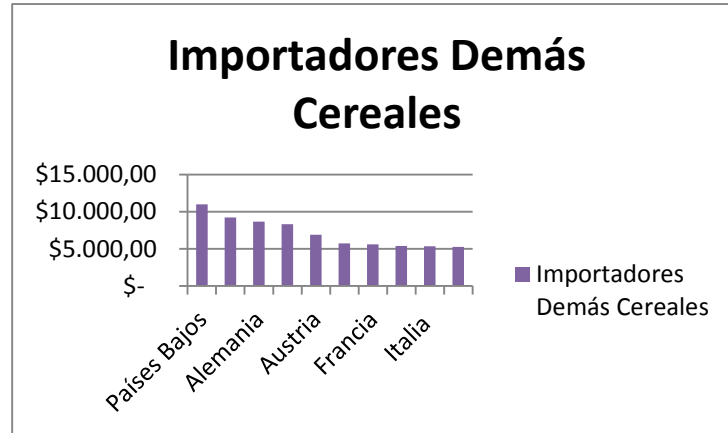
A pesar del poco conocimiento a nivel interno del amaranto, este producto tiene gran relevancia a nivel internacional por el valor energético y su contenido en proteína, puesto que es mayor a los demás cereales, siendo catalogado por la FAO como el mejor alimento para consumo humano, con lo cual abre nuevas oportunidades para el comercio ecuatoriano, ya que la demanda actual se encuentra insatisfecha a causa de la poca oferta en el mercado de este grano andino.

La demanda de amaranto a nivel internacional ha ido en aumento a través de los años, como consecuencia de la constante búsqueda de salud por parte de los consumidores especialmente por los países europeos, al punto de realizar estudios de factibilidad para la creación de cultivos de amaranto en esa región. (Urabi & Reinhard Vogl, 2013)

De acuerdo a un estudio realizado por la Fundación Mcknight el interés en el amaranto ha crecido favorablemente tanto por los Estados Unidos como por la Unión europea, tanto así que existen compañías extranjeras dispuestas a invertir pero lastimosamente aún no se han encontrado fuentes suficientes de suministros de este grano andino que ayuden a satisfacer las necesidades del mercado internacional. (Horton, 2014)

### 5.1.1. Principales países importadores de otros cereales en el mundo

Ilustración 2 Importadores demás cereales en miles de dólares



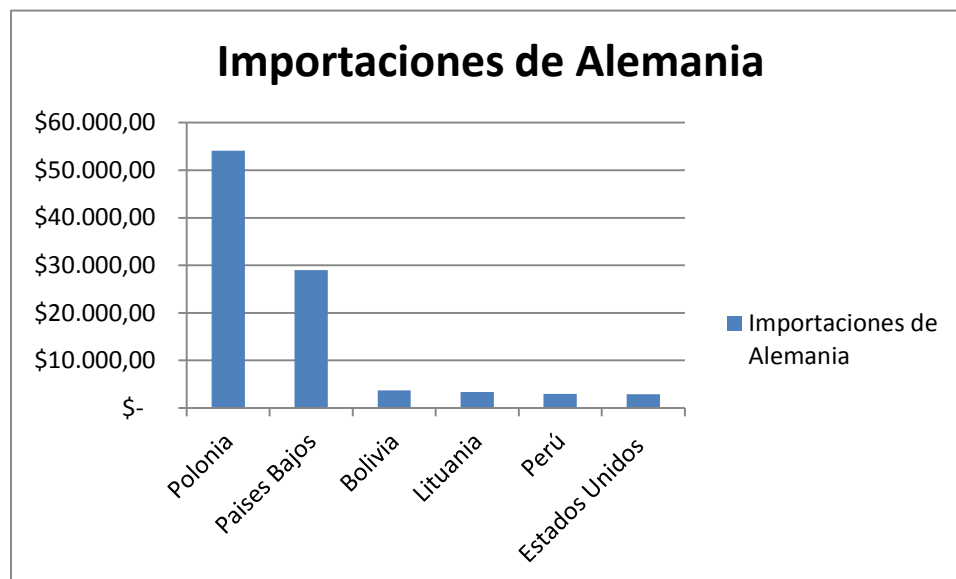
Fuente: Trademap  
Elaboración: Las autoras

De acuerdo a las estadísticas obtenidas en Trademap el principal importador bajo la Subpartida 100890 es Países Bajos con un valor aproximado de USD 10997 en miles, representando más del 15% de participación en el comercio de demás cereales, España se ubica en el segundo lugar con USD 9222 valorados en miles, seguido por Alemania quien es el tercer importador más grande, alcanzando un volumen de USD 8675 estimados en miles de dólares de importaciones de demás cereales, seguido muy de cerca por Canadá y ubicándose en el quinto y sexto puesto se encuentran Austria y Bélgica respectivamente. Por tal motivo se considerará Alemania como el mercado objetivo del presente proyecto.

## 5.2. Demanda alemana

### 5.2.1. Importaciones de Alemania Demás Cereales

Ilustración 3 Importaciones alemanas demás cereales miles de dólares



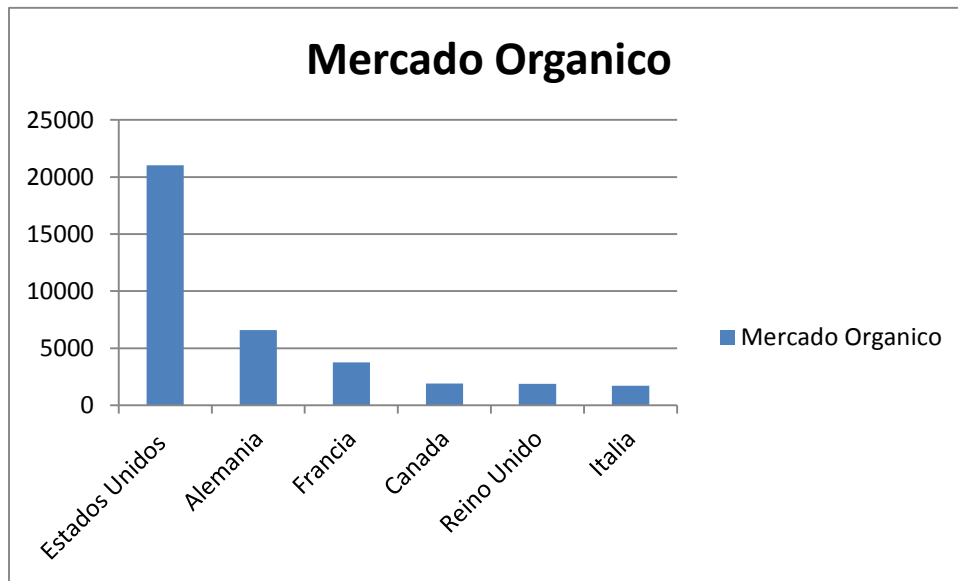
Fuente: Trademap  
Elaboración: Las autoras

De acuerdo a las estadísticas presentadas por Trademap, en el año 2013 Alemania importó bajo el rubro de demás cereales alcanzó un valor de USD 95964 valoradas en miles de dólares, teniendo solamente en consideración los 6 principales socios comerciales bajo esta Subpartida. De esta manera tenemos que por el lado de Europa Polonia y Países Bajos son los principales socios comerciales teniendo USD 29000 y USD 3600 en miles de dólares respectivamente, de igual manera Bolivia y Perú son los países exportadores bajo este rubro por parte de Latinoamérica.

### 5.2.2. Consumo de Productos Orgánicos

En el año 2011 Alemania fue el país europeo con mayor mercado para productos orgánicos con ventas que sobrepasaban los 21.5 billones de euros, presentando un crecimiento del 9 % en comparación al año 2010 que obtuvo 19. 7 billones de euros.

Ilustración 4 Mercado Orgánico Global en miles de dólares



Fuente: Fibl Organization

Elaboración: Las autoras

Acorde a lo antes mencionado, Alemania en el 2011 fue el país europeo con mayor movimiento en el mercado de productos orgánicos, con un total de 6.6 billones de euros a nivel global, por detrás de Estados Unidos quien fue el país con mayor consumo de productos de este tipo con una participación del 44 %. La lista la completan Francia, Canadá, Reino Unido e Italia, estos últimos con porcentajes de participación del 3 %.

### 5.2.3. Ingresos por ventas de productos de intolerancia alimentaria

Si se desea exportar amaranto a Alemania, se puede incursionar en diferentes tipos de mercado, tales como el de productos para diabéticos o el de libres de gluten gracias a las propiedades que el grano posee. De acuerdo a un reporte de la firma de marketing, Euromonitor, se tiene que:



Tabla 7 Total ventas productos de intolerancia alimentaria

Total Ventas Productos de intolerancia alimentos en millones						Estimaciones	
Alemania	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Comida para diabéticos</b>	USD 150,40	USD 151,50	USD 151,40	USD 149,90	USD 146,80	USD 144,80	USD 142,00
<b>Libre de gluten</b>	USD 268,50	USD 292,90	USD 313,80	USD 331,30	USD 346,30	USD 364,30	USD 380,00

Fuente: Euromonitor

Elaboración: las autoras

De acuerdo con este reporte, Alemania tiene una gran apertura hacia los productos dirigidos a ambos nichos de mercado e incluso registra proyecciones de ventas favorables para el 2014 y el 2015. De igual manera la empresa alemana *Märkte | AMI | natürlich informiert* en un reporte sostiene que las importaciones de cereales orgánicos se ha incrementado de 114000 toneladas a 156000 toneladas en el periodo correspondiente a los años 2010 - 2013 reportando un crecimiento del 17 %.

### 5.3. Análisis de Alemania

#### 5.3.1. Análisis Pest

##### **Factores Políticos**

Tabla 8: Análisis PEST, Factores políticos

ASPECTOS POLÍTICOS	
	ALEMANIA
<b>Presidente</b>	Joachim Gauck
<b>Canciller Federal</b>	Angela Merkel
<b>Vice-Canciller</b>	Sigmar Gabriel
<b>Periodo</b>	5 años
<b>Años en el poder</b>	2 años
<b>Estado</b>	Democratico
<b>Forma de Gobierno</b>	República Federal Parlamentaria
<b>Legislatura</b>	Parlamento Federal
<b>Sistema Legal</b>	Sistema de Derecho Civil
<b>Libertad sobre la corrupción</b>	38%
<b>Pais Miembro de</b>	UE, ONU, OTAN, OSCE, OCDE, CBSS, COE, G8
<b>Acuerdos Internacionales</b>	UE, SGP, GobaL GAP
<b>Numero de procedimientos para hacer cumplir un contrato</b>	30
<b>Gasto Estatal</b>	38,2%
<b>Libertad Fiscal</b>	61,2%
<b>Libertad de empresa</b>	89,9%
<b>Libertad de trabajo</b>	46,4%

Elaboración: Las autoras

Alemania es una República Federal Parlamentaria, es decir que las decisiones son determinadas por el presidente quien es el jefe de estado y el canciller que responde ante el parlamento y es eje principal del mismo; por lo general cada provincia o subdivisión cuenta con legislaturas locales, situación que hace que los 16 estados de Alemania gocen de descentralización en la toma de decisiones pero aun así la ley federal está por encima de las leyes locales, por lo cual es de suma importancia el conocimiento de las leyes alemanas para un correcto desenvolvimiento de una compañía extranjera.

En la actualidad Alemania es miembro de la Unión Europea, ofreciendo un aporte clave en las decisiones que abarcan desde temas políticos, económicos y militares, este último por su posición como país perteneciente a la Organización del Tratado del Atlántico del Norte, además de formar parte de los grupos G4, G8 y de la Organización de las Naciones Unidas.

#### *Estabilidad Política*

La estabilidad política tiene un rol esencial dentro de la sociedad alemana, puesto que a nivel psicológico genera optimismo no solo para los ciudadanos, sino también para el sector empresarial puesto que se da más confianza para invertir y de esta forma obtener mayores ganancias, sin la preocupación de cambios frecuentes en las líneas de gobierno que desestabilicen el sistema actual, a través de la creación de nuevas normativas que afecten a los empresarios en las actividades relacionadas al comercio, que a su vez generara un impacto en el consumidor.

Alemania a nivel global goza de una buena reputación referente a su manejo de políticas de gobierno, acorde al Informe Global de Competitividad este ocupa el cuarto lugar, además de posicionarse entre los 20 mejores países gracias a su pilar institucional, en los que constan las dimensiones de sus normativas políticas y la cualidad de las mismas en relación a las facilidades ofrecidas y a la libertad civil.

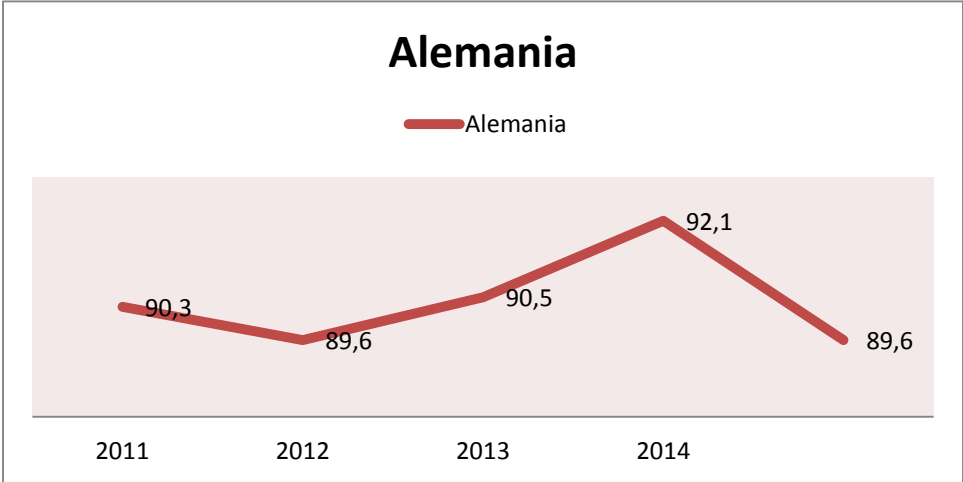
#### *Libertad de empresas*

En general las leyes alemanas no presentan ninguna distinción entre los ciudadanos alemanes y extranjeros, por lo que las restricciones en las operaciones de comercio

realizadas día a día son nulas, así también las normativas acerca de la propiedad intelectual se encuentran protegidas y en igual condición que gozan los alemanes

Las leyes alemanas dan apertura a las empresas a planificar y desarrollar sus planes de inversión sin ninguna dificultad, a través del uso de las licencias y permisos otorgados por las autoridades correspondientes. Así también en situaciones que lo amerite, los derechos de los inversores están resguardados a través del sistema judicial.

Ilustración 5 Evolución libertad de empresa



Fuente: Heritage Organization  
Elaboración: Las autoras

Como se puede apreciar en el gráfico, el indicador de libertad de empresa ha fluctuado entre los 89 y 92 puntos en los últimos cuatro años, teniendo un puntaje de 89,6 acorde a los últimos informes presentados por la organización Heritage en Enero 2014.

La disminución en el indicador está ligada a las nuevas normativas que facultan al Ministerio Federal de Economía y Tecnología junto con el Ministerio de Relaciones Exteriores a la evaluación de inversiones cuando exista participación de un inversionista extranjero en la creación de una sociedad o cuando se desee adquirir una compañía nacional.

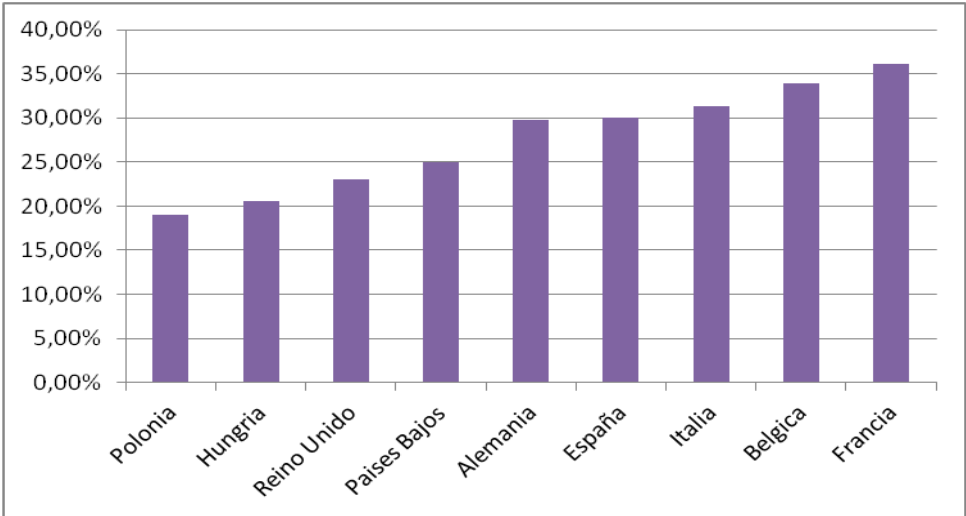
Bajo el principio de libertad a las actividades de comercio exterior, en el año 2013 se hizo una modificación a la Ley de Comercio y Pagos Exteriores, la misma que solo impone restricciones hacia determinados sectores e industrias del país, como motivo de defensa y seguridad del comercio nacional, permitiendo la aplicación de medidas restrictivas para la entrada y salida de inversión extranjera directa, incluyendo también a las empresas que producen armamento.

*Impuestos comercio*

Todas las operaciones comerciales de negocios en Alemania están en obligación de pagar impuestos referentes a sus actividades económicas, independientemente del tipo de compañía que sea.

Para determinar el impuesto correspondiente se toma en cuenta la base imponible del impuesto que es el 3,5 % para toda Alemania y el multiplicador llamado *Hebesatz* que es aquel estipulado por cada municipio, este por lo general posee un valor mayor en las zonas urbanas que en las rurales. El multiplicador está entre el 350 y 400 por ciento. Cabe mencionar que las asociaciones gozan de una asignación libre de impuestos de € 24500.

Ilustración 6 Promedio Impuestos por países en el 2012



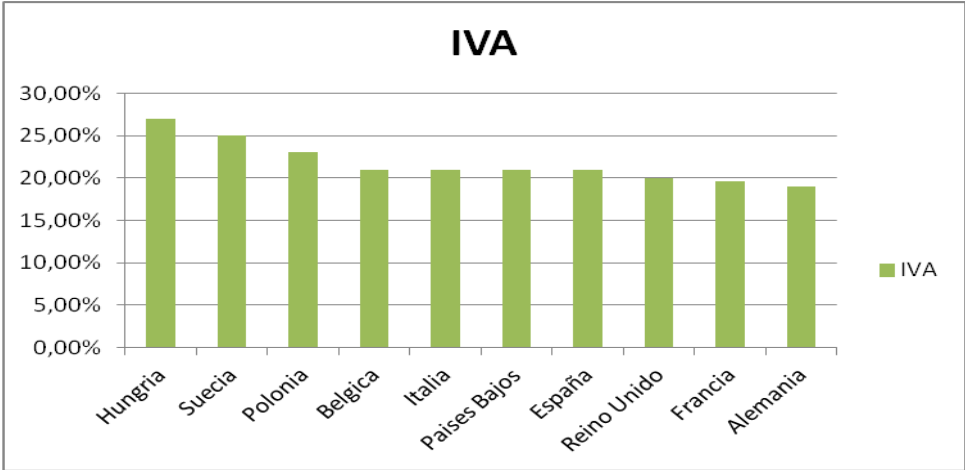
Fuente: Ministerio de Finanzas de Alemania  
Elaboración: Las autoras

Acorde a las estadísticas obtenidas Alemania ocupa el quinto lugar con un 29, 83 % referente los impuestos municipales, ubicándose por delante de España e Italia quienes han tenido que modificar sus políticas de tributación a consecuencia de la crisis del 2008. Los impuestos municipales juegan un rol importante a la hora del pago total de impuestos.

*Impuesto al valor agregado*

El impuesto al valor agregado debe ser agregado por las empresas a sus precios de productos, siendo el IVA pagado únicamente por el usuario final, por lo cual las compañías se encargan de la transferencia del impuesto a las autoridades fiscales correspondientes, sobre una base que puede ser mensual, trimestral o anual, la misma que está sujeta a los niveles de ingreso y facturación que cada empresa posea.

Ilustración 7 Impuesto al valor agregado regional



Fuente: Comisión Europea, Alemania Comercio e Inversión 2012  
Elaboración: Las autoras

El impuesto al valor agregado en Alemania se encuentra por debajo de la media europea, con un valor del 19 % aplicado a los productos, aunque existe una variación de los mismos el cual se aplica a ciertos bienes de consumo y servicios usados cotidianamente, así tenemos: la alimentación, prensa escrita, transporte público. En el caso de los servicios bancarios y de salud, estos se encuentran exentos al pago de impuestos.

## Factores Económicos

Tabla 9: Análisis PEST, Factores económicos

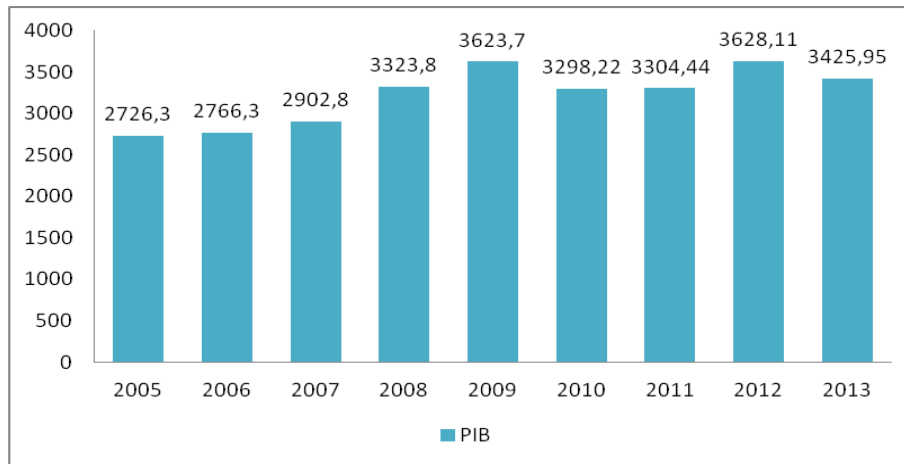
<b>ASPECTOS ECONÓMICOS</b>	
	<b>ALEMANIA</b>
<b>Inflación</b>	2,1%
<b>Desempleo</b>	5,5%
<b>Salario mínimo</b>	€ 8,5 Por hora
<b>Canasta Básica</b>	R\$ 300
<b>Moneda</b>	Euro (€)
<b>Tipo de cambio (US)</b>	USD\$ 1 = € 0, 7466
<b>Inversión Extranjera Directa</b>	USD\$ 6.6 billones
<b>PIB nominal</b>	USD\$ 3634,82 billones
<b>PIB nominal per capita</b>	USD 38291,62
<b>Ranking mundial (PIB)</b>	4to
<b>Libertad Monetaria</b>	80,8%
<b>Libertad Comercial</b>	87,8%
<b>Libertad a la inversión</b>	90,0%
<b>Libertad Financiera</b>	70,0%
<b>Ranking mundial Libertad Económica</b>	#18/ 178

Elaboración: Las autoras

La economía alemana se encuentra ligada principalmente a la actividad industrial, siendo sus compañías muy reconocidas por la calidad de fabricación de sus productos, aportando prestigio a nivel global a las marcas.

Después de la crisis económica del 2008, Alemania probó ser una de las economías más importantes, no solo por sus aportes en el manejo de la crisis a nivel de la Unión Europea sino por sus indicadores económicos, que lo sitúan en los primeros lugares del ranking macroeconómico a nivel global, ubicándose en el puesto 3 de acuerdo al Índice de Complejidad Económica. Los excedentes en los niveles de exportación de productos alemanes han generado ganancias mayores que las de países como Reino Unido, Italia y Francia.

### Ilustración 8 Evolución PIB Alemania miles de dólares

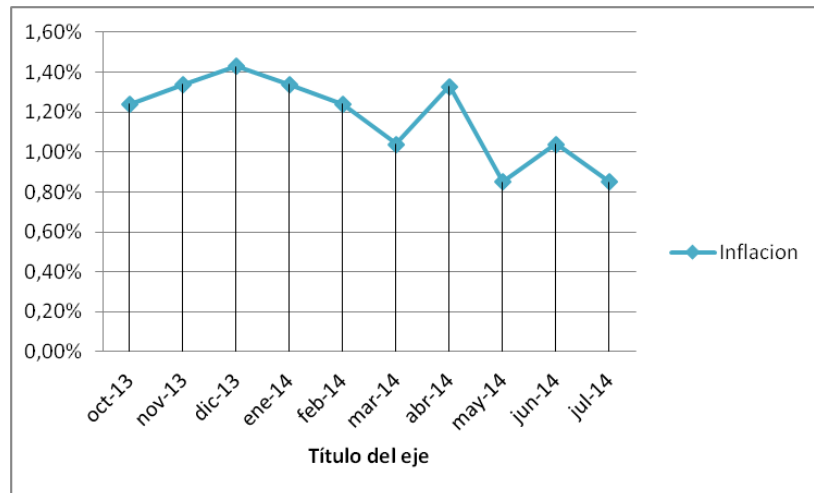


Fuente: Trading Economics

Elaboración: Las autoras

Acorde a las estadísticas presentadas por Trading Economics, Alemania goza de una economía envidiable al tener un PIB nominal de USD 3634,82, siendo el más alto en los últimos 10 años, a pesar de las disputas dentro del gobierno por la forma de llevar las riendas de la economía, esta les ha permitido tener un crecimiento del 0,80 % en comparación con las cifras previas, aunque su crecimiento se da en menor proporción, acorde a las proyecciones se espera que esta siga aumentando y se pronosticó un aumento del 1,9 % para el presente año, gracias a las inversiones extranjeras y los saldos positivos de la balanza de pagos esperados.

Ilustración 9 Inflación mensual Alemania



Fuente: Global Rates

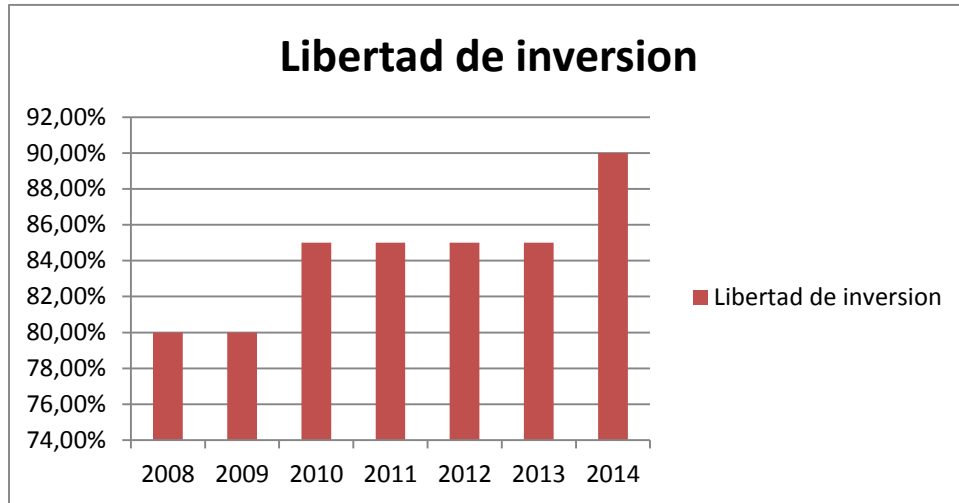
Elaboración: Las autoras

Acorde a las estadísticas presentadas por Global Rates, Alemania en los últimos meses ha presentado una caída en los índices de inflación, situación que mantiene preocupada a los miembros de la Unión Europea puesto que el país se encuentra en riesgo de tener deflación económica, lo que agravaría la recesión económica que están sufriendo algunos países desarrollados.

El excedente comercial en las exportaciones alemanas y el estancamiento en el aumento de los salarios, puede acarrear graves consecuencias para la ciudadanía, puesto que disminuye el valor de los activos, así también retrasa las actividades de inversión puesto que los bancos aplicarían nuevas disposiciones, disminuyendo la oferta de créditos, por lo que es necesario que el gobierno Alemán adopte medidas para estimular la demanda interna a través del aumento de los salarios de los trabajadores y un mayor apoyo a las pequeñas y medianas empresas, como una alternativa para evitar un superávit descontrolado que desfavorezca a la sociedad alemana, sin necesidad de reducir los niveles de exportación de mercancías.



Ilustración 10 Evolución del índice de libertad de inversión



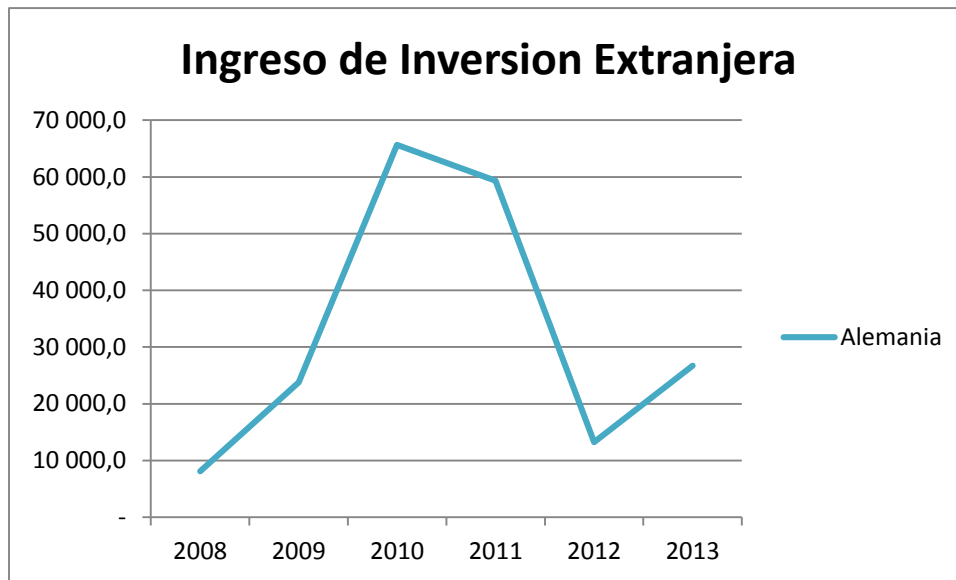
Fuente: The Global Economy

Elaboración: Las autoras

El índice de libertad de inversión muestra el nivel de interferencia que posee el gobierno a través de las regulaciones en materia económica, por lo cual mientras más alta sea la puntuación, favorece en mayor escala tanto a la economía en general como las inversiones, es decir que es un mercado abierto.

Acorde a las estadísticas presentadas por The Global Economy, después de la crisis económica del 2008, Alemania tuvo un despunte en la valorización del indicador de libertad de inversión, aumentando en un 10 %, debido a la actitud del país hacia los apoyos de inversión extranjera directa en materia de políticas como una medida para disminuir las tasas de desempleo y evitar un desplome en la balanza de pagos que cause un déficit económico.

Ilustración 11 Evolución del ingreso de Inversión extranjera directa en millones de dólares



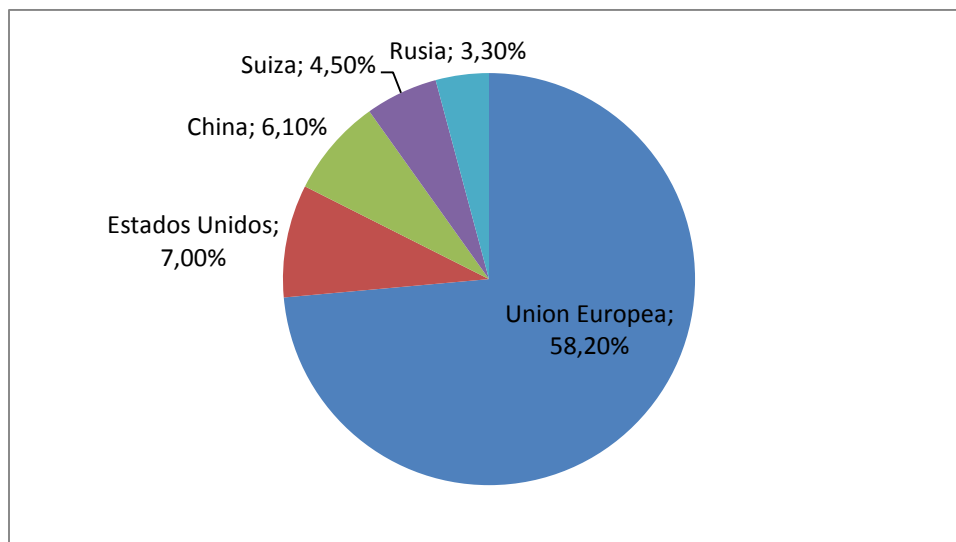
Fuente: Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

Elaboración: Las autoras

Acorde al reporte anual presentado en Junio 2014 por la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, el país se sitúa en el puesto número 12 por detrás de Finlandia y Francia en relación al ingreso de inversión extranjera en el último año.

Alemania es un país que generalmente ante los ojos de los inversionistas resulta muy atractivo, gracias a su reputación de la oferta de mano de obra calificada y la infraestructura que facilita el comercio exterior, haciéndolo un lugar óptimo para ser usado como ruta de acceso a Europa. Lastimosamente los flujos de ingreso de capitales han decaído en los últimos dos años debido a la crisis en la zona euro, teniendo un ingreso de aproximadamente USD 26720,8 millones de dólares, aunque en comparación con el año 2012 que apenas alcanzó los USD 13203,2 millones, mostró una mejoría y deja abierta la posibilidad de seguir creciendo a futuro.

Ilustración 12 Principales socios de exportación



Fuente: Trading Economics

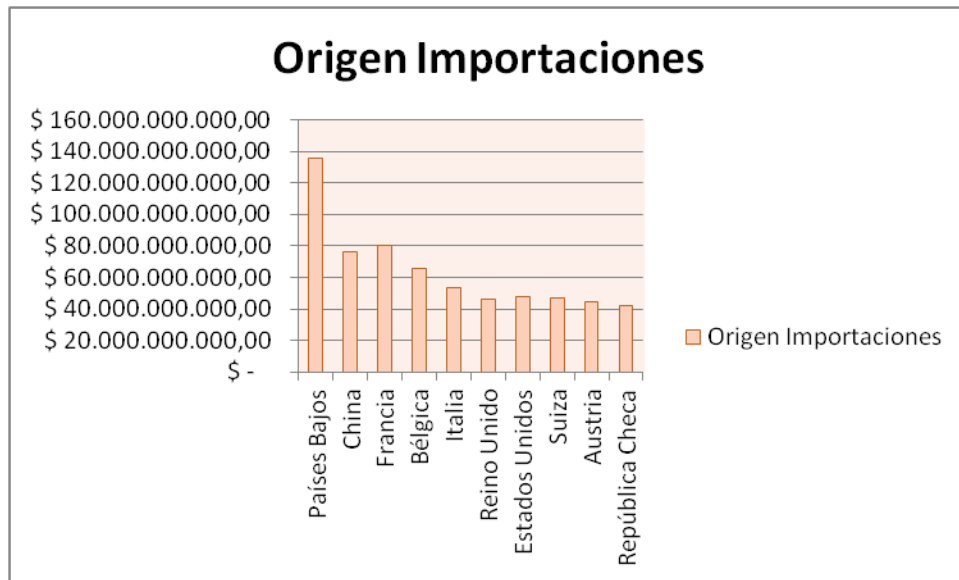
Elaboración: Las autoras

En los últimos dos años Alemania ha batido un record referente al volumen de las exportaciones, teniendo un superávit de 20400 millones de euros, teniendo una participación que alcanza el 52 % de su Producto Interno Bruto, para octubre del 2013 los niveles de exportación tuvieron un crecimiento de 2,1 % sobre el intercambio comercial entre países miembros de la Unión Europea, lo cual generó un 3,1 % de crecimiento en los rubros de importación, posicionándolo como el tercer exportador del mundo.

Gran parte del comercio alemán se concentra en los bienes y servicios como: Coches, piezas y repuestos correspondientes a la industria automotriz, así también medicamentos envasados, aviones y helicópteros.

Gracias a su posición como estado miembro de la UE, Alemania ha logrado aumentar sus volúmenes de exportación, generando crecimiento sobre el comercio dentro de Europa .El comercio de Alemania con la Unión europea representa el 58,20 % de participación, siendo su principal socio comercial, situándose en 36600 millones de euro el valor de las exportaciones, seguido por Estados Unidos y China con el 7 y 6,10 % de su participación.

Ilustración 13 Origen de importaciones alemanas en millones de dólares



Fuente: Tradenosis

Elaboración: Las autoras

Según el reporte de estadísticas de importación presentadas por Tradenosis, se puede apreciar que Alemania importa productos principalmente de los Países Bajos, esto se debe a que existen ciertos productos que son importados primero por intermediarios en los Países Bajos y luego son ofrecidos a otros mercados, por lo cual los niveles de importación son altos con más de USD 135,000 millones, contando con una participación de 8,9 %.

El principal vendedor de Asia de productos al mercado alemán es China, cuya participación de mercado es de 8,3 %, seguido por Francia y Bélgica con un 7,1 y 4,1 % respectivamente.

## Factores Sociales

Tabla 10: Análisis PEST, Factores Sociales

<b>ASPECTOS SOCIALES</b>	
	<b>ALEMANIA</b>
<b>Desnutrición infantil</b>	1%
<b>Tasa de mortalidad</b>	11,10%
<b>Expectativa de vida</b>	81 años
<b>Tasa de alfabetización</b>	99%
<b>Tasa de crecimiento poblacional</b>	-1,70%
<b>Tasa de obesidad</b>	12,90%
<b>Gasto en salud</b>	76,3%

Elaboración: Las autoras

Alemania es un país en la cual la mayoría de sus habitantes cuentan con altos niveles de formación académica, cuenta con aproximadamente 82000000 millones de habitantes, caracterizándose por ser una sociedad moderna y con cierta autonomía individual. A pesar de tener altos niveles de alfabetización y una tasa alta en expectativa de vida, Alemania ha tenido un decrecimiento poblacional en los últimos años, siendo uno de los efectos principales de la recesión del 2008.

La migración hacia Alemania ha incrementado la diversidad cultural del país, haciendo que las autoridades pongan esfuerzo en la integración de grupos sociales, para minimizar los riesgos de xenofobia y de esta forma el sector inmigrante sea acogido de la manera adecuada.

El modelo de desarrollo alemán ha sido aplaudido a lo largo de los años, puesto que los esfuerzos del gobierno en ofrecer protección a los ciudadanos han tenido éxito, contando con una amplia cobertura que va desde apoyo financiero en caso de desempleo, así también la asistencia que se les da a los jubilados, por esta razón el gasto social alemán es uno de los más altos a nivel de países desarrollados, con un 26,7 % de acuerdo a los índices del Banco Mundial por encima de Estados Unidos.

## Factores Tecnológicos

Tabla 11: Análisis PEST, Factores tecnológicos

ASPECTOS TECNOLÓGICOS	
	ALEMANIA
Nivel de acceso de internet	82
Participación de personal en I & D	1,26%
Solicitudes de patentes por millón	23,2
Empresas con conexión banda ancha	89
Ecommerce (transacciones de empresas)	3%

Elaboración: Las autoras

Los avances en la tecnología y los requerimientos a nivel global en materia de invención, han catapultado al gobierno alemán al incremento de presupuesto destinado a mejorar las condiciones de cada uno de sus estados para la ejecución de proyectos que permitan aprovechar los recursos del país, orientándose a mejorar la calidad de fuentes de energía y reducir los niveles de contaminación.

Alemania es uno de los países más reconocidos al momento de desarrollar nuevas tecnologías y aprovechar los recursos, a través de elementos innovadores que ponen a su ingeniería en los niveles más altos de la investigación. De acuerdo a cifras oficiales presentadas por las Oficina Europea de Patentes, el país cuenta con aproximadamente 12500 patentes registradas y con más de 299000 científicos laborando en proyectos de investigación.

A nivel de infraestructura logística y de manejo tanto de importaciones como exportaciones, acorde al índice de desempeño logístico o LPI por sus siglas en inglés, teniendo en cuenta que este indicador muestra la percepción que se tiene de un país sobre elementos como: la infraestructura de las aduanas, procesos de despacho, capacidad de rastreos de embarques, tiempos de entrega y negociación de precios, a través de un puntaje en escala del 1 al 5.

Tabla 12: Índice de desempeño logístico

Pais	Clasificacion	Aduana	Infraestructura	Embarques Internacionales	Competencia logistica	Seguimiento de carga	Puntualidad
Alemania	1	4,1	4,32	3,74	4,12	4,17	4,36
Países Bajos	2	3,96	4,23	3,64	4,13	4,07	4,34
Belgica	3	3,8	4,1	3,8	4,11	4,11	4,39
Reino Unido	4	3,94	4,16	3,63	4,03	4,08	4,33
Singapur	5	4,01	4,28	3,7	3,97	3,9	4,25
Suecia	6	3,75	4,09	3,76	3,98	3,98	4,26
Noruega	7	4,21	4,19	3,42	4,19	3,5	4,36
Luxemburgo	8	3,82	3,91	3,82	3,78	3,68	4,71

Fuente: Banco Mundial

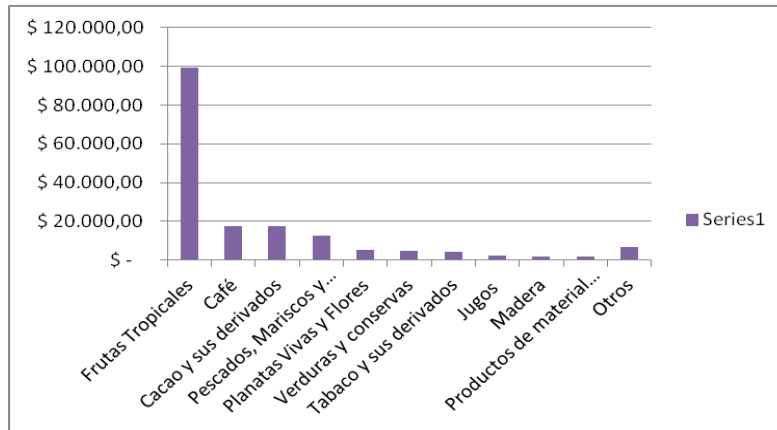
Elaboración: Las autoras

Acorde al informe presentado por el Banco Mundial en el año 2013, Alemania ocupó el primer lugar en el ranking de un total de 160 países, obteniendo puntajes mayores a 4, a excepción en la frecuencia de embarques, debido a los tiempos en los que la mercancía llega al consignatario, por lo cual recibe una valoración de 3,74 sobre 5.

### 5.3.2. Principales exportaciones de Ecuador hacia Alemania

Según los datos de la Oficina Federal de Estadísticas de Alemania en el año 2012, Alemania importo desde Ecuador alrededor de USD 173851 valorado en miles de millones, siendo las frutas tropicales, el café y el cacao, los principales rubros adquiridos. A continuación se presenta el gráfico de los principales productos exportados hacia Alemania:

Ilustración 14 Exportaciones de Ecuador hacia Alemania en miles de millones de dólares



Fuente: Oficina Federal de Estadísticas de Alemania

Elaboración: Las autoras

#### 5.4. Bremen

Ubicada al noroeste de Alemania y a 120 km aproximadamente del estado de Hamburgo, es conocida por poseer el segundo puerto comercial más grande del país, siendo el centro de terminales de trasbordo internacional en comercio marítimo, además se encuentra entre las 10 ciudades alemanas más grandes con alrededor de 527000 habitantes, de esta manera conforma uno de los dieciséis estados de la República alemana.

La importancia económica de la ciudad está dada por la participación de empresas del sector industrial, como la construcción naval dada su condición de puerto, generando barcos para la milicia en los astilleros.

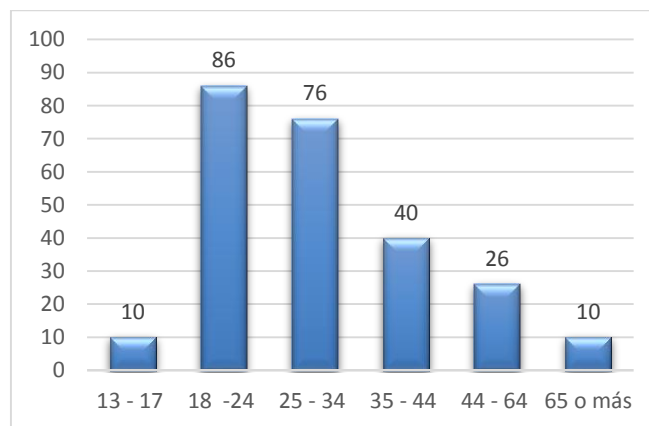
La industria de alimentos también destaca en su economía, de acuerdo a la Cámara de Comercio de Bremen esta se especializa en productos cárnicos, pescado e ingredientes como cereales y aquellos usados en las panaderías, contando con altos niveles de manejo de exportaciones.



### 5.4.1. Estudio de mercado en Bremen

Para conocer la demanda alemana de amaranto se debe realizar una encuesta a la ciudad que se desea llegar, en este caso, tomamos una muestra cualitativa no probabilística consecutiva la cual consiste en reclutar a los miembros de una población determinada que se encuentren disponibles y cumplan con los criterios de selección dentro de un periodo de tiempo específico. De un total de 142 mujeres y 106 hombres encuestados en Bremen se obtuvo los siguientes resultados:

Ilustración 15 Encuestas por edad

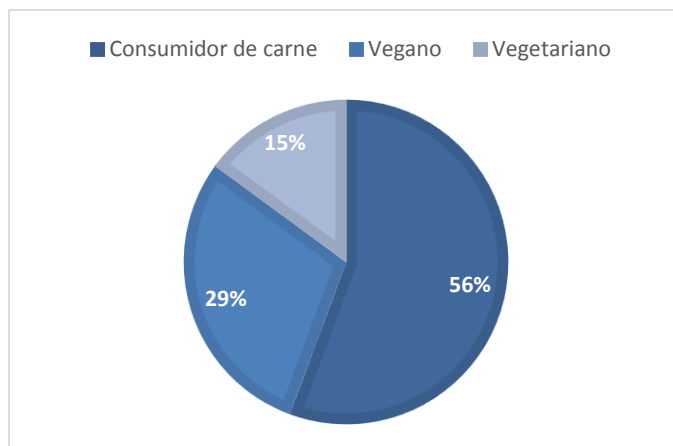


Elaboración: Las autoras

La mayoría de encuestados oscilan entre los 18 y 24 años, seguidos muy de cerca por el rango entre 25 a 34 que se justifica con que la encuesta se envió usando redes sociales donde encontramos una mayor presencia de jóvenes adultos. Sin embargo es importante recalcar que también participaron de la encuesta, aunque en menor proporción, adultos de 35 a 64 años y adultos mayores.

## 1. ¿Qué tipo de consumidor es usted?

Ilustración 16 Encuesta Tipo de Consumidor

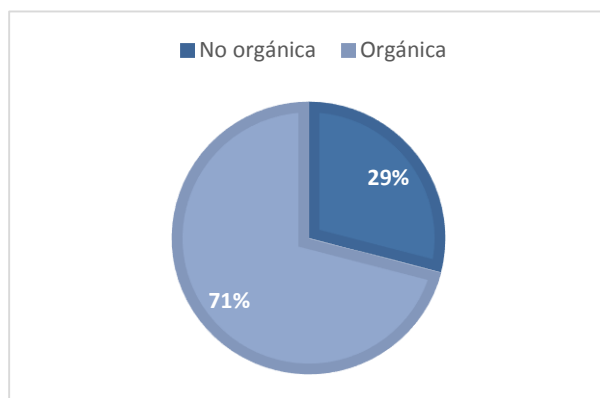


Elaboración: Las autoras

Un 56 % de consumidores de carne respondieron nuestra encuesta, de igual manera contamos con la respuesta de un 29 % de veganos y un 15 % de vegetarianos que participaron.

## 2. ¿Qué tipo de alimentos prefiere usted?

Ilustración 17 Alimentos preferidos



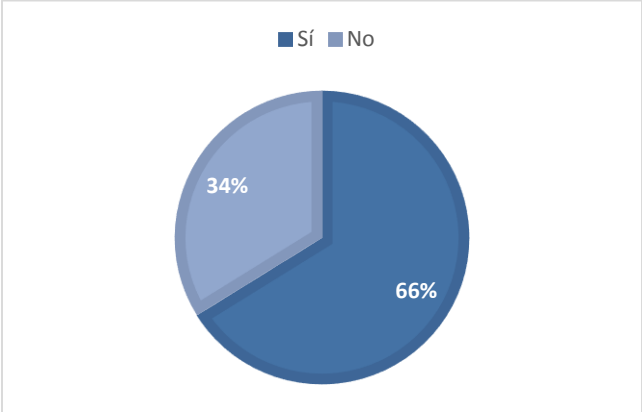
Elaboración: Las autoras

De igual manera un 71 % de los encuestados demostró su preferencia por los productos orgánicos, lo cual justifica la tendencia al alza de ventas de productos

orgánicos en diferentes localidades. Solo un 29 % de los respondientes gusta de comida no orgánica.

**3. ¿Conoce que el amaranto orgánico no contiene gluten y posee más proteínas que un grano común?**

Ilustración 18 Encuestas conocimiento del amaranto

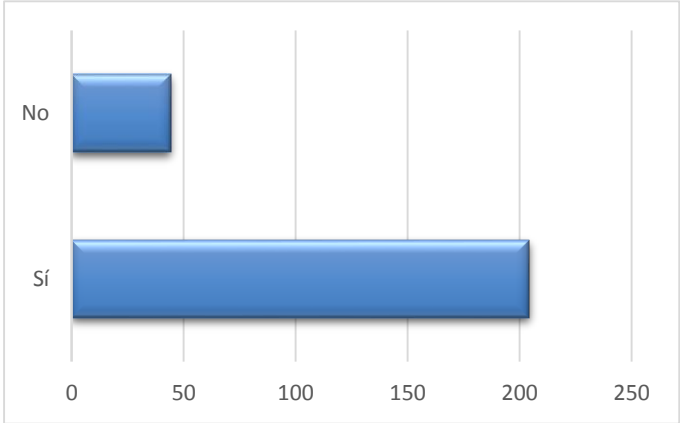


Elaboración: Las autoras

Más del 50 % de los encuestados ha oído sobre el amaranto y conoce que es un alimento libre de gluten, mientras que menos del 40 % desconoce de sus propiedades básicas.

**4. ¿Ha consumido productos de amaranto?**

Ilustración 19 Encuestas, consumo amaranto

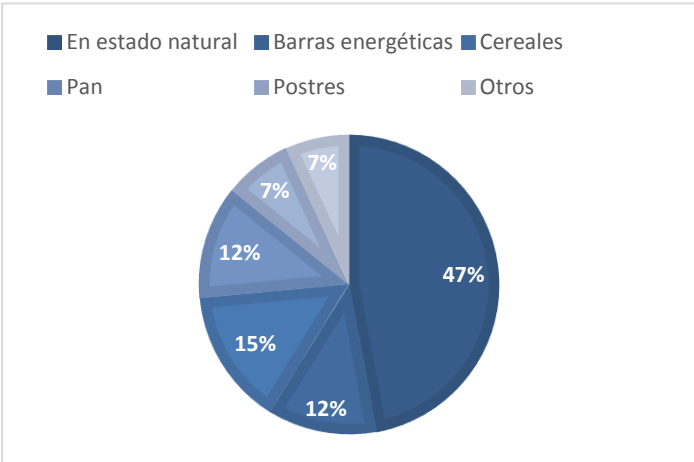


Elaboración: Las autoras

Se reporta un alto consumo de amaranto por parte de la población de Bremen, mientras que menos del 20 % no ha consumido amaranto en su vida.

**5. ¿En qué forma ha consumido usted amaranto?**

Ilustración 20 Encuestas, formas de consumo



Elaboración: Las autoras

Casi un 50 % de la población encuestada consume amaranto en estado natural preparado en recetas diversas de su alimentación regular, los cereales tienen un 15 % de preferencia mientras que las barras energéticas y el pan tienen el mismo porcentaje de consumo al igual que los postres y demás preparaciones como aceite, entre otros.

**6. ¿Cuál es su frecuencia de consumo de productos de amaranto?**

Ilustración 21 Encuestas, frecuencia de consumo

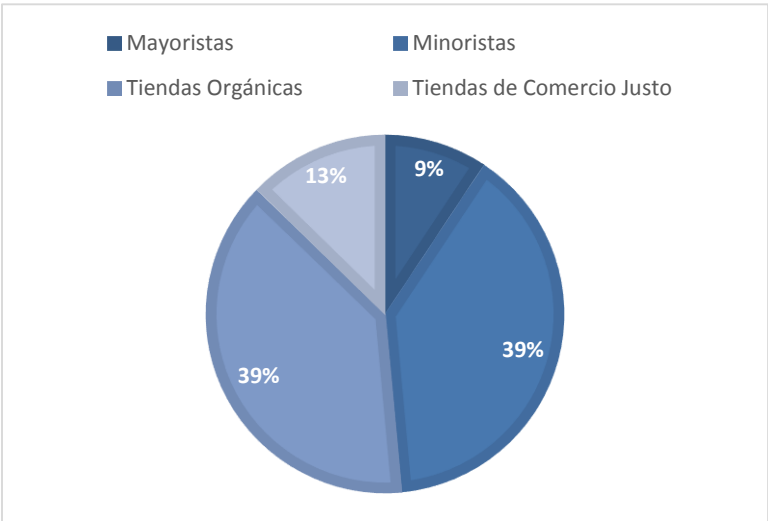


Elaboración: Las autoras

En la frecuencia de consumos, los encuestados mostraron resultados sin mayor diferencia donde la inclusión del amaranto en el consumo diario ocupa el primer lugar con un 24 %, seguido muy de cerca por el 21 % que lo consume 1 vez a la semana, el 20 %, 1 vez al mes y los otros encuestados con 17 % y 18 % de 1 vez por semana y una vez al mes según corresponda. Con esto podemos decir que el consumo de amaranto es frecuente en la ciudad de Bremen, donde se puede encontrar una oportunidad para el amaranto ecuatoriano.

**7. ¿Dónde adquiere productos a base de amaranto?**

Ilustración 22 Encuestas, Lugar de compra de amaranto

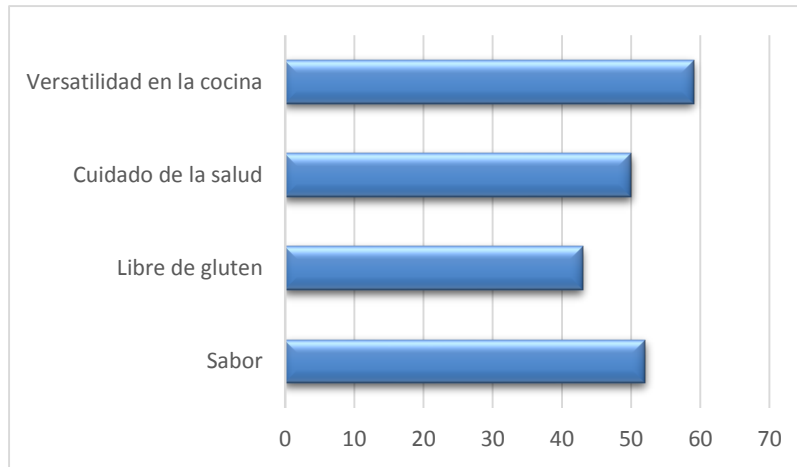


Elaboración: Las autoras

De acuerdo al grafico los lugares de distribución directa al consumidor final tales como las tiendas minoristas y las tiendas de productos orgánicos, son los lugares de preferencia al momento de adquirir productos a base de amaranto. Se puede observar que los habitantes también adquieren sus productos de las tiendas de comercio justo, corriente que se vuelve popular en países de la Unión Europea, y un porcentaje menor, en las tiendas mayoristas.

## 8. ¿Cuál es la razón principal del consumo de amaranto?

Ilustración 23 Encuestas, motivo de consumo

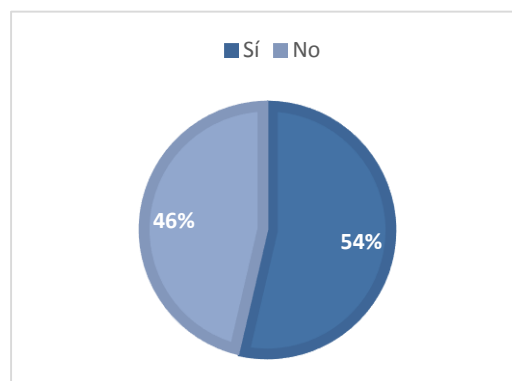


Elaboración: Las autoras

Con resultados muy similares, tenemos que la razón principal por la que la población de Bremen consume amaranto es la gran variedad de recetas que se puede preparar con el mismo, seguido en segundo lugar por su sabor, el 25 % de los encuestados piensa que contribuye al cuidado de su salud, y el resto lo consume por su característica de ser libre de gluten.

## 9. ¿Conoce usted que el amaranto ayuda en la reducción del colesterol, es anti-inflamatorio y un excelente nutriente?

Ilustración 24 Encuestas, conocimiento de propiedades del amaranto

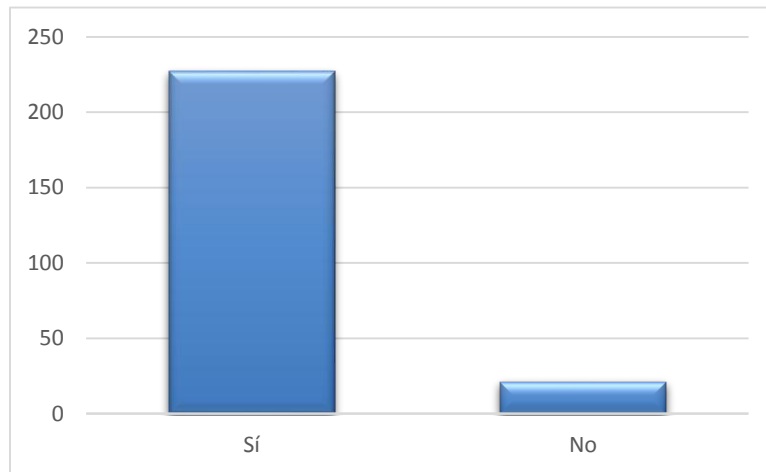


Elaboración: Las autoras

Más del 50 % de los encuestados conoce de las propiedades medicinales del amaranto, mientras que un porcentaje similar, no ha oído de las bondades de este grano.

**10. Luego de conocer sus propiedades, ¿Desearía probarlo?**

Ilustración 25 Encuestas, interés de consumo

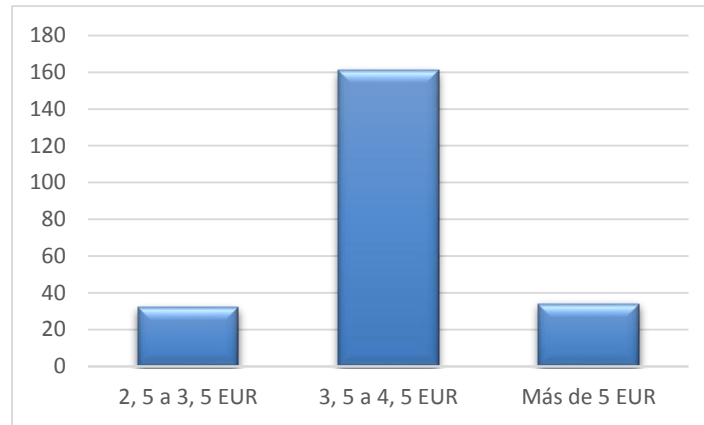


Elaboración: Las autoras

Solo un 8 % de la población encuestada dijo que no deseaba probar amaranto aun conociendo la amplia gama de propiedades que este ofrece. El resto de encuestados, respondió favorablemente y demostró apertura al producto.

## 11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un producto de amaranto 100 orgánico?

Ilustración 26 Encuestas, precios dispuestos a pagar



Elaboración: Las autoras

La gran mayoría de encuestados respondieron que pagarían entre 3, 5 y 4, 5 EUR por un producto a base de amaranto 100 % orgánico, justificado por la gran acogida de productos orgánicos dedicados al cuidado de la salud y conocen el precio promedio de los mismos debido a la conciencia social del comercio justo

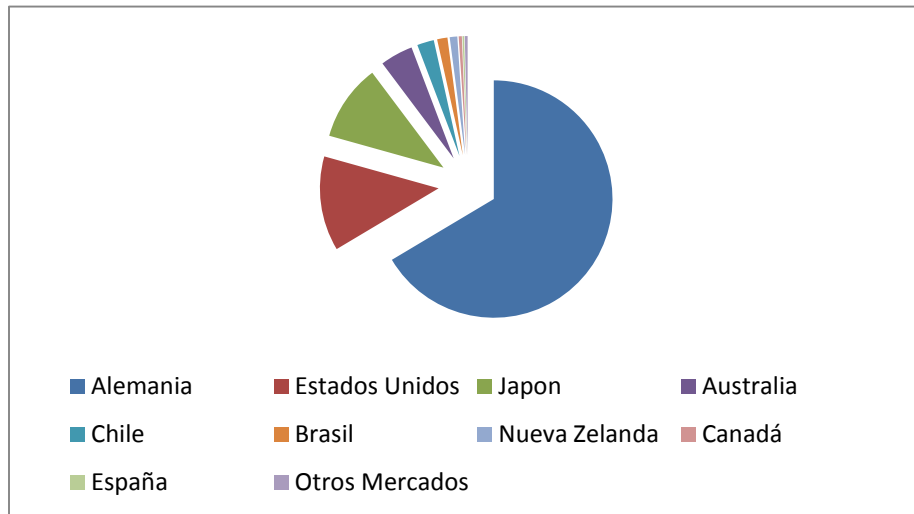
### 5.5. Principales oferentes Latinoamericanos

#### 5.5.1. Perú – Principal Exportador de Amaranto en Latinoamérica

La participación de mercado de Perú con el amaranto es del 45,24 %, siendo un rubro de importancia en la industria de cereales peruana, la producción de este grano andino se encuentra localizada en las zonas del Cusco, Cajamarca, Arequipa y Ayacucho.



Ilustración 27 Exportaciones Kiwicha 2013



Fuente: SUNAT

Elaboración: Las autoras

De acuerdo a las estadísticas obtenidas de SUNAT se puede apreciar que el principal comprador de kiwicha o amaranto peruano es Alemania, cuyas importaciones en el año 2013 ascendieron aproximadamente a USD 550740,41 miles de dólares, teniendo un 66,58 % de las exportaciones, seguido por Estados Unidos que en el 2012 importó USD 74583,14 y aumentó su rubro a USD 106912,12, teniendo un 12,92 % de participación. Otros socios comerciales tenemos a Japón con 10,44 % y entre los países Sudamericanos se encuentra Chile que importó en el 2013 USD 19021,83 ocupando el quinto lugar, por delante de Brasil que tiene el 1,41 % de importaciones.

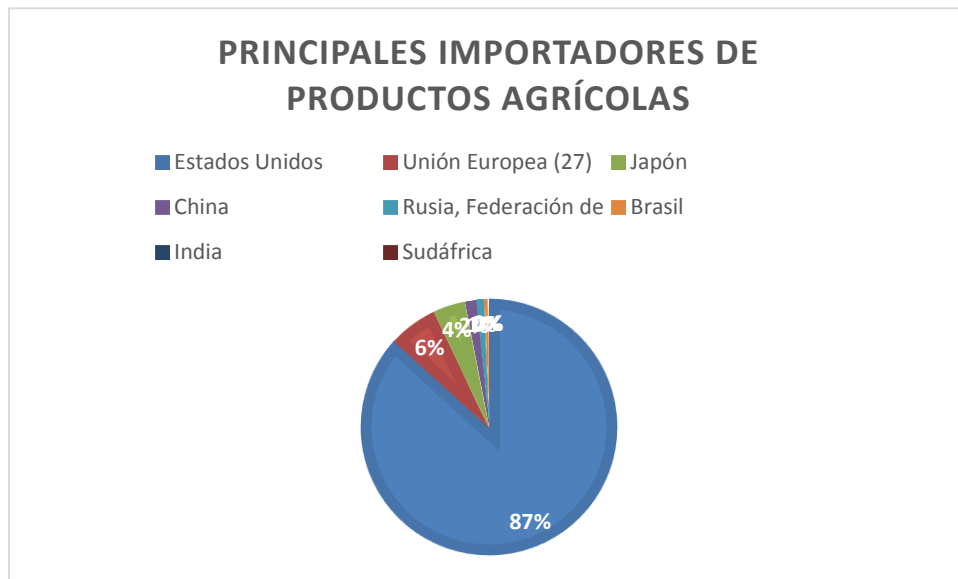
### **5.5.2. Principales países exportadores latinoamericanos de otros cereales**

El amaranto, como se ha mencionado en este documento, puede incluirse en diferentes categorías comercializables, entre ellas el mercado de otros cereales o el mercado de productos agrícolas. Por lo tanto, a continuación se presentan los principales exportadores de otros cereales a nivel mundial, con los que el Ecuador podría competir indirectamente al momento de incursionar en la exportación de amaranto.

## México

El amaranto en México es considerado como grano ancestral y el producto se encuentra correctamente posicionado entre las exportaciones de este país, además los diversos tratados comerciales firmados hacen que el intercambio comercial realizado a nivel de países sea aún mayor, afianzando las condiciones para la exportación de este producto.

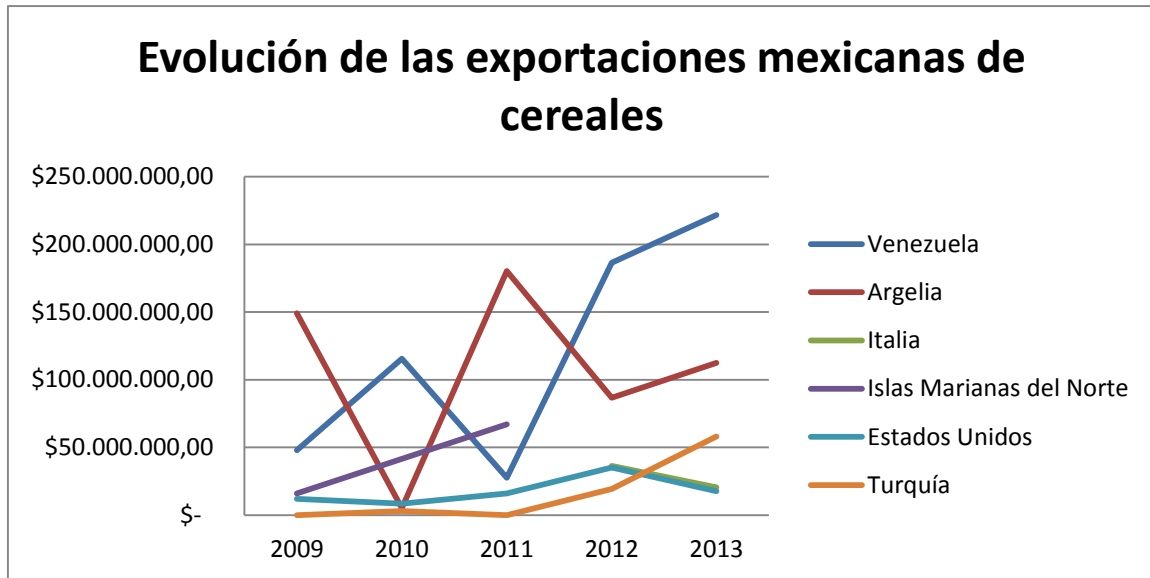
Ilustración 28: Principales exportadores de productos agrícolas



Fuente: Organización Mundial del Comercio  
Elaboración: Las autoras

Acorde a los informes estadísticos presentados por la Organización Mundial de Comercio, en el año 2012 el valor total de las exportaciones de productos agrícolas alcanzó la cifra de USD 22851,1 millones de dólares, siendo Estados Unidos su principal comprador, obteniendo el 87 % de participación bilateral, alcanzando un valor de USD 16838,7 en millones de dólares, seguido por la Unión Europea quien tiene un 6 % en la adquisición de productos mexicanos, con un valor aproximado de USD 1204,8 en millones de dólares. El comercio bilateral entre Japón y México es apenas del 4 % de sus exportaciones totales, seguido de China con el 2 %.

Ilustración 29: Evolución de las exportaciones mexicanas de cereales en miles de dólares



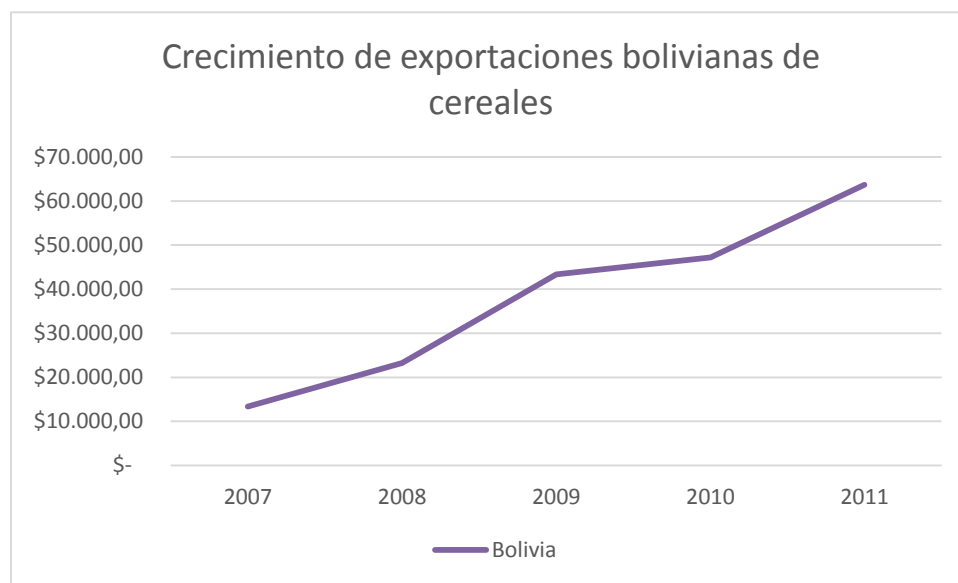
Fuente: Trademap  
Elaboración: Las autoras

Las exportaciones mexicanas bajo la partida arancelaria 100890 en los últimos años han sufrido de diversas variaciones en los niveles de importación de sus principales mercados, como en el caso de Venezuela quien actualmente es su principal comprador con más de USD 221832979 en valor de exportaciones en miles de dólares en el 2013, representando un crecimiento aproximado del 37 %, seguido por Argelia quien posee el 22 % de la participación global de las exportaciones de cereales, mientras que Estados Unidos ocupa el quinto lugar por detrás de las Islas Marianas del Norte con un crecimiento en los niveles de exportación del 22 % entre el 2009 y 2013, alcanzando un rubro aproximado de USD 17647 en miles de dólares.

### *Bolivia*

El amaranto en Bolivia es cultivado en las localidades de La Paz, Cochabamba y Tarija y al menos el 70 % de su producción se la realiza de manera ecológica, bajo ciertas normas de agricultura. De acuerdo a medios impresos, el principal comprador de amaranto Boliviano es Canadá, con volúmenes de exportación que oscilan entre las 6 y 7 toneladas al año, beneficiando a más de 10000 familias.

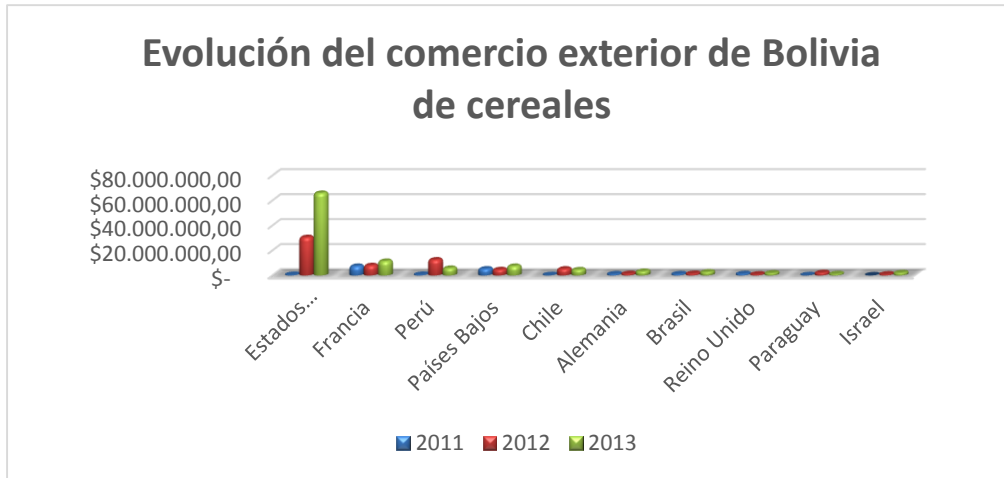
Ilustración 30: Crecimiento de exportaciones bolivianas de cereales en miles de dólares



Fuente: Trademap  
Elaboración: Las autoras

Bajo el código 100890, las estadísticas muestran que Bolivia ha tenido un aumento significativo en sus exportaciones, teniendo una participación del 18,95 % en el mercado con respecto al resto del mundo, ubicándose como el primer exportador para el año 2011 con más de USD 63651 miles de dólares, incrementando alrededor de un 35 % en el volumen de sus exportaciones en comparación con el 2010, cuya cifra alcanzó los USD 47195 miles de dólares.

Ilustración 31: Evolución del comercio exterior de Bolivia de cereales en miles de dólares



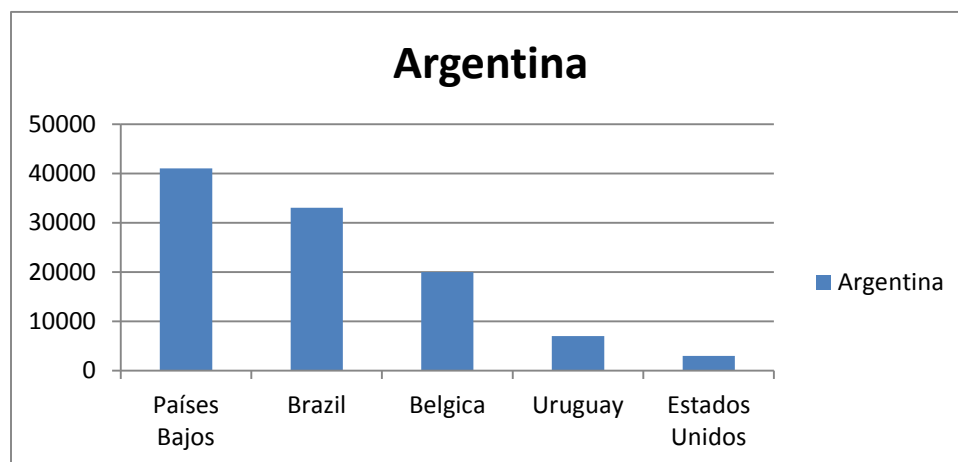
Fuente: Tradenosis  
Elaboración: Las autoras

Según las estadísticas adquiridas en Tradenosis Estados Unidos se ha mantenido como el principal socio comercial de Bolivia teniendo una participación en las exportaciones de aproximadamente un 46 %, seguido por Francia con un crecimiento de un 18 % y una participación aproximada del 10 %, al contrario de Perú cuyas importaciones pasaron de USD 12596569 en el 2012 a USD 5870179 en el 2013. Las exportaciones de cereales a los Países Bajos representan un 6 % en la compra de cereales a Bolivia seguido por Chile y Alemania con un 4 % y 3 % respectivamente.

### *Argentina*

Argentina tiene el 49,13 % de participación en el mercado de amaranto, gracias a que posee aproximadamente 50 hectáreas de cultivos en los departamentos de Córdoba, Jujuy, San Luis y al Oeste de Buenos Aires y con capacidades de aumentar su cultivo hasta 200 hectáreas. El cultivo de amaranto argentino se realiza bajo contratos de compra previa, asegurando la venta total de su producción, ya que los cultivos presentan problemas debido a la falta de semillas que les permita ampliar las hectáreas cultivadas.

Ilustración 32 Principales socios comerciales de Argentina en miles de dólares



Fuente: Trademap

Elaboración: Las autoras

El principal compañero comercial de Argentina son los Países Bajos, cuyo volumen de importaciones alcanzaron las 9 toneladas en el año 2013, con un valor USD 41 miles de dólares, seguido por Brasil, cuyo comercio bilateral bajo la subpartida 100890 alcanzó las 6 toneladas, con un incremento del 2 % en sus niveles de importación en comparación con los años anteriores, seguido por Bélgica, Uruguay y los Estados Unidos, mercado que ha presentado un decrecimiento en las compra de productos argentinos, importando tan solo 1 tonelada el año anterior.

## CAPITULO VI

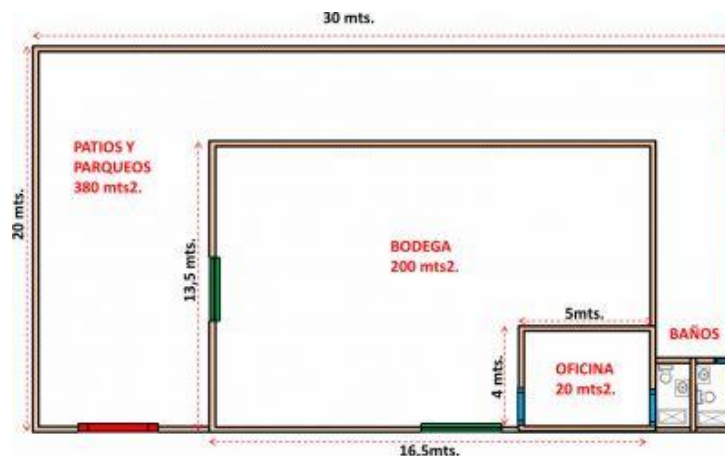
### Propuesta

#### 6.1. Empresa

A través del análisis previo, tanto del mercado nacional como del internacional, donde se ha reconocido la oportunidad de exportar amaranto a Alemania, se propone la Empresa EcuAmaranth. La idea nace de la identificación de un nicho de mercado, de personas que gustan de los alimentos orgánicos y lo usan como complemento nutricional en sus comidas. Para este proyecto hemos tomado la ciudad de Bremen que cuenta con una población de 654774 habitantes, ubicada al noreste de Alemania y es atravesada por el río Wesser. En esta ciudad se encuentra localizado el puerto Bremerhaven, importante para el desarrollo económico de la ciudad.

La oficina de EcuAmaranth estará ubicada frente al Hypermarket de la vía León Febrescordero (Via Samborondón), con un área total de 600 metros cuadrados donde el área de bodega posee 200, el área de oficina tiene 20 y el área de parqueo cuenta con 380 metros cuadrados para el desarrollo de las diversas operaciones de la empresa.

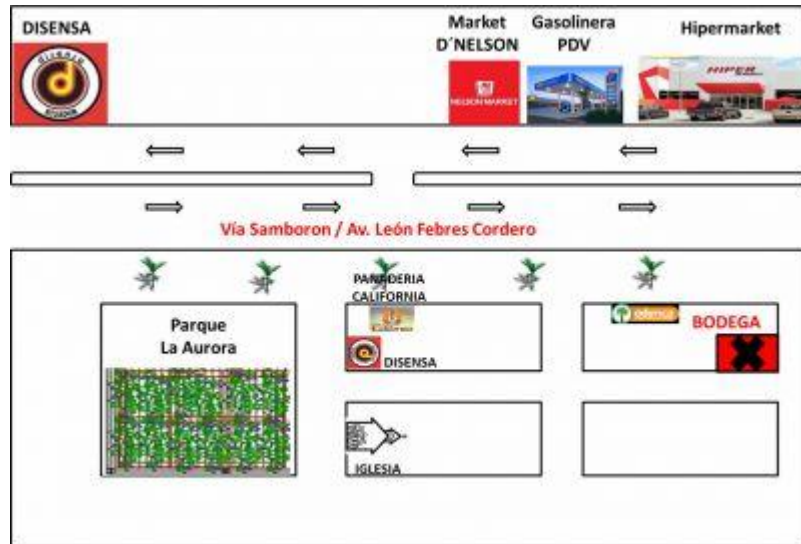
Ilustración 33 Layout Bodega



Fuente: InmoEcuador

Elaboración: InmoEcuador

### Ilustración 34 Dirección Bodega



Fuente: InmoEcuador

Elaboración: InmoEcuador

A continuación se presentan los costos de la maquinaria, y demás activos requeridos para iniciar las operaciones de EcuAmaranth.

Tabla 13 Tabla de Costos de Bodega y Oficina de administración

<b>Costos de Bodega y Oficina de Administración - Guayaquil</b>				
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Total Parcial</b>	<b>Total</b>
<b>Maquinaria</b>				61600,00
Empacadora al vacío	15	1980,00	29700,00	
Llenadora	5	6380,00	31900,00	
<b>Muebles y Equipos de Oficina</b>				8700,00
Muebles de Oficina			5700,00	
Equipos de Oficina			3000,00	
<b>Equipos de Computación</b>				3000,00
Computadoras	4	525,00	2100,00	
Impresoras	2	450,00	900,00	
<b>Otros</b>				7000,00
Adecuaciones			7000,00	
			<b>Total</b>	<b>80300,00</b>

Elaboración: las autoras



### **6.1.1. Misión**

EcuAmaranth S.A. es una empresa ecuatoriana que industrializa y exporta amaranto orgánico en grano, enfocado a atender la necesidad del creciente mercado de consumidores vegetarianos alemanes. Comprometidos con la eficiencia, el cumplimiento de los estándares de calidad internacional y el comercio justo. Tenemos como prioridad el crecer de la mano de nuestros clientes, colaboradores y proveedores para de esta manera, contribuir al desarrollo general de la sociedad.

### **6.1.2. Visión**

Ser la empresa líder en el Ecuador especializada en la exportación de amaranto orgánico en grano al mercado alemán con un producto diferenciado, tecnología vanguardista, un equipo de trabajo comprometido y capacidad, promoviendo el comercio justo como vía de desarrollo para nuestros productores indígenas.

### **6.1.3. Valores**

#### *Responsabilidad*

Creemos en el compromiso que tenemos con la sociedad en general a contribuir con nuestro producto para satisfacer a nuestros clientes y estrechar lazos con nuestros proveedores, el cual se demuestra en el cumplimiento de plazos, calidad del producto y procesos eficientes.

#### *Igualdad*

Impulsamos un ambiente de trabajo donde predomine la sinergia y apoyo constante entre colaboradores como parte de un mismo equipo sin discriminaciones de ningún tipo, destacando únicamente las destrezas que puedan aportar en pos del alcance de objetivos comunes.

## *Honradez*

Rechazamos cualquier práctica deshonesta que pueda afectar la imagen de nuestra empresa siendo inadmisibles los sobornos o coimas de ningún tipo a causa de la persecución de intereses personales.

## *Trabajo en Equipo*

Estamos seguros que la participación activa de nuestros colaboradores en el desarrollo de la empresa, es clave para el alcance de las metas propuestas. Cada opinión cuenta y se promoverá una comunicación abierta y receptora pro mejoras.

### **6.1.4. Objetivos**

Fortificar el perfil de confianza de los consumidores a través de la creación de políticas empresariales

- Certificado Öko Garantie
- Certificado Fair Trade
- Permanentes y rigurosos controles de todo el proceso de cultivo de la fruta
- Amaranto 100% orgánico

Ofrecer seguridad en el cumplimiento de nuestros deberes

- Fortalecimiento de la capacidad de producción del amaranto y demás procesos
- Disponibilidad del producto
- Grano con excelente apariencia y estado
- Proveer alternativas integrales para el mantenimiento de la productividad

Establecer una buena relación con los productores

- Brindar asistencia técnica
- Pago justo por el amaranto
- Destinar fondos para el desarrollo de la comunidad

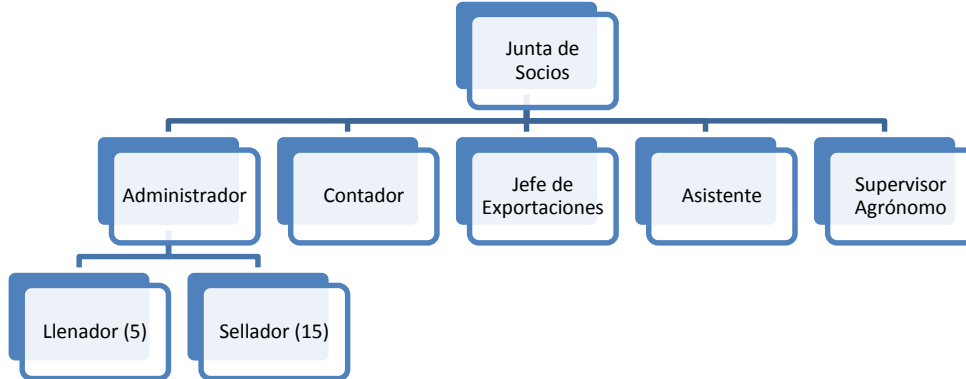
Ganar mayor participación de mercado Alemán

- Asistir a ferias internacionales
- Promover el amaranto ecuatoriano en Ruedas de negocios

- Establecer presupuesto para la promoción de mercados

### 6.1.5. Estructura Organizacional

Ilustración 35 Estructura Organizacional



Elaboración: Las autoras

## 6.2. Datos generales del socio

### *Unión de Comunidades Indígenas y Campesinas Mariano Acosta (UCICMA)*

Para poder exportar el amaranto orgánico en grano, debe ser adquirido por un proveedor selecto. Para este caso, adquiriremos el amaranto en estado natural de la Unión de Comunidades Indígenas y Campesinas Mariano Acosta. La misma que está ubicada en el Cantón Pimampiro de la provincia de Imbabura, en la parroquia rural Mariano Acosta. Esta comunidad se creó en 1989 y su oficina se encuentra en el cantón antes mencionado en las calles Montufar y González Suárez.

Ilustración 36 Comunidad UCICMA



Fuente: Información y Asistencia Turística Imbabura  
Elaborado por: Información y Asistencia Turística Imbabura

De acuerdo a una recolección de datos de fuente primaria, la Unión de Comunidades Indígenas Campesinas Mariano Acosta está conformada por 14 comunidades donde habitan alrededor de 725 familias. Específicamente, son 24 productores relacionados con el cultivo de amaranto, los cuales se detallan a continuación.

Tabla 14: Productores de Amaranto

<b><i>Nombres y Apellidos</i></b>	<b><i>Comunidad</i></b>
<b>Fausto Enríquez</b>	Buenos Aires
<b>Tomas Núñez</b>	El Alizal
<b>Elías Jema</b>	El Alizal
<b>Pedro Tabango</b>	El Alizal
<b>José María Alomate</b>	El Alizal
<b>Inés Núñez</b>	El Inca
<b>Oswaldo Núñez</b>	El Inca
<b>Nepalí Núñez</b>	El Inca
<b>Angela Arrango</b>	El Tejar
<b>Luis Fernandez</b>	Guanupamba
<b>Arturo Flores</b>	Guanupamba
<b>María Carlosama</b>	Guanupamba
<b>Elías Cayambe</b>	La Florida
<b>Daniel Díaz</b>	La Florida
<b>Humberto IpiALES</b>	La Florida
<b>Humberto Bolaños</b>	Los Arboles
<b>Aníbal Cabascango</b>	Los Arboles
<b>Roberto Narváez</b>	Los Arboles
<b>Pedro Barrionuevo</b>	Los Arboles
<b>Judith Narváez</b>	Los Arboles
<b>Hortensia Salazar</b>	Rumipamba
<b>Manuel Andrango</b>	Rumipamba
<b>Santiago Salazar</b>	Rumipamba
<b>Camilo Iles</b>	Rumipamba

Fuente: Recolección de datos de fuente primaria  
Elaboración: Las Autoras

Con la finalidad de conocer la capacidad productiva de estos productores, así como también la cantidad de amaranto que se produce por hectárea, precio de venta, clase de semilla que usan, entre otros detalles relacionados con el amaranto, se realizó una encuesta donde se presentan los siguientes resultados:

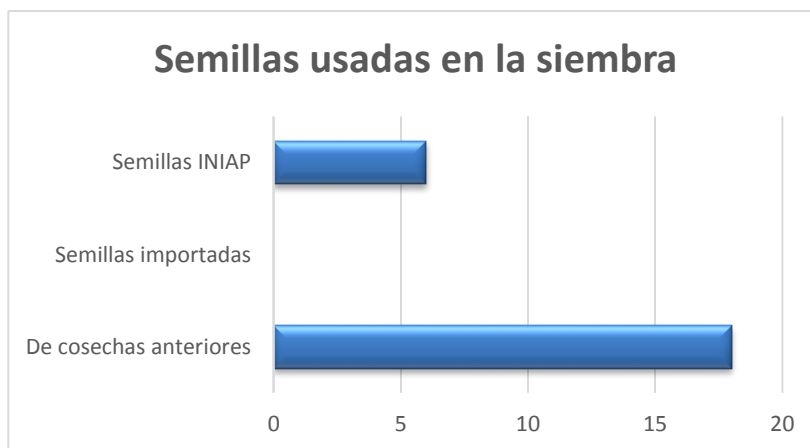
### 1. ¿Qué semillas utiliza usted para la siembra?

Tabla 15 Análisis de encuestas semillas

<b>De cosechas anteriores</b>	<b>18</b>
<b>Semillas importadas</b>	<b>0</b>
<b>Semillas INIAP</b>	<b>6</b>

Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

Ilustración 37 Análisis de encuesta, semillas utilizadas



Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

El 75 % de los encuestados usa semillas de cultivos anteriores mientras que el 25 % utiliza las semillas que el INIAP les proporcionó, esto ocurre porque esta institución en fechas anteriores proporcionó asistencia técnica a los campesinos de esta comunidad y eso dio como resultado una cosecha donde ellos pudieron aprovechar las semillas de esos cultivos. Aun así, los campesinos en general prefieren las semillas mejoradas proporcionadas por instituciones gubernamentales ya que conocen su método de cultivo.

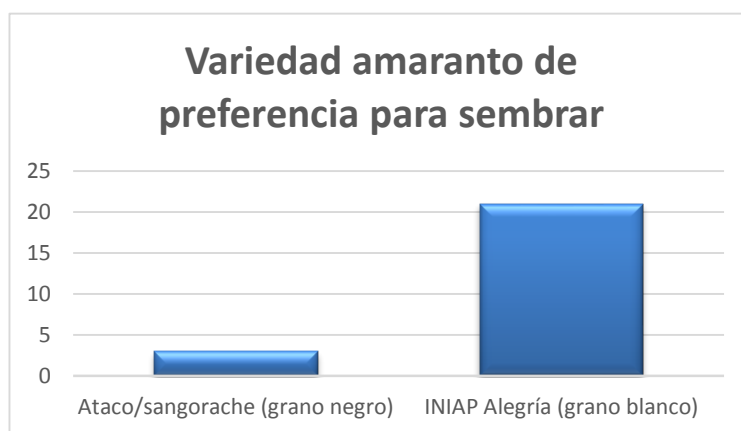
## 2. ¿Qué tipo de variedad de amaranto es el que usted produce?

Tabla 16 Análisis de Encuestas variedad de amaranto

<b>Ataco/sangorache (grano negro)</b>	<b>3</b>
<b>INIAP Alegría (grano blanco)</b>	<b>21</b>

Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

Ilustración 38 Análisis de encuestas, variedad de amaranto



Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

El 87,5 % de la población que cultiva amaranto prefiere la variedad de semilla INIAP Alegría por tener un mayor rendimiento y de mayor demanda en el mercado local, sin embargo aún existe un pequeño porcentaje de productores de amaranto de grano negro, el cual se vende sin germinar en la preparación de remedios caseros.

## 3. ¿Cuánto dura el ciclo productivo del amaranto?

Tabla 17 Ciclo productivo del amaranto

<b>5 meses</b>	<b>0</b>
<b>6 meses</b>	<b>0</b>
<b>7 meses</b>	<b>24</b>

Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

### Ilustración 39 Ciclo productivo del amaranto



Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

Todos los encuestados contestaron que la producción de amaranto tiene un ciclo promedio de 7 meses tal como se ha determinado en varias investigaciones por medio del INIAP. Con un cuidado adecuado y clima favorable, se puede reducir el tiempo de la cosecha.

#### 4. ¿Qué tipo de insumos agrícolas emplea en el cultivo de amaranto?

Tabla 18 Análisis de encuestas insumos agrícolas

<b>Abono orgánico</b>	<b>19</b>
<b>Agroquímico</b>	<b>3</b>
<b>Fertilizantes</b>	<b>2</b>

Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

#### Ilustración 40 Análisis de encuestas, tipo de insumos



Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

El 79, 2% de los encuestados se acoge a las prácticas orgánicas en la agricultura, por ende podemos asegurar que el producto es 100 % libre de químicos tal y como se espera. Sin embargo un 12, 5 % de los productores usan cierto tipo de agroquímicos por prevención al igual que un 8% de los encuestados que utilizan fertilizantes para estimular el terrenos pese a las condiciones de cultivo del amaranto.

#### 5. ¿Cuántos quintales de amaranto produce por hectárea?

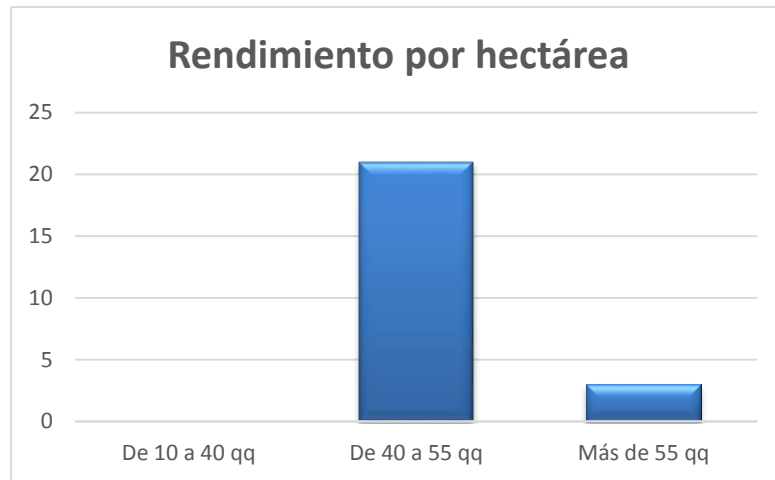
Tabla 19 Análisis de encuestas quintales de amaranto

<b>De 10 a 40 qq</b>	<b>0</b>
<b>De 40 a 55 qq</b>	<b>21</b>
<b>Más de 55 qq</b>	<b>3</b>

Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras



Ilustración 41 Análisis de encuesta, rendimiento por hectárea



Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

La mayoría de campesinos de la zona determinaron que el rendimiento por hectárea sembrada de amaranto es entre 40 a 55 quintales y el 12,5 % indica que ellos tienen un mayor rendimiento de más de 55 quintales, por épocas dependiendo de las condiciones favorables.

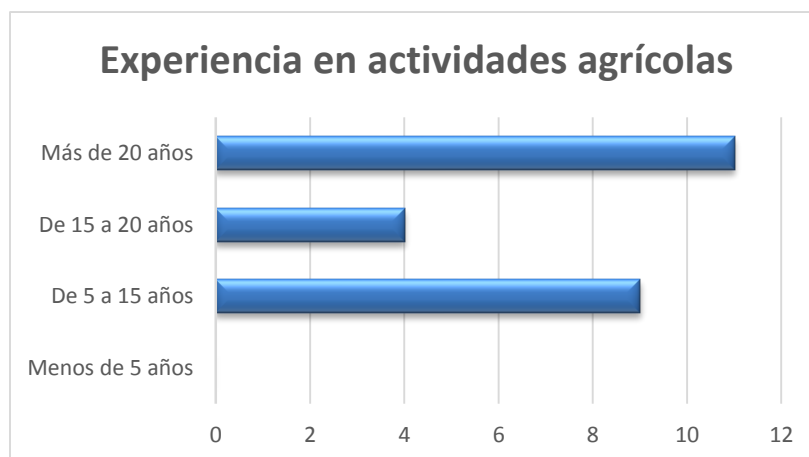
## 6. ¿Cuánto tiempo lleva realizando actividades agrícolas?

Tabla 20 Análisis de encuestas tiempo como productor

<b>Menos de 5 años</b>	<b>0</b>
<b>De 5 a 15 años</b>	<b>9</b>
<b>De 15 a 20 años</b>	<b>4</b>
<b>Más de 20 años</b>	<b>11</b>

Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

## Ilustración 42 Análisis de encuesta, experiencia actividades agrícolas



Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

El 46 % de los encuestados dijeron que llevan ejerciendo actividades agrícolas por más de 20 años, lo cual los hace conocedores del área y las prácticas de cultivo más eficientes. El porcentaje restante que consta del 37, 5 % tiene experiencia en esta actividad de 5 a 15 años por los cuales están más modernizados con nuevas técnicas de cultivo y el 16, 7% tiene de 15 a 20 años de antigüedad.

### 7. ¿Cuánto tiempo lleva realizando la actividad de cultivo de amaranto?

Tabla 21 Análisis de encuestas tiempo cultivando amaranto

<b>De 1 a 2 años</b>	<b>17</b>
<b>De 3 a 4 años</b>	<b>7</b>
<b>De 5 a 6 años</b>	<b>0</b>

Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

Ilustración 43 Análisis de encuestas, experiencia cultivando amaranto



Fuente: Recolección de fuente primaria

Elaboración: Las autoras

El 70, 8% de los miembros de esta comunidad relacionados con el amaranto son relativamente nuevos en el cultivo de amaranto y han ido perfeccionando sus prácticas de cultivo con el pasar del tiempo, por el contrario el 29, 2 % llevan de 3 a 4 años en el cultivo de amaranto. Esto sucede porque el cultivo de amaranto es nuevo en el Ecuador y aún se están realizando investigaciones para mejorar la producción de dicho grano.

**8. ¿Cuántas hectáreas destina usted para la producción de amaranto?**

Tabla 22 Análisis de encuestas hectáreas de amaranto

<b>Menos de media hectárea</b>	<b>10</b>
<b>De 1/2 a 1 hectárea</b>	10
<b>De 2 a 3 hectáreas</b>	4
<b>Más de 4 hectáreas</b>	0

Fuente: Recolección de fuente primaria

Elaboración: Las autoras

#### Ilustración 44 Hectáreas destinadas al cultivo de amaranto



Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

El 41, 7% de los encuestados posee menos de media hectárea destinada al cultivo de amaranto, de igual manera un porcentaje similar manifiesta que cuentan con ½ a 1 hectárea donde se produce este grano y solo un 17 % cuenta con más de 2 hectáreas, lo cual nos indica que estas personas han reemplazado sus cultivos de amaranto para dedicarse a productos tradicionales que tienen un mayor potencia de venta.

#### 9. ¿Cuál es el precio de venta del amaranto por libra?

Tabla 23 Análisis de encuestas precio de venta amaranto

<b>USD 1</b>	<b>0</b>
<b>USD 1,25</b>	<b>19</b>
<b>USD 1,50</b>	<b>5</b>
<b>USD 1,75</b>	<b>0</b>
<b>Otros</b>	<b>0</b>

Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

#### Ilustración 45 Análisis de encuesta, precio de venta



Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

El precio de venta del amaranto es de aproximadamente USD 1, 25 establecido por un mayor número de campesinos de la zona. El 21 % restante, establece su precio para obtener una rentabilidad mayor.

#### 10. ¿Qué tipo de capital de trabajo posee?

Tabla 24 Análisis de encuestas capital de trabajo

<b>Propio</b>	<b>6</b>
	7
<b>Prestado</b>	
<b>Mixto</b>	<b>11</b>

Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

#### Ilustración 46 Análisis de encuestas, capital de trabajo



Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

El 46 % de los campesinos utilizan capital mixto donde utilizan parte de sus ahorros y préstamos para poder financiar sus operaciones de cultivo, solo el 25 % utiliza fondos propios para poder gestionar su actividad agrícola.

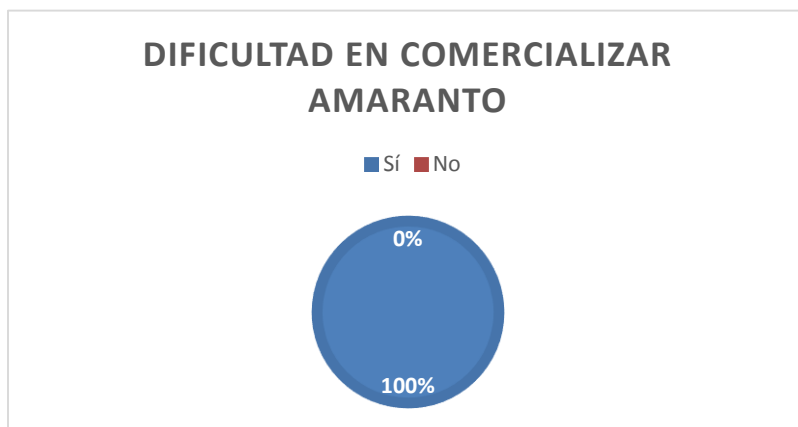
#### 11. ¿Le ha resultado difícil la comercialización de sus productos?

Tabla 25 Análisis de encuesta comercialización

<b>Sí</b>	<b>24</b>
<b>No</b>	<b>0</b>

Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

## Ilustración 47 Análisis de encuestas, dificultad de comercialización



Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

Para la totalidad de los encuestados le ha resultado difícil concretar la venta de sus cultivos ya que sin una propuesta seria de una empresa que compre en grandes cantidades este producto, se torna difícil la comercialización en pequeñas cantidades.

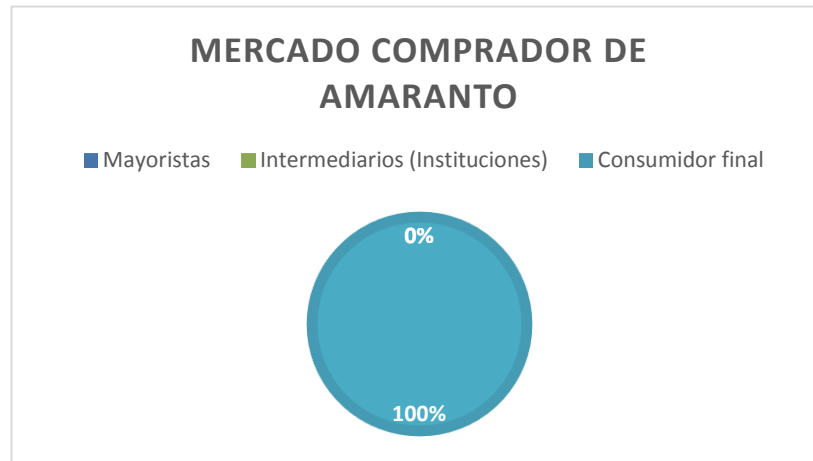
### 12. ¿A qué mercado comercializa el amaranto?

Tabla 26 Análisis de encuestas tipo de mercado

<b>Mayoristas</b>	<b>0</b>
<b>Intermediarios (Instituciones)</b>	<b>0</b>
<b>Consumidor final</b>	<b>24</b>

Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

Ilustración 48 Análisis de encuesta, mercado de amaranto



Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

Actualmente, la totalidad de los campesinos venden sus productos al consumidor final que adquiere este producto para preparaciones caseras, medicamentos, entre otros.

**13. ¿Qué factor toma en cuenta usted para determinar el precio del producto?**

Tabla 27 Análisis de encuestas factores determinantes del precio

<b>Tiempo empleado</b>	<b>0</b>
<b>Inversión realizada</b>	<b>15</b>
<b>Precio del mercado</b>	<b>9</b>

Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras



#### Ilustración 49 Análisis de encuesta, factores para determinar el precio



Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

El 62, 5 % de los encuestados consideran la inversión realizada incluyendo sus costos de mano de obra y cultivo para determinar el precio de venta del amaranto. Otros toman en cuenta el precio que sus compañeros utilizan para venderlo.

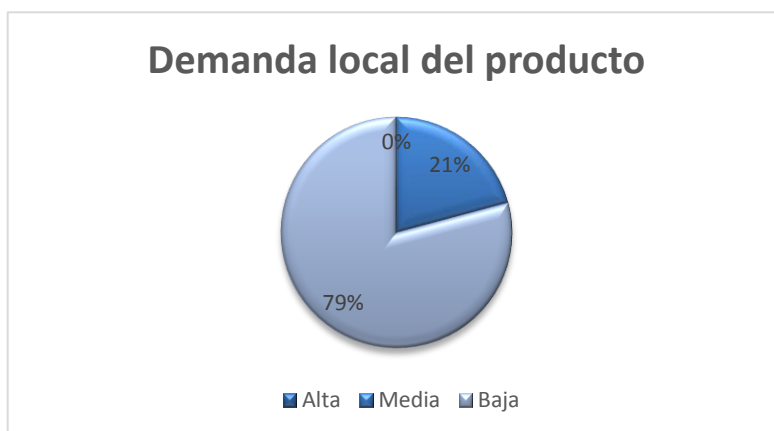
#### 14.A la fecha, defina la demanda local del producto.

Tabla 28 Análisis de encuesta demanda local

<b>Alta</b>	<b>0</b>
<b>Media</b>	<b>5</b>
<b>Baja</b>	<b>19</b>

Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

### Ilustración 50 Análisis de encuesta, demanda local



Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

Al momento el 79 % de los encuestados definieron la demanda local del amaranto como baja, ya que no existe una organización que adquiera este producto. El resto de los encuestados determinaron que tiene la demanda del grano es media debido a que cuentan con clientes finales conocidos de la zona.

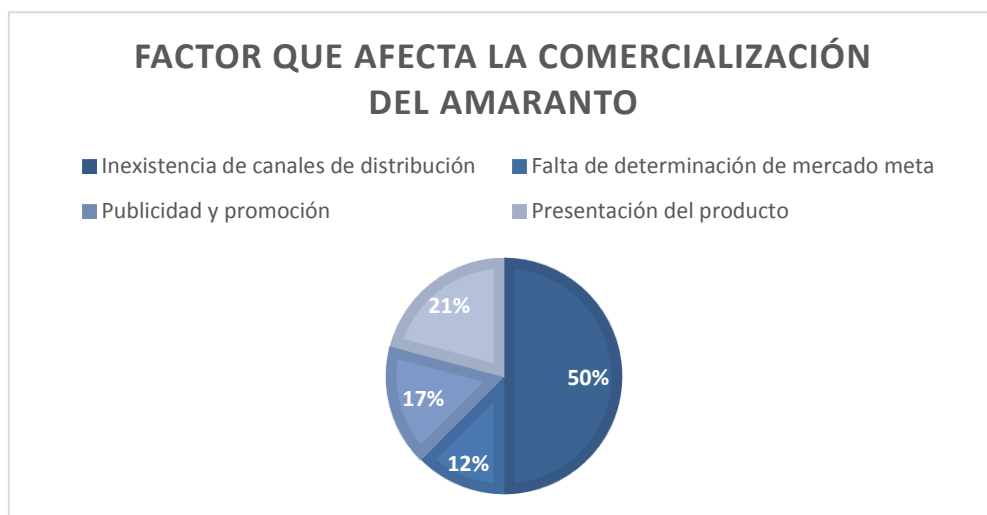
### 15. ¿Qué factor afecta a la comercialización ágil del amaranto?

Tabla 29 Análisis de encuesta factores que afectan comercialización

<b>Inexistencia de canales de distribución</b>	<b>12</b>
<b>Falta de definición del mercado meta</b>	<b>3</b>
<b>Publicidad y promoción</b>	<b>4</b>
<b>Presentación del producto</b>	<b>5</b>

Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

Ilustración 51 Análisis de encuestas, factores que afectan la comercialización



Fuente: Recolección de fuente primaria  
Elaboración: Las autoras

En esta pregunta se pone a juicio del campesino que factores son cruciales y creen que están perjudicando el mercado de amaranto, donde un 50 % acordó que la inexistencia de canales de distribución ha hecho que sus productos no lleguen a mercados más amplios, además un 21 % concluye que la falta de selección de un mercado meta influye en la compra del grano. Finalmente un 17 % de los campesinos opina que hace falta mayor promoción y dar a conocer este producto que puede ser explotado.

### 6.3. Alianza con la UCICMA

Las comunidades y agricultores involucradas en el proceso, detalladas con anticipación, poseen aproximadamente 60 hectáreas en total para producción de amaranto.

El plan para el cultivo de amaranto acordado con esta comunidad consiste en comenzar con una producción básica usando solo 10 hectáreas para amaranto en el primer mes. Como se ha especificado con anticipación, el rendimiento por hectárea de amaranto es de hasta 60 quintales, sin embargo, como es un proyecto inicial se tomará como cosecha 50 quintales tomando en cuenta que siempre hay un desperdicio y cumpliendo con las normas de agrocalidad.

Se comenzará con la siembra de amaranto en el mes de enero del 2015 para lo cual se requerirá de aproximadamente 6 meses para la cosecha, obteniéndola en el mes de Julio del mismo año, donde se realizará la primera exportación a Alemania.

Así se cultivará de manera continua mes a mes 10 hectáreas adicionales con la finalidad de tener el producto para exportar con igual frecuencia hasta usar en su totalidad las hectáreas de estas familias.

De igual manera, el plan para asegurar que dicha producción de amaranto esté destinada únicamente a EcuAmaranth, contará con varios puntos a cubrir.

### **6.3.1. Garantía de producción**

Se logrará la creación de una cooperativa entre EcuAmaranth con la UCICMA, donde se trabajara de par a par en el emprendimiento de esta empresa que pretende impulsar la producción de amaranto y su posterior exportación a Alemania. Como condición de alianza, esta comunidad pondrá a su disposición sus 450 hectáreas totales como colateral para la obtención del préstamo con la CFN valorados en 5400 USD por hectárea firmando como socio solidario, y por su parte, obtendrá ganancias como resultado de las operaciones de la empresa.

Se elaborará un contrato con el cual se especifiquen las condiciones de entrega del producto, la cantidad a entregar mensualmente a la empresa, uso adecuado de recursos, prácticas orgánicas en la agricultura como parte del proceso, hectáreas a usar, familias involucradas, asistencia técnica ofrecida, entre otros.

Para esto, la UCICMA en el contrato se estipulará que el 100 % de la producción de amaranto obtenida de esta comunidad será comercializada única y exclusivamente a EcuAmaranth. Se usará fertilizantes que no afecten la organicidad del producto como tal, para esto, se ofrecerá asistencia técnica de un ingeniero agrónomo de nuestra empresa que cuidaran el proceso mencionado y garantizará el buen desarrollo del cultivo.

Las condiciones de agrocalidad que debe cumplir el producto son:

- Olor característico del grano, descarte de olores desconocidos.

- Color natural y uniforme propios del INIAP Alegría
- Pureza del 95 % en el grano libre de plagas
- Humedad requerida del 13 %
- Rechazo de granos con residuos tóxicos o infectados.
- Almacenamiento recomendable a temperatura ambiente
- Procedimiento de acuerdo a la Norma INEN 1233

### **6.3.2. Impulso a prácticas agrícolas orgánicas**

Al principio, la adaptación de las comunidades a las prácticas 100 % orgánicas será lenta ya que se tiene la creencia de que no se obtendrán buenos resultados y la cosecha no será de calidad, lo cual genera un riesgo. Sin embargo, al adoptar un método de producción orgánico planificado, las expectativas de rendimiento pueden ser mayores.

Por lo general, el interés de los pequeños agricultores es generar más ingresos en un aumento de precio de sus productos, situación que se logra con la obtención de certificaciones orgánicas que garanticen el producto e incrementen el valor del mismo. Además, en este tipo de prácticas se requiere menor recurso monetario para la compra de insumos ya que no requiere de costosos fertilizantes o relacionados. A su vez, con la reducción de sus costos de producción, se reduce también el riesgo de pérdida por fenómenos naturales que se escapan de su control.

Para promover el crecimiento de la comunidad e involucrar a los miembros actuales y futuros a este proyecto, se realizarán diversas actividades:

- Capacitaciones para descubrimiento de nuevos talentos: Se proporcionará charlas sobre nuevos métodos de producción con enfoque orgánico, cuidado de cultivos, desarrollo comercial, distribución de dinero, entre otros.
- Inscripción como pareja de agricultores: Las parejas de la comunidad que cuenten con la predisposición de hectáreas al cultivo de amaranto podrán formar parte de la asociación y recibir charlas para que estén al nivel de los miembros ya existentes. Así se permite la inclusión de la mujer en este trabajo como método para la superación de sus familias.

### **6.3.3. Acondicionamiento del centro de acopio**

En la actualidad, la comunidad cuenta con un centro de acopio ubicado en el cantón rural Mariano Acosta donde se almacenan los productos después de la cosecha. Con la intención de cuidar todo el proceso de obtención de amaranto asegurando una alta calidad, el fácil acceso al producto tanto para la empresa como la entrega para los agricultores y demás factores relacionados, se plantea mejorar este lugar.

La meta de este plan es equipar el centro de acopio con maquinaria apropiada para el lavado, sacado y correcta recolección del amaranto, de esta manera se recibe un producto de mejor calidad en nuestras bodegas de Guayaquil. Con esto, la zona se vuelve más competitiva y se logra alcanzar los estándares impuestos por el país de destino.

Hoy por hoy, la UCICMA posee en su centro:

- 1 máquina para limpieza y pre-limpieza del producto con una capacidad de 20 toneladas.
- Espacio destinado al almacenamiento de productos.

Para el logro de una ampliación, se plantean las siguientes actividades:

Actividad 1 - Adquisición de:

- 1 máquina de limpieza y pre-limpieza con capacidad mayor a 25 toneladas para abarcar de manera más ágil la producción de 500 quintales mensuales (50 toneladas)
- 2 máquinas de secado de pequeño porte con capacidad de hasta 30 toneladas de granos.
- 2 máquinas de selección de granos con capacidad de hasta 25 toneladas de granos.

## Actividad 2 – Adecuaciones

Expansión de las instalaciones. Construcción de una bodega en espacio separado de la maquinaria para la colocación de los quintales de amaranto después de atravesar por el proceso de limpieza, secado y selección.

## Actividad 3 – Capacitación a los operadores de la comunidad

Con la instalación de maquinarias, se organiza un taller de inducción para manejar los recursos del centro de acopio impartida por los proveedores de la maquinaria. De igual manera se dictaran entrenamientos de operación de la misma y asesoría sobre el mantenimiento adecuado. Se designará personas encargadas de este proceso para garantizar el tratamiento apropiado del amaranto.

Tabla 30 Costos mejoras al Centro de Acopio

<b>Costo Mejora Centro de Acopio – Pimampiro</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Total</b>
Máquina de limpieza y pre-limpieza	1	15780,00	15780,00
Máquina de secado de pequeño porte	2	22500,00	45000,00
Máquina de selección de granos	2	9600,00	19200,00
Adecuaciones	1	7800,00	7800,00
<b>Costo total Plan Mejora Centro de Acopio</b>			<b>87780,00</b>

Elaboración: las autoras

### 6.3.4. Desarrollo de la comunidad

Con estos planes propuestos, se busca elevar el nivel de vida de los miembros de esta comunidad. Pactando el acuerdo con EcuAmaranth, no solo se persigue el crecimiento de la empresa como tal, sino también asegurar que la UCICMA afiance relaciones comerciales y por medio de esta alianza estratégica obtenga ingresos que permitan hacer del cultivo de amaranto una actividad continua y sustentable a largo plazo.

Con la alianza lograda, se espera que nuevos miembros estén dispuestos a reemplazar parte de sus cultivos de productos tradicionales y apuesten por el

amaranto, aumentando así el número de integrantes de la comunidad, fomentando la cooperación entre miembros.

La meta principal es que estos, destinen los ingresos obtenidos al desarrollo económico de las familias pertenecientes a esta zona, incrementando las oportunidades de las mismas de acceder a servicios básicos, de educación, entre otros.

Con la capacitación a los agricultores en la parte técnica, se busca que incrementen el valor de sus cultivos, mejora en los procesos que les permitan ofrecer un producto de alta demanda en mercados internacionales. De esta manera se puede evitar que estas familias deban desplazarse a otras ciudades en busca de oportunidades laborales. Se pretende evitar problemas como la migración, mitigación de la pobreza, acceso a la educación y sobretodo rechazar bajo todos los medios el trabajo infantil en la zona.

## **6.4. Fuerzas de Porter**

### **6.4.1. Consumidores**

En términos generales, la ciudadanía alemana se caracteriza por ser una sociedad ahorrativa, por lo que el precio es un factor determinante al momento de adquirir cualquier producto o servicio, siendo clientes asiduos de tiendas de descuento.

El consumidor alemán tiende a buscar los precios más atractivos, contando con parámetros de selección estrictos de acuerdo al tipo de producto que estén adquiriendo, por lo general el cliente alemán compara precios. Cuando se habla de productos del sector de alimentos los factores como calidad son irrelevantes, puesto que conocen que las normativas de la Unión Europea para el ingreso de estos productos son estrictas, por ende cada bien que se encuentre en las perchas ha pasado todos los controles solicitados, demostrando que el producto es seguro y apto para su consumo.

En general, el mercado de cereales orgánicos reportó un crecimiento del 3, 90 % en los periodos 2011 - 2012 y del 11, 10 % en los periodos 2012 – 2013 de acuerdo a



la consultora AMI de origen alemán. De igual manera, se reportó el incremento en la compra de productos orgánicos:

Tabla 31 Crecimiento Tiendas en Alemania

<b>Crecimiento productos orgánicos por tiendas en billones</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
<b>Tiendas Naturistas</b>	1.88	2.07	2,21
<b>Supermercados</b>	3.26	3.53	3,52
<b>Otros (panaderías, tiendas online)</b>	0.88	0.98	1,3

Fuente: AMI

Elaboración: las autoras

#### **6.4.2. Proveedores**

##### ✓ Ingemap

Con más de 18 años de trabajo, la empresa Ingeniería de Maquinarias se dedica a la comercialización de equipos importados desde España, China y Colombia, con la finalidad de ofrecer las mejores líneas de máquinas empacadoras y selladoras de fundas para todo tipo de producto, destacando en aquellos relacionados a la industria de alimentos. Ingemap será la empresa a la que se comprará la maquina llenadora.

##### ✓ Ecuapack

Empresa ecuatoriana cuya actividad principal es la de importar y comercializar todo tipo de maquinaria industrial destinada para el empaquetado de alimentos, envasado, sellado.

La compañía Ecuapack será la encargada de proveer las maquinarias de empacadoras automáticas al vacío.

##### ✓ Grupo Kepler Weber Ecuador

Desde 1980 la compañía ofrece maquinaria agrícola especializada en el área de cultivo de granos, almacenamiento y transporte, contando con sucursales alrededor de Latinoamérica.

Las maquinarias de limpieza y pre- limpieza, secado y de selección de granos serán adquiridas en las oficinas de la compañía en Ecuador.

✓ Ecuaplast

Empresa dedicada a las actividades de fabricación y comercialización de fundas con y sin impresión ya sean para uso industrial exportación o comercial, plásticos y rollos de polietileno.

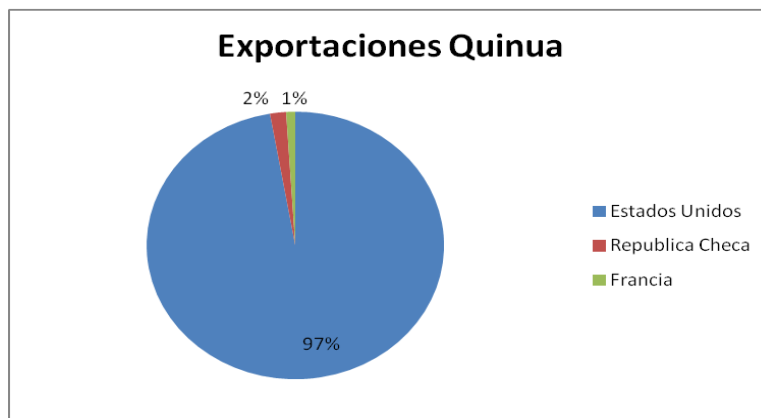
### 6.4.3. Productos Sustitutos

El principal producto agrícola que puede sustituir el uso del amaranto es la quinua, este pseudo-cereal posee características similares en cuestiones de beneficios y usos, puesto que cuenta con aminoácidos que son necesarios para el organismo de los seres humanos, transformándolo en un alimento que ayuda a la digestión.

Con la quinua se pueden elaborar diversos platos de comida, a nivel nacional forma parte de las comidas principalmente de la región Sierra, además de que se puede obtener harina de amaranto, cereales, pastas por ser un grano andino libre de gluten e inclusive es usado como ingredientes para elaborar bebidas alcohólicas como sustituto de la cebada.

La quinua ha obtenido una gran acogida a nivel internacional, debido al crecimiento del sector de productos orgánicos, situación por la cual se ha impulsado el desarrollo de este rubro a través de incentivos a la producción, logrando generar una oferta exportable que ayude a disminuir la demanda internacional.

Ilustración 52 Exportaciones de Quinua



Fuente: Trademap

Elaboración: Las autoras

Acorde a las estadísticas presentadas por Trademap en el año 2013, Ecuador tiene como principal comprador en la Subpartida 1008901000 a Estados Unidos con una participación de más del 90 %, seguido por República Checa y Francia.

En Ecuador los procesos a nivel de industrialización en los cuales se incluye la quinua, son procesos simples y semi-complejos debido a las maquinarias destinadas para la elaboración de derivados. Entre las empresas que comercializan productos ya sea de manera orgánica o procesada se encuentran:

- *Cereales La Pradera*

Empresa ecuatoriana que inició sus actividades comerciales en 1985, con sede en Latacunga Cereales La Pradera se desenvuelve en el sector de cereales secos, a través del ofrecimiento de productos en su versión orgánica o procesada, en la cual se destaca la elaboración de harina. Sus principales mercados a nivel nacional son las regiones Costa, Sierra y Oriente, y a nivel internacional, la compañía distribuye sus productos a supermercados ubicados en Norte América y Europa.

La compañía cuenta con acuerdos con pequeñas asociaciones de agricultores alrededor del país, con precios previamente pactados, para asegurar la cosecha y producción de los granos secos. Una de las principales ventajas de esta compañía es que cuenta con certificación de calidad ISO 9001: 2000.

- *Cereales Andinos*

Compañía ecuatoriana que se dedica a las actividades de siembra, cosecha e industrialización de la quinua a nivel nacional, abarcando todos los procesos de producción gracias a sus acuerdos con productores independientes en las principales provincias de la Sierra. Entre los productos que Cereales Andinos ofrece al mercado se encuentran: Granola con quinua, hojuelas de quinua, y cereal de quinua.

- *Nestlé*

Nestlé Ecuador empezó sus operaciones hace más de 60 años a nivel nacional, integrando a su cadena de valor empresas ecuatorianas para la obtención de materia prima. Gracias a su programa Nestlé Niños Saludables, la compañía lanzó

un cereal a base de quinua y trigo ecuatoriano, con el propósito de incluir granos ancestrales para ser reinsertados a la alimentación de los niños del país.

- *Increma*

Fundada en el año 2033, la compañía tiene como objetivo principal es de implementar programas de desarrollo productivo, para el crecimiento de los pequeños productores originarios de la sierra ecuatoriana bajo parámetros equitativos y de justicia social.

- Cereales más Corona

Empresa dedicada a la exportación de productos a base de quinua, con sede en la provincia de Tungurahua, cuenta con certificación ISO 9000 – 2000 para todos sus productos. A nivel nacional los granos procesados, cereales y harinas son ofrecidos en los principales supermercados del país como Supermaxi, AKI y en tiendas minoristas.

#### **6.4.4. Competidores**

##### *Sumaklife*

A nivel nacional, la compañía Sumaklife es nuestro principal competidor, puesto que ofrece granos andinos como el amaranto, a través de la colaboración de la Corporación de Productores Bio Taita Chimborazo como fuente de apoyo para la producción de este grano, contando con certificaciones de calidad en sus procesos para que estos puedan ser comercializados en los mercados de Inglaterra, Francia, Alemania y Estados Unidos.

Acorde a las estadísticas del Banco Central en los últimos dos años no se han reportado exportaciones de amaranto, con lo cual se puede inferir que la compañía ha dejado de realizar los envíos internacionales, pese a estas circunstancias aún la empresa mantiene el amaranto en su portafolio de negocios.

### *Now Foods*

La empresa inició sus actividades en 1948, originaria de Estados Unidos, compra alimentos como cereales y leguminosos de diferentes productores del mundo, teniendo una amplia red de negociación, especialmente en países latinoamericanos como en el caso de Perú y los comercializa bajo la marca Living Now.

La compañía ofrece granos orgánicos de amaranto provenientes de Perú para luego ser empaquetados en los Estados Unidos y ser ofrecidos en los principales supermercados y tiendas de Europa y Estados Unidos.

### *Arrowhead Mills*

Compañía originaria de Texas con más de 50 años en el mercado, ofrece entre sus líneas de productos cereales andinos gracias a sus propiedades como alimentos libres de gluten, adquiriéndolos de comunidades Mexicanas, para ser comercializados en los principales supermercados del mundo, promoviendo la alimentación saludable.

#### **6.4.5. Barreras de entrada**

El entorno dinámico del sector alimentario en Alemania y la creciente competitividad de las compañías sugieren que los negocios deben contar con los recursos y capacidades necesarios que le permitan tener una participación relativa en el mercado, para aprovechar las oportunidades que se presenten.

- Certificaciones de calidad

Bajo esta consigna es importante conocer que Alemania al ser un país miembro de la Unión Europea se encuentra sujeto a regulaciones de ingreso en los productos, por lo tanto cada bien que desee traspasar las fronteras y llegar Alemania, necesita contar con certificaciones internacionales que aseguren que el producto ofrecido se encuentre en buenas condiciones.

Las políticas de calidad pueden llegar a ser limitantes para ingresar a un nuevo mercado, puesto que las certificaciones internacionales de control de la producción

bordean los USD 20000 y tienen una duración de doce meses por lo que el proceso de certificación se convertiría en un limitante para el ingreso de nuevos competidores, por los costos elevados de inversión.

- Aduana

En temas aduaneros, todos los países miembros de la Unión Europea gozan de ventajas respecto al pago de aranceles, puesto que los productos provenientes de los países suscritos no tienen barreras de ingreso, al contrario del resto, cuyos productos están sujetos al pago de aranceles.

Una vez que los importadores han realizado el pago de sus derechos aduaneros y se ha comprobado que han pasado los requisitos de ingreso, los productos pasan a ser nacionalizados y pueden circular libremente por el territorio Alemán.

- Empaques

Los ciudadanos alemanes en los últimos años han dado mayor importancia a la responsabilidad social como a la sostenibilidad, por lo cual el gobierno ha creado ciertas regulaciones acerca del envase y embalaje de productos extranjeros que tratan de ingresar a la Unión Europea.

Bajo ciertos parámetros de protección al medio ambiente y el bienestar de los consumidores la UE ha establecido: Los volúmenes y tamaños de empaques, el material de composición, etc.

## 6.5. Análisis FODA

Tabla 32 Matriz FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
Producto 100 % orgánico	Incremento en la demanda de productos orgánicos en Alemania
Asociación con productores de comunidades ecuatorianas	Acuerdos Internacionales firmados con la Unión Europea
Producto con amplia variedad de usos	Negociaciones con otras comunidades productoras de amaranto
Grano con alto contenido en proteínas ( 17 % )	Incremento de la oferta nacional que permita ampliar la compañía a mercados Internacionales
Producto con alta tolerancia a plagas y cambios climáticos por lo que requiere poco mantenimiento.	Demanda de amaranto en crecimiento
Certificación Internacional BCS Öko Garantie	Mercado no saturado
Mano de obra capacitada en cultivo y producción de amaranto	Apoyo Gubernamental
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
El amaranto es poco conocido a nivel nacional	Creciente crecimiento de la producción a nivel internacional
Insuficientes incentivos para estimular la producción	Nuevos competidores
Infraestructura inadecuada de vías en la Comunidad Mariano Acosta	Barreras de acceso al mercado alemán
Posicionamiento del grano amaranto por guerra de precios	Desastres naturales que afecten los cultivos
Tiempo de desarrollo de los cultivos ( 6 meses)	Crecimiento del mercado de competidores indirectos ( quinua, chocho)

Fuente: Recolección de fuente primaria

Elaboración: Las autoras

## 6.6. Estrategia de Marketing

### 6.6.1. Segmentación del mercado

Para determinar el mercado meta debemos mencionar que nuestro producto será comercializado a distribuidores locales de Bremen. Ellos serán encargados de distribuir al consumidor final, extendido más adelante en el documento. En términos generales nuestro mercado es internacional, de consumo de productos orgánicos.

Las siguientes variables nos permitirán segmentar el mercado:

#### *Demográficos:*

- ✓ Edad: Niños: (1- 12) Adolescentes (13-17 años) Adultos jóvenes: (18- 35 años) y Adultos Mayores: (36-65 años).
- ✓ Sexo: hombres y mujeres de acuerdo a las edades previamente estipuladas.
- ✓ Nivel económico: Estrato 4 – Medio: Con ingresos que les permiten vivir con algunas comodidades. Estrato 5 - Medio Alto: Con nivel de vida e ingresos ligeramente altos. Estrato 6 – Alto: ingresos y estilo de vida más altos del país.
- ✓ Estado civil: Irrelevante.
- ✓ Nivel de formación: Irrelevante.
- ✓ Religión: Irrelevante.

#### *Geográficas:*

- ✓ Unidad geográfica: Mercado Internacional
- ✓ Raza: Irrelevante
- ✓ Población: Urbana

#### *Psicográficas:*

- ✓ Grupos de Referencia: Familia. Amigos. Vegetarianos. Veganos. Alérgicos al gluten.
- ✓ Clase Social: Clase Media y Clase Alta.
- ✓ Personalidad: Conservadora. Relajado. Naturista.
- ✓ Ciclo de vida familiar: Joven soltero. Matrimonio con hijos.



- ✓ Motivos de compra: Fisiológicas (Alimentación). Seguridad (cuidado de la salud).

El mercado primario comprende todas aquellas personas que tienen la decisión de compra y el mercado secundario comprende a las personas que son usuarios pero que no tienen la decisión de compra. En este caso, los que tienen la decisión de compra son los padres de familia preocupados por la salud y nutrición de sus hijos así como también de la salud de su familia y ellos mismos. En el caso del mercado secundario, nuestros usuarios muchas veces serían adolescentes que piden el producto a sus padres de igual manera como el resto de nuestro segmento.

### 6.6.2. Marketing Mix

#### *Producto*

El producto juega un rol muy importante en el posicionamiento del producto, puesto que de sus características de empaque y selección de colores puede inferir en la percepción que el cliente tiene acerca de determinado bien, lo que puede condenar al éxito o al fracaso a la compañía.

Tomando en consideración la estrategia de productos y después de haber evaluado la presentación del producto, la empresa EcuAmaranth ha decidido que comercializará el amaranto orgánico en fundas de 450 gramos, las mismas que tendrán el logo de la compañía y las especificaciones de etiquetado acorde a los parámetros de la Unión Europea.

- ✓ Logo



El logotipo de la marca representa al producto que se ha decidido exportar, de esta forma se puede observar de primera instancia que en el centro se encuentra el grano de amaranto, además del nombre Ecuamaranth en la parte baja del logo.

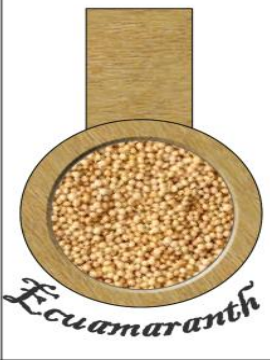
La selección de colores se hizo en referencia a los colores de la planta de amaranto, es así que el morado y café son los colores predominantes del logo, para que el cliente asocie que tipo de producto es al momento de observar el empaque.

✓ Etiqueta

De acuerdo a la normativa vigente para la comercialización de productos en Alemania, es necesaria que la etiqueta del producto sea presentada en el idioma oficial del país al que se ha decidido exportar, además de ofrecer información acerca del valor nutricional del bien.



### Nährwerte

	<b>Energie KJ / kcal:</b>	<b>1688 KJ / 401 kcal</b>
	<b>Fett:</b>	<b>7.7 g</b>
	<b>gesätt. Fett:</b>	<b>1.9 g</b>
	<b>Kohl.hyd.:</b>	<b>61.5 g</b>
	<b>davon Zucker:</b>	<b>1.7 g</b>
	<b>Ballast:</b>	<b>12.8 g</b>
	<b>Eiweiß:</b>	<b>15.1 g</b>
	<b>Natrium:</b>	<b>0.03 mg</b>
	<b>Salz:</b>	<b>0.06 g</b>

Datos sobre el producto referente a peso, modos de consumo, formas de almacenamiento, certificaciones de calidad y una breve explicación de que es el producto deben también ser incluidas.

Para efectos explicativos la etiqueta en la versión español está a continuación, así mismo se presenta la imagen bajo el supuesto de que se cuentan con las certificaciones internacionales:

### Información Nutricional

	<b>KJ Energía / kcal:</b>	<b>1688 kJ / 401 kcal</b>
	<b>Grasa:</b>	<b>7.7 g</b>
	<b>Grasa sat.:</b>	<b>1.9 g</b>
	<b>Carbohidratos:</b>	<b>61.5 g</b>
	<b>Azúcares:</b>	<b>1.7 g</b>
	<b>Fibra dietética:</b>	<b>12.8 g</b>
	<b>Proteínas:</b>	<b>15.1 g</b>
	<b>Sodio:</b>	<b>0.03 mg</b>
	<b>Sal:</b>	<b>0.06 g</b>

**Almacenamiento:** Conservar en lugar fresco y seco.

**Ingredientes:** Grano de Amaranto orgánico

El amaranto es rico en proteínas tiene un sabor parecido a la nuez, con un alto valor biológico con aminoácidos importantes. Pertenecce a la familia de las plantas de la cola de zorra o Amaranthaceae.

**Certificaciones:**




**Vitaminas:** A B C B1 B2 B5

Como se había indicado previamente, todos los productos que ingresan a la Unión Europea deben de tener certificaciones de calidad, las mismas que deben indicarse en la etiqueta del producto y especialmente cuando se traten de productos orgánicos, puesto que es importante conocer que el producto ha pasado todos los controles de calidad exigidos.

Ecuamaranth aspira a obtener la certificación BCS Öko – Garantie, la cual se explica a continuación:

✓ BCS ÖKO - Garantie

Desde el año 1992 la certificadora BSC ÖKO Garantie se encuentra autorizada para desenvolverse como una entidad cuyo objetivo principal es el de controlar e inspeccionar, acorde a los requerimientos, parámetros y normativa vigente en la Unión Europea, sobre todo producto orgánico que ingrese a los países miembros. Es reconocida por ser una de las certificadoras pioneras en este ámbito, gracias a sus amplios conocimientos y técnicas en el campo de la agricultura que le permite evaluar los cultivos, siendo fundada en 1990, involucrándose en alrededor del 35 % de los productos orgánicos en Alemania.

BCS tiene su sede principal en la ciudad de NÜmberg – Alemania y actualmente posee en su lista a más de 100 profesionales en la rama de agricultura, con conocimiento en certificaciones tanto de empresas del sector agrícola, como las procesadoras y comercializadoras, con lo cual las empresas en busca de obtener certificados de calidad pueden dar seguridad a sus clientes de que sus productos cuentan con los requerimientos exigidos para ser reconocidos como compañías serias, responsables, preocupadas y comprometidas con la salud del consumidor.

Para obtener la certificación BCS ÖKO - Garantie se debe enviar una solicitud a través de un formulario en la cual se declara las actividades tanto de la empresa como las practicas orgánicas, así también se presenta una oferta de negociación y se adjunta el contrato.

La empresa que desee certificarse debe enviar los documentos a la sede de BCS, entre los que destacan:

- Procedimientos Operacionales Estándar, en los cuales se pruebe que cada paso de la cadena de producción mantiene el estado orgánico del producto.
- Los controles de etiquetado, también conocidos como Grading System, en los cuales se establezca los procesos que incurren para asegurar que el etiquetado es el correcto, además de enviar los informes de auditorías internas realizadas por la empresa, especificando aspectos como: cantidad, fecha y la firma del responsable.

Una vez pactado el contrato, la empresa que busca certificarse accede a programas de control de estándares, para facilitar el entendimiento de las regulaciones y de esta manera desarrollar todos los criterios de inspección de manera más transparente, además que ofrece facilidades en los procesos de importación hacia el mercado europeo.

Al momento de pactar la evaluación de la compañía para su certificación esta debe cumplir con todos los requerimientos de la certificadora, además de aceptar las inspecciones no anunciadas y aquellas que han sido previamente acordadas, sin opción a cambio, mostrando todos los procesos de producción en orden.

El pago del proceso de certificación se encuentran sujetos a las normas de la certificadora, el cual puede ser cancelado el 50 % después de ser aceptada la solicitud o el valor total luego de haber terminado todo el proceso.

#### ✓ Fair Trade

Ecuamaranth obtendrá el certificado *Fair Trade* para mostrar el compromiso establecido con los productores sobre ofrecer mejores condiciones comerciales para la compra de sus productos, garantizando sus derechos y contribuyendo al desarrollo sostenible de la Unión de Comunidades Indígenas Campesinas Mariano Acosta para lograr la equidad en las relaciones de negocios, asegurándoles el pago por su producción con la finalidad de que puedan gozar de autosuficiencia económica.

La ética de Ecuamaranth está ligada a respetar los derechos fundamentales de los productores; por lo cual, la obtención del certificado *Fair Trade* es esencial para que los consumidores conozcan bajo que parámetros y criterios tanto a nivel laboral como ambiental se llevan a cabo los procesos de la compañía, entregándoles un mayor control a los productores sobre el pago de sus esfuerzos , a través de un sistema de compensación justa que les permita llevar una vida digna, dejándoles ganancias para ser invertidas en proyectos de desarrollo social y mejoramiento de cultivos.

Para obtener la certificación se debe tener en consideración los criterios requeridos por la compañía Flocert, en los que se encuentra la evaluación del código de conducta de Ecuamaranth para evaluar las prácticas empresariales de la compañía en relación al trato ofrecido a sus colaboradores, en este caso los productores y empleados de la empresa, en caso de necesitar fortalecer el código establecido, la compañía certificadora Flocert se encargará de realizar nuevas políticas o normas para que el código de conducta este de acuerdo a las especificaciones internacionales en materia de desarrollo de comercio justo.

La obtención de esta certificación ofrece una situación de ganar - ganar para todos, puesto que los productores recibirán un pago justo que les permitirá desarrollar sus actividades de cultivos sin ningún contratiempo, además de permitirles obtener una retribución justa y equitativa de acuerdo a los requerimientos internacionales. Por otro lado el consumidor de los productos de Ecuamaranth en Alemania conocerá que el producto adquirido fue elaborado en un sistema de igualdad y equidad, respetando los derechos de cada uno de los involucrados, por lo que su compra será en base a sus principios éticos.

El consumidor europeo por lo general adquiere productos que hayan sido elaborados en un marco medioambiental y ético adecuado, por lo cual la mayoría de productos poseedoras de certificaciones en materia orgánica y de comercio justo, tienen mayores probabilidades de ser favorecidos y comprados, de esta manera la compañía oferente tiene la posibilidad de aumentar sus ingresos.

El costo de la obtención de la certificación de Fair Trade bordea los € 1430 en el primer año acorde al rango establecido por Flocert, adicionalmente a los valores de inscripción que son aproximadamente € 725. Ecuamaranth se encuentra entre las compañías que cuentan con menos de 50 productores, de esta manera una vez a entregada la petición para la certificación, la empresa se someterá a visitas inesperada por los evaluadores además de entregar en detalle todas las prácticas empresariales que intervienen en los procesos.

### *Precio*

Es importante mencionar que el precio final del amaranto orgánico en su presentación de 450 gramos, será fijado por la compañía alemana con la cual se pretende comercializar el producto.

Nuestro precio de venta por unidad (funda de 450 gramos) es de 1,51 EUR como precio de introducción en el mercado alemán

### *Plaza*

Ilustración 53 Canal de Distribución



Elaboración: Las autoras

- **LANDLINIE**

Empresa alemana que inició sus actividades en 1989 con el objetivo de ser uno de los principales distribuidores de productos orgánicos especializándose en los sectores de frutas, verduras y granos, a través de su red de comercialización y adquisición de productos, teniendo acuerdos con productores y exportadores certificados, que garanticen los niveles de control de calidad en todos los niveles de la cadena de valor, además de adquirir el producto basándose en las prácticas de comercio justo, demostrando su compromiso ético con los sectores más vulnerables como los productores.

LANDLINE suministra sus productos a más de 500 clientes, ofreciendo alrededor de 3000 productos, por medio de su logística de distribución interna. En la actualidad la compañía cuenta con proveedores en la región del Mediterráneo y Sudamérica, entre los que se encuentran: Perú, Ecuador y Argentina.

La compañía tiene una estricta política acerca del transporte de las mercaderías a nivel internacional, por lo cual solo acepta productos enviados por sus proveedores por vía marítima o terrestre, dependiendo del lugar de su ubicación.

De esta manera tenemos que la cadena de distribución del amaranto orgánico empezará con la compra del producto a la Comunidades Indígenas Campesinas Mariano Acosta, bajo contrato de compra previa. El producto será recogido en el centro de acopio de la comunidad Mariano Acosta en Pimampiro.

Ecuamaranth será la empresa encargada de exportar el amaranto orgánico bajo termino FOB hacia Alemania, por medio del mayorista LANDLINE, quien a su vez se encargará de distribuir el producto a nivel interno en Alemania, por medio de su red comercial y de contactos, con lo cual el amaranto orgánico de Ecuador tendrá la posibilidad de llegar a mas consumidores gracias a la ampliación en el alcance de distribución por medio del mayorista.

Otros posibles clientes son:

- Rapunzel Naturkost

Rapunzel es una de las tiendas orgánicas más importantes a nivel de Alemania reconocidos por sus manejos de procesos en todos los niveles de la cadena de producción, la compañía ofrece una extensa variedad de productos orgánicos, entre los que se encuentra el grano de amaranto, siendo comercializado bajo su propia marca en la variedad de grano entero y en semillas, los mismos que vienen en empaques de 150 y 500 gramos.



- Allos

Reconocida por ser uno de los principales impulsores del comercio agrícola en Alemania, Allos empezó sus actividades en 1974 con la idea de ofrecer bienes de calidad, es por esto que la compañía ofrece diversidad de productos en base a procesos sostenibles con tecnología de punta que van desde la selección de sus proveedores hasta la transformación de los productos en las instalaciones de la compañía.

Allos fue una de las empresas pioneras en la importación de amaranto al mercado europeo y ha logrado desarrollar productos a base de este ingrediente como el Bjorg, que es un pan hecho con amaranto importado de Latinoamérica.

#### *Promoción*

Las actividades de promoción serán orientadas a impulsar la comercialización del amaranto ecuatoriano en el mercado alemán, por lo cual el principal objetivo de las actividades de mercadeo estará enfocado en dar a conocer el producto, poniendo énfasis en los beneficios de su consumo y la diversidad de usos de este grano andino, con la finalidad de ampliar la oferta exportadora de amaranto proveniente de Ecuador, lo que beneficiara tanto al sector agrícola como al productor, al impulsar el desarrollo y la ampliación de este cultivo relegado.

- Ferias Internacionales

El amaranto ecuatoriano será promocionado principalmente por medio de las ferias internacionales realizadas en los posibles mercados de exportación del producto, con el propósito de pactar nuevas negociaciones con empresas internacionales, para promover y aumentar los volúmenes de productos provenientes de Ecuador en los estantes de tiendas alemanas.

La asistencia a las ferias será con motivo de exhibir y presentar el amaranto ecuatoriano como un producto de calidad, para crear la imagen de compromiso con los clientes y consumidores, además de mostrar la responsabilidad social que se tiene con los pequeños productores, a través del comercio justo.

Las ferias a las que se planea asistir son aquellas que se desarrollan para el sector de alimentos y bebidas orgánicas, entre las cuales tenemos: Biofach y Natural Products Expo West.

- **Página Web**

Por medio de la creación de una página web se buscará, mostrar a los visitantes los beneficios a la salud de consumir amaranto, además del compromiso y transparencia que tendrá la compañía con los productores.

Adicionalmente Ecuamaranth hará uso de las herramientas SEO, que sirven para optimizar la búsqueda y el posicionamiento de la página web, lo cual permitirá aparecer en los principales motores de búsqueda, específicamente en las primeras páginas de Google y Bing, por medio de palabras claves.

- **Ruedas de negocios**

Gracias a los programas propuestos y promovidos por ProEcuador, se tendrá una participación activa en ruedas de negocios de productos agrícolas y orgánicos con la finalidad de crear relaciones comerciales con empresarios internacionales que pueden convertirse en futuros compradores de amaranto. Es necesario ampliar la red de contactos que se posee dado que la meta es no solo penetrar el mercado alemán sino también posicionar al Ecuador como un país exportador de amaranto orgánico de calidad.

- **Misiones comerciales a Alemania**

Otra ventaja de esta institución aprovechable por la empresa es la ayuda que ofrecen a través de las misiones comerciales. Bajo esta modalidad se entrega una muestra a un encargado y este viaja al país para que puedan ofrecer, promocionar y convencer a un mercado determinado.

- **Sorpresa por empaque**

Para estimular el consumo de amaranto y a la vez promocionar al país como potencia turística, uno de los consumidores finales encontrará un pasaje a las Islas

Galápagos con todos los gastos pagados con la finalidad de estimular el consumo del producto llamados por el deseo de ganar este premio.

## **6.7. Logística de Exportación**

### **6.7.1. Requerimientos comerciales generales**

#### *Incoterms*

Acorde a la información disponible en ProEcuador la mayoría de las exportaciones realizadas por Ecuador con destino a Alemania se realizan bajo el término de comercio Franco a Bordo (FOB), es decir las responsabilidades del exportador ecuatoriano solo llegan hasta que la mercadería se encuentre a bordo del transporte marítimo designado, con lo cual no es necesario que se asuman costos de seguros sobre la mercancía.

#### *Régimen de muestras*

En el envío de muestras hacia el mercado alemán es necesario conocer los siguientes requerimientos:

- El valor de la muestra debe ser indicado en la factura por motivo de aduana, así también se especifica que el envío de la muestra no es para efecto comerciales.
- Cada muestra se encuentra limitada en cuestiones de valor y número, por lo cual solo son aceptadas 5 muestras acorde a su tipo, con un valor máximo de USD 30.
- El certificado de origen es necesario para los envíos de muestra.

#### Documentación exigible

- Todo material con fin publicitario ya sea lista de precios, folletos, catálogos o instrucciones de uso son para distribución gratuita, así también los bienes que sean para exposiciones comerciales que sean muestras para ser consumidas durante el evento.
- En caso de bebidas y productos alimenticios que no se encuentren en el marco anterior, deben ser consumidos en el transcurso de la feria.
- Las muestras deben especificar que son para efecto no comercial.
- Las muestras se encuentran exentas de gravamen

- Los libros se encuentran exentos del pago de derechos, así también los catálogos y listas de precios. Sin embargo los materiales publicitarios que estén impresos deben de pagar los derechos
- Las muestras con valor comercial pueden ingresar previo al depósito o pago de una garantía si son importaciones temporales, puesto que al momento de reexportarlas se reembolsará el valor cancelado.

#### Muestras sin valor comercial

Al momento de realizar el envío de muestras no comerciales se debe verificar si las mismas no están sujetas a pago de impuestos o aranceles al momento del arribo al destino previamente seleccionado, para evitar crear inconformidades en materia económica y de tiempo, que causen malestar en el cliente.

#### *Tiempos de nacionalización*

Los tiempos detallados en el siguiente cuadro, han sido considerados a partir del acuerdo firmado entre los participantes hasta la entrega de la mercancía en su destino. Los variables costos y tiempos de cada procedimiento acerca de las exportaciones e importaciones entre Alemania y Ecuador se detallan a continuación:

Tabla 33: Duración y costos de exportación

<b>Procedimiento para exportación</b>	<b>Duración (días)</b>
<b>Preparación de documentos</b>	4
<b>Control de aduanas</b>	1
<b>Manejo en puerto y terminal</b>	2
<b>Transporte interno</b>	2
<b>Total</b>	9

Fuente: Doing Business  
Elaboración: Las autoras

Tabla 34: Duración y costos de importación

<b>Procedimiento para importación</b>	<b>Duración (días)</b>
<b>Preparación de documentos</b>	3
<b>Control de aduanas</b>	1
<b>Manejo en puerto y terminal</b>	1
<b>Transporte interno</b>	2
<b>Total</b>	7

Fuente: Doing Business  
Elaboración: Las autoras

### *Barreras de acceso*

La importación de productos hacia Alemania se encuentra sujeta a ciertos criterios y medidas que deben ser tomados en cuenta para evitar complicaciones al momento de envío de los productos, las mismas que fueron establecidas en el año 2000 por el consejo directivo. Entre las barreras tenemos:

- Prohibiciones a las importaciones
- Certificaciones fitosanitarias
- Inspección en aduana
- Registro del importador
- Avisos previos a la importación de mercancías

### Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios

Las presentes medidas fueron establecidas para las importaciones realizadas dentro de la Unión Europea y se encuentran en su legislación, las mismas que se aplican a todo tipo de productos alimenticios ya sean estos procesados o no. Desde el año 2005 para el ingreso de mercancías al territorio alemán se aplica la norma NIMF – 15, acorde a la exigencia de cumplimiento de la Norma Internacional de Protección Fitosanitaria.

Dentro del marco de los países que forman parte de la Unión Europea, existen ciertos parámetros referentes a la higiene de los alimentos que se deben tener en cuenta, puesto que estos son necesarios para avalar el estado del producto y de esta forma proteger la salud del consumidor. De esta manera la Directiva CE 43 / 1993, estableció que toda la cadena de procesos de un producto debe realizarse de forma higiénica, es decir se debe tener cuidados desde la elaboración, transformación, fabricación, incluyendo los procesos de envasado, almacenamiento, transporte hasta que llegue al consumidor final. Además de realizar sus prácticas y procedimientos de producción en base de HACCP que es el Análisis de Riesgos y Control de Puntos Críticos, tal como se reafirma en el Reglamento CE 178 /2002.

La Autoridad europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) y la Comisión del CODEX, son las autoridades de la Unión Europea encargadas de garantizar el bienestar y salud del consumidor, a través del aseguramiento de las prácticas de procesos alimentarios, con la finalidad de evitar la presencia de elementos extraños como microorganismos y toxinas en los alimentos.

Cada medida sobre el control y manejo de plagas y residuos de plaguicidas, además de la comercialización de las semillas y cualquier otro material para la expansión del sector agrícola se encuentran incluidos en los reglamentos fitosanitarios de la Unión Europea.

#### **6.7.2. Documentos requeridos para exportar**

- *Factura Comercial*

Es un documento fundamental donde el exportador detalla la compra detenidamente, la cual debe contener datos precisos del nombre, dirección, RUC, teléfono de las partes que intervengan, el precio y cantidad que se está comercializando y el INCOTERM que aplique al caso.

- *Packing List*

Es un detalle enlistado y preciso de lo que contiene el empaque que se envía y es muy útil para fines aduaneros ya que es comúnmente usado en casos de aforo físico por lo tanto debe concordar la cantidad que se detalla con la que se recibe. Al ser una lista más detallada debe contener el país de origen, el cubicaje, el peso tanto bruto como neto, descripción y cantidad del producto, embalaje, numeración de sacos, entre otros.

- *Bill of Lading*

Es un documento de soporte que certifica que el la mercancía ha sido entregada a la naviera para proceder a su embarco en un buque específico para ser llevada a su destino. Este documento al ser de gran importancia debe contener detalles específicos como datos personales del destinatario y el remitente, datos completos de la persona que receptorá la información sobre el embarque, número y tipo de contenedor, definición del pago de flete en origen o en destino, número de B/L, puertos de carga y descarga, entre otros.

- Certificado de Origen

Es un documento que avala que determinada mercadería ha sido producida en el país. De esta manera, permite conocer que tipo de aranceles se debe aplicar a la mercadería que se comercializa.

- Declaración aduanera de exportación

Es un documento obligatorio que exige la Aduana del Ecuador con la finalidad de controlar la mercadería que se pretende comercializar al exterior. La misma, debe estar debidamente justificada con el packing list y la factura comercial. Los datos que incluye este documento son el tipo de régimen, despacho, distrito, datos completos del exportador, puerto de origen y de destino, tipo de carga, consignatario, medio de transporte, valores como peso neto, tipo de cambio, unidades, valor FOB, entre otros.

### **6.7.3. Tipo de Transporte**

#### *Transporte Interno - Terrestre*

Para el transporte de superficie del amaranto orgánico, se realizará la contratación de la Empresa Caranqui quien será la encargada de recoger el producto en el Centro de Acopio Mariano Acosta en el cantón Pimampiro provincia Imbabura y trasladarlo hasta la bodega en Guayaquil, en un tiempo de 11 horas. Además de transportar el producto hacia las instalaciones del Puerto Marítimo, para su respectivo envío al exterior.

### **6.7.4. Puerto de embarque**

#### *Puerto de Guayaquil*

El puerto marítimo de Guayaquil se ubica al sur de la ciudad por la que recibe su nombre, este es conocido como el puerto que reporta mayor tránsito marítimo en el país gracias a su ubicación geográfica que permite el fácil acceso a diferentes sectores del Ecuador. Se ubicó en el puesto 86 en ranking de los mejores puertos a nivel mundial gracias al gran flujo de carga con el que cuenta. EcuAmaranth, al estar ubicado en la ciudad de Guayaquil, usará el mismo para enviar su carga al exterior.

### **6.7.5. Puerto de destino**

#### *Vía marítima*

La ubicación geográfica de Alemania favorece al comercio internacional, por lo cual el país ha desarrollado una infraestructura portuaria con más de 60 puertos de acceso abiertos al manejo y control de mercancías y cargas. Entre los principales puertos tenemos el de Hamburgo, Bremerhaven, Berlín, Sassnitz, Maguncia, etc.

Por efecto de comercialización, los puertos más utilizados para el envío de mercancías desde Ecuador son los puertos de Bremerhaven y Hamburgo según lo detalla ProEcuador en su informe logístico sobre Alemania.



## Puerto de Hamburgo

Con más de 1900 empleados, el puerto de Hamburgo es la principal red de intercambio comercial entre el norte y el este de la región europea, por lo que es conocido como La Puerta de Alemania, posee una infraestructura a la vanguardia de las necesidades del comercio permitiendo tratar con barcos de generación futura, alcanzando un máximo de hasta 18 contenedores apilados. Además el puerto cuenta con alrededor de cuatro terminales destinadas para los contenedores y ocho terminales para carga de tipo perecedera, a granel, líquida y rodante.

El puerto de Hamburgo ocupa la octava posición en el ranking de terminales portuarias y es el segundo a nivel europeo, sobresaliendo por los servicios de carga de contenedores, carga suelta y carga RO-RO.

La terminal posee instalaciones que facilitan el comercio intermodal, contando con una gran capacidad en el trasbordo y transferencia de cargas del mar a las zonas fluviales, además de contar con áreas especializadas para el manejo de mercancías sensibles a la humedad.

## *Puerto de Bremerhaven*

El puerto Bremerhaven cuenta con una profundidad del muelle de carga de 6,4 metros y se encuentra ubicado a 32 millas náuticas del mar abierto, siendo considerado como uno de los puertos más importantes de Alemania, con capacidad para recibir buques de hasta 150 metros, siendo también una de las vías más representativas para la exportación de automóviles.

En Bremerhaven es un lugar muy conocido por las actividades de construcción de barcos, por lo que las operaciones de comercio exterior y portuario son las principales actividades que representan ingresos, siendo la base de sustento económico para el estado de Bremen.

El puerto de Bremerhaven se encuentra cerca de la vía al canal Middle Weser y Küstenkanal, lo que facilita el trasbordo de mercancía. La profundidad actual del puerto es de 13 metros por lo cual los barcos con más de 12,5 metros están sujetos

a restricciones y condiciones para el desembarque de mercancías, teniendo que esperar a causa de la marea, demorando la entrega del cargo.

Una de las fortalezas que presenta el puerto son las conexiones a las autopistas tanto nacionales como internacionales, haciendo del transporte vía terrestre la segunda mejor opción para el intercambio de mercancías. Gracias a la presencia de este puerto en la ciudad que se escogió como destino, será el que recibirá la carga de nuestra empresa para ser distribuida a nuestros clientes.

#### **6.7.6. Período de transportación**

El período estimado de transportación de la mercadería a puerto alemán es de 20 a 30 días aproximadamente.

#### **6.7.7. Trámite de exportación**

EcuAmaranth deberá contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC) el mismo es otorgado por el servicio de Rentas Internas para proceder a obtener el certificado digital o TOKEN, el cual permitirá a la empresa realizar las diferentes operaciones en el sistema aduanero Ecuapass.

Al tener el Token, se ingresará al sistema aduanero Ecuapass para registrar a EcuAmaranth y que el sistema emita el Código OCE. Al registrarse como Exportador en Ecuapass se podrá:

- Actualizar datos en la base
- Crear usuario y contraseña
- Aceptar las políticas de uso
- Registrar la firma electrónica

Una vez llegado a un acuerdo con la naviera NavesMar S.A. donde se analiza días de tránsito y tarifa por contenedor de 20 TEU, la naviera procede a emitir la orden de retiro de los contenedores; previo a esto se cuenta con los servicios de una empresa transportista para retirar los contenedores y sean llevados a la bodega de la empresa para cargar los contenedores con el producto en presencia de una verificadora la cual certificará que en cada contenedor se embarca solo el amaranto

y se cumple con los procesos de calidad y empaçado del mismo. Se contratará los servicios de la verificadora Baltic Control American.

✓ Contenedores

De acuerdo a las estadísticas presentadas por el Banco Mundial, desde el 2009 hasta el 2013 han llegado a Alemania alrededor de 16055579 contenedores de 20 TEU, por lo cual se considerará exportar en contenedores de 20 pies de carga sólida, con una altura de 6 metros de largo y 2,4 metros de ancho, con un centro de carga de 48 pulgadas, con una capacidad de 20320 kilogramos.

La temperatura adecuada para mantener el buen estado del amaranto debe ser de baja humedad y debe mantenerse a una temperatura de 10° C, los mismos que deben estar en recipientes sellados y ser transportados en sacos o cartones de acuerdo al criterio de la compañía a exportar, en este caso Ecuamaranth enviará las fundas de polipropileno de 450 gramos y en cajas de cartones para transportar el producto en el contenedor asegurando su conservación.

✓ Pallets Extrafuerte

Para la manipulación, distribución y la organización de la mercancía a exportar se utilizarán pallets de cartón extrafuerte modelo Exa-2020/Pe considerando parámetros de durabilidad, peso y mantenimiento, además que facilita la movilización con el montacargas ya que posee cuatro entradas y en caso de desperfectos se puede cambiar una de las caras. El tamaño a considerar es de 120 centímetros de largo y ancho, con 16 centímetros de alto.

✓ Registros

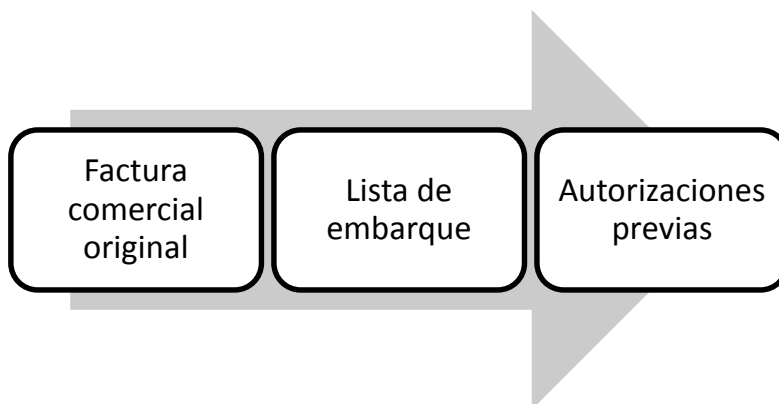
EcuAmaranth deberá registrarse en la página de TPG, para obtener usuario y contraseña, de esta manera en cada embarque se podrá generar el documento DISV, el cual permite el ingreso de los contenedores al terminal, dicho documento debe contar con información general de la carga.

A continuación se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser

acompañada de una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

Ilustración 54 Documentos acompañantes a la DAE



Elaboración: Las autoras

Una vez que el contenedor ingrese al puerto este se relaciona con la DAE y al se tendrá estado de salida autorizada y la naviera manifestara la información de la carga de amaranto en el Ecuapass.

Al zarpe de la nave EcuAmaranth tiene 30 días para regularizar la DAE, al momento que se cuente con estado regularizado el trámite de dicha exportación es cerrado y se ha cumplido con las disposiciones aduaneras.

Para que la DAE presente estado regularizado se debe subir los siguientes documentos en el Ecuapass:

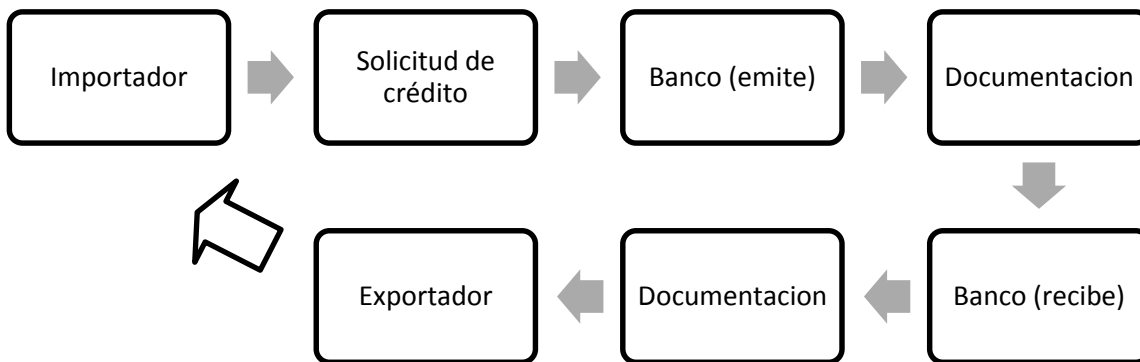
- Bill of Lading original
- Factura
- Permiso del Ministerio de Agricultura
- MRN (Movement Reference Number)

### 6.7.8. Carta de crédito

La carta de crédito es un medio de pago virtual, es el soporte del pago del exportador, puesto que una entidad bancaria actúa en lugar del importador para hacer efectivo el pago de las mercaderías exportadas, previo a la presentación de todos los documentos acordados y exigidos

El proceso de la carta de crédito inicia con la petición del importador a su banco de confianza a realizar el pago de la mercadería, simultáneamente el exportador deberá contactar a su banco y este actuara como ente acreedor, demandando el pago de las mercancías exportadas. De esta manera tenemos:

Ilustración 55 Proceso Carta de crédito



Elaboración: Las autoras

A través del uso de las cartas de crédito el exportador, no tiene la necesidad de correr riesgos en caso de que el importador no pueda cancelar el valor acordado, puesto que cumplidos los requisitos recibirá el pago total de las mercancías. Por otro lado el importador tiene la ventaja de que la cancelación del pago debe hacerla una vez arribados los documentos, con lo cual los costos incurridos disminuirán en los flujos de caja.

Durante las negociaciones se debe pactar los tiempos de embarque de la mercadería, plazos de pagos, plazos establecidos con el banco y toda la documentación que se origina del proceso de comercio exterior de bienes.

## 6.8. Análisis Financiero

### 6.8.1. Costos de producción

Ilustración 56 Costos de Producción agrícola anual

<b>Costos de Producción Agrícola Anual USD</b>				
<b>Costos por hectárea</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Total</b>
<b>1. Preparación del suelo</b>				
Arada	horas/tractor	4	15,00	60,00
Rastrada	horas/tractor	3	15,00	45,00
Surcado	horas/tractor	2	15,00	30,00
<b>Subtotal</b>				<b>135,00</b>
<b>2. Mano de obra</b>				
Siembre	jornal	6	15,00	90,00
Abono orgánico	jornal	2	15,00	30,00
Deshierba	jornal	20	15,00	300,00
Aporque	jornal	20	15,00	300,00
Cosecha y trilla	jornal	25	15,00	375,00
<b>Subtotal</b>		<b>73</b>		<b>1095,00</b>
<b>3. Insumos</b>				
Semilla INIAP	kg	8	2,00	16,00
Abono orgánico	sacos	8,5	7,00	59,50
Costales	costal	500	0,20	100,00
<b>Subtotal</b>				<b>175,50</b>
<b>Subtotal general</b>				<b>1405,50</b>
Hectáreas a producir		10	1405,50	<b>14055,00</b>

Elaboración: las autoras

Como se observa en la tabla de costos de producción se presenta el detalle tomado de la información entregada por el INIAP, en ella se detalla el costo de los procesos de cultivo de acuerdo a las hectáreas a producir para cumplir con la cuota de producción estimada. Se debe notar que en el proceso de cuida que el producto final sea 100 % orgánico y las semillas usadas inicialmente serán adquiridas por esta institución en la variedad INIAP Alegría

Ilustración 57 Costos de producción industrial anual

<b>Costos de Producción Industrial Anual USD</b>					
<b>Detalle de Costos</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Total mensual</b>	<b>Total Anual</b>
<b>1. Mano de Obra</b>					
Llenado	operadores	5	531,93	2659,67	31916,00
Empacado	operadores	15	531,93	7979,00	95748,00
<b>Subtotal</b>					<b>127664,00</b>
<b>2. Insumos</b>					
Fundas de polipropileno	unidad	105556	0,09	9500,00	114000,00
Cartón para empaque en contenedor	unidad	4398	0,57	2506,94	30083,33
Cinta de embalaje	unidad	100	0,50	50,00	600,00
<b>Subtotal</b>					<b>144683,33</b>
			<b>Total</b>	<b>22695,61</b>	<b>272347,33</b>

\*El valor unitario de mano de obra incluye los beneficios sociales de ley

Elaboración: Las autoras

En cuanto a los costos de producción industrial, se contratará a personal que opere la maquinaria de llenado y empacado al vacío, necesaria para empacar y sellar el producto en la presentación de 450 gramos, además de los costos unitarios utilizados en el proceso.

Ilustración 58 Costos Totales anuales

<b>Costos Totales Anuales</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Costos de Producción Agrícola	14055,00	14523,032	15006,648	15506,37	16022,732
Costos de Producción Industrial	136173,67	281416,5	290787,67	300470,9	310476,58
<b>Costos Totales Anuales</b>	<b>150228,67</b>	<b>295939,53</b>	<b>305794,32</b>	<b>315977,27</b>	<b>326499,31</b>
*Inflación Promedio Anual	3,33%				

Elaboración: Las autoras

En resumen, se presentan los costos anuales calculados en un periodo de 5 años donde se consideran la producción agrícola e industrial. Para el primer año se toma como línea de tiempo 6 meses dado que la compañía implementará una tecnificación de los procesos logrando resultados antes de lo esperado. Se toma



en cuenta la tasa promedio de inflación para reflejar cambios en los costos año a año.

En la siguiente tabla se presenta una tabla de convertibilidad llevada a las unidades que EcuAmaranth venderá descontando el 5 % de desperdicio de materia prima y el porcentaje que se llevará a las ferias por concepto de muestra. El año se espera vender 3000 quintales ya que las operaciones comerciales de la empresa comienzan a mediados de año.

Ilustración 59 Producción anual

Producción Anual						
Detalle	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Quintales	500	3000	6000	6000	6000	6000
Libras	50000	300000	600000	600000	600000	600000
Kilogramos	50000	300000	600000	600000	600000	600000
Gramos	50000000	300000000	600000000	600000000	600000000	600000000
95% Utilizable	47500000	285000000	570000000	570000000	570000000	570000000
Paquetes de 450 gramos	105556	633333	1266667	1266667	1266667	1266667
0.1% destinado a ferias	106	633	1267	1267	1267	1267
<b>Unidades disponibles para venta</b>	<b>105450</b>	<b>632700</b>	<b>1265400</b>	<b>1265400</b>	<b>1265400</b>	<b>1265400</b>
<b>Cajas</b>	<b>4394</b>	<b>26363</b>	<b>52725</b>	<b>52725</b>	<b>52725</b>	<b>52725</b>

Elaboración: Las autoras

Ilustración 60 Costos de exportación anual

### 6.8.2. Costos de exportación

Costos de Exportación Anual						
Detalle	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Quintales	500,00	3000,00	6000,00	6000,00	6000,00	6000,00
Kilogramos	50000,00	300000,00	600000,00	600000,00	600000,00	600000,00
Peso kg por contenedor	20320	20320	20320	20320	20320	20320
No. contenedores necesarios	2,46	14,76	29,53	29,53	29,53	29,53
Costo por contenedor USD	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00	450,00
<b>Costo Total Exportación USD</b>	<b>\$ 1.107,28</b>	<b>\$ 6.643,70</b>	<b>\$ 13.287,40</b>	<b>\$ 13.287,40</b>	<b>\$ 13.287,40</b>	<b>\$ 13.287,40</b>

Elaboración: Las autoras

Para el primer año se espera realizar el envío de 15 contenedores con el producto a diversas cadenas mayoristas que puedan hacer llegar el amaranto orgánico al consumidor final. Los costos de exportación se detallan a continuación:

Ilustración 61 Costos de exportación

<b>Costos de exportación</b>	
Flete Interno a Aduanas	210,00
Bill of Lading	50,40
Manipuleo	45,00
Terminal Handling container (THC)	135,00
Container seal (CSL)	10,00
<b>Total Costos Exportación</b>	<b>450,40</b>

Elaboración: Las autoras

### 6.8.3. Costos Operacionales

Ilustración 62 Costos Operacionales

<b>Costos de Operación Anuales USD</b>						
<b>Gastos de Administración y Ventas</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Alquiler de Bodega y Oficina		14400,00	14400,00	14400,00	14400,00	14400,00
Sueldos		243040,34	258264,25	284090,67	312499,74	343749,71
Transporte		12000,00	12399,60	12812,51	13239,16	13680,03
Mantenimiento		2948,60	2948,60	2948,60	2948,60	2948,60
Marketing y Promoción		50000,00	25000,00	25000,00	25000,00	25000,00
Servicios Básicos		6000,00	6600,00	7260,00	7986,00	8784,60
Suministros y Papelería		6000,00	6600,00	7260,00	7986,00	8784,60
Gastos de Constitución	2000,00					
Certificación Orgánica	20000,00					
Certificación Fair Trade	2823,05	1532,70	1532,70	1532,70	1532,70	1532,70
<b>Total Costos Operacionales</b>	<b>24823,05</b>	<b>334388,94</b>	<b>326212,45</b>	<b>353771,78</b>	<b>384059,50</b>	<b>417347,54</b>
<b>Gastos que no generan egreso</b>						
Depreciación	16.018,00	16.018,00	16.018,00	16.018,00	16.018,00	16.018,00
<b>Total Costos Op. + Depreciación</b>	<b>40.841,05</b>	<b>350.406,94</b>	<b>342.230,45</b>	<b>369.789,78</b>	<b>400.077,50</b>	<b>433.365,54</b>
*USD 2 Transporte por Quintal por 6000 quintales producidos en el primer año						
Inflación Promedio Anual:		3,33%				
Incremento Sueldos Promedio Anual:		10%				

Elaboración: Las autoras

En los costos operacionales se incluyen todos aquellos derivados del funcionamiento continuo de la empresa con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados. Se incluye el rubro de alquiler que comprende el espacio destinado a la oficina de Guayaquil, cuyo valor es de \$1200 mensuales, el sueldo del personal que colaborará con los procesos, el transporte de Pimampiro a las oficinas, el desembolso monetario que se hará en términos de marketing y publicidad. Este valor comprende costos de pasajes, envíos de muestras, participación en ferias agrícolas de productos orgánicos y comercio justo. De igual manera se consideran

costos de certificaciones que nos acreditan nuestra reputación de exportadores de productos orgánicos y comprometidos con el comercio justo. Para este último, se hace un aporte de suscripción inicial junto al pago de una cuota por el primer año. A partir del segundo año, se vuelve fija. Se incluye la depreciación de activos fijos en esta tabla, desglosados a continuación:

Ilustración 63 Depreciación

Detalle	Depreciación %	Años de depreciación	Mantenimiento %	Valores	Total Depreciacion	Total Mantenimiento
Maquinaria	10%	10	2%	141.580,00	14.158,00	2.831,60
Muebles y Equipos de Oficina	10%	10	1%	8.700,00	870,00	87,00
Equipos de Computación	33%	10	1%	3.000,00	990,00	30,00
					16.018,00	2.948,60

Elaboración: Las autoras

#### 6.8.4. Sueldos

Ilustración 64 Sueldos

	Cantidad Necesaria	Sueldo Base	Aporte	Décimo Tercero	Décimo Cuarto
<b>Operario 1 - Llenador</b>	5	400,00	48,60	33,33	33,33
<b>Operario 1 - Sellador</b>	15	400,00	48,60	33,33	33,33
<b>Administrador</b>	1	2000,00	243,00	166,67	166,67
<b>Supervisor (Ingeniero Agrónomo)</b>	1	1800,00	218,70	150,00	150,00
<b>Asistente Comercial (Exportaciones)</b>	1	2000,00	243,00	166,67	166,67
<b>Asistente</b>	1	350,00	42,53	29,17	29,17
<b>Contador</b>	1	400,00	48,60	33,33	33,33
<b>Conserje/Mensajero</b>	2	340,00	41,31	28,33	28,33

Elaboración: Las autoras

### Ilustración 65 Sueldos

Vacaciones	Fondos de Reserva	Sueldo Mensual Unitario	Sueldo Total Mensual	Mensual 1er. Año	Sueldo Total Mensual 1er Año
16,67	33,32	565,25	2826,27	531,93	2659,67
16,67	33,32	565,25	8478,80	531,93	7979,00
83,33	166,60	2826,27	2826,27	2659,67	2659,67
75,00	149,94	2543,64	2543,64	2393,70	2393,70
83,33	166,60	2826,27	2826,27	2659,67	2659,67
14,58	29,16	494,60	494,60	465,44	465,44
16,67	33,32	565,25	565,25	531,93	531,93
14,17	28,32	480,47	960,93	452,14	904,29
		<b>Totales</b>	<b>21522,02</b>		<b>20253,36</b>

Elaboración: Las autoras

En el detalle de sueldos se muestra el pago mensual unitario así como también por el número de operarios a contratar. De igual manera se hace la diferenciación de los sueldos del primer año que no incluyen el pago de fondos de reserva. Este se contempla a partir del segundo año en adelante.

#### 5.8.5. Capital de trabajo requerido

A partir del detalle de costos presentado anteriormente, se justifica el capital de trabajo requerido para operar el primer año de la compañía y cubrir todos los rubros necesarios. El desglose a continuación:

#### Ilustración 66 Capital de trabajo necesario

<b>Capital de Trabajo Necesario</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valor USD</b>
Costos de Producción 1er año	150228,67
Costos de Exportación 1er año	6643,70
Costos de Operación - Constitución	24823,05
Costos de Operación 1er año	334388,94
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>516084,36</b>

Elaboración: Las autoras

Además, se presenta el detalle total de las obras requeridas en el centro de acopio de Pimampiro y las adecuaciones e implementos necesitados en la bodega y oficina de Guayaquil, previamente explicados en capítulos anteriores.

Ilustración 67 Costo Obras

<b>Costo Obras</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Valor USD</b>
Costo Mejora Centro de Acopio - Pimampiro	87780,00
Costos de Bodega y Oficina de Administración - Guayaquil	80300,00
<b>Costo Total Obras</b>	<b>168080,00</b>

Elaboración: Las autoras

### 5.8.6. Inversión

Ilustración 68 Inversión Inicial

<b>Inversión Inicial</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valor USD</b>
Obras	168.080,00
Capital de Trabajo	516.084,36
<b>Total Inversión Inicial</b>	<b>684.164,36</b>
<b>Financiación</b>	
Capital Inversionista 30%	205.249,31
Préstamo Bancario 70%	478.915,05
<b>Detalle Préstamo</b>	
<b>Valor Actual</b>	531.595,71
<b>Interés Mensual</b>	0,9166667%
<b>n</b>	48
<b>Cuota Mensual</b>	13.739,37
<b>Periodo de Gracia</b>	12 meses
<b>Cuota Anual</b>	164.872,43
<b>Intereses Anuales</b>	
<b>Año 2</b>	52.944,01
<b>Año 3</b>	39.991,79
<b>Año 4</b>	25.540,75
<b>Año 5</b>	9.417,45

Elaboración: Las autoras

El financiamiento de la empresa será de tipo mixto donde el 30 % lo aporta el inversionista mientras para el capital de trabajo se obtendrá un préstamo con la Corporación Financiera Nacional a una tasa de interés del 11 % para capital de trabajo. En la tabla se muestra a cuota anual a pagar a partir del segundo año, tomando en cuenta el periodo de gracia que se nos otorga dada la magnitud del proyecto de acuerdo a lo acordado con esta institución. El plazo de pago son 5 años.

### 5.8.7. Amortización de la deuda

Ilustración 69 Amortización de la deuda

<b>Tabla de Amortización Mensual Préstamo Bancario</b>				
<b>Periodo</b>	<b>Interés</b>	<b>Amortización</b>	<b>Cuota</b>	<b>Saldo Capital</b>
0				<b>478.915,05</b>
6	4.390,05	-	-	505.255,38
12	4.390,05	-	-	531.595,71
18	4.459,06	9.280,30	13.739,37	477.163,12
24	3.936,81	9.802,56	13.739,37	419.667,29
30	3.385,16	10.354,21	13.739,37	358.935,84
36	2.802,47	10.936,90	13.739,37	294.786,66
42	2.186,98	11.552,39	13.739,37	227.027,42
48	1.536,86	12.202,51	13.739,37	155.454,98
54	850,15	12.889,22	13.739,37	79.854,73
60	124,80	13.614,57	13.739,37	(0,00)

Elaboración: Las autoras

Para efectos de presentación, se ha resumido la tabla amortizada mensualmente donde solo se muestran el estado de la amortización cada 6 meses, contando el año de gracia que se recibió. El Mes 13 (año 2 sin periodo de gracia) tiene como valor actual el saldo más los intereses generados en el periodo previo. Como se mencionó con anticipación, al mes 60, la deuda queda amortizada en su totalidad.

Ilustración 70 Detalle de Datos Anuales de Préstamo

<b>Detalle de Datos Anuales de Préstamo</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Intereses Pagados	-	52.944,01	39.991,79	25.540,75	9.417,45
Cuotas Pagadas	-	164.872,43	164.872,43	164.872,43	164.872,43

Elaboración: Las autoras

### 5.8.8. Balance Inicial Proyectado

Ilustración 71 Balance Inicial Proyectado

<b>BALANCE GENERAL</b>					
<b>Activos</b>			<b>Pasivos</b>		
<b>Activo Corriente</b>		<b>\$ 684.164,36</b>	<b>Pasivo corriente</b>		<b>\$ 478.915,05</b>
Bancos	\$ 684.164,36		Deuda con banco por pagar	\$ 478.915,05	
			Cuentas por pagar		
<b>Activos Fijos</b>		<b>\$ 365.888,00</b>			
Maquinaria	\$ 11.478,00				
Edificio	\$ 28.710,00				
Terreno	\$ 324.000,00				
Herramientas	\$ 1.700,00		<b>Patrimonio</b>		
			Capital	\$ 571.137,31	
			<b>Total patrimonio</b>		<b>\$ 571.137,31</b>
<b>Total activos</b>		<b>\$ 1.050.052,36</b>	<b>Total pasivo y patrimonio</b>		<b>\$ 1.050.052,36</b>

Elaboración: Las autoras

Ecuamaranth iniciará sus operaciones con activos propios de sus socios, en este caso se cuenta con el centro de acopio existente, maquinaria que se encontraba en el mismo, herramientas de cultivo, el préstamo como tal y el terreno de los campesinos, el cual fue ofrecido como garantía para acceder al financiamiento.

### 5.8.9. Proyección de Ventas EcuAmaranth

Ilustración 72 Proyección de ventas

Ventas Ecuamaranth					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producción Quintales de Amaranto	3000	6000	6000	6000	6000
Producción en Gramos de Amaranto	300000000	600000000	600000000	600000000	600000000
5% desperdicio	15000000	30000000	30000000	30000000	30000000
Gramos Disponibles	285000000	570000000	570000000	570000000	570000000
Unidades de 450 g producidos	633333	1266667	1266667	1266667	1266667
0,1% unidades destinados a ferias	633	1267	1267	1267	1267
Total de unidades disponibles para venta	632700	1265400	1265400	1265400	1265400
Precio por unidad	1,15	1,15	1,15	1,15	1,15
<b>Total Ventas Anuales</b>	<b>727.605,00</b>	<b>1.455.210,00</b>	<b>1.455.210,00</b>	<b>1.455.210,00</b>	<b>1.455.210,00</b>

Elaboración: Las autoras

De acuerdo a la producción anual estimada en un análisis previo se presenta la proyección de ventas a 5 años, incluyendo el 5 % de desperdicio del producto y el que tendrá destino a fines de marketing en la participación de ferias o degustaciones en el exterior. El precio con el que vamos a ingresar al mercado es de 1, 51 EUR para empezar como estrategia de introducción. En los primeros años mientras el Ecuador gane mercado en este sector, se competirá en precio de acuerdo al comportamiento del consumidor alemán. Este precio nos permite cubrir nuestros costos y obtener de igual manera, una ganancia.



## 6.8.9. Flujo de Efectivo

Ilustración 73 Flujo de Caja

Flujo de Caja							
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
1.- Ingresos Operacionales							
Ventas	-	727.605,00	1.455.210,00	1.455.210,00	1.455.210,00	1.455.210,00	
Subtotal	-	727.605,00	1.455.210,00	1.455.210,00	1.455.210,00	1.455.210,00	6.548.445,00
2.- Egresos Operacionales							
Costos de Producción		150.228,67	295.939,53	305.794,32	315.977,27	326.499,31	
Costos de Operación		334.388,94	326.212,45	353.771,78	384.059,50	417.347,54	
Costos de Exportación		6.643,70	13.287,40	13.287,40	13.287,40	13.287,40	
Cuota obligaciones bancarias			164.872,43	164.872,43	164.872,43	164.872,43	
Subtotal		491.261,31	800.311,81	837.725,92	878.196,60	922.006,68	3.929.502,32
3.- Flujo Operacional (1-2)	-	236.343,69	654.898,19	617.484,08	577.013,40	533.203,32	
4.- Ingresos no Operacionales	684.164,36						
5.- Egresos no Operacionales							
Pago de impuesto a la renta		23.634,37	76.682,66	74.236,47	71.634,51	68.865,83	
Inversiones							
Obras	168.080,00	-	-	-	-	-	
Capital de Trabajo	516.084,36	-	-	-	-	-	
Constitución	2.000,00						
Certificación Orgánica	20.000,00						
Certificación Fair Trade	2.823,05	-	-	-	-	-	
Subtotales	708.987,41	23.634,37	76.682,66	74.236,47	71.634,51	68.865,83	1.024.041,25
6.- Flujo no operacional (4-5)	(24.823,05)	(23.634,37)	(76.682,66)	(74.236,47)	(71.634,51)	(68.865,83)	
7.- Flujo neto generado (3+6)	(24.823,05)	212.709,32	578.215,53	543.247,60	505.378,89	464.337,49	
8.- Saldo Inicial de caja	-	(24.823,05)	(365.506,21)	34.967,93	37.868,71	41.041,40	
9.- Saldo Final de caja (7+8)	(24.823,05)	187.886,27	212.709,32	578.215,53	543.247,60	505.378,89	2.002.614,58
	(708.987,41)	187.886,27	212.709,32	578.215,53	543.247,60	505.378,89	

Elaboración: Las autoras

En el presente flujo de caja consideramos en el año cero la inversión requerida para empezar el primer año con ventas estimadas generando ingresos totales altos lo cual indica que la actividad principal de EcuAmaranth está generando dinero y es estable. Además se consideran los costos antes mencionados, los impuestos de ley, la depreciación y el pago de deuda año a año, dejando un flujo neto que permitiría continuar con las operaciones de los años siguientes con normalidad. La empresa mantiene un flujo positivo año a año con lo cual se determina que goza de buena liquidez.

Ilustración 74 Análisis Financiero en indicadores

TMAR	25%					
<b>Análisis Financiero en Indicadores</b>						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Final de Caja	(708.987,41)	187.886,27	212.709,32	578.215,53	543.247,60	505.378,89
VAN	\$ 209.294,96					
TIR	39%					
B/C	1,67					
Periodo de recuperación	0,65					

Elaboración: Las autoras

Por medio del Valor Neto Actual se puede conocer la rentabilidad del proyecto en términos de valor absoluto. Nuestro proyecto es altamente rentable, además cuenta con una tasa de retorno del 39 % lo cual significa que el proyecto es rentable en términos de cobros y pagos que se generan de la inversión. La tasa de descuento fue tomada del sector agrícola, donde se estima una rentabilidad del 25 % en proyectos de inversión de este tipo.

### 6.8.10. Estado de pérdidas y ganancias

Ilustración 75 Estado de pérdidas y ganancias

Estado de Pérdidas y Ganancias					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	727.605,00	1.455.210,00	1.455.210,00	1.455.210,00	1.455.210,00
Costo Producción	150.228,67	295.939,53	305.794,32	315.977,27	326.499,31
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>577.376,33</b>	<b>1.159.270,47</b>	<b>1.149.415,68</b>	<b>1.139.232,73</b>	<b>1.128.710,69</b>
Intereses Pagados	-	52.944,01	39.991,79	25.540,75	9.417,45
Gastos de Administración y Venta	341.032,64	339.499,85	367.059,18	397.346,90	430.634,94
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>236.343,69</b>	<b>766.826,60</b>	<b>742.364,71</b>	<b>716.345,08</b>	<b>688.658,30</b>
Impuesto a la renta 10%	23.634,37	76.682,66	74.236,47	71.634,51	68.865,83
<b>Utilidad Neta</b>	<b>212.709,32</b>	<b>690.143,94</b>	<b>668.128,24</b>	<b>644.710,57</b>	<b>619.792,47</b>
15% Reparto a trabajadores	21.270,93	69.014,39	66.812,82	64.471,06	61.979,25
Utilidad antes de las reservas	191.438,39	621.129,55	601.315,42	580.239,51	557.813,22
10% reserva legal	19.143,84	62.112,95	60.131,54	58.023,95	55.781,32
10% reserva especial	19.143,84	62.112,95	60.131,54	58.023,95	55.781,32
<b>Utilidad del Ejercicio</b>	<b>153.150,71</b>	<b>496.903,64</b>	<b>481.052,33</b>	<b>464.191,61</b>	<b>446.250,58</b>

Elaboración: Las autoras

Con finalmente podemos ver un detalle de los ingresos que presenta la compañía frente a los gastos y costos que genera, a partir de esto se percibe una utilidad del ejercicio atractiva para el inversionista y los colaboradores de la empresa así como también nuestros socios agricultores.

## Conclusiones

Al término de este proyecto basado en el análisis de diferentes factores internos y externos, se concluye que:

El mercado de amaranto se encuentra en desarrollo en la actualidad, donde nuevos países entran a competir bajo este rubro. De igual manera, Perú se posiciona como el mayor exportador de amaranto en Latinoamérica, convirtiéndolo en el competidor directo del amaranto ecuatoriano.

Las propiedades del amaranto, permiten la comercialización en diversas categorías de productos que van desde medicinales a estéticos, incursionar en el mercado de productos para diabéticos, alérgicos al gluten, productos orgánicos, cereales, entre otros.

La falta de cifras específicas de importación en materia de subpartidas arancelarias, dificultó la recolección de información veraz y confiable así como también la ausencia de un rubro específico de importaciones alemanas de kiwicha limita el análisis exhaustivo del mercado.

Ecuador cuenta con hectáreas destinadas al cultivo del amaranto, pero debido a las condiciones del mercado y la falta de incentivos por parte del gobierno y propuestas del sector privado, han tenido que buscar nuevas fuentes de ingresos, teniendo que sustituir sus cultivos por productos que puedan comercializarse a nivel nacional.

Alemania, además de presentar un crecimiento de un 17 % en la industria de granos orgánicos, reporta un crecimiento del 7 % en las tiendas naturistas que ofrecen productos libres de químicos, con lo que se proyecta como un mercado potencial para la oferta ecuatoriana de amaranto.

El consumidor alemán en cuestiones de alimentos, se deja llevar por las tendencias de precios y las oportunidades de descuentos, siendo los factores de seguridad y calidad sin mayor relevancia, puesto que conocen los estrictos estándares de la

Unión Europea para permitir la comercialización de un producto dentro de los territorios miembros.

Es importante diversificar la oferta exportable del Ecuador con la finalidad de crear nuevas fuentes de ingresos para el país, crear relaciones comerciales nuevos socios internacionales y descubrir el potencial de nuevos productos no tradicionales que el país tiene que ofrecer al mundo.

Con el análisis financiero se demuestra que el proyecto es viable a largo plazo contando con la participación de un inversionista que crea en el proyecto y esté dispuesto a aventurarse en este nuevo negocio.

## **Recomendaciones**

Por otra parte es necesario que al momento de evaluar la factibilidad de este proyecto, se tome en cuenta que la oferta nacional del amaranto es reducida no por las condiciones de suelos ni cultivos, sino debido a la falta de incentivos y a la existencia de una empresa comprometida e íntegra que les pague un precio justo por la cosecha, por lo cual se recomienda realizar un contrato de compra previa para asegurar la producción.

Las estrategias de comercialización y promoción juegan un rol importante, puesto que el amaranto a nivel nacional es muy poco conocido por lo cual requeriría de una inversión elevada si se desea comercializar el producto internamente.

En caso de tener deseos de internacionalizarse es necesario adquirir certificaciones internacionales que avalen la calidad tanto de los procesos de la compañía como del producto para poder ingresar a los mercados europeos, sin sufrir trabas al momento de llevar a cabo negociaciones e ingresar el producto en el mercado.

Las personas que estén dispuestas a emprender este proyecto, deben de asesorarse legalmente para conocer lo que se necesita para constituir la compañía y conocer las leyes y reglamentos vigentes que tengan influencia en la producción y comercialización de amaranto.

Es preciso que los inversionistas estén pendientes de las necesidades de los productores respecto a la asistencia técnica y de capital para evitar contratiempos con la cosecha.

## Bibliografía

- Asociación Mexicana del Amaranto. (2003). Obtenido de <http://www.amaranto.com.mx/vertical/faq/faq.htm>
- Banco Central del Ecuador. (2014). *Evolución de la Balanza Comercial*.
- Bustillo, R. (2000). *Universidad del País Vasco*. Obtenido de [http://www.ehu.es/argitalpenak/images/stories/libros\\_gratuitos\\_en\\_pdf/Ciencias\\_Sociales/Comercio%20exterior.%20Materia%20y%20ejercicios.pdf](http://www.ehu.es/argitalpenak/images/stories/libros_gratuitos_en_pdf/Ciencias_Sociales/Comercio%20exterior.%20Materia%20y%20ejercicios.pdf)
- Caballero , I., Padín, C., & Contreras, N. (2012). Comercio Internacional. Bogotá: Ediciones de la U para América Latina y el Caribe.
- Cesar, B. (2010). *Metodología de la Administración* . Colombia: Pearson Educación.
- Chagaray, C. A. (Julio de 2005). Obtenido de <http://www.produccioncatamarca.gov.ar/Publicaciones/files/13-%20Estudio%20de%20Factibilidad%20del%20cultivo%20de%20Amaranto.pdf>
- Cussianovich, P. (2013). *La situación actual de la agricultura orgánica en Latinoamérica y el Caribe*. Viña del mar.
- García, J. (2002). *Situación Actual y perspectivas de la agricultura orgánica*.
- Gómez Tovar, L. y. (2004). *La agricultura orgánica en México y en el mundo*.
- González, D. A. (2005). *La producción y el mercado de los productos orgánicos*. La Habana.
- Horton, D. (2014). *Investigacion Colaborativa de Cultivos en Accion: Un Estudio de apoyo a la Fundacion Mcknight para la Investigacion y Desarrollo de Granos Andinos en Bolivia y Ecuador*.
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2012). *Granos y cereales, grano de ataco o sangorache. Requisitos e Inspección*. Quito.
- Jacobsen, S.-E., & Sherwood, S. (2002). *Cultivo de Granos Andinos en Ecuador: informe sobre los rubros de quinua, chocho y amaranto*. Editorial Abya Yala.
- Kuhnert, H., Behrens, G., Braun, K., Brzukalla, H.-J., Hamm, U., Janssen, M., . . . Röder, E. (2011). *Structural data of the organic food trade: Assessment of*

*the status quo and build an instrument to continuous structural description of the organic market segment organic food trade.* Hamburg.

Landauer, H. (s.f.). *Productos provenientes de cultivos orgánicos del Ecuador.*

Mexico Tierra de Amaranto. (2012). Obtenido de <http://www.mexicotierradeamaranto.org/investigaciones/>

Movement, I. F. (2014). *Öko-Flächen- und -Marktentwicklung in.* Nürnberg.

Oficina Regional para Latinoamérica de la Organización Mundial de Comercio Justo . (2014). *WFTO.org.* Obtenido de <http://wfto-la.org/comercio-justo/que-es/>

Olmedo, J. J. (s.f.). Obtenido de <http://ecuadorliteratura.homestead.com/files/poesia/jjolmedo.htm>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (s.f.). Obtenido de <http://www.rlc.fao.org/es/agricultura/produ/cdrom/contenido/libro01/Cap6.htm>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2013). *Traditional High Andean Cuisine.* Santiago de Chile.

Peralta, E. (2010). *INIAP.* Quito.

Peralta, E. (01 de Junio de 2012). *Instituto Nacional de Investigaciones Agripecuarias.* Obtenido de <http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/ESTADO%20DEL%20ARTE%20DEL%20AMARANTO%20EN%20ECUADOR.pdf>

Peralta, E., Murillo, N. M., Rivera, M., Rodríguez, D., Lomas, L., & Monar, C. (2012). *Manual Agrícola de Granos Andinos.* Quito.

Peralta, E., Villacrés, E., Mazón, N., & Rivera, M. (2011). *Conceptos y parámetros de calidad para el grano de amaranto.* Quito.

ProChile Hamburgo. (2007). *Perfil de mercado de productos orgánicos - Alemania.* Hamburgo.

ProChile Los Angeles. (2012). *Estudio de mercado de alimentos saludables en EEUU.* Los Angeles.

ProEcuador. (2012). *Perfil Logístico de la República Federal Alemana.* Guayaquil.



- Ruano, S. V. (2014). *Plan Estratégico de Marketing para la comercialización de Amaranto de la Unión de Comunidades Indígenas y Campesinas de Mariano Acosta UCIMA Cantón Pimampiro*. Ibarra.
- Schulz, K., Muenchhausen, S. v., & Haering, A. M. (2013). *Strengthening organic food value chains in Germany*. Seggau.
- Tejerina, J. L. (2005). *Guía para el Cultivo y Aprovechamiento del Coime o Amaranto*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Urabl, R., & Reinhard Vogl, C. (2013). *Produccion y Comercializacion de Quinoa Organica en Chimborazo (Ecuador)*. Viena.
- Veletanga, G. (2014). *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*. Obtenido de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/71-teoria-de-la-ventaja-absoluta-de-adam-smith>

## **Anexos**

### **Anexo 1 Entrevista presidente de UCICMA**

#### **Entrevista**

**Sr. Oswaldo Noques – Presidente de la Unión de Comunidades Indígenas Campesinas Mariano Acosta**

**1. ¿Cuándo nace esta institución y cómo nace la idea?**

Buenas tardes, bienvenidas a Imbabura en primera lugar a Vanessa y Karen por haberse dado el tiempo y el trabajo de venir hasta el norte de nuestro país. Nuestra iniciativa de organizarnos nace hace 33 años prácticamente, cuando nosotros como indígenas éramos ignorados dentro de la sociedad ecuatoriana, teníamos que pelear por nuestros derechos, a partir de eso nace la idea de conformar esta organización en Pimampiro.

**2. ¿Cuentan con capital propio o es obtenido por ayuda del gobierno?**

En esa parte podemos decir que nuestra organización y las propuestas no cuentan con el financiamiento por parte del estado, sino más bien somos nosotros los miembros de esta organización los que autofinanciamos para gestiones, para administración. Sin embargo, a raíz de la creación del Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODENPE), hemos sido parte del mismo y obtenido recursos para hacer obras de infraestructura básica en nuestras comunidades.

**3. ¿Han recibido asesoría técnica para cultivos?**

Últimamente con la nueva política actual del estado y la soberanía alimentaria, han estado tratando de llegar con propuestas de apoyo pero hasta la actualidad no se ha concretado nada.

**4. Cuéntenos un poco sobre los miembros de su comunidad que producen amaranto.**

Integramos habitantes de 14 comunidades, entre ellas: Los Árboles, El Inca, San Juan, Peñaherrera, La Armenia, Colimburro, Rumipamba, El Alizal, Puetaquí, Yanajaka, Guanupamba, Buenos Aires, La Florida y el centro de la parroquia mismo. Somos descendientes de los pueblos originales y nos definimos como pueblos quichuas caranqui.

**5. ¿Cómo funciona el centro de acopio ubicado en el centro de la parroquia?**

Este centro de acopio se instala hace 4 años con la administración provincial anterior, con el prefecto anterior y nos metimos con la producción de mora de castilla porque conseguimos un nicho de mercado en la ciudad de Quito con una empresa y raíz de eso es que nos organizamos como asociación de productores y se adecuó ese espacio como centro de acopio.

El Gobierno provincial hizo una inversión con la construcción de cuartos fríos, gavetas, herramientas básicas, insumos y ahí tenemos ese espacio que se construyó con la finalidad de mejorar la post-cosecha de la mora, pero también nos puede servir para otros productos más, ahí tenemos ese espacio aunque obviamente nos hace falta mucha más maquinaria para futuro. Nuestra zona es productiva sobre todo cuando tiene 3 pisos climáticos, están las comunidades bajas a los 2000 metros de altura (Pimampiro), Mariano Acosta a 2900 metros y hay comunidades sobre Mariano Acosta a 3200 metros; y eso permite que tengamos variedad de productos.

**6. ¿Qué productos cultivan actualmente?**

En la parte baja tenemos el aguacate, tomate riñón, ají, pimiento, bábaco; en la parte media tenemos alverja, maíz suave, trigo, cebada y en la parte alta tenemos las habas, melloco, la papa, y una gran variedad hortalizas y verduras.

## **7. ¿En qué zona se siembra el amaranto?**

El amaranto se cultiva a los 2900 metros. Por ejemplo en La Florida, que es una comunidad muy productiva se cultiva la quinua que es parecida al amaranto, la misma que está ubicada sobre Mariano Acosta.

## **8. Compártanos la experiencia de las comunidades en la siembra del amaranto.**

Bueno el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) entro hace unos 6 años a insistir en que debíamos optar por productos rentables tales como la quinua, el chocho y el amaranto tomando en cuenta que son productos ricos en vitaminas y proteínas; de ahí nosotros nos dedicamos al chocho unos, de acuerdo a los pisos climáticos, otros a la quinua y pocos al amaranto.

Con la quinua que sembrábamos en mayor cantidad, aproximadamente unas 20 hectáreas, el MAGAP nos dio la semilla, asistencia técnica con un ingeniero que nos enseñaba como cultivar porque son cultivos nuevos, a pesar de que la quinua y el amaranto son productos desde nuestros abuelos pero la manera de siembra hoy ha cambiado, se siembra en surcos, raleado, no como antes que tirábamos a la tierra y se cultivaba; ahora hay que darle mantenimiento, darle un manejo adecuado.

Con esta nueva alternativa, el MAGAP nos dio la asistencia técnica, la semilla y nos ofreció acompañarnos hasta la cosecha, luego se llevarían el producto y nos iban a pagar USD80. Por hectárea, cultivaban por ejemplo, una hectárea y cosechaban 100 sacos, eso los vendían a USD 5 c/u y sacaban el resultado en efectivo. Pero también la inversión es alta incluyendo la mano de obra.

En el caso del amaranto, tenían una producción de 60 quintales multiplicados por los USD 80 acordados, generaba ingresos y nos animamos a emprender este cultivo, atraídos por la propuesta.

Sin embargo una vez que se llevaron el cargamento, prometieron pagar a los 15 días y no lo hicieron. Luego al mes fuimos a averiguar nosotros qué había pasado

con esto, y nos dijeron que estaba embodegado el producto sin haber sido vendido. Después de 3 meses, nos dijeron que el producto era de mala calidad, la empresa no quiso hacerse cargo y que tuvieron que venderlo a la mitad del precio y a crédito. Entonces nos dijeron que esperemos 3 o 4 meses y aún hay compañeros que no les han pagado. A pesar de no ser mucho, en la economía familiar equivale. A partir de eso tomamos la decisión de no continuar con este negocio si no hay una propuesta seria para comprometernos, porque nosotros hicimos lo que debíamos hacer, pero el estado a través del MAGAP no respondió tal como era el acuerdo.

**9. Usted, considerando el terreno, en el caso de que alguien tenga una propuesta seria, ¿tiene potencial para cultivar amaranto y generar una producción continua?**

Si pensamos en una propuesta seria y que sea rentable tanto para el comprador como para nosotros los productores, sí se puede. Pongamos como base empezar con 10 hectáreas fijas y con una producción de 50 quintales por hectárea, con lo que nosotros tendríamos garantizados 500 quintales fijos para una empresa seria que se haga cargo del producto. Y es más, nosotros necesitamos un capital anticipado por mano de obra e insumos.

**10. ¿Cada cuánto se cosecha el amaranto?**

El tiempo que se demora es 7 meses, contando desde la siembra. Si queremos tener una producción fija, a esas 10 hectáreas debemos planificar, por ejemplo ir sembrando una hectárea mensual para tener 50 mensuales para ir trabajando con una empresa seria que necesite el producto permanentemente. Pero no se puede entregar el cargamento cada 8 días por ejemplo; se podría hacer la entrega cada mes y hacer que cada agricultor siembre a meses seguidos.

**11. ¿Qué cuidados se requiere para el almacenamiento de amaranto?**

El amaranto es un cultivo de mucho cuidado, no solamente al momento de la cosecha, sino en todo el proceso debe tener el cuidado respectivo. Al momento de

la cosecha no podemos permitir que nos caiga agua ya que eso es muy rápido para germinar, entonces se debe tener mucho cuidado. Se necesita maquinaria para limpieza, lavado y secado especializada para eso. En Riobamba nos dicen que ya tienen, aquí el MAGAP también tiene esa maquinaria pero nos falta mucho más. La misma maquinaria que tienen allá podríamos tener en la zona.

**12. ¿Ha recibido alguna propuesta nueva de cultivar amaranto o emprender un nuevo negocio relacionado a esto?**

Sí, el 10 de este mes de agosto nos llegó un mensaje, previo a unas conversaciones que teníamos con unos compañeros de acá de Otavalo que estaban interesados en firmar un convenio con una empresa que incluso va a exportar. Como le digo, nos llegó este mensaje que se lo leeré textualmente “Buenos días compañero como esta, en algún momento quiero visitar para hablar, estamos viendo la posibilidad de firmar el convenio para producción de quinua y amaranto, de pronto tomamos en cuenta a Mariano, hablamos, saludos, Mashi”. Eso me dice el compañero de Otavalo, entonces con esta información me parece que está en camino esa propuesta porque esto ya se ha venido hablando desde hace un año atrás entonces no se han olvidado y están continuando. Ojala esto sea positivo y algún noticia he de tener después.

## Anexo 2 Fotos Comunidad Mariano Acosta











## Anexo 3 Entrevista Landlinie

### **Interviewing Julian Staab, Farm Shops Area Assistance from LandLinie.**

Good evening, thank you for giving us the opportunity to interview you and know more about your company. It is a real pleasure to meet you. This conversation will be recorded, are you okay with it?

Yeah there's no problem with it, you are welcome Mrs. Abarca. First of all I would like to start by describing the company very briefly.

Land Linie is based in Hürth. We are a food wholesaler for organic products with emphasis in the fruit and vegetables sector. We have over 20 years of successful and continuous operation and at the moment we supply about 500 customers regularly with a selection of about 3,000 products by our own fleet and logistics partners.

#### **1. Please could you tell us more about the organic product's market?**

Well, German food and organic market is well known as the largest in Europe and our consumers are mostly people over 30 years old and people worried about their health, which according to the trends is increasing rapidly.

#### **2. Which countries are your suppliers from?**

We work together with our producers and we have a close relation with them, we know the individual regions, their production and the people behind it personally, this enable us to offer you first-class organic products. To name a few, our suppliers are from France, Netherlands, United States, Peru, Bolivia, Ecuador or Canada.

#### **3. Which products do you import from Latin America?**

There is a wide range of product that Latin America supply for us, including cocoa, apples, pears, bananas, pineapples, strawberries, fruits in generals and several vegetables.

#### **4. How many amaranth tons do you import approximately?**

41,300 amaranth tons approximately. This product is relatively new in our range of products, but we have noticed that it has an increasing demand all over Germany due to all its benefits. Also this has a high preference among vegetarians and vegans because it is gluten-free and it can be

included in a daily meal. As consequence, I think we will need to increase our tons of imports from this products, actually the increasing demand forces to do that in order to satisfy new consumers according to new trends.

**5. Do you import any products from Ecuador?**

Yes, actually we import many products from Ecuador including quinoa, corn, bananas, cocoa and vegetables among a few that I can tell.

**6. Do you import amaranth from Ecuador?**

No, we don't import amaranth from Ecuador, we have a supplier from Bolivia currently but as I said we have a good relation with Ecuadorian exporters that have been working with us for many years so it can be said that they have a good exports reputation and it should be considered in future negotiations to widen our range of amaranth suppliers.

Sure it will be a great challenge for our country to be a supplier of a well-known company like yours and we also trust in our exporters to do a great job with it. I think we have covered all the main points of this interview, we have nothing left to say but thanking you for your time and patience.

Your welcome, bye.

**Entrevista a Julian Staab – Asistente de Compras**

Entrevista a Julian Staab, Asistente de Compras Buenas noches, gracias por darnos la oportunidad de entrevistarle y saber más acerca de su empresa. Es un verdadero placer conocerle. Esta conversación será grabada, ¿está usted de acuerdo con eso?

Si no hay ningún problema, bienvenida Srta. Abarca. En primer lugar me gustaría describir brevemente a la empresa.

Tierra Linie tiene su sede en Hürth. Somos un mayorista de alimentos de productos orgánicos, enfocados en el sector de las frutas y verduras. Tenemos más de 20 años de operación exitosa y continúa, al momento contamos con más de 500 clientes regulares y con una selección de más de 3000 productos de nuestros socios logísticos.

**1. Por favor, ¿podría decirnos algo más sobre el mercado de los productos orgánicos?**

Bueno, el mercado de productos orgánicos y la industria de alimentos en Alemania es conocida por ser la más grande de Europa los consumidores son en su mayoría

personas mayores de 30 años, preocupadas por su salud acorde a las tendencias de consumo.

## **2. ¿Qué países son sus proveedores?**

Trabajamos conjuntamente con nuestros productores y tenemos una estrecha relación con ellos, sabemos de qué región viene cada producción y las personas detrás de ello, lo cual nos permiten ofrecer productos orgánicos de primera clase. Solo por nombrar algunos, nuestros proveedores son de Francia, Países Bajos, Estados Unidos, Perú, Bolivia, Ecuador o Canadá.

## **3. ¿Qué productos se importan de América Latina?**

Hay una amplia gama de productos provenientes de América Latina en los cuales se encuentran el cacao, manzanas, peras, plátanos, piñas, fresas, frutas y verduras en general.

## **4. ¿Cuántas toneladas de amaranto importa aproximadamente?**

Nosotros importamos 41.300 toneladas de granos orgánicos aproximadamente y el amaranto es relativamente nuevo en nuestra gama de productos, pero nos hemos dado cuenta de que la demanda se encuentra en crecimiento debido a los beneficios que tiene. También goza de una alta preferencia entre los vegetarianos y las personas que prefieren productos libres de gluten, ya que puede ser incluido en la dieta diaria.

Por lo cual creo que es necesario aumentar las importaciones de este producto, debido a la creciente demanda en el mercado.

## **5. ¿Importa algún producto desde Ecuador?**

Sí, es más, importamos muchos productos de Ecuador, entre ellos se encuentran la quinua, maíz, banano, cacao y hortalizas.

## **6. ¿Importa amaranto desde Ecuador?**

No, nosotros no importamos amaranto de Ecuador, actualmente tenemos un proveedor de Bolivia, pero como he dicho tenemos una buena relación con los exportadores ecuatorianos que han estado trabajando con nosotros durante muchos años, así que se puede decir que tienen una buena reputación como exportadores, por lo cual pueden ser considerados para futuras negociaciones.

Seguro que será un gran desafío para nuestro país ser un proveedor de una empresa conocida como la suya y también confiamos en nuestros exportadores y sabemos que harán un gran trabajo. Creo que hemos cubierto todos los puntos principales de esta entrevista, sin nada más que decir, gracias por su tiempo y paciencia

## Anexo 4 Declaración Aduanera de exportación



REPÚBLICA DEL ECUADOR  
DECLARACIÓN ADUANERA DE EXPORTACIÓN



### Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE	028-2012-40-00005727
---------------	----------------------

#### Información de general

Código de la distrito	GUAYAQUIL - MARITIMO	Código de régimen	EXPORTACIÓN DEFINITIVA
Tipo de Despacho	DESPACHO NORMAL	Código del declarante	01903692

#### Información de Exportador

Nombre del exportador	CAFÉ ECUATORIANO S.A	Teléfono del exportador	2597980
Dirección del exportador	Edificio World Trade Center		
Número de documento de	RUC 120244753001	Ciudad del exportador	GUAYAQUIL
CIU	CAFÉ EN GRANO	Número de documento de	
Nombre del declarante	CESAR RUIZ		
Dirección del declarante	CALLE SUR E INTERSECCIÓN		
Código de forma de pago		Código de moneda	DÓLAR ESTADOUNIDENSE

#### Información de carga

Puerto de carga		Puerto privado desde	
Puerto de llegada o de		Fecha de la carta de	15 ENERO 2013
Nombre del consignatario	GLORIA S.A		
Dirección del	VIII SAN MARTIN Y CALLE 2		
Ciudad del contribuyente	BUENOS AIRES	Tipo de carga	CARGA CONTENERIZADA
Almacén de lugar de	{05909025} CONTECON GUAYAQUIL S.A.	Medio de transporte	MARITIMO
País de destino final	ARGENTINA		

DOLAR ESTADOUNIDENSE

#### Totales

Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transacción (FOB)	662,01	Cantidad de ítem	1
Peso neto total	8328	Peso total	8328
Cantidad total de bultos	64	Cantidad de contenedores	1
Cantidad total de unidades físicas	64	Cantidad total de unidades comerciales	64
Código de la mercancía de desnacho urgente		Código de solicitud de aforo	NO
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	

Fuente: PROECUADOR

## Anexo 5 Factura Comercial

<b>EMPRESA EXPORTADORA</b> Dirección:.....Calle Sur e Intersección Teléfono/Fax:.....593-4-2597980 E-mail:..... <a href="mailto:exportadora@ecuador.com.ec">exportadora@ecuador.com.ec</a>	RUC: 120244753001 <hr/> <b>FACTURA</b> <hr/> Mercado Exportación																									
Señores: EMPRESA IMPORTADORA:.. GLORI S.A. Dirección:.....VIII / SAN MARTIN Atención:.....SR. CÉSAR ZAMORA INVOICE (FACTURA COMERCIAL)N°.....001002004954	Nombre de Contacto:..... SR. CÉSAR ZAMORA Nuestra referencia:..... N° de cliente:..... 15160 N° Orden de pedido:..... P/O 720																									
La mercancía ha sido enviada en: Dimensiones de Embalaje: <span style="float: right;">Fecha:..... Enero / 2013</span> Peso Bruto: 1,618.25 KG Peso Neto: 1,520.35 KG Marcas: SIN MARCA Via: MARÍTIMO País de origen: ECUADOR																										
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="3"></th> <th colspan="2" style="text-align: center;">VALOR</th> </tr> <tr> <th style="width: 15%;">PARTIDA ARANCELARIA</th> <th style="width: 40%;">DESCRIPCIÓN</th> <th style="width: 15%;">CANTIDAD</th> <th style="width: 15%;">UNITARIO</th> <th style="width: 15%;">TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">1604.14.00</td> <td>ATÚN EN CONSERVAS</td> <td style="text-align: center;">67,500 UNDS</td> <td style="text-align: center;">US\$ 0,50</td> <td style="text-align: right;">US\$ 33,750.00</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="border-top: none;">                     INCOTERM: FOB                 </td> <td colspan="2" style="border-top: none;">                     TOTAL FACTURADO:                 </td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="border-top: none;"></td> <td colspan="2" style="border-top: none; text-align: right;">                     US\$ 33,750.00                 </td> </tr> </tbody> </table>					VALOR		PARTIDA ARANCELARIA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNITARIO	TOTAL	1604.14.00	ATÚN EN CONSERVAS	67,500 UNDS	US\$ 0,50	US\$ 33,750.00	INCOTERM: FOB			TOTAL FACTURADO:					US\$ 33,750.00	
			VALOR																							
PARTIDA ARANCELARIA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNITARIO	TOTAL																						
1604.14.00	ATÚN EN CONSERVAS	67,500 UNDS	US\$ 0,50	US\$ 33,750.00																						
INCOTERM: FOB			TOTAL FACTURADO:																							
			US\$ 33,750.00																							

Fuente: PROECUADOR

## Anexo 6 Lista de empaque

LOGO DE LA EMPRESA EXPORTADORA				
<b>EMPRESA EXPORTADORA</b>				
Dirección:.....Calle Sur e Intersección				
Teléfono/Fax:.....593-4-2597980				
E-mail:..... <a href="mailto:exportadora@ecuador.com.ec">exportadora@ecuador.com.ec</a>				
<b>COMPRADOR</b>				
Dirección:.....VIII / SAN MARTIN				
Teléfono/Fax:.....(11)123-45678				
E-mail:..... <a href="mailto:smartin@qjeriassa.com">smartin@qjeriassa.com</a>				
DETALLE DEL EMBALAJE				
Nº DE BULTO	DESCRIPCIÓN DE LA MERCADERÍA	CANTIDAD	KILOS	
			NETO	BRUTO
001	MERCADERÍA CLASE A	100 UNIDADES	50	70
002	MERCADERÍA CLASE B	200 UNIDADES	100	120
003	MERCADERÍA CLASE C	300 UNIDADES	150	170
TOTAL: 3 BULTOS		600 UNIDADES	300	360
MARCAS:	SIN MARCAS			
EMBALAJE:	3 PALETAS			
VÍA:	MARÍTIMO			
FACTURA COMERCIAL:	001-002-00000XXXX			

Fuente: PROECUADOR



## Anexo 7 Certificado de origen

<p>3. Goods consigned from (exporter's business name, address, country)  <b>CAFÉ S.A.</b>  <b>LOJA, ECUADOR</b></p>		<p>Reference No  <b>ANº 356657</b></p> <p style="text-align: center;"><b>GENERALIZED SYSTEM OF PREFERENCES</b>  <b>CERTIFICATE OF ORIGIN</b>          (Combined declaration and certificate)  <b>FORM A</b></p> <p>Issued in <u>ECUADOR</u> (country)  <small>(See notes overleaf)</small></p>			
<p>2. Goods consigned to (consignee's name, address, country)  <b>COFFEE ENTERPRISE</b>  <b>ESPAÑA</b></p>		<p>4. For official use  <b>ISSUED RETROSPECTIVELY</b></p>			
<p>3. Means of transport and route (as far as known)  <b>MARITIMO</b></p>					
5. Item number	6. Marks and numbers of packages	7. Number and kind of packages; description of goods	8. Origin criterion (see notes overleaf)	9. Gross weight or other quantity	10. Number and date of invoices
	58 PALETS	CAFÉ EN GRANO          <b>ESPACIO EN BLANCO</b>		10,273.00 KG	001-002-0004536 05/10/2010
<p>11. Certification          It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct.</p> <p style="text-align: center;">   <b>MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA</b>  <b>REPÚBLICA DEL ECUADOR</b>  <b>ANALISTA</b>  <b>22 OCT 2010</b>  <small>Place and date, signature and stamp of certifying authority</small></p>			<p>12. Declaration by the exporter          The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct, that all the goods were produced in <u>ECUADOR</u> (country) and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the generalized system of preferences for goods exported to <u>ESPAÑA</u> (country).</p> <p style="text-align: center;"> <b>FABRICA DE CAFES EN GRANO S.A.</b>  <b>GUAYAS</b>  <b>05/10/2010</b>  <small>Place and date, signature and authorized registry</small>  <b>Guayaquil</b>  <b>Jose Manuel C.T. 0915937197</b></p>		

Fuente: PROECUADOR

## Anexo 8 Cotización de exportación



PROFORMA No. 001/2013 EXP

GUAYAQUIL, 23 DE AGOSTO DE 2013

PARA: EMPRESA IMPORTADORA S.A.  
ATT: SRTA. ISABEL REYES  
BOGOTÁ – COLOMBIA

**DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:**

700,000 ENVASES CON PRODUCTO LOMITOS EN ACEITE, REF: CAPACIDAD 180 GRAMOS CON TAPAS ABRE FÁCIL. A US\$ 150 EL MILLAR FCA GUAYAQUIL.

TOTAL VALOR FCA GUAYAQUIL	US\$ 105,000.00
FLETE TERRESTRE (7 CONT. 40' HC)	US\$ 14,000.00
VALOR CPT BOGOTÁ – COLOMBIA	US\$ 119,000.00

**TOLERANCIA:** +/- 10% EN CANTIDADES Y MONTO

**TÉRMINOS:** CPT (INCOTERMS 2010)

**PARTIDA ARANCELARIA:** 1604.14.10

**FORMA DE PAGO:** EL PAGO SE HARÁ CON TRANSFERENCIA BANCARIA A LA CUENTA CORRIENTE # XXXXX DEL BANCO DEL PACÍFICO ABA # XXXXX BENEFICIARIO: EMPRESA EXPORTADORA S.A.

**VALIDEZ DE LA PROFORMA:** 30 DÍAS

**EMBARQUES PARCIALES:** PERMITIDOS DE ACUERDO A SUS INSTRUCCIONES

**TRANSBORDOS:** PERMITIDOS

**TIEMPO DE ENTREGA:** 30 DÍAS LUEGO DE RECIBIDA LA TRANSFERENCIA

**SEGURO:** POR CUENTA DEL COMPRADOR. EN CASO QUE NO SE ASEGURE LA MERCADERÍA, ÉSTA VIAJA POR CUENTA Y RIESGO DEL COMPRADOR, ENTENDIÉNDOSE QUE EL CUMPLIMIENTO DE LA EMPRESA EXPORTADORA S.A. TERMINA EN LA ENTREGA DE LA MERCADERÍA AL TRANSPORTISTA.

ATENTAMENTE,

SR. JOSÉ LÓPEZ  
JEFE DE COMERCIO EXTERIOR

Fuente: PROECUADOR

## Anexo 9 Solicitud de carta de crédito



### SOLICITUD Y ACUERDO DE CARTA DE CREDITO IRREVOCABLE

FECHA: \_\_\_\_\_

FORMA	Irrevocable <input type="checkbox"/>	Transferible <input type="checkbox"/>
SOLICITANTE	Dirección:	
	Tel: _____	Fax: _____ Mail: _____
BENEFICIARIO	Dirección:	
	Tel: _____	Fax: _____ Mail: _____
BANCO AVISADOR DEL BENEFICIARIO		MONTO Y MONEDA
LUGAR Y FECHA DE VENCIMIENTO		TOLERANCIA _____ % (+/-) Cantidad <input type="checkbox"/> Mercancía <input type="checkbox"/>
DISPONIBLE POR <input type="checkbox"/> A la vista <input type="checkbox"/> Aceptación de letras a _____ días de la fecha de embarque <input type="checkbox"/> Pago Diferido a _____ días de la fecha de embarque <input type="checkbox"/> Otros		
EMBARQUES PARCIALES <input type="checkbox"/> Permitido <input type="checkbox"/> Prohibido		Transbordos <input type="checkbox"/> Permitido <input type="checkbox"/> Prohibido
ULTIMO DIA EMBARQUE		EMBARQUE DESEDE _____ HASTA _____
PERIODO DE EMBARQUE		
MERCHANDISE		
INCOTERM <input type="checkbox"/> EXW <input type="checkbox"/> FAS <input type="checkbox"/> FCA <input type="checkbox"/> FOB <input type="checkbox"/> CPT <input type="checkbox"/> CFR <input type="checkbox"/> CIF <input type="checkbox"/> DDP <input type="checkbox"/> _____		
DOCUMENTOS REQUERIDOS: <input type="checkbox"/> Factura _____ originales y _____ copias <input type="checkbox"/> Conocimiento de Embarque <input type="checkbox"/> Lista de Empaque <input type="checkbox"/> Certificate of Origin <input type="checkbox"/> Certificado de Inspección <input type="checkbox"/> Certificado Calidad <input type="checkbox"/> Poliza e Certificado de Seguro <input type="checkbox"/> Otros _____		
FLETE <input type="checkbox"/> En Destino <input type="checkbox"/> Pre pagado		SEGURO A SER AFECTADO POR <input type="checkbox"/> Embarcador <input type="checkbox"/> Comprador
NOTIFICAR AL COMPRADOR		
INSTRUCCIONES ESPECIALES		
Todo cargo bancario que no sea un cargo del Banco Emisor son por cuenta de: <input type="checkbox"/> Beneficiary <input type="checkbox"/> Applicant		
Documentos deben ser presentados dentro de _____ días luego del embarque Carta de Crédito <input type="checkbox"/> Confirmada <input type="checkbox"/> No Confirmada		
Comisión por la emisión de la Carta de Crédito: _____ % del monto nominal de la Carta de Crédito. La comisión será pagadera por adelantado. Le autorizamos a debitar nuestra cuenta _____ por concepto de los gastos relacionados con esta Carta de Crédito. El abajo firmante solicita a Santander Overseas Bank, INC. (el Banco) que emita esta Carta de Crédito sustancialmente de acuerdo con las instrucciones aquí vertidas y las prácticas usuales del Banco y autoriza al Banco a emitir una garantía bancaria basándose en sus prácticas regulares. El Banco está autorizado a hacer arreglos para la emisión de la Carta de Crédito solicitada o una garantía en lugar de la misma, por otra institución de su elección, contra la contra-garantía o Carta de Crédito en apoyo emitida por el Banco. El abajo firmante acepta recibir de los Términos y Condiciones aplicables a la Carta de Crédito/garantía y acuerda quedar vinculado por los mismos, una vez el Banco emita su Carta de Crédito, garantía bancaria o contra-garantía en apoyo. Nada en este documento obliga al Banco a emitir su Carta de Crédito o garantía bancaria o a llevar a cabo los arreglos para que se emita una Carta de Crédito o garantía emitida por otra institución.		
Fecha _____	Firma(s) Autorizada del Solicitante _____	

Fuente: PROECUADOR

## Anexo 10 Bill of lading

Marine Transport Corp.		ORIGINAL		BILL OF LADING			
Shipper <b>SHIPPER, COMPANY THAT SOLD THE COTTON</b>		Booking No. <b>KKGBY8625H</b>	B/L No. <b>YMLUW12502XXXX</b>				
Consignee <b>TO THE ORDER OF BUYERS BANK</b>		Export Reference <b>CONTRACT REFERENCE NO. 1234 INVOICE NO. 1234 I/C NO. 9HR70457</b>					
Notify party <b>BUYER</b>		Forwarding agent reference <b>INC. TN 38120</b>					
Received by		Place of Receipt <b>LUBBOCK, TX</b>		Origin/Place of origin <b>REF 2086 CHD-16044 FMC-1610</b>			
Vessel <b>RAINBOW BRIDGE V/91W</b>		Port of Loading <b>LONG BEACH, CA</b>		Place and Country of Origin of goods <b>TX-U.S.A.</b>			
Port of Discharge <b>KEELUNG TAIWAN</b>		Place of Delivery		Delivery Status			
PARTICULARS FURNISHED BY SHIPPER							
BKS & NOS/CONTAINER NOS	NO OF PKGS	DESCRIPTION OF PACKAGES AND GOODS		Measurement gross/net/kg			
<b>C O T T O N</b>	<b>1X40' 88</b>	<b>ONE (1) 40' CONTAINER SAID TO CONTAIN EIGHTY-EIGHT (88) BALES OF AMERICAN RAW COTTON COMPRESSED TO U.D.-'ORM.C'.</b>		<b>44,391 LBS 20,135 KGS</b>			
<b>CONTAINER NO. INDU</b>		<b>FREIGHT PREPAID CY TO CY SHIPPER'S LOAD, STCW &amp; COUNT ON BOARD VESSEL: RAINBOW BRIDGE V/91W AT: LONG BEACH, CA DATE: JUNE 23, 1999 SERVICE CONTRACT NO. ET-3062-HOU NO SED REQUIRED, SECTION 30.39 FTSR, C.A.S.-SP.</b>					
<b>THESE COMMODITIES, IN ACCORDANCE WITH DIVERSION CONTRARY</b>	<b>TECHNOLOGY, OR SOFTWARE WERE EXPORTED FROM THE U.S. THE EXPORT ADMINISTRATION REGULATIONS. TO U.S. LAW PROHIBITED.</b>						
Declared value \$		If shipper enters a value carriers' package		Place and Date of Issue <b>06/23/99</b>			
Reference of ability does not apply and the bill of lading is not subject to the provisions of the bill of lading		On Board Date					
ITEM NO	CHG	RATED AS	FEES	RATE	AMOUNT	COLLECT	B/L NO
<b>I/ET 3062-HOU ET-3062-HOU (INCL CY, CA) O.F. \$1725.00/40' AT</b>				<b>1X40'</b>	<b>\$1,725.00</b>		<b>YMLUW12502</b>
<b>DF/NTD 300 DTHC/NT 3000/40'</b>						<b>NTD 300 NTD 3,000</b>	
Rate of exchange				<b>Three</b>	<b>\$9,150.00</b>	<b>NTD 3,300</b>	
Number of Original Bills				<b>THREE (3)</b>			
				<b>place at</b>	<b>TN</b>		
							By <b>_____</b> as agent for Yangming Marine Transport Corporation, as carrier

Fuente: PROECUADOR

## Anexo 11 Cuestionario

### Cuestionario

Edad: \_\_\_\_\_ años

Sexo: Femenino \_\_\_\_ Masculino \_\_\_\_

1. ¿Qué semillas utiliza Ud. para la siembra?

De cosechas anteriores \_\_\_\_\_ Semillas del INIAP \_\_\_\_\_  
Semillas Importadas \_\_\_\_\_

2. ¿Qué tipo de variedad de amaranto es el que usted produce?

Ataco/sangorache (grano negro) \_\_\_\_\_  
INIAP Alegría (grano blanco) \_\_\_\_\_

3. ¿Cuánto dura el ciclo productivo del amaranto?

5 meses \_\_\_\_\_ 7 meses \_\_\_\_\_  
6 meses \_\_\_\_\_

4. ¿Qué tipo de insumos agrícolas emplea en el cultivo de amaranto?

Abono Orgánico \_\_\_\_\_  
Agroquímico \_\_\_\_\_  
Fertilizantes \_\_\_\_\_

5. ¿Cuántos quintales de amaranto produce por hectárea?

De 10 a 40qq \_\_\_\_\_  
De 40 a 55qq \_\_\_\_\_  
Más de 55qq \_\_\_\_\_

6. ¿Cuánto tiempo lleva realizando actividades agrícolas?

Menos de 5 años \_\_\_\_\_ De 15 a 20 años \_\_\_\_\_  
De 5 a 15 años \_\_\_\_\_ Más de 20 años \_\_\_\_\_

7. ¿Cuánto tiempo lleva realizando la actividad de cultivo de amaranto?

De 1 a 2 años \_\_\_\_\_  
De 3 a 4 años \_\_\_\_\_  
De 5 a 6 años \_\_\_\_\_

8. ¿Cuántas hectáreas destina usted para la producción de amaranto?

Menos de media hectárea \_\_\_\_\_ De 2 a 3 hectáreas \_\_\_\_\_  
De ½ a 1 hectárea \_\_\_\_\_ Más de 4 hectáreas \_\_\_\_\_

9. ¿Cuál es el precio de venta del amaranto por libra?

USD 1 \_\_\_\_\_ USD 1,75 \_\_\_\_\_  
USD 1,25 \_\_\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_  
USD 1,50 \_\_\_\_\_

**10. ¿Qué tipo de capital de trabajo posee?**

Propio \_\_\_\_\_

Prestado \_\_\_\_\_

Mixto \_\_\_\_\_

**11. ¿Le ha resultado difícil la comercialización de sus productos?**

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

A veces \_\_\_\_\_

**12. ¿A qué mercado comercializa el amaranto?**

Intermediarios \_\_\_\_\_

Mayoristas \_\_\_\_\_

Consumidor Final \_\_\_\_\_

**13. ¿Qué factor toma en cuenta usted para determinar el precio del producto?**

Tiempo empleado \_\_\_\_\_

Inversión realizada \_\_\_\_\_

Precio del mercado \_\_\_\_\_

**14. A la fecha, defina la demanda local del producto.**

Alta \_\_\_\_\_

Media \_\_\_\_\_

Baja \_\_\_\_\_

**15. ¿Qué factor afecta a la comercialización ágil del amaranto?**

Inexistencia de canales de distribución \_\_\_\_\_

Falta de definición del mercado meta \_\_\_\_\_

Publicidad y promoción \_\_\_\_\_

Presentación del producto \_\_\_\_\_

## Anexo 12 Encuesta Bremen

### Encuesta

**1. ¿Qué tipo de consumidor es usted?**

Vegano \_\_\_\_\_

Vegetariano \_\_\_\_\_

Consumidor de ave \_\_\_\_\_

**2. ¿Qué tipo de alimentos prefiere usted?**

Orgánica \_\_\_\_\_

No orgánica \_\_\_\_\_

**3. ¿Conoce que el amaranto orgánico no contiene gluten y posee más proteínas que un grano común?**

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

**4. ¿Ha consumido productos de amaranto?**

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

**5. ¿En qué forma ha consumido usted amaranto?**

En estado natural \_\_\_\_\_

Barras energéticas \_\_\_\_\_

Cereales \_\_\_\_\_

Pan \_\_\_\_\_

Postres \_\_\_\_\_

Otros \_\_\_\_\_

**6. ¿Cuál es su frecuencia de consumo de productos de amaranto?**

Todos los días \_\_\_\_\_

De 3 a 5 días \_\_\_\_\_

1 vez a la semana \_\_\_\_\_

1 vez al mes \_\_\_\_\_

En ocasiones especiales \_\_\_\_\_

**7. ¿Dónde adquiere productos a base de amaranto?**

Mayoristas \_\_\_\_\_

Minoristas \_\_\_\_\_

Tiendas Orgánicas \_\_\_\_\_

Tiendas de comercio justo \_\_\_\_\_

**8. ¿Cuál es la razón principal del consumo de amaranto?**

Versatilidad en la cocina \_\_\_\_\_

Cuidado de la salud \_\_\_\_\_

Libre de gluten \_\_\_\_\_

Sabor \_\_\_\_\_

**9. ¿Conoce usted que el amaranto ayuda en la reducción del colesterol, es antiinflamatorio y un excelente nutriente?**

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

**10. Luego de conocer sus propiedades, ¿Desearía probarlo?**

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

**11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un producto de amaranto 100 % orgánico?**

De 2,5 a 3,5 euros \_\_\_\_\_

De 3,5 a 4,5 euros \_\_\_\_\_

Mas de 5 euros \_\_\_\_\_