

**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**



**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO**

**CARRERA DE ECONOMÍA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ECONOMISTA**

**TEMA :**

**“PROYECTO DE PRE- FACTIBILIDAD DE LA PRODUCCIÓN DE QUINUA EN LA ZONA 3, DE LA PARROQUIA PALMIRA, CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DEL CHIMBORAZO CON FINES DE EXPORTACIÓN AL MERCADO DE FRANCIA.”**

**AUTOR:**

**JULIO CÉSAR CAVIEDES SALVATIERRA**

**TUTOR:**

**MGS. LUIS LANDY CAMPOS**

**GUAYAQUIL – ECUADOR**

## **CERTIFICACIÓN**

Eco. Luis Landy Campos

DOCENTE DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA ECONOMÍA

CERTIFICA:

Que el presente trabajo realizado por el estudiante JULIO CÉSAR CAVIEDES SALVATIERRA ha sido orientado y revisado durante su ejecución por lo tanto autorizo su presentación.

Guayaquil, 3 de Noviembre del 2015

f) \_\_\_\_\_

Eco. Luis Landy Campos

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

CAVIEDES SALVATIERRA JULIO CÉSAR

### DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado “Proyecto de Pre- factibilidad de la producción de quinua en la zona 3, de la parroquia Palmira, cantón Guamote, provincia de Chimborazo con fines de exportación al mercado de Francia” ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando los derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se encuentran incorporadas en la bibliografía.

Consecutivamente este trabajo es de mi autoría, en virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del proyecto de grado en mención.

Guayaquil, 3 de Noviembre del 2015

---

Julio César Caviedes Salvatierra

## AGRADECIMIENTO

A la memoria de mi padre, quien en vida forjó mi carácter y haberme formado como un hombre responsable y dueño de mis actos.

Gracias a *Julio César Caviedes Garrido (+)*

Julio César Caviedes Salvatierra

## Contenido

<b>CERTIFICACIÓN</b> .....	ii
<b>DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
INTRODUCCIÓN.....	5
<b>CAPÍTULO I</b> .....	6
<b>1.1 TEMA</b> .....	6
<b>1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	6
<b>1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	9
<b>1.4. IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES</b> .....	11
<b>1.5 SISTEMATIZACIÓN DE LAS VARIABLES</b> .....	11
<b>1.6. OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	11
<b>1.7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> .....	12
<b>1.8. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	12
<b>1.9. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	15
<b>1.10. HIPÓTESIS</b> .....	15
<b>1.11. ANTECEDENTES REFERENCIALES Y DE INVESTIGACIÓN</b> .....	15
<b>CAPÍTULO II</b> .....	17
<b>FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b> .....	17
EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES REGIONALES DE QUINUA.....	17
PRINCIPALES PROCESOS DE LA COMERCIALIZACIÓN.....	18
<b>2.2. MARCO TEÓRICO</b> .....	19
QUINUA ECUATORIANA EN EL MERCADO FRANCÉS .....	21
DESCRIPCIÓN DEL MERCADO FRANCÉS .....	23
<b>2.3. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL</b> .....	23
ORÍGENES DE LA QUINUA EN EL ECUADOR .....	23
ASOCIATIVIDAD .....	25
<b>2.4 MARCO CONCEPTUAL</b> .....	27
<b>2.5 MARCO LEGAL</b> .....	34
<b>2.6 MARCO METODOLÓGICO</b> .....	40
<b>3.1 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	41
<b>3.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS</b> .....	42
<b>3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA</b> .....	42
<b>3.4 MODELO DE LA ENCUESTA</b> .....	43
ENCUESTA A PRODUCTORES DE QUINUA DE LA PARROQUIA PALMIRA .....	43

<b>3.5 ANÁLISIS DE DATOS</b> .....	45
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL ESTUDIO DE CAMPO .....	53
<b>CAPITULO IV</b> .....	55
<b>PROPUESTA</b> .....	55
<b>4.1 CREACIÓN DE UNA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE QUINUA DE LA PARROQUIA PALMIRA, PROVINCIA DEL CHIMBORAZO.</b> .....	55
4.2 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	60
4.3 DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	61
4.4 ESTUDIO TÉCNICO DEL DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	65
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	65
DISEÑO TÉCNICO DE LA ASOCIACIÓN .....	68
ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE QUINUA DE LA PARROQUIA PALMIRA .....	68
PROCESO DE SELECCIÓN Y CLASIFICACIÓN DEL GRANO DE QUINUA .....	69
EMPAQUE, EMBALAJE Y ALMACENAMIENTO.....	69
TRANSPORTE DE MERCANCÍA .....	69
<b>4.5 INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO</b> .....	70
ACTIVOS FIJOS DE OFICINA.....	71
GASTOS DE ADECUACIÓN DE BODEGA EN CENTRO DE ACOPIO.....	72
GASTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN .....	72
GASTOS ADMINISTRATIVOS .....	73
INGRESOS POR VENTAS.....	76
BIBLIOGRAFÍA:.....	80
S .....	81
INVITACIÓN DE PROECUADOR A CAPACITACIÓN A PRODUCTORES DE QUINUA .....	81
PRODUCTOS DE FUNDACIONES EXPORTADORAS DE QUINUA .....	82
DEMANDA DE QUINUA POR EL GRUPO CARREFOUR EN FRANCIA .....	84
FOTOS DE INVESTIGACIÓN DE CAMPO:.....	85

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	8
Tabla 2.....	14
Tabla 3 Asociatividad Productiva.....	26
Tabla 4. FASES Y ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN EN ASOCIATIVIDAD.....	62
Tabla 5 VALORACIÓN POR PONDERACIÓN CUALITATIVA DE FACTORES.....	67
Tabla 6 COSTOS DE MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA.....	71
Tabla 7 COSTOS ADECUACIÓN DE BODEGA.....	72
Tabla 8 GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	73
Tabla 9 COSTO DE PRODUCCIÓN QUNUA POR HECTÁREA.....	76

## INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.....	45
Gráfico 2.....	46
Gráfico 3.....	47
Gráfico 4.....	48
Gráfico 5.....	49
Gráfico 6.....	50
Gráfico 7.....	51
Gráfico 8.....	52
Gráfico 9.....	53
Gráfico 10.....	58

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El Ecuador posee una riqueza agrícola extensa y múltiple, en atención a esa riqueza que durante años ha sido ignorada el gobierno actual ha decidido apoyar las iniciativas de microempresarios, pequeños y medianos agricultores para que puedan poner a producir sus tierras, no solo con miras a tener una producción netamente primaria, sino que también al mediano y largo plazo se desarrollen iniciativas de producción con miras a crear productos con valor agregado.

En el caso de la quinua que se cultiva en la sierra ecuatoriana, el trabajo de investigación plantea a posibilidad de que desde la parroquia Palmira donde se cultiva el grano de oro como también es conocida la quinua, se pueda crear una asociación de productores que se convertirán en productores, aprovechando el importante impulso económico, social y de mercadeo que la administración gubernamental está brindando a los agricultores de la zona; no solo para la producción local sino con miras de exportación a uno de los mercados exteriores que mayormente consumen la quinua, Francia.

Así desde la producción social y solidaria, poder contribuir en alguna medida al desarrollo de la matriz productiva, generando empleo, promocionando al país y mejorando los sistemas productivos.



## ABSTRACT

Ecuador has an extensive and multiple agricultural wealth, in attention to that wealth that has been ignored for years, the current government has decided to support the initiatives of micro, small and medium farmers to put their land to produce, not only with a view to have a purely primary production, but also the medium and long term production initiatives are developed in order to create value-added products.

In the case of quinoa grown in the highlands of Ecuador, the research raises a possibility that from the parroquia Palmira where the *golden grain* as it is also known quinoa, is grown. The idea is that an association of producers that will take advantage of the important economic, social and marketing momentum governmental administration is giving farmers in the area; not only local production but with a view to export to one of the foreign markets that mostly consume quinoa, France.

So from the social and solidarity production, to contribute to some extent to the development of the productive matrix, creating jobs, promoting the country and improving productive systems.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo, representa una investigación para explicar y proponer un modelo de asociatividad para productores de quinua de la parroquia Palmira de la Provincia de Chimborazo, quienes a partir de iniciativas privadas y estatales poco a poco han podido ir incursionando en varios mercados como el holandés, y desde allí se toma la referencia del mismo para el desarrollo de la investigación al mercado francés.

Este estudio de pre- factibilidad engloba una investigación general sobre los posibles puntos que se podrían presentar al momento de creación de una asociación que impulse al desarrollo social y económico de una comunidad y a su vez obtenga beneficios de la misma a partir del uso de programas de exportación que la administración gubernamental actual ha utilizado.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA A INVESTIGAR**

### **1.1 TEMA**

PROYECTO DE PRE- FACTIBILIDAD DE LA PRODUCCIÓN DE QUINUA EN LA ZONA 3, DE LA PARROQUIA PALMIRA, CANTÓN GUAMOTE, PROVINCIA DE CHIMBORAZO CON FINES DE EXPORTACIÓN AL MERCADO DE FRANCIA.

### **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En el Ecuador se están viviendo procesos de cambios, entre ellos está el de la Matriz Productiva , a partir de la creación de un modo de producción justo, solidario y sostenible; tal como lo establece el Plan Nacional del Buen Vivir, al explicar su Estrategia de acumulación, distribución y redistribución en el largo plazo; que entre otros puntos indica: “En el caso ecuatoriano, la construcción de este nuevo sistema económico pasa necesariamente por un cambio en su patrón de especialización productiva y de inserción en el mundo. (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013 - 2017, pág. 82).

El Ecuador tiene una amplia riqueza agrícola que no ha sido considerada en su totalidad, sobre todo en el caso de oferta de productos no tradicionales para la exportación, siempre ha primado la exportación de productos tradicionales como el banano o cacao, que si bien aportan con un importante rubro a las exportaciones totales del país, no es menos cierto que los productos no tradicionales también hacen una aportación significativa y apoyan al proceso de diversificación de las exportaciones. Frente a este contexto se planteará el tema de la quinua como producto no tradicional y que en los últimos años ha venido incrementando su oferta exportable.

Por excelencia el Ecuador se ha caracterizado por ser un país productor primario que siempre se ha desenvuelto en las fluctuaciones altas y bajas de los sectores de exportación. El desarrollo de los sectores agroexportadores ha sido un importante factor para el desarrollo de la economía ecuatoriana. Es una de las razones por las cuales no se puede restar importancia a este sector y requiere constantemente de planes de apoyo a la producción y exportación del pequeño y mediano agricultor.

Desde 1980 el Ecuador ha venido produciendo quinua con tendencia creciente debido a las destacadas características que mantiene el producto. En la década de los 90 sufrió un revés la producción de quinua debido a la exigencia internacional para productos orgánicos para la exportación, el país en ese momento no cumplía con los estándares de calidad que se exigían en el exterior, por la falta de apoyo económico y la poca concienciación a los productores de la quinua sobre la importancia de certificarse como productor orgánico.

Para el período de los años 2000 al 2013 se logra la intensificación de la producción, llevándolo en tres etapas: Manejo tradicional, orgánico y convencional. Entre 2006 y 2011 se han llegado a vender en el exterior cada tonelada de quinua entre \$3500 a \$4000 dólares, llegando a obtener por su precio y calidad una fácil colocación en el mercado internacional.

Sin embargo la expansión a gran escala de la quinua promueve sistema de producción de tipo convencional y de monocultivo que sacrifica calidad por volumen y la expone a riesgos de perder sus certificaciones internacionales.

Razón por la cual se vuelve necesario crear una asociación de exportadores de quinua, ya que como grupo pueden fortalecer las falencias tecnológicas, económicas y sociales para la obtención de certificados internacionales, y realizar las exportaciones a diversos destinos, pero para este caso en particular, Francia.

Para la asociación de productora de la parroquia Palmira se realizará un estudio de factibilidad con la finalidad de elaborar una propuesta para exportar quinua hacia el mercado francés, desde la constitución de una asociación de exportadores. A continuación la tabla #1 explica el objetivo y desarrollo de la problemática de los productores de quinua.

**Tabla 1**

<b>CAMPO</b>	<b>Industrial</b>
<b>ÁREA COMERCIAL</b>	Exportación
<b>OBJETIVO</b>	A partir de la Asociatividad realizar exportaciones al mercado francés
<b>TEMA</b>	Proyecto de Pre-factibilidad de la producción de quinua en la zona 3 de la Parroquia Palmira, Cantón Guamote Provincia del Chimborazo con fines de Exportación al mercado Francés.
<b>PROBLEMA</b>	Dificultad para realizar Exportaciones al Mercado de Francia, por falta de poder de Negociación de los Pequeños productores, en el mercado internacional.
<b>PERÍODO</b>	2014 – 2015
<b>LUGAR</b>	Asociación de Productores de la Parroquia Palmira Cantón Guamote de la Provincia del Chimborazo.

Elaboración: Julio César Caviedes Salvtierra

### 1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿El diseño de una estrategia de comercialización al exterior, para los productores de la provincia de Chimborazo, cantón Guamote, parroquia Palmira, evitará los intermediarios en la cadena de comercialización?

En el país las provincias de Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Cañar, Cotopaxi y Chimborazo son las mayores productoras de quinua o quinua, solo en la provincia de Chimborazo según datos de la fundación COPROBICH en el año 2012 existían alrededor de 1484 productores, actualmente se calcula que existen 2.366 productores en la provincia de Chimborazo, y que a nivel nacional serán alrededor de 6.000 productores. Es decir que existe un importante crecimiento de los productores de quinua a nivel nacional.

Muchas familias deciden invertir su capital familiar para la siembra y cosecha de quinua, porque conocen de su facilidad para venderla a fundaciones como COPROBICH O SUMAK LIFE , que se dedican a la exportación del producto, quienes en conjunto con el gobierno nacional unieron esfuerzos para conseguir la certificación que se exige en los mercados internacionales. Para la los productores de la parroquia Palmira, presupone una pérdida de competitividad para entrar a mercados internacionales ya que al ellos no estar asociados como empresa que haga presencia en el exterior les obliga a vender su producción a poco precio.

La creación de una asociación de exportadores busca ser una estrategia que ayude a los productores de la parroquia Palmira llegar directamente a los compradores franceses sin la necesidad de tener un intermediario que se quede con las ganancias de los productores por el concepto de negociación, esta estrategia encuentra su sustento en el PNBV en su objetivo 10.5 que busca: *Fortalecer la economía popular y solidaria –EPS–, y las micro, pequeñas y medianas empresas –Mipymes– en la estructura productiva;* que sostienen que en los clúster productivos deben buscar redes que permitan mejorar los circuitos de comercialización: “Promocionar y fomentar la

asociatividad, el fortalecimiento organizativo, la capacidad de negociación, la creación de redes, cadenas productivas y circuitos de comercialización, para mejorar la competitividad y reducir la intermediación en los mercados. (Plan Nacional del Buen Vivir, pág. 303, art b)”.

Las asociaciones de productores de quinua ecuatorianas, tienen un potencial muy grande para realizar exportaciones gracias a las oportunidades generadas por la globalización y el avance tecnológico, mismas que ayudan a crear estrategias para la internacionalización de sus productos para fomentar el crecimiento de las asociaciones tanto dentro y fuera del país.

Al estar asociado los productores de quinua, ya cuentan con una optimización de recursos a partir de estas redes asociativas, economías de escalas que lograron internamente un buen poder de negociación. Con estas herramientas se buscará mejorar el nivel de negociación a nivel internacional a partir de la creación de asociación de exportadores de quinua.

El Ecuador en su afán en diversificar sus exportaciones ha dado facilidades a los productores de quinua para que mejoren su niveles de: siembra, cosecha, post-cosecha, y procesamiento de quinua, según Manuel Marcatoma Presidente de la corporación de productores Agropecuarios y comercialización de la parroquia Palmira, “afirma que la asociación, fue beneficiada con tres créditos en el marco del convenio MAGAP-BNF.

El primer crédito tuvo como destino la compra de 217.923 hectáreas de tierra para agricultura. El segundo crédito fue empleado para cultivar 15 hectáreas de quinua y; el tercero para cultivo de 20 hectáreas de chocho.”

Con lo anterior se confirma que existe por parte de la administración estatal un interés por apoyar a los productores asociados para mejorar sus condiciones productivas y por ende su inclusión social.

En términos estadísticos se puede observar que la producción y exportación de quinua aumentó más de cinco veces en cuatro años y conviene al país crear las mejores condiciones para atender las demandas del mercado internacional, resulta oportuno y estratégico, el reconocimiento especial a ese grano en el Ecuador, que es cultivo ancestral de alto contenido nutricional.

## 1.4. IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES

Para esta investigación se estudiará las siguientes variables:

- ⊕ Independiente : Creación de una Asociación de Exportadores
- ⊕ Dependiente: Mejora condición de vida de los pequeños productores de quinua de la parroquia Palmira.

## 1.5 SISTEMATIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
VARIABLE INDEPENDIENTE:  Asociación de Exportadores	Creación de una Asociación de Exportadores para evitar intermediarios en la Comercialización.	Diseño de la Asociación  Estrategia de Asociatividad	Observación  Levantamiento de información  Evaluación	Entrevista  Encuesta
VARIABLE DEPENDIENTE:  Mejora condición de vida de los pequeños productores de quinua de la parroquia Palmira	Diagnostica  Informativa  Evaluativa  Planificación	Población  Socio Económica  Cultural	Levantamiento de información  Evaluación	Entrevistas  Encuestas

## 1.6. OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

Diseñar el Proyecto de Perfectibilidad de quinua en la Zona 3; Parroquia Palmira, Cantón Guamote, provincia de Chimborazo.



## **1.7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ⊕ Realizar un estudio del costo de producción de quinua por quintal versus el ingreso por ventas resultado de la futura exportación.
- ⊕ Realizar una estrategia local para promoción de la quinua
- ⊕ Elaborar una estrategia de Comercialización a partir de Asociatividad de los Exportadores de Quinua.

## **1.8. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

El Ecuador espera incrementar y diversificar su oferta exportable, a partir de la potencialización de productos no petroleros y no tradicionales, la constitución del Ecuador establece que debe de haber equidad y solidaridad en el sistema productivo, esto lo explica el Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV) cuando explica las bases de la planificación Nacional, tal como se detalla a continuación: “La Constitución establece un sistema económico caracterizado por considerar al ser humano como sujeto y fin, que propende a las relaciones armónicas entre sociedad, Estado, mercado y naturaleza. El mercado pierde el protagonismo del sistema económico.”

El tema de investigación se justifica porque tiene la intención de proponer un modelo de asociatividad para la exportación de la producción de las pequeñas agro-empresas de la parroquia Palmira, quienes tienen conocimiento de que la quinua que cultivan puede venderse en mercados internacionales, pero que no tienen un modo de exportación estructurado de manera que incluya a la sociedad en la que se desenvuelven, al Estado como proveedor de herramientas que faciliten el proceso y su conexión con el mercado internacional, donde es apetecida y bien remunerada la quinua.

La quinua es un producto que es muy apetecido por su valor nutricional a nivel internacional, tanto así que la FAO declaró el 20 de Febrero del 2013; “El Año Internacional de la Quinua”; el Director General de la FAO, José Graciano da Silva indicó: *“la quinua puede desempeñar un papel importante en la erradicación del hambre, la desnutrición y la pobreza”* ; esta acotación del director de la FAO hace reflexionar sobre la importancia social y económica que se puede derivar de la producción de quinua.

En la declaración del año de la quinua se conoció, de su versatilidad, facilidad de adaptación: *La quinua es el único alimento de origen vegetal que tiene todos los aminoácidos esenciales, oligoelementos y vitaminas, y tiene también la capacidad de adaptarse a diferentes ambientes ecológicos y climas. Es resistente a la sequía, a los suelos pobres y a la elevada salinidad, se puede cultivar desde el nivel del mar hasta una altitud de 4 000 metros y puede soportar temperaturas entre -8 y 38 grados Celsius.*” (Lanzamiento del Año Internacional de la Quinua).

Según reportes tomados de las opiniones de los productores, sostienen que la rentabilidad de la producción de quinua está en la exportación, para lo cual se demostrará a continuación un desglose generalizado de costos, ingresos y producción de quinua de los agricultores de la parroquia Palmira de la provincia del Chimborazo.

De acuerdo a los datos del MAGAP los agricultores expenden la libra de quinua aproximadamente en un valor de \$ 2.25 dólares la libra; se exporta anualmente 400 toneladas de quinua al año que eso significa \$900.000 dólares al país por el concepto de exportación de quinua. (Ver Tabla #2).

Tabla 2

PRODUCCIÓN	PRECIOS
LIBRA DE QUINUA	\$2.25
QUINTALES	\$225
TONELADAS	\$2226

FUENTE: MAGAP

Elaboración: Julio Cesar Caviedes Salvatierra.

Se podría calcular de manera general que las exportaciones anuales de quinua, harían ingresar al país \$900.000 dólares; demostrando que es posible ingresar al país rubros importantes, por exportación de productos no tradicionales. El gobierno nacional tiene como misión principal para el caso de la quinua duplicar las toneladas para el año 2015 para generar una mayor ganancia al país.

Además se puede agregar a la justificación del tema que los agremiados del cantón Palmira provincia de Chimborazo, desean que se incrementen las posibilidades de exportación de su producción, tal como lo afirma el Presidente de COPROBICH, Abelino Morocho: *“Actualmente la quinua se exporta como materia prima pero tenemos un modelo de gestión ya trazado para dar un valor agregado al producto, como elaborar galletas, tallarín, fideos; todo eso es un valor agregado”. Este producto se ha enviado a Francia, como ensayo, y según Morocho, “la gente está muy contenta y quieren en otros países de la Unión Europea”.*

## **1.9. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

Los sujetos de investigación serán los productores asociados en Corporación de Productores Agropecuarios y Comercialización de la parroquia Palmira, cantón Guamote, provincia de Chimborazo, Zona 3, que agrupa a 33 productores.

## **1.10. HIPÓTESIS**

Con la constitución de una asociación de exportadores en la Zona 3; provincia de Chimborazo, Cantón Guamote, Parroquia Palmira, se podrán realizar exportaciones al mercado francés, y de esta manera evitar los intermediarios en la cadena de comercialización de la quinua

## **1.11. ANTECEDENTES REFERENCIALES Y DE INVESTIGACIÓN**

Para la presente investigación se tomará en cuenta que se han realizado investigaciones sobre la comercialización internacional de la quinua y su importancia en el mercado global.

En los últimos años, se constata un progresivo aumento de la producción de quinua, especialmente en los países que han sido tradicionalmente los principales productores, esto es Bolivia, Perú y Ecuador, y se estima que más del 80% de la producción mundial de quinua se concentra en esos tres países. La concentración de la producción en dichos países es concordante con el hecho de que se trata de un cultivo que ha estado en la base de la alimentación de los pueblos originarios de los Andes desde mucho antes de la llegada de los conquistadores europeos. La amplia variabilidad agroecológica a la cual puede adaptarse la quinua se refleja en el hecho de que, sin perjuicio de que su cultivo se concentra en los valles altiplánicos Bolivia y Perú, se la encuentra en algunas regiones costeras del Sur de Chile, hasta los valles andinos del Sur de

Colombia, y en pisos altitudinales que van desde el nivel del mar hasta los 4.000 metros sobre el nivel del mar. El interés por las propiedades nutricionales de la quinua y de los derivados que pueden generarse a partir de esta planta se ha multiplicado en los últimos años. Las razones que explican este aumento en la superficie cultivada así como en los volúmenes de producción son variadas, aunque las más importantes son las siguientes:

a) La revalorización de las culturas originarias y las políticas de gobierno puestas en ejecución para estimular su cultivo.

b) La adaptabilidad del cultivo a una gran diversidad de situaciones ecológicas, de manera que si bien es producida principalmente en el altiplano de Perú y Bolivia, y en las tierras altas de Ecuador, en realidad está presente en numerosos departamentos y provincias de dichos países.

c) La validación y difusión de las cualidades nutritivas de la quinua, que es aceptada de manera cada vez más amplia como una fuente saludable de proteínas, energía y micro elementos nutritivos.

d) El hecho de que se trata de un cultivo desarrollado casi exclusivamente por pequeños productores, generalmente en condiciones de producción orgánica, lo que le otorga características especiales cada vez más valoradas en el comercio internacional.

e) Asociado a lo anterior, la posibilidad de utilizar el producto en una amplia gama de alternativas de preparación e industrialización, lo que permite también una segmentación de los mercados de consumo.

f) La apertura de oportunidades de exportación, principalmente a Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea, lo que ha favorecido una dinamización de la producción local, otorgando posibilidades de vinculación a mercados.

## **CAPÍTULO II**

### **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

#### **2.1. ANTECEDENTES REFERENCIALES**

El comercio mundial de la quinua ha experimentado un crecimiento significativo en el pasado reciente, es a partir del año 2006 cuando se aceleran las exportaciones desde la región. Este fenómeno ha determinado que la Organización Mundial de Aduanas haya introducido en la Enmienda 2012 del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías una apertura especial para este producto (subpartida 10.08.50). Como resultado de lo anteriormente mencionado, las cifras definitivas del comercio mundial correspondientes al año 2012 permitirán conocer por primera vez en la historia con exactitud la magnitud, tanto en valor como en volumen, del intercambio mundial de quinua. Con la información disponible hasta el momento (ALADI), es posible estimar con bastante exactitud este intercambio. El comercio mundial de quinua ascendió a aproximadamente 135 millones de dólares en 2012. Actualmente, el intercambio comercial de este producto se encuentra muy concentrado, tanto por origen como por destino. El 82,4% de las exportaciones mundiales se originan en los países de la ALADI, en particular, en tres países andinos: Bolivia, Ecuador y Perú. Los otros exportadores importantes son Estados Unidos (9,8%) y la Unión Europea (7,5%), aunque en estos dos casos gran parte de las ventas corresponden a reexportaciones

#### **EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES REGIONALES DE QUINUA**

La información estadística no permite conocer la evolución histórica del comercio mundial de la quinua por las razones ya expuestas en la sección anterior. No obstante, es posible realizar una aproximación considerando las exportaciones conjuntas de tres países (Bolivia, Ecuador y Perú) debido principalmente a dos factores: por un lado, el origen del comercio mundial se encuentra fuertemente concentrado en estos tres países andinos; por otro, estos países han previsto desde hace ya más de dos décadas una apertura

especial para la quinua en su nomenclatura común de codificación de mercancías (NANDINA9).

Las exportaciones regionales de quinua, considerando como tales las ventas externas conjuntas de Bolivia, Ecuador y Perú, han experimentado un fuerte y sostenido crecimiento en los últimos veinte años. En valores corrientes pasaron de 700 mil dólares en el año 1992 a 111 millones de dólares en 2012, lo que representa un incremento acumulativo anual de 28,8%. Esta cifra se encuentra bastante por encima del ritmo de expansión registrado por las exportaciones conjuntas de la ALADI en dicho período (10,6%).

Cabe destacar que el ritmo de crecimiento de las exportaciones regionales de quinua no ha sido estable, sino que se ha acelerado a lo largo del período mencionado. En efecto, en los primeros diez años las ventas se multiplicaron por 4, mientras que entre 2002 y 2012 lo hicieron por 39.

Medidas en volumen, las exportaciones regionales de quinua también experimentaron un fuerte incremento. En efecto, las mismas pasaron de 600 toneladas en 1992 a 37 mil toneladas en 2012, lo que representa un crecimiento acumulativo anual del 22,8%.

#### PRINCIPALES PROCESOS DE LA COMERCIALIZACIÓN

Al efectuar un análisis en detalle la organización de la cadena de valor se aprecia que en sus diversos eslabones participan una gran diversidad de actores, los que presentan un alto grado de heterogeneidad respecto de su poder económico, nivel de tecnología empleado y forma de articulación con los siguientes eslabones de la cadena de valor. En general, los trabajos consultados coinciden en señalar que la cadena de comercialización de la quinua es similar a la existente en otros granos andinos y en lo sustantivo, es similar a lo que es en la estructura de producción y comercialización de otros productos de fuerte raigambre campesina, en los que justamente el eslabón más débil es el de la producción primaria (FAUTAPO 2012).

La producción destinada a los mercados externos tiene otro nivel de exigencias, en cuanto a presentación, uniformidad e inocuidad. Debe resaltarse, además, que la quinua exportada es mayoritariamente producida y certificada como quinua orgánica, lo que contribuye a que se trate de canales de comercialización más especializados, que se vinculan directamente con los importadores en los mercados de destino.

Por lo general se trata de empresas que poseen la estructura administrativa y condiciones de soporte financiero como para cumplir los trámites y requisitos que son propios del comercio internacional, lo que dificulta la participación directa de las organizaciones de pequeños productores, así como de pequeñas empresas especializadas en comercialización y procesamiento del producto.

La experiencia internacional muestra que por lo general las organizaciones y asociaciones campesinas que logran vincularse a los mercados externos cuentan con el respaldo de alguna institución pública o el respaldo de alguna ONG, justamente por las exigencias financieras y de gestión que ello implica.

## **2.2. MARCO TEÓRICO**

Para lograr el cambio en la Matriz Productiva y lograr la diversificación de las exportaciones, teniendo en cuenta que la producción debe de ser solidaria, equitativa y responsable con el ambiente, es importante tener en cuenta los referentes del Plan Nacional del Buen Vivir y su objetivo 10 cuyo enunciado base es:

*“Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada.”* Justamente la producción



de quinua cumple en buena manera con varios de los enunciados del objetivo 10, este es un sector de alta productividad, competitiva, sostenible y sobre todo se desarrolla de manera sostenible e incluyente, ya que para el caso de la provincia de Chimborazo, agremia a los productores pequeños en una sola asociación que se dedica a capacitarlos y como conocen de la importancia de la quinua en el exterior, tienen los pequeños agricultores sus sembríos con certificación orgánica internacional, lo que garantizará la venta del producto en los mercados exteriores.

Para apoyar lo descrito en el párrafo anterior, se adjunta otro punto del objetivo 10 que explica que la transformación de la matriz productiva es la interacción de la frontera científico - técnica que es la que dará nuevas formas de producción y creará la diversificación productiva en varios sectores.

*La transformación de la matriz productiva supone una interacción con la frontera científico-técnica, en la que se producen cambios estructurales que direccionan las formas tradicionales del proceso y la estructura productiva actual, hacia nuevas formas de producir que promueven la diversificación productiva en nuevos sectores, con mayor intensidad en conocimientos, bajo consideraciones de asimetrías tecnológicas entre países (eficiencia schumpeteriana) y con un rápido crecimiento de la demanda interna y externa que promueva el trabajo (eficiencia keynesiana o de crecimiento). (Plan Nacional del Buen Vivir, pág. 293).*

La razón que apoya la investigación es la exportación de la quinua, debido a los mejores precios que se dan fuera del país. Y esto se incrementa con la llegada de compradores colombianos y peruanos al país que proponen precios altos para la compra del cereal, si bien es cierto el país se enfrenta a un desabastecimiento de quinua, no es menos cierto que la quinua se ha posicionado bien en el mercado internacional, tanto así que los países vecinos vienen a comprar quinua para llevársela a sus diferentes países.

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

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

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

#### QUINUA ECUATORIANA EN EL MERCADO FRANCÉS

De los países con mayor consumo de quinua se encuentran Francia, Holanda y Alemania, estos realizan un proceso comercial llamado re-exportación y re-empaque de la quinua que le llega de países como el nuestro. Este proceso consiste en que el importador contrata a empacadoras para re-empaquetar el producto y venderlo a través del sector de servicio de alimentos para restaurantes y hoteles o a supermercados o tiendas de alimentos naturales. En el caso de Francia, los supermercados importan la quinua directamente del

productor, y lo empaquetan usando su marca privada. Los importadores de comercio justo por lo general se encargan del empaquetamiento y la distribución.

Por esta razón, Francia es un mercado atractivo para la venta de quinua que de acuerdo al boletín informativo PROECUADOR, se puede apuntar a este mercado por los siguientes motivos:

- ⊕ Francia es el mayor mercado de quinua en Europa más del 80% es vendido como orgánico, 10-20% como comercio justo
- ⊕ No solamente vendido en nichos de mercado, sino que también la venta de forma general se ha incrementado
- ⊕ Comparado con mercados de productos de la competencia, como otros cereales, el mercado de la quinua en Francia continúa siendo un mercado pequeño
- ⊕ La penetración de mercado de la quinua en Francia es mucho más baja que en Ecuador, pero más alta que en otros países Europeos
- ⊕ Se ha incrementado significativamente la demanda de la quinua en la última década. Los compradores de productos de comercio justo y orgánicos, como Markal, representan la mayor parte de la demanda.
- ⊕ Estos compradores posicionaron la quinua como un producto nutritivo, un producto de comercio justo de un sistema de producción sostenible, el cual se ajusta a los actuales intereses del consumidor.
- ⊕ Se espera que la demanda se estabilice en los próximos años, ya que los niveles de precios altos limitan el incremento en la demanda de quinua.

## DESCRIPCIÓN DEL MERCADO FRANCÉS

De acuerdo a los boletines de información de PROECUADOR del mercado francés, la descripción del mercado se detalla a continuación:

En Francia, la quinua ya no es vendida en nichos de mercado. La cadena minorista Carrefour, entre otros que apuntan al mercado principal, también han incluido a la quinua en su gama de productos.

Hay mucho espacio para los exportadores Ecuatorianos que no cuentan con una certificación de Comercio Justo. En Francia, la etiqueta Max Havelaar es usada para los productos con la certificación de Comercio Justo.

La gama actual de quinua de los minoristas franceses mayormente se compone de granos de quinua procesados en su forma primaria (saponinas extraídas). Los consumidores franceses primero se deben familiarizar con la quinua, antes que los fabricantes lo usen en productos alimenticios compuestos, como los cereales de desayuno, harina preparada, pastas y mezclas para sopas.

Los precios actuales de la quinua son muy altos para muchos fabricantes franceses de productos alimenticios.

### 2.3. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

#### ORÍGENES DE LA QUINUA EN EL ECUADOR

La quinua se cultiva en los Andes bolivianos, peruanos, ecuatorianos, chilenos y colombianos desde hace unos 5000 años. Al igual que la papa, fue uno de los principales alimentos de los pueblos andinos preincaicos e incaicos. Se piensa que en el pasado también se empleó para usos cosméticos en la zona del altiplano peruano-boliviano-argentina.

Los orígenes de la quinua en el Ecuador según Estrella, E. (1998), por sus cualidades alimenticias y medicinales la quinua fue un alimento muy apreciado por nuestras poblaciones aborígenes. Los Cañarís cultivaban la planta antes de la llegada de los españoles, a fines del siglo XVI seguía siendo uno de los alimentos preferidos (RGI 1965, II: 267,268), Cieza, (1962:130) que recorrió la Sierra en 1548, encontró evidencias del cultivo y del valor que tenía en la alimentación de la población. En Pasto se halló abundante “quinua” y en Quito: “otro bastimento muy bueno, a quien llaman quinua, la cual tiene la hoja ni más ni menos que bleto morisco, y crece ola planta del casi un estado de hombre, y echa una semilla muy menuda, della es blanca y della es colorada, de la cual se hacen brebajes, y también la comen guisada como nosotros el arroz”.

Respecto de los centros de producción indica que en Ecuador la quinua ha persistido entre los campesinos del área de Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Chimborazo y Loja (Cardozo, 1976, Tapia, 1976 y Romero, 1976). También señalan que las quinuas de Latacunga, Ambato, Carchi, Riobamba y Cuenca son de grano chico, en general de porte elevado y de grano bastante amargo. Calculan que la superficie total cultivada es de unas 1200 ha en todo el país (Frere, Rea y Rijks, 1975).

El Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) en 1967, informa de la creación del Programa de Introducción de Nuevos Cultivos Económicos de la Sierra. Los trabajos de observación y adaptación se encaminaron a encontrar nuevas fuentes de proteína para alimentación humana y animal. Además del trabajo en colza aceitera y *Lupinus albus*, se inició también trabajos de colección y observación de cultivos autóctonos como quinua, melloco y oca. Este trabajo concluyó en 1970 en la Estación Experimental Santa Catalina.

## ASOCIATIVIDAD

Para la Creación de Asociaciones de Pequeños Productores, se hace importante comprender cómo se agrupan estos pequeños emprendedores en el ámbito rural, este marco referencial se tratará de acuerdo a el texto de Enfoques de Asociatividad (Enfoques de Asociatividad entre Actores del Sistema Productivo: Conceptos, Casos Reales y Metodologías © IICA y CONCOPE, Quito, 2011 Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura y el Consorcio de Consejos Provinciales del Ecuador, Hernando Riveros, Margarita Baquero, Adriana Lucio-Paredes, Lautaro Andrade, Wolfgang Demenus, Carlos Jácome y Mauricio Jerez pág. 17-18)

*“Los pequeños emprendedores, particularmente en el ámbito rural, tienden a actuar de manera individual a la hora de producir o comercializar.*

*Pero cuando logran articularse con otros actores del sistema, sean productores similares a ellos o transformadores, comerciantes e intermediarios, se habla de procesos de asociatividad.*

*Existen múltiples enfoques para promover la asociatividad en el terreno, desde los más evidentes que involucran a actores de un mismo tipo como las figuras organizativas de primer grado (asociaciones, corporaciones, cooperativas,...), de segundo y tercer grado (federaciones, confederaciones, gremios privados), hasta las más ambiciosas que estimulan la creación de lazos entre los diferentes tipos de actores de un sistema (consejos consultivos, mesas de concertación, mesas de diálogo...).*

A continuación se detalla cómo funciona la asociatividad productiva para pequeños emprendedores:

**Tabla 3 Asociatividad Productiva**

PROVISIÓN DE INSUMOS	PRODUCCIÓN DE QUINUA	TRANSPORTE DE QUINUA	TRANSFORMACIÓN	COMERCIALIZACIÓN	CONSUMO
Proveedores de semillas, plántulas, abonos y químicos para el cultivo de quinua	Productores de quinua de Chimborazo, Pichincha, Azuay, Cotopaxi.	Transportistas Nacionales  Camiones pertenecientes a productores	SUMAKLIFE  MAQUITA SOLIDARIA	Tiendas Locales  Supermercados  Mercados  Tiendas de Comercio Justo en el Exterior	Consumidores finales a nivel nacional  Consumidores en el exterior

**Fuente:** Enfoques de Asociatividad entre actores del sistema productivo

**Elaboración:** Julio Cesar Caviedes Salvatierra

Toda asociación crea cadenas de valor debido a la integración y coordinación de actores, metas compartidas, productos con atributos especiales de calidad, sostenibilidad, confianza, distribución y participación.

De acuerdo a un estudio realizado por la Universidad Andina Simón Bolívar, sobre la asociatividad como estrategia de internacionalización de la PYME se puede resaltar los siguientes puntos en cuanto a la situación de los exportadores de Latinoamérica y en particular el caso de Ecuador:

En los últimos 10 años, se ha visto el crecimiento de países como India y China, los cuales, han despertado el interés de países exportadores de productos primarios, como son los países de América Latina y el Caribe.

Tal es el caso de Argentina, Chile y Brasil, que ha sido los primeros en realizar exportaciones de productos agropecuarios, mineros y de valor agregado medio a China que requiere en grandes cantidades este tipo de productos.

Con este contexto se denota al ser las PYME latinoamericanas parte importante del desarrollo productivo de sus países y, a la vez un reto para los gobiernos actuales que deben fomentar su internacionalización y mejorar la competitividad y productividad en sus economías, han establecido políticas

para apoyar su crecimiento; estas políticas tienen como denominador común la articulación vertical y horizontal de sus PYME.

En el caso de Ecuador, las políticas de apoyo a las PYME han sido de escala limitada, con alcance local y cortoplacista lo que ha limitado los resultados de sus programas enfocados a estrategias asociativas.

Sin embargo, vale destacar que el gobierno actual, ha tomado medidas para estimular el crecimiento de las PYME ecuatorianas a través de: un manejo arancelario, control de tasas de interés a préstamos de inversión, acuerdos interregionales para estimular la exportación y el desarrollo de cadenas productivas y de redes horizontales y verticales.

## **2.4 MARCO CONCEPTUAL**

Para explicar el marco conceptual de esta investigación será importante explicar los términos que se utilizarán para explicar el objetivo central de la investigación que es la creación de una asociación de exportadores de quinua con fines de comercialización al mercado francés. Los términos se detallan a continuación:

### **⊕ Quinua:**

La palabra quinua no forma parte del diccionario de la Real Academia Española (RAE), que sí acepta, en cambio, la noción quinua. Este concepto, con origen en el quechua kínua, refiere a una planta cuyas semillas y hojas pueden comerse. (Diccionario RAE, on line)





**Ilustración 1: Recolector de quinua**

La *Chenopodium quinua*, tal es el nombre científico de la planta, es cultivada la región andina (Bolivia, Ecuador, Colombia, Argentina, Perú y Chile) y en los Estados Unidos. El mayor productor a nivel internacional, de acuerdo a diversas estadísticas, es Bolivia.

*“Los historiadores creen que la quinua estaba entre los alimentos más importantes para los pueblos precolombinos. Luego perdió popularidad en diversas regiones hasta que, en los últimos años, tuvo un resurgimiento.*

*Los aminoácidos presentes en los granos de quínoa hacen que se trate de un alimento muy interesante desde el aspecto nutricional. Pueden consumirse cocidos a la manera de cereal o en sopas, o hechos harina. Los granos de quinua, por otra parte, se emplean para producir bebidas alcohólicas a través de su fermentación.*

*Es importante tener en cuenta que, por la presencia de saponina, la quinua puede tener un sabor bastante amargo en ciertas preparaciones. Para evitar este sabor, es necesario eliminar dicha toxina mediante el lavado o pelando la semilla.*

*Los beneficios nutritivos de la quinua han hecho que incluso la Organización de las Naciones Unidas (ONU) recomiende su ingesta. Hidratos de carbono como el almidón, proteínas de diferente tipo, vitaminas y minerales forman parte de estos granos que, en contrapartida, tienen un bajo nivel de grasa.” (Definición de Quinoa <http://definicion.de/quinoa/>)*



**Ilustración 2**

### ⊕ **Tipología de internacionalización**

Una empresa puede seguir tres formas para cruzar las fronteras nacionales, puede ir desde la exportación, pasando por la relación contractual con el exterior hasta la inversión externa.

Estas formas de internacionalización tienen un enfoque de alianzas estratégicas, cuyo objetivo es lograr un crecimiento significativo de la empresa que se traduzca en un crecimiento de su valor económico en el futuro:

- ⊕ **Exportación.** Es la forma más común para internacionalizarse ya que requiere de una inversión baja en relación con las otras formas.
- ⊕ **Exportación indirecta.** Se la realiza por intermedio de una tercera persona, que es en realidad la que está exportando.
- ⊕ **Exportación directa.** La propia empresa es responsable y se encarga de

la gestión de exportación en su totalidad, tanto en el país de origen como en el de destino.

Relación contractual con el exterior. Consiste en la cesión de determinados derechos a otra empresa, la cual se encuentra ubicada en un tercer país.

Exportación con representante en el exterior. Existe un contrato con una empresa importadora y distribuidora, ubicada en el país de destino.

Licencias al exterior. Permiso que la empresa concede a otra entidad ubicada en un tercer país para la realización de determinadas actividades, procesos o productos, según los términos de la licencia.

Franquicias al exterior. Derecho que se entrega a una empresa ubicada en un tercer país con la finalidad de que ésta inicie determinadas actividades, teniendo bajo su responsabilidad la marca y otros aspectos estratégicos del producto o procesos franquiciados.

Contratos de fabricación en el exterior. Una empresa entrega el derecho a fabricar y vender en un tercer país sus propios productos a otra a través de la subcontratación.

Contratos de gestión en el exterior. Una empresa entrega la gestión de su actividad empresarial a otra empresa ubicada en otro país, de acuerdo con las propias condiciones y obligaciones del contrato.

Inversión externa. Implica la inversión de grandes cantidades de dinero en los países de destino.

Oficina de representación en el exterior. Es una extensión de la propia empresa en el mercado de un tercer país, se requiere inversiones necesarias para su constitución y el desarrollo de sus actividades.

*Joint-venture* en el exterior. Acuerdos entre dos o más empresas, en los cuales cada una mantiene su independencia, con la finalidad de crear una nueva organización en un tercer país distinto a la de las entidades matrices.

Consortios en el exterior. Implican dos o más empresas que mantienen un contrato de *joint-venture* en el exterior, llevan contratos de gran envergadura y de inversiones altas.

Inversión directa en el exterior. Una empresa hace una inversión directa en otro país ya sea para adquirir una empresa ya existente o constituye una nueva.

### ⊕ **Asociatividad**

*“Es un mecanismo de cooperación entre empresas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común.”*

Los modelos asociativos no son nuevos. En muchos lugares del mundo, e incluso en algunos sectores muy específicos de nuestro país, son desde hace años una filosofía de hacer negocios. Sin embargo, en nuestro país, no es algo común.

Esto se debe en gran parte a dos cuestiones: la falta de incentivo por parte del Estado la falta de cultura de cooperación existente en la mayoría de las PYMES.

Algunos organismos, como veremos más adelante, tanto estatales como no gubernamentales, han comenzado a proponer e incentivar el agrupamiento de las empresas, pero para lograr definitivamente la inserción de este modelo en nuestra economía, es necesario un cambio cultural mayor.

## **Características**

La asociatividad es un mecanismo de cooperación típico de las pequeñas empresas. Las más grandes recurren a alianzas estratégicas que generalmente se concretan entre dos actores, y no existe, por lo tanto, el carácter colectivo de la asociatividad.

Algunas de las principales características de los modelos asociativos son:

- ⊕ Su incorporación es voluntaria: ninguna empresa es forzada a integrar un grupo, sino que lo hace cuando tiene la convicción de que puede generarle oportunidades de crecer y mejorar.

No excluyen a ninguna empresa por el mercado en el cual operan: estos modelos son aplicables a cualquier tipo de empresa, sin importar a qué industria pertenecen. Según el tipo de asociatividad que se adopte, puede estar enfocado a un determinado rubro o incorporar socios de actividades diversas.

Se mantiene la autonomía general de las empresas: no se trata de un joint venture en el cual las decisiones de cada participante están en función de las necesidades de las demás. En el caso de los grupos asociativos, cada empresa mantiene su autonomía, y decide qué hacer con los beneficios que obtiene del proyecto.

Puede adoptar distintas modalidades, tanto organizacionales como jurídicas.

## **Tipos de asociatividad**

La asociatividad puede adoptar diversas modalidades, dependiendo del objetivo por el cual se produce. Cada modalidad implica diversas formas de participación de los actores y genera mayores o menores responsabilidades.

## **Subcontratación**

Son relaciones verticales, entre los distintos eslabones de la cadena de valor. En muchos casos, se trata de pequeñas o medianas empresas que orientan su producción a clientes grandes.

### **Alianzas Estratégicas**

Son relaciones horizontales, entre empresas que compiten en el mercado, pero que se unen y cooperan en ciertas actividades, como pueden ser investigación y desarrollo, compras, comercialización, etc.

### **Distritos Industriales**

Son aglomeraciones regionales de un número de empresas de una rama de la industria que se complementan mutuamente y cooperan de manera intensiva para fortalecer la competitividad de la aglomeración.

### **Núcleos Empresariales**

Son equipos de trabajo formados por empresarios del mismo rubro o de rubros diferentes con problemas a superar en común, que se unen para compartir experiencias y buscar soluciones en conjunto.

### **Redes de Servicios**

Son grupos de personas de una misma profesión pero con diferentes especialidades, o un conjunto de instituciones que organizan un equipo de trabajo interdisciplinario para cubrir integralmente las necesidades de potenciales clientes.

### **Pools de compra**

Son grupos de empresas que necesitan adquirir productos o servicios similares y se reúnen con el objeto de aumentar el poder de negociación frente a los proveedores.

## **Grupos de exportación**

Varias empresas de un mismo sector se agrupan para encarar juntas un proyecto de exportación y cuentan con un coordinador que las va guiando en el trazado de una estrategia que le permita al grupo colocar sus productos en el exterior. En general, se logra reducir costos en aspectos que van desde el armado del proyecto exportador y el acceso a la información sobre mercados hasta la promoción y la comercialización. También les posibilita a los integrantes del grupo mejorar la oferta, tener un mayor poder de negociación y armar una imagen comercial fuerte frente a sus clientes.

## **2.5 MARCO LEGAL**

Los asociados para realizar la exportación deberán revisar el marco legal que permite la exportación certificadas desde origen. El proyecto se basará en el código orgánico de la producción e inversiones (COPCI), especialmente en los siguientes artículos:

LIBRO IV DE COMERCIO EXTERIOR SUS ÓRGANOS DE CONTROL E INSTRUMENTOS TÍTULOS I ART. 71.- Institucionalidad.- El organismo que aprobará las políticas públicas nacionales en materia política comercial, será un cuerpo colegiado de carácter intersectorial público, encargado de la regulación de todos los asuntos y procesos vinculados a esta materia, que se denominara Comité de Comercio Exterior (COMEX), y que estar compuesto por titulares o delegados de las siguientes instituciones: a. El Ministerio rector de la política de comercio exterior;

b. El Ministerio rector de política agrícola;

c. El Ministerio rector de la política industrial;

d. El Ministerio a cargo de coordinar el desarrollo productivo;

e. El Ministerio a cargo de coordinar la política económica;

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

#### TITULO IV.

##### Del Fomento y la Promoción de las Exportaciones.

Art. 93.- Fomento de la exportación.- El estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismo de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de lo contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno: a. Acceso a los programas de preferencia arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables o que gocen de dichos beneficios;

b. Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuesto pagados por la importación de insumos y materia prima incorporados a productos que se exporten, de conformidad con lo establecido de este Código;

c. Derecho acogerse a los regímenes especiales aduaneros, con suspensión del pago de derechos Arancelarios e impuesto a la importación y recargo aplicables de naturaleza tributaria de mercancía destinada a la exportación, de conformidad con lo establecido en el libro V de este Código;



d. Asistencia o facilitación financiera prevista en los programas generales o sectoriales que se establezcan de acuerdo al programa nacional de desarrollo;

e. Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcio o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de la exportaciones, impulsada por el Gobierno nacional; y,

f. Derecho a acceder a los incentivos a la inversión productiva previsto en el presente Código y de normas pertinentes.

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

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

POLITICAS INSTITUCIONALES:

- ⊕ Liderar la ejecución de propuesta y políticas en materia de Comercio Exterior e Inversiones, dando cumplimiento a lo establecido LEXI y aprovechar las capacidades institucionales del país procurando sistematizarla y fortalecerlas.
  
- ⊕ Establecer mecanismo de apoyo para el desarrollo de las exportaciones de producto no tradicionales, mediante la entrega de incentivo tecnológicos, promocionales y económicos.
  
- ⊕ Brindar asesoría en capacitación e información en las áreas de sus competencia, para liderar las negociaciones comerciales internacionales.

- ⊕ Apoyar al desarrollo competitivo de las pequeñas, medianas empresas microempresa y artesanía incorporando elementos innovadores que permita mejorar las condiciones de su comercialización en el exterior.
- ⊕ Esta entidad con sus políticas institucionales para el desarrollo del comercio internacional permitirá por nuestro proyecto se enfoque en nuestra meta propuesta que es la llegar al mercado internacional brindando excelente calidad y precio para llegar a ser más competitivo.

## INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACIONES AGROPECUARIAS

(INIAP)

Investiga, genera adapta, promueve y difunde conocimiento y tecnologías adecuada a la demandas de la cadena agro-productivas a fin de propender el desarrollo sustentable y competitivo del sector y contribuir al bienestar de la sociedad ecuatoriana, misión que la cumplirá de forma directa o asociada con otras organizaciones públicas y privadas.

## INSTITUTO NACIONAL DE HIGIENE, MEDICINA TROPICAL REGISTRO Y CONTROL LEOPOLDO IZQUIETA PEREZ.

El proceso de registro y control sanitario cumple con la responsabilidad de preservar la salud de nuestra población garantizando la calidad integral de los productos que se aprueban para su consumo.

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

## INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN (INEN).

Se encarga de la elaboración de documentos normativos para precautelar la salud humana y el control de productos restringido a nivel mundial.

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

## SESA.

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

## SUS FUNCIONES SON LAS SIGUIENTES:

- ⊕ División de inspección, calificación y control cuarentenario.
- ⊕ Esta división se encarga de controlar la calidad sanitaria de productos agropecuarios para la comercialización interna y externa, establece los requisitos y resoluciones sanitarias agropecuarias para las importaciones y exportaciones de animales y vegetales, productos y subproductos de origen animal y vegetal.
- ⊕ División de acreditación Fito y Zoonosanitaria.
- ⊕ Es la encargada de establecer los mecanismos legales que posibiliten la acreditación de funciones y actividades delegables del sector privado.

- ⊕ El SESA en unión con el MAGAP constituye un apoyo en nuestro proyecto ya que brinda asesoramiento técnico y permite la obtención del certificado Fitosanitario de exportación.

#### FEDERACIÓN ECAUTORIANA DE EXPORTADORES (FEDEXPOR).

Los asociados de este proyecto podrían formar parte de la FEDEXPORT, misma que fue Fundada desde 1986, y representa a todos los exportadores a nivel nacional.

- ⊕ Entre sus principales funciones se encuentran:
- ⊕ Promoción comercial externa, fomento de la participación ecuatoriana en ferias y exposiciones .
- ⊕ Capacitación en negocio internacionales y acceso a mercados.
- ⊕ Políticas para mejorar el entorno macroeconómico del país”.
- ⊕

#### LEY DE SANIDAD VEGETAL.

Del Reglamento General de la ley de sanidad vegetal se tomara los principales artículos referente a las normas de exportación de materia vegetal así como la movilización del productos.

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

ART. 2 El Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria SESA, con el fin de conservar el buen estado fitosanitaria de los cultivo agrícolas del material de propagación y producto de consumo vegetal, deberá:

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

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

Establecer puesto de control fitosanitario en puertos, Aeropuertos y puesto de vigilancia en tierra en la fronteras del país en coordinación con las instituciones publicas y privadas vinculadas al sector agrícola.

## **2.6 MARCO METODOLÓGICO**

En este capítulo se presenta la metodología que permitió desarrollar la investigación. Se muestran aspectos como el tipo de investigación, las técnicas y procedimientos que fueron utilizados para llevar a cabo dicha investigación.

Esta investigación tiene como objetivo crear una Asociación de Exportadores en la parroquia Palmira con fines de exportación al mercado francés, por lo tanto la metodología a utilizarse en este caso debe de ser un diseño de investigación pre- experimental exploratoria. Al existir muy pocos estudios sobre cómo la asociatividad ayuda a los agricultores de esa zona, la investigación se vuelve muy general y de acercamiento a la realidad de los sujetos observados.

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Un diseño pre-experimental, según (Sampieri 2010) trata de un solo grupo cuyo grado de control es mínimo. Generalmente es útil como un primer acercamiento al problema de investigación en la realidad. Es decir para este caso será un solo grupo que son los productores de quinua que se juntarán en una sola asociación para poner en marcha un plan de exportación hacia el mercado francés que es uno de los mercados con un alto índice de consumo de quinua.

En la misma línea de investigación este tipo de diseño requiere un control mínimo por parte del investigador, es decir se escoge el grupo (variable independiente), se realiza una observación.

Se diagramaría de la siguiente manera:

RG O<sub>1</sub> X

Representación para el caso de investigación:

RG = Grupo de Productores de Quinua de la Parroquia Palmira.

O<sub>1</sub> = Observación previa a la creación de la asociación de exportadores

X = Propuesta Creación de la Asociación de Exportadores

### **3.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Para el desarrollo de la investigación se utilizará encuestas a los productores para conocer de manera general su opinión sobre la probabilidad de crear una asociación de productores de quinua con fines de exportación en la Parroquia Palmira.

### **3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA**

Los sujetos de investigación serán los productores asociados en Corporación de Productores Agropecuarios y Comercialización de la parroquia Palmira, cantón Guamote, provincia de Chimborazo, Zona 3, que agrupa a 33 productores.

Al tratarse de una población con un número limitado de productores, por ser una población pequeña, se utilizará a todos los 33 intervinientes en la actividad.

### 3.4 MODELO DE LA ENCUESTA

#### ENCUESTA A PRODUCTORES DE QUINUA DE LA PARROQUIA PALMIRA

<b>1. DATOS GENERALES (Información de la Organización que responde el formulario)</b>	
1.1. <b>Sexo.</b> Marque con una x una de las siguientes categorías:  ( ) Masculino                      ( ) Femenino	
<b>2. EDAD</b>	<b>Marque con una x una de las siguientes opciones:</b>
( ) 15 - 20 ( ) 20 - 30 ( ) 30 - 40 ( ) 40 - 50 ( ) 50 o más	
<b>3. ¿ES UD ORIUNDO DE LA PARROQUIA PALMIRA?</b>	
( ) 1. Si ( ) 2. No	
<b>4. ¿CUÁNTOS AÑOS LLEVA UD COMO PRODUCTOR AGRÍCOLA?</b>	
( ) 1 – 5 años ( ) 5 - 10 años ( ) 10 – 15 años ( ) 15 – 20 años ( ) Más de 20 años	
<b>5. PRODUCCIÓN: ¿PRODUCE UD QUINUA?:</b>	
( ) 1. Si ( ) 2. No	



<p><b>5.1. ¿CUÁNTOS AÑOS LLEVA USTED PRODUCIENDO QUINUA?</b></p> <p>( ) 1 – 5 años  ( ) 5 - 10 años  ( ) 10 – 15 años  ( ) 15 – 20 años  ( ) Más de 20 años</p>
<p><b>5.2. ¿POR QUÉ ENTRÓ USTED AL NEGOCIO DE LA QUINUA?</b></p> <p>( ) Porque es de corto ciclo (siembra y cosecha)  ( ) Es el cultivo de la zona  ( ) Saberes Ancestrales  ( ) Por su alta demanda nacional  ( ) Porque se vende a buen precio</p>
<p><b>5.3. ¿QUIÉNES SON SUS MAYORES COMPRADORES ?</b></p> <p>( ) Fundaciones cercanas a la parroquia  ( ) Empresas que venden al exterior  ( ) Otros productores  ( ) Clientes locales  ( ) No vende, es para autoconsumo</p>
<p><b>5.4.¿CUÁL ES SU GANANCIA APROXIMADA POR LA VENTA DEL QUINTAL DE QUINUA ?</b></p> <p>( ) 100%  ( ) 50%  ( ) 25%  ( ) 10%</p>
<p><b>5.4. ¿CONOCE USTED QUE ES UNA ASOCIACIÓN?</b></p> <p>( ) SI  ( ) NO</p>
<p><b>5.5 ¿CONOCE USTED QUE A PARTIR DE UNA ASOCIACIÓN PUEDE VENDER SUS PRODUCTOS AL EXTRANJERO SIN INTERMEDARIOS?</b></p> <p>( ) 1. Si  ( ) 2. No</p>
<p><b>5.6. ¿LE GUSTARÍA FORMAR PARTE DE UNA ASOCIACIÓN PARA REALIZAR VENTAS DE QUINUA AL EXTERIOR?</b></p> <p>( ) Si  ( ) No</p>

### 3.5 ANÁLISIS DE DATOS

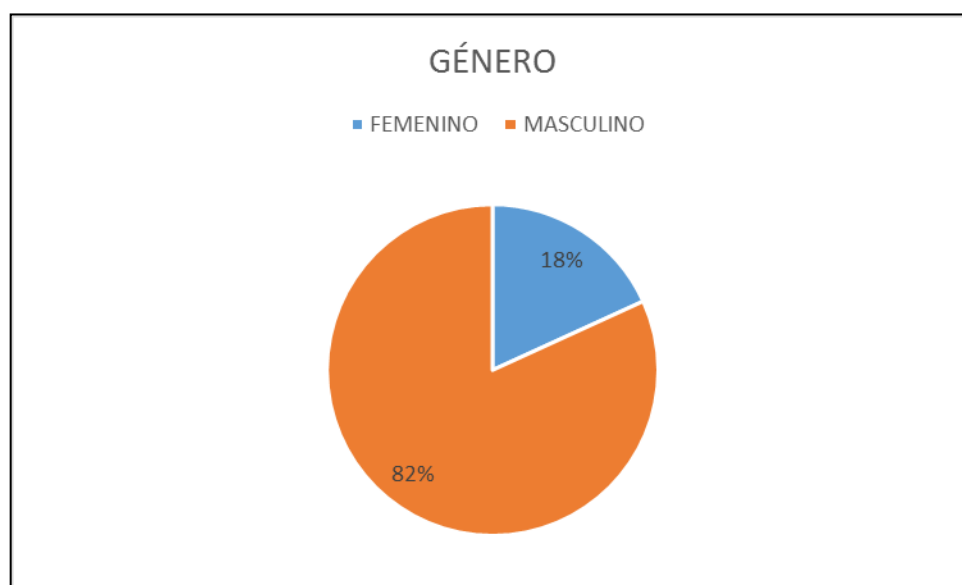
A continuación se presentan los análisis de datos derivados de la encuesta realizada a los productores de la parroquia Palmira. Se encuestaron a 33 productores, a los que se le consultaron datos generales sobre producción y conocimiento de asociatividad para la producción.

### 3.6 TABULACIÓN DE DATOS

A continuación la composición de géneros de los encuestados

GÉNERO	CANTIDAD DE PERSONAS ENCUESTADAS
MASCULINO	26
FEMENINO	6

#### 1. Género de los Agricultores



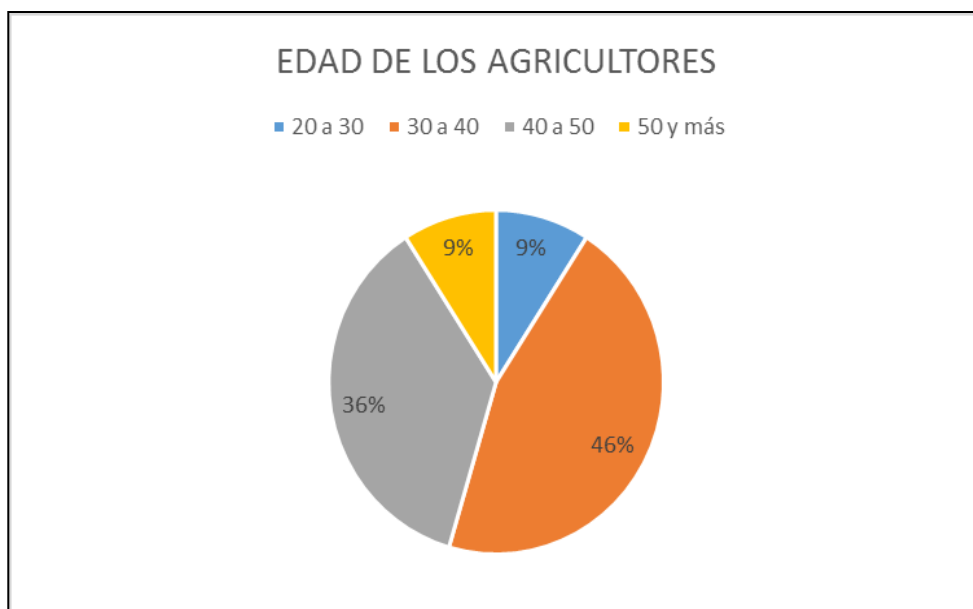
**Gráfico 1**

**Fuente:** Encuesta a productores de la parroquia Palmira

**Elaboración:** Julio César Caviedes Salvatierra

Del universo encuestado, se notó que el 18% de los encuestados son de género femenino y el 82% son de género masculino.

## 2. Edad



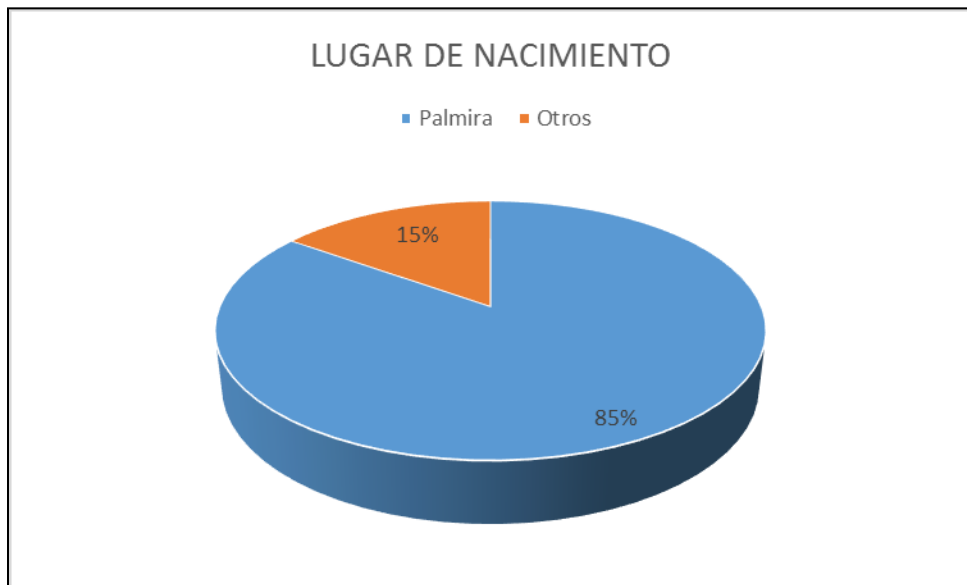
**Gráfico 2**

**Fuente:** Encuesta a productores de la parroquia Palmira

**Elaboración:** Julio César Caviedes Salvatierra

Del universo encuestado, se notó que un 9% de los encuestados están entre 20-30 años, el 46% están en el rango de 30 a 40 años, el 36% están en el rango de 40 a 50 años y un 9% se encuentran en el rango de 50 y más años.

### 3. Lugar de Nacimiento



**Gráfico 3**

**Fuente:** Encuesta a productores de la parroquia Palmira

**Elaboración:** Julio César Caviedes Salvatierra

Del universo encuestado, se notó que el 85% de los encuestados son de nacidos en la parroquia Palmira y 15% son de los alrededores de la parroquia.

#### 4. Razones para estar al negocio de la quinua

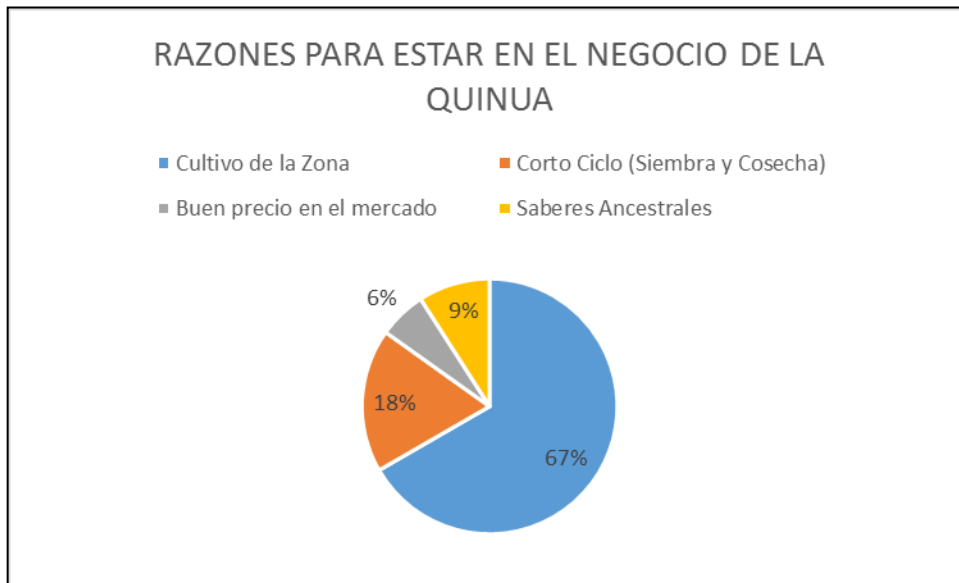


Gráfico 4

**Fuente:** Encuesta a productores de la parroquia Palmira

**Elaboración:** Julio César Caviedes Salvatierra

Del universo encuestado, se notó que un 9% de los encuestados están en el negocio de la quinua porque son saberes ancestrales, el 6% ingresaron al negocio de la quinua porque les atrae el precio de venta, el 18% de los encuestados consideraron estar en este negocio porque hay un buen precio de mercado, y el 67% indica que es el cultivo de la zona.

5. ¿Cuáles son los mayores compradores?

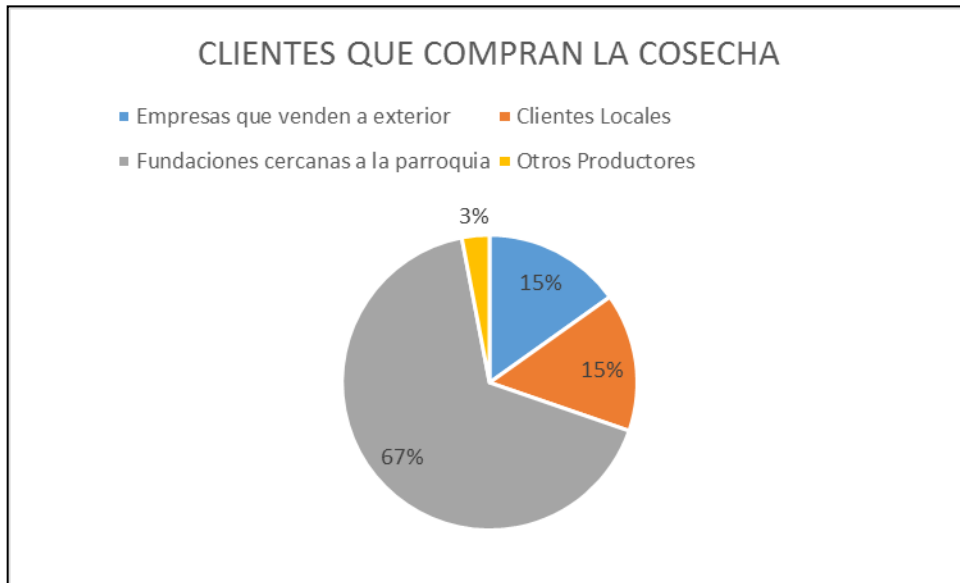


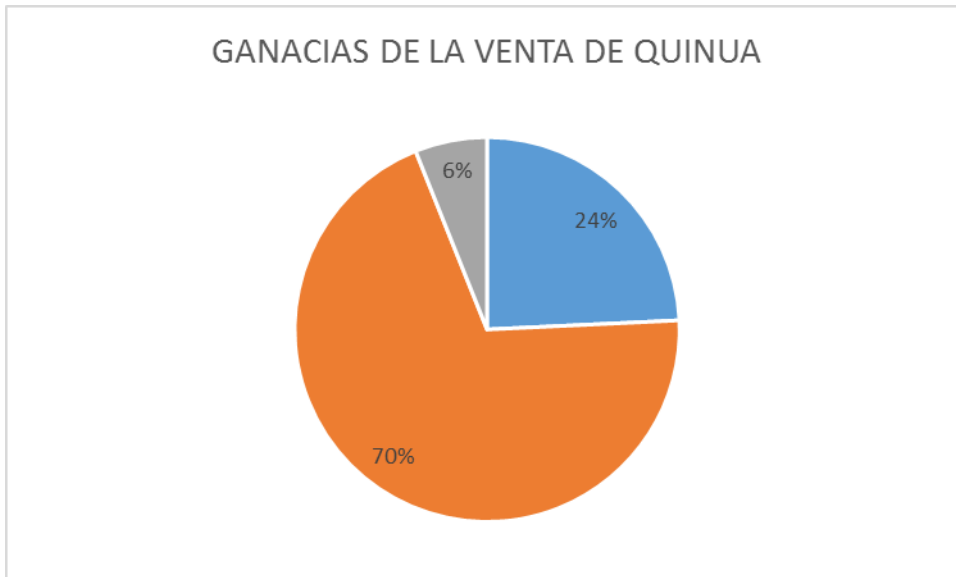
Gráfico 5

**Fuente:** Encuesta a productores de la parroquia Palmira

**Elaboración:** Julio César Caviedes Salvatierra

Del universo encuestado, aseguraron que los mayores compradores de la producción son las fundaciones que se encuentran cerca de la parroquia que sería el 67% de los casos, en pesos iguales las empresas que venden al exterior y los clientes locales con el 15% de los casos y un 3% otros productores.

6. ¿Cuál es la ganancia de la venta de quinua?



**Gráfico 6**

**Fuente:** Encuesta a productores de la parroquia Palmira

**Elaboración:** Julio César Caviedes Salvatierra

Del universo encuestado, se notó que el 70% de los encuestados dicen que sus ganancias aproximadas son de un 50%, el 24% dicen que son de un 25% y el 6% restante indican que son del 100%.

7. ¿Conoce usted, qué es una asociación?



Gráfico 7

**Fuente:** Encuesta a productores de la parroquia Palmira

**Elaboración:** Julio César Caviedes Salvatierra

Del universo encuestado, se notó que el 88% de los encuestados indican que conocen que es una asociación y el 12% desconocen de qué se trata.



8. ¿Conoce usted que a partir de una asociación puede vender sus productos al extranjero sin intermediarios?



Gráfico 8

**Fuente:** Encuesta a productores de la parroquia Palmira

**Elaboración:** Julio César Caviedes Salvatierra

Del universo encuestado, se notó que el 85% de los encuestados indican que conocen que es posible hacerlo y el 15% desconocen de que se trata.

9. ¿Le gustaría formar parte de una asociación para realizar ventas directas al exterior?



Gráfico 9

**Fuente:** Encuesta a productores de la parroquia Palmira

**Elaboración:** Julio César Caviedes Salvatierra

Del universo encuestado, se notó que el 94% de los encuestados indican que conocen que es posible hacerlo y el 6% no desean asociarse.

#### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL ESTUDIO DE CAMPO

Después de realizar la investigación primaria se puede concluir lo siguiente:

- ⊕ Los productores encuestados están conscientes de que la zona se encuentra motivada para continuar la producción de quinua, razón por la cual muchos dejaron otros tipos de cultivo y se dedican a la producción de quinua.

- ⊕ Las ganancias que perciben los agricultores oscilan entre el 25% y el 50% cuando realizan sus ventas. Pero están muy optimistas y conscientes de que estas podrían ser más estables o incrementarse.
- ⊕ Son productores que han dedicado en buena medida muchos años a la producción de la quinua, pero no ha sido sino hasta hace 7 años atrás que se empieza el boom productivo del mismo.
- ⊕ Muchos desean asociarse para poder competir y estar más organizados.

Las recomendaciones para este grupo serán las siguientes:

- ⊕ Los productores de quinua de la Parroquia Palmira, deben de asociarse para que puedan organizarse de manera que puedan formar una agrupación con personería jurídica a fin de poder ingresar a los mercados internacionales.
- ⊕ Establecer alianzas estratégicas entre productores para ser un grupo fortalecido y que pueda proponer precios en el mercado.
- ⊕ Se recomienda buscar ingresar la producción al mercado francés, por ser muy apetecido y la explotación de ese mercado por parte del Ecuador aún está en su génesis.
- ⊕ Incluir prácticas de comercio justo para que en el mercado europeo tenga la acogida esperada, tal como lo recomienda también PROEcuador en su boletín de la venta de quinua del Ecuador al mundo.
- ⊕ Una vez asociados buscar la asesoría técnica que ofrece hoy en día PROEcuador para fortalecer la exportación de la quinua.

## **CAPITULO IV**

### **PROPUESTA**

#### **4.1 CREACIÓN DE UNA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE QUINUA DE LA PARROQUIA PALMIRA, PROVINCIA DEL CHIMBORAZO.**

“Los pequeños emprendedores, particularmente en el ámbito rural, tienden a actuar de manera individual a la hora de producir o comercializar. Pero cuando logran articularse con otros actores del sistema, sean productores similares a ellos o transformadores, comerciantes e intermediarios, se habla de procesos de asociatividad”. (Enfoques de Asociatividad entre Actores del Sistema Productivo: Conceptos, Casos Reales y Metodologías, CONCOPE, 2013)

Esta es una de las razones por las cuales se realiza una en primera instancia para los productores de la parroquia Palmira, para puedan asociarse con el fin de tener una representación organizada en el mercado local primeramente y luego poder presentarse al exterior. La Ley de Economía Social y Solidaria explica cuáles son las formas de organización en el Título II de la Economía Popular y Solidaria:

“Título II De la Economía Popular y Solidaria Capítulo I

De las Formas de Organización de la Economía Popular y Solidaria

Art. 8.- Formas de Organización.- Para efectos de la presente Ley, integran la Economía Popular y Solidaria las organizaciones conformadas en los Sectores Comunitarios, Asociativos y Cooperativistas, así como también las Unidades Económicas Populares.

Art. 9.- Personalidad Jurídica.- Las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria se constituirán como personas jurídicas, previo el cumplimiento de los requisitos que contemplará el Reglamento de la presente Ley.

La personalidad jurídica se otorgará mediante acto administrativo del Superintendente que se inscribirá en el Registro Público respectivo.

Las organizaciones en el ejercicio de sus derechos y obligaciones actuarán a su nombre y no a nombre de sus socios.” (Ley de Economía Social y Solidaria, Artículos 8 y 9 pág 18 – 19).

La ley ampara este tipo de asociatividad y explica que una vez creada la organización de Economía Popular y Solidaria deberá tener personería jurídica para empezar sus actividades, es importante que los asociados sepan que el hecho de estar asociados no les quita su independencia productiva, los estatutos que se creen para la asociación, son exclusivamente para esta actividad.

Una vez asociados deben los productores buscar apoyo técnico de entidades estatales que se encuentran direccionando a pequeños emprendedores que desean asociarse y llevar delante actividades de exportación, estos apoyos estarán más o menos encaminados a estos esfuerzos:

- ⊕ Asistencia técnica a los funcionarios provinciales de las áreas de fomento productivo en la selección de cadenas.
- ⊕ Organización de ruedas de negocios entre gobiernos provinciales y empresas ancla.
- ⊕ Procesos de transferencia metodológica (Value-Links y otros paquetes metodológicos como los impulsados por Ruralter). (CONCOPE, 2013)

Es importante señalar que esta propuesta también tiene sustento en las estrategias que el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) -aprobado en octubre de 2010 plantea al respecto de la figura de apoyo a los grupos de emprendedores que buscan crear cadenas productivas de manera equitativa: “la definición de estrategias participativas de apoyo a la producción y el fortalecimiento de las cadenas productivas con un enfoque de equidad” (Art. 135).

### **ESTRATEGIAS A UTILIZARSE:**

Primero, los asociados deberán darse a conocer en el entorno local, como se demuestra en el siguiente esquema de CIRCUITO ALTERNATIVO DE CICLO CORTO que es un sistema de producción-comercialización-consumo solidario basado en principios de sostenibilidad ambiental, donde se reduce la presencia de intermediarios, se prioriza el beneficio para pequeños productores y consumidores, se valoran las tradiciones y se contribuye a la soberanía alimentaria. (Concope, 2013).

## MODELO DE CIRCUITO ALTERNATIVO DE CICLO CORTO PARA EL DESARROLLO LOCAL

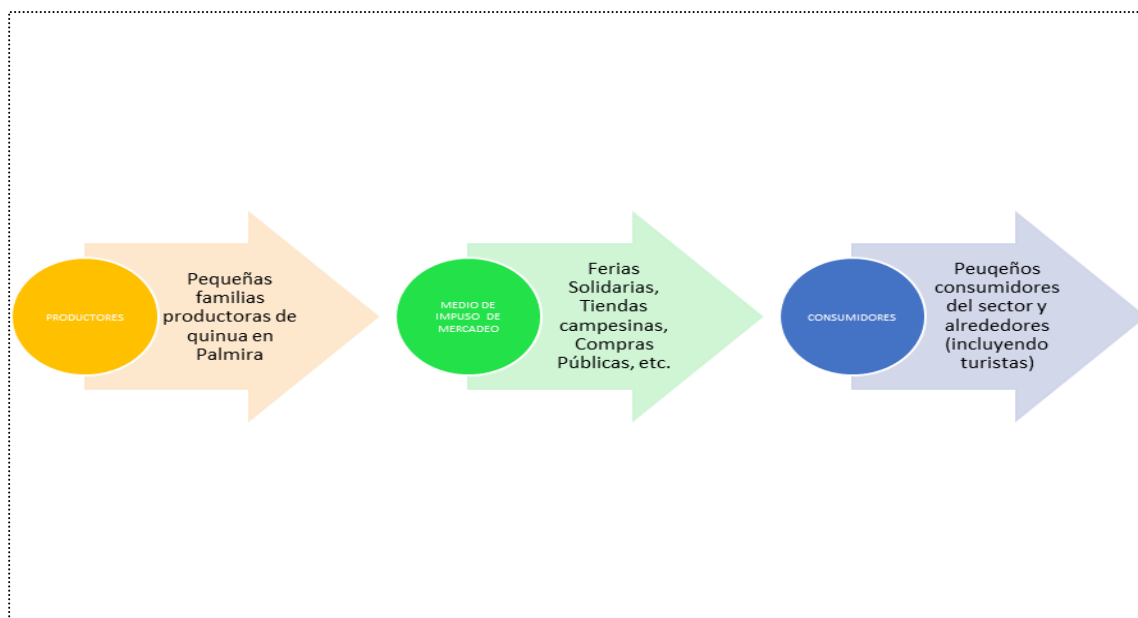


Gráfico 10

**Fuente:** CONCOPE

**Elaboración:** Julio César Caviedes Salvatierra

### EJEMPLIFICACIÓN DE FUNCIONAMIENTO:

Un ejemplo de circuito alternativo corto sería el del grupo de pequeños productores de quinua de la comunidad que forman parte de una asociación y que de recibir apoyo del MAGAP venderían directamente sus productos en una feria alimentaria, sin pasar por intermediarios, a la que acuden los consumidores directos de la ciudad más cercana. Sus objetivos a través de estas ventas son: lograr un mejor precio al no tener que pasar por intermediarios, consolidar la soberanía alimentaria de sus familias a través de la mejora de sus ingresos, buscar su autonomía y empoderamiento, favorecer la sostenibilidad socio-económica-ambiental, incrementar las relaciones sociales campo-ciudad, preservar sus patrimonios culturales e impulsar prácticas de calidad.

Un ejemplo de circuito alternativo corto es el caso de un grupo de pequeños productores de hortalizas orgánicas de una comunidad que forman parte de una asociación que recibe apoyo del MAGAP y que venden directamente sus productos en una feria alimentaria, sin pasar por intermediarios, a la que acuden los consumidores directos de la ciudad más cercana. Sus objetivos a través de estas ventas son: lograr un mejor precio al no tener que pasar por intermediarios, consolidar la soberanía alimentaria de sus familias a través de la mejora de sus ingresos, buscar su autonomía y empoderamiento, favorecer la sostenibilidad socio-económica-ambiental, incrementar las relaciones sociales campo-ciudad, preservar sus patrimonios culturales e impulsar prácticas de calidad.

Luego de que los asociados cumplan con la estrategia de darse a conocer localmente, su siguiente paso para la internacionalización es buscar realizar un proceso integrador de decisiones entre los asociados sobre cómo, cuándo y a dónde van a exportar y qué estrategias facilitarían el establecimiento de relaciones comerciales estables y con tendencia al crecimiento en los mercados exteriores.

Este proceso tienen un componente de alta implicación y proyección internacional, en la que lo primero que pone a prueba es el su capacidad de compromiso de abrirse a nuevos mercados que son cambiantes y sobre los cuales no podría tener mediación alguna.

Este no es un proceso fácil y requiere de contratar un guía externo que permita explicar a los asociados que es un proyecto a largo plazo y de qué tipo de acciones se deben de tomar con el fin de penetrar a los mercados internacionales. Así mismo los futuros asociados deberán recibir capacitación en estos procesos que en la actualidad el gobierno nacional facilita a través del MAGAP y de PROECUADOR.



La internacionalización es una estrategia que para que funcione como se ha dicho en párrafos anteriores requiere de un compromiso por parte de sus asociados, para que se pueda integrar y evidenciar los siguientes niveles tradicionales de cualquier emprendimiento:

- ⊕ Corporativo. Decisión sobre dónde va a competir la empresa, es decir, una decisión de ampliar geográficamente el campo de actividad de la empresa; como: entrar en nuevos mercados, crecer, mantenerse o retirarse con el producto actual.
- ⊕ Negocio. Decisión sobre cómo competir a nivel internacional para conseguir el éxito en los mercados extranjeros, es decir, son decisiones para alcanzar las metas de un negocio.
- ⊕ Funcional. Decisión sobre cómo maximizar la productividad de los recursos dentro de cada área funcional, el efecto en las prácticas de recursos humanos, las políticas financieras, las estrategias de marketing, etc., que se van a ver fuertemente condicionadas por la expansión internacional de la empresa.

## **4.2 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA**

Los objetivos que propondrá la asociación de productores de quinua, serán los siguientes:

- ⊕ Aprovechar las oportunidades productivas que tendría la producción de quinua, que en la actualidad se encuentra apoyada por planes de instituciones estatales.
- ⊕ Explotación de economías de escala para lograr eficiencia a través de la obtención del tamaño mínimo eficiente, a través de los mismos asociados y de esa manera aprovechar la capacidad de producción y reducir los costos de producción.

### 4.3 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

El modelo de asociatividad surge como uno de los mecanismos de cooperación que busca la creación de valor a través de las economías de escala. Debido a que los productores por separado son pequeños hace difícil la incorporación de tecnología para la producción, así mismo tiene poco acceso al mercado de la información, entre otros recursos claves para el desarrollo.

Es allí donde entra la asociatividad con sus estrategias colectivas y voluntarias a tratar de alcanzar niveles de competitividad que le permita llegar al cumplimiento de sus metas.

Esta se caracteriza por los siguientes puntos:

- Independencia jurídica de los participantes
- Autonomía gerencial de cada una de las empresas

Tal como lo expresa (Liendo y Martínez, 2011) que con el objeto de aprovechar y potenciar las fortalezas de cada uno de los integrantes, el modelo asociativo posibilita desarrollar proyectos más eficientes, minimizando los riesgos individuales. “Las empresas asociadas, generalmente, mediante la implementación de acciones conjuntas mejoran la competitividad e incrementan la producción a través de alianzas entre los distintos agentes que interactúan en el mercado incrementando las oportunidades de crecimiento individual y colectivo” (Liendo Mónica, Martínez Adriana; Sextas Jornadas "Investigaciones en la Facultad" de Ciencias Económicas y Estadística, noviembre de 2001).

En la siguiente tabla se demostrará las fases, etapas y beneficios de la asociatividad.

LA CREACIÓN DE VALOR Y LA ASOCIATIVIDAD

Tabla 4. FASES Y ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN EN ASOCIATIVIDAD

FASES	ETAPAS	BENEFICIOS
<p><b>Primera: Diseño del producto / servicio</b></p>	<p>Investigación que lleva a una innovación</p> <p>Innovación que puede requerir la elaboración de pruebas (mercado local)</p> <p>Diseño del producto.</p>	<p>Permite la explotación colectiva de oportunidades y habilidades de las empresas individuales que puede dar excelentes resultados en las PYME.</p>
<p><b>Segunda Fase: Producción (A)</b></p>	<p><b>Alrededor del producto:</b></p> <p>Componentes</p> <p>Volúmenes de Producción</p>	<p>Permite la elaboración conjunta de algunos componentes que individualmente las empresas no lo puedan fabricar por diversas razones; o, para comprar esos componentes a un proveedor ya establecido.</p> <p>A través de esta modalidad pequeñas empresas pueden agregar sus capacidades de producción individuales y satisfacer un volumen grande de productos.</p>
	<p>Ingreso de Recursos</p>	<p>Adquisición, control de</p>

<b>Segunda Fase: Producción (B)</b>	Transformación	<p>calidad o tratamientos especiales de la materia prima.</p> <p>Entorno a servicios básicos que generalmente se necesitan en todas las plantas; capacitación al personal sobre el manejo de equipos y maquinarias; estandarización del proceso.</p>
	Salida de Productos Finales	<p>En la Inspección del producto final, especialmente cuando para ello se requiere equipos costosos y análisis especializados.</p>
<b>Tercera Fase: Comercialización (A)</b>	Investigación de Mercados	<p>Permite un manejo más directo y confidencial que si lo realizan a través de terceros o alianza estratégica.</p>

<b>Tercera Fase: Comercialización (B)</b>	Recepción de solicitudes (pedidos)  Despacho de Mercancía  Transporte de Mercancía	Una debilidad frecuente de las PYME es la falta de coordinación y poca eficiencia en la entrega de los despachos y pedidos más aún si los puntos de entrega están dispersos en una extensa área geográfica o fuera del país de origen
<b>Cuarta Fase: Análisis y Seguimiento Post- Venta</b>	Servicio Post- Venta	Tiene un rango de acción amplio ya que permite alcanzar economías de escala y favorece a las empresas para entrar a los mercados

**Elaboración:** Julio César Caviades Salvatierra

**Fuente:** Sextas Jornadas "Investigaciones en la Facultad" de Ciencias Económicas y Estadística, noviembre de 2001

El proceso de asociación y exportación para los pequeños productores no es fácil pero es una alternativa acertada que puede ayudar a competir a niveles mayores, no solo localmente sino internacionalmente.

Se recomienda seguir los pasos antes mencionados para poder unir todos estos esfuerzos a los que ya se encuentran gestándose en este sector productivo.

#### **4.4 ESTUDIO TÉCNICO DEL DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

Mediante un estudio técnico, se podrá realizar un análisis preliminar de las capacidades con las que debe contar la asociación para su puesta en marcha, tal como lo explica (Marcial, 2006) El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿cuánto, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea éste un bien o un servicio.

Este estudio permitirá cuantificar el monto de la inversión, costos operacionales e identificar el proceso productivo más adecuado, localización adecuada, mano de obra, recursos materiales, tanto para la etapa de inicio como la operación del proyecto.

El tamaño del proyecto debe de ser medido por el número de unidades que se producen al año, en el caso de esta asociación será la cantidad de producto (sacos) obtenidos en cada ciclo agrícola.

##### **LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

La localización de la asociación de productores de Quinoa de la parroquia Palmira, será en la parroquia que lleva su mismo nombre, ya que se encuentra cerca de la planta procesadora de Quinoa ya que contribuir a ese trabajo, el MAGAP entregó un centro de mecanización agrícola, que consta de dos tractores, arados y aperos, al igual que 5 motocultores, todo por un monto que bordea los noventa mil dólares.

**Ilustración 3 ENTREGA DE TRACTORES PARA EL CENTRO DE MECANIZACIÓN**



**Ilustración 4 TRACTOR Y ARADOS PARA LOS PRODUCTORES ASOCIADOS**



En la misma parroquia el MAGAP tiene proyectado invertir a mediano plazo en un centro de acopio con una inversión de \$ 110 mil, así cuando esté listo el sembrío para la cosecha, dar un tratamiento adecuado del grano para que a su vez este pueda ser comercializado en óptimas condiciones. El objetivo es mejorar las condiciones sociales y económicas de las personas de la parroquia Palmira.

Para determinar de manera preliminar si la localización es la correcta se realizó una valoración de factores mediante el Método Cualitativo por Puntos, asignados los valores de calificación del en escala de 1- 10; y se procedió a la ponderación.

**Tabla 5 VALORACIÓN POR PONDERACIÓN CUALITATIVA DE FACTORES**

FACTOR DE EVALUACIÓN	PESO	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3	
		IMBABURA		BOLÍVAR		CHIMBORAZO	
		Calificación*	Ponderación	Calificación*	Ponderación	Calificación*	Ponderación
<b>PRODUCCIÓN</b>							
Materia Prima	0,10	5	0,50	5	0,50	7	0,7
Mano de Obra Disponible	0,10	4	0,40	4	0,40	4	0,4
Terreno	0,20	3	0,60	3	0,60	6	1,2
Servicios Básicos	0,10	4	0,40	4	0,40	4	0,4
<b>MOVILIZACIÓN DE PRODUCCIÓN</b>							
Vías Terrestres	0,20	5	1,00	5	1,00	5	1
Cercanía a Puertos de Embarque	0,20	2	0,40	6	1,20	4	0,8
<b>OTROS</b>							
Clima	0,10	4	0,40	4	0,40	4	0,4
<b>TOTAL:</b>	<b>1,00</b>		<b>3,70</b>		<b>4,50</b>		<b>4,9</b>

Elaboración: Julio César Caviedes Salvatierra

De acuerdo a la ponderación realizada entre tres provincias, Chimborazo por los factores de obtención de materia prima se y terrenos para la producción, es la más adecuada para la realización del proyecto.



## DISEÑO TÉCNICO DE LA ASOCIACIÓN

En atención al apoyo que los productores asociados recibirán del estado, su proyección técnica debe estar enfocada a la creación de una oficina de atención a los asociados para capacitaciones, manejo de almacenaje de los sacos de quinua, coordinación de transporte de carga hasta el puerto de embarque en Guayaquil y posterior coordinación de arribo a puerto y entrega a cliente Carrefour en Francia.

### ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE QUINUA DE LA PARROQUIA PALMIRA

A continuación se muestra el organigrama funcional para los asociados:



## PROCESO DE SELECCIÓN Y CLASIFICACIÓN DEL GRANO DE QUINUA

Cuando la quinua que ha sido previamente recolectada se la lleva al centro de mecanización donde se mide la humedad, que de acuerdo a los informes técnicos su mejor nivel es hasta el 12%, y se revisa la posible aparición de hongos en el grano. Luego se procede al secado de la quinua que puede ser al sol o con la máquina Secadora de Túnel Continuo que el MAGAP conseguirá a los productores para la segunda fase del programa de producción.

Luego se procede al proceso de selección y clasificación del grano que según norma INEN para la selección de granos de primera se utiliza un tamiz de 1.8mm de diámetro y para quinua de segunda se utiliza un tamiz de 1.2mm de diámetro, el peso varía entre 1.9 y 4.3 gramos por cada millar de granos.

## EMPAQUE, EMBALAJE Y ALMACENAMIENTO

Después de la selección y clasificación del producto se lo recoge manualmente con la ayuda de palas manuales y se lo empaca en sacos de polipropileno, estos sacos deben ser nuevos pueden ser de 25 kilos o 50 kilos c/u pero en este caso será de 25 kilos para facilitar la manipulación del producto ya que irán sueltos dentro del contenedor. Al momento del sellado se lo hará manualmente teniendo cuidado de no contaminar el producto.

## TRANSPORTE DE MERCANCÍA

Para el transporte se utilizará contenedores de 20 en vista de las restricciones sobre el peso ya que para un contenedor de 20 pies se puede transportar hasta 20 toneladas.

#### **4.5 INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO**

“El marco financiero permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generará y la manera como se financiará” (Padilla, 2006)

Los asociados tienen una ventaja en cuanto al tema de inversión, en vista de que la maquinaria para la siembra y recolección ha sido financiada por el MAGAP a través de programas de reactivación agrícola para la zona.

Por lo tanto los asociados deberán preocuparse de los gastos de implementación y constitución de su asociación, para poder trabajar con sus socios externos.

En este caso los asociados de acuerdo a los asociados deberán pactar una cantidad única para dar inicio a las actividades de la asociación, que se conocería como el capital de trabajo.

A continuación el desglose aproximado de costos que deberán incurrir los asociados para el desarrollo de sus actividades comerciales:

ACTIVOS FIJOS DE OFICINA

Tabla 6 COSTOS DE MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	TOTAL
OFICINA	Alquiler Mensual	\$180	\$2160
MUEBLES DE OFICINA	Compra de tres escritorios tres sillas y una mesa de trabajo	\$1672	\$ 1672
IMPRESORA	Impresora/ copiadora	\$ 400	\$400
ARCHIVADORES	Dos archivadores aéreos	\$650	\$1300
SILLAS PLÁSTICAS	45 Sillas para reuniones y capacitaciones en asamblea general.	\$ 12	\$ 540
		<b>TOTAL:</b>	\$6072

## GASTOS DE ADECUACIÓN DE BODEGA EN CENTRO DE ACOPIO

**Tabla 7 COSTOS ADECUACIÓN DE BODEGA**

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	TOTAL
REPISAS PARA ALMACENAR PRODUCTO	6 Repisas para el almacenaje de productos.	\$40	\$240
PALLETS PARA ENTREGA DE PRODUCTO TERMINADO	80 Pallets para la transportación de producto	\$10	\$ 80
		<b>TOTAL</b>	<b>\$320</b>

### GASTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN

Asesoría Legal:	\$ 200
Constitución de la Asociación:	\$1200
Gastos Administrativos de Constitución:	<u>\$ 300</u>
<b>TOTAL:</b>	<b>\$1700</b>

## GASTOS ADMINISTRATIVOS

**Tabla 8 GASTOS ADMINISTRATIVOS**

CONCEPTO	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MANO DE OBRA DIRECTA	3 trabajadores; pago sueldo básico	\$354	\$ 12.744
INSUMOS	Insumos para el proceso productivo (por cosecha 2 veces al año)	\$ 2415	\$4.830
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIAS	Gasto por mantenimiento de maquinaria, cada 6 meses.	\$700	\$1.400
AGENTES DE ADUANA	Agente de aduana para trámites de exportación. (2 veces al año trámite)	\$ 300	\$600
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	Dos trabajadores de oficina.	\$354	\$8.496
GASTOS ADMINISTRATIVOS DE EXPORTACIÓN	\$2000 por salida (2 veces al año)	\$2000	\$4.000
GASTOS DE TRANSPORTE	Flete de transporte terrestre salida del almacén de Palmira al Puerto de Guayquil (2 salidas al año)	\$1600	\$1.600
		<b>TOTAL</b>	<b>\$33.670</b>

El Financiamiento del proyecto consta de dos fuentes una interna que son las aportaciones de los asociados y una externa que será un préstamo multisectorial otorgado por la Corporación Financiera Nacional (Ver Tabla #9).

El préstamo será destinado para la adquisición de los activos fijos y parte del financiamiento de los gastos de operación y comercialización. La necesidad de capital asciende a \$41.762.

Se sugiere que los asociados aporten con el 25% del total de la necesidad del capital, para poner en marcha la primera etapa del proyecto, este aporte equivaldría a la aportación equitativa de los 33 asociados de \$316, 39 estos sumarían \$10.441 del total del capital.

Con lo anterior, el préstamo a la Corporación Financiera Nacional (CFN) será de \$31.321, que de acuerdo a la Normativa sobre Operaciones se clasifica en Cultivo de Cereales y Otros Cultivos NCP, es financiable.

Realizando el simulador del crédito para el monto de capital de \$31.321 la CFN permite hacer el pago hasta en 1080 días (3años) con cuotas de \$974,51 cada una.

Tal como se muestra en la tabla del Simulador de Crédito de la Corporación Financiera Nacional.



Tabla 9 Simulador de Crédito.

Cuota	Fecha_Pago	Saldo_Capital	Capital	Interes	Valor_Cuota	Tasa_Interes
1	12/23/2015	31,321.00	765.73	225.02	990.75	9
2	1/22/2016	30,555.27	771.23	219.52	990.75	9
3	2/21/2016	29,784.04	776.77	213.98	990.75	9
4	3/22/2016	29,007.27	782.35	208.40	990.75	9
5	4/21/2016	28,224.92	787.98	202.77	990.75	9
6	5/21/2016	27,436.94	793.64	197.11	990.75	9
7	6/20/2016	26,643.30	799.34	191.41	990.75	9
8	7/20/2016	25,843.96	805.08	185.67	990.75	9
9	8/19/2016	25,038.88	810.86	179.89	990.75	9
10	9/18/2016	24,228.02	816.69	174.06	990.75	9
11	10/18/2016	23,411.33	822.56	168.19	990.75	9
12	11/17/2016	22,588.77	828.47	162.28	990.75	9
13	12/17/2016	21,760.30	834.42	156.33	990.75	9
14	1/16/2017	20,925.88	840.41	150.34	990.75	9
15	2/15/2017	20,085.47	846.45	144.30	990.75	9
16	3/17/2017	19,239.02	852.53	138.22	990.75	9
17	4/16/2017	18,386.49	858.66	132.09	990.75	9
18	5/16/2017	17,527.83	864.83	125.92	990.75	9
19	6/15/2017	16,663.00	871.04	119.71	990.75	9
20	7/15/2017	15,791.96	877.30	113.45	990.75	9
21	8/14/2017	14,914.66	883.60	107.15	990.75	9
22	9/13/2017	14,031.06	889.95	100.80	990.75	9
23	10/13/2017	13,141.11	896.34	94.41	990.75	9
24	11/12/2017	12,244.77	902.78	87.97	990.75	9
25	12/12/2017	11,341.99	909.27	81.48	990.75	9
26	1/11/2018	10,432.72	915.80	74.95	990.75	9
27	2/10/2018	9,516.92	922.38	68.37	990.75	9
28	3/12/2018	8,594.54	929.00	61.75	990.75	9
29	4/11/2018	7,665.54	935.68	55.07	990.75	9
30	5/11/2018	6,729.86	942.40	48.35	990.75	9
31	6/10/2018	5,787.46	949.17	41.58	990.75	9
32	7/10/2018	4,838.29	955.99	34.76	990.75	9
33	8/9/2018	3,882.30	962.86	27.89	990.75	9
34	9/8/2018	2,919.44	969.78	20.97	990.75	9
35	10/8/2018	1,949.66	976.74	14.01	990.75	9
36	11/7/2018	972.92	972.92	6.99	979.91	9
	TOTAL:		31,321.00	4,335.16	35,656.16	

Fuente: Corporación Financiera Nacional

<https://ibanking.cfn.fin.ec/SimulatorServiceWebSite/CreditSimulator.aspx>



### INGRESOS POR VENTAS

Se sugiere de acuerdo a la capacidad instalada y precios de mercado internacional que se prevean ventas de 200 quintales de quinua al mercado francés por cada salida. Para determinar los ingresos se realizará un breve cuadro de costos de producción de quinua.

**Tabla 10 COSTO DE PRODUCCIÓN QUNUA POR HECTÁREA**

<b>ACTIVIDADES/ PRODUCTOS</b>	<b>UNIDAD</b>
COSTOS DIRECTOS	
PREPARACIÓN DEL TERRENO	\$105
MANO DE OBRA	\$588
INSUMOS	\$183
SUBTOTAL COSTOS DIRECTOS	\$876
COSTOS INDIRECTOS	\$261
TOTAL DE COSTOS (CD+ CI)	\$1137,32

**Fuente:** MAGAP – Coordinación General del Sistema de Información Nacional

**Elaboración:** Julio César Caviedes Salvatierra

Se estima que por cosecha de 1 hectárea de quinua salen 30 qq por ha, conociendo la cantidad de producción, el costo de cada quintal de quinua es de \$37,91 aproximadamente. A este costo hay que añadir el valor de transporte de Palmira a Guayaquil, el costo de los trámites aduaneros y el de agente de aduanas, en total un costo de \$51,91 cada quintal.

Teniendo en cuenta los costos de producción, se revisará la el estimado de ventas de quinua al mercado francés.

El proceso de producción previamente descrito, hace que la estimación de exportación de quinua sea realizada en dos ciclos en el año, esto quiere decir que por cada envío al exterior se empacarán 200 quintales a un precio de acuerdo a los datos de precios de venta de quinua en dicho mercado se encuentra en un rango de entre \$100 y \$200. Se sugiere que por ser su primer ingreso al mercado proyecte estimaciones con un precio de venta internacional de \$100.

Los costos e ingresos quedarían de la siguiente manera:

<b>VENTAS AL COMPRADOR DE QUINUA</b>	<b>COSTOS DE 200 QUINTALES</b>	<b>INGRESO TOTAL</b>
\$20.000 (200qq de quinua vendidos)	\$10.382 (200qq de quinua)	<b>\$9618</b>

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LA PROPUESTA

### CONCLUSIONES:

- ⊕ A partir de la revisión de pre factibilidad, de costos de producción y posibles cantidades de ventas se puede concluir que el proyecto puede tener una factibilidad positiva.
- ⊕ En vista del apoyo que reciben los asociados por parte de programas gubernamentales se podría prever un crecimiento en esta área de producción no solo como materia prima para la exportación, sino también como productos con valor agregado.
- ⊕ Generando esos ingresos, será posible sostener el proyecto de asociatividad, con miras a incrementar ventas y destinos al mediano y largo plazo. Acotando que los programas sociales de incentivos productivos aún están vigentes y pueden seguir apoyando a los asociados a llevar a buen término sus planes.

## RECOMENDACIONES:

- ⊕ Se recomienda que los asociados insistan en la opción de estar legamente constituidos y puedan aprovechar los beneficios del centro de mecanización agrícola que poseen actualmente.
- ⊕ También se recomienda a los asociados que una vez que se hayan convertido en personas jurídicas puedan hacer alianzas con socios externos que ayuden a apuntalar el proyecto.

## BIBLIOGRAFÍA:

- ⊕ Plan Nacional del Buen Vivir, objetivo 10.5 Fortalecer la economía popular y solidaria –EPS–, y las micro, pequeñas y medianas empresas –Mipymes– en la estructura productiva. Pág., 302
- ⊕ Plan Nacional del Buen Vivir, pág. 303
- ⊕ Boletín Banco Nacional del Fomento Economía Activa Rural de la Provincia de Chimborazo.
- ⊕ Informe FAO 2013 sobre la quinua, palabras del Director General sobre el valor nutricional de la quinua
- ⊕ Informe Asociación ALADI y FAO: “Tendencias y Perspectivas del Comercio Internacional de Quinua” pág. 7, 8, 9,10.
- ⊕ Informe Asociación ALADI y FAO: “Tendencias y Perspectivas del Comercio Internacional de Quinua” pág. 17, 18, 19.
- ⊕ Enfoques de Asociatividad entre Actores del Sistema Productivo: Conceptos, Casos Reales y Metodologías © IICA y CONCOPE, Quito, 2011 Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura y el Consorcio de Consejos Provinciales del Ecuador, Hernando Riveros, Margarita Baquero, Adriana Lucio-Paredes, Lautaro Andrade, Wolfgang Demenus, Carlos Jácome y Mauricio Jerez
- ⊕ Universidad Andina Simón Bolívar, Asociatividad Empresarial como estrategia para la internacionalización de la PYME. Pag.24.
- ⊕ Iguera Mariela, Asociatividad PYMES. Pag.2-7
- ⊕ Sextas Jornadas "Investigaciones en la Facultad" de Ciencias Económicas y Estadística, noviembre de 2001
- ⊕ Padilla, M. C. (2006). Formulación y Evaluación de Proyectos. En M. C. Padilla. Bogotá D.C: Ecoe Ediciones.
- ⊕ PROECUADOR. (2013 ). *BOLETIN PROECUADOR* , 18.
- ⊕ Sampieri, R. (2010). Metodología de la Investigación . México: Mc Graw Hill.

S

## INVITACIÓN DE PROECUADOR A CAPACITACIÓN A PRODUCTORES DE QUINUA



**Estudio**  
**Producto mercado del sector de**  
**QUINUA**



El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR, lo invita a participar en la Difusión sobre el “Estudio producto mercado del sector de Quinoa”.

**DIRIGIDO A:**  
Empresas exportadoras y con potencial exportador

**AGENDA**  
10h00 - 10h15: Registro de participantes  
10h15 - 11h00: Socialización del Estudio Quinoa en Canadá a cargo de la Especialista Mayra Floril  
11h00 - 12h00: Socialización del Estudio Quinoa en Países Bajos a cargo de la Especialista Paola Grandes

**RIOBAMBA**  
**Lugar:** Teatrino del Museo de la Ciudad. Dir. Primera Constituyente entre 5 de Junio y Eugenio Espejo.  
**Fecha:** 17 de diciembre de 2014  
**Hora:** 10:00 a 12:00

**Contacto Riobamba:**  
Narcisca Farinango  
nfarinango@proecuador.gob.ec  
Teléfono: (593) 03 2413667

 Ministerio de Comercio Exterior   Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal RIOBAMBA

[www.proecuador.gob.ec](http://www.proecuador.gob.ec) @Pro\_Ecuador PRO ECUADOR

Impulso a los productores de Quinoa.

## PRODUCTOS DE FUNDACIONES EXPORTADORAS DE QUINUA



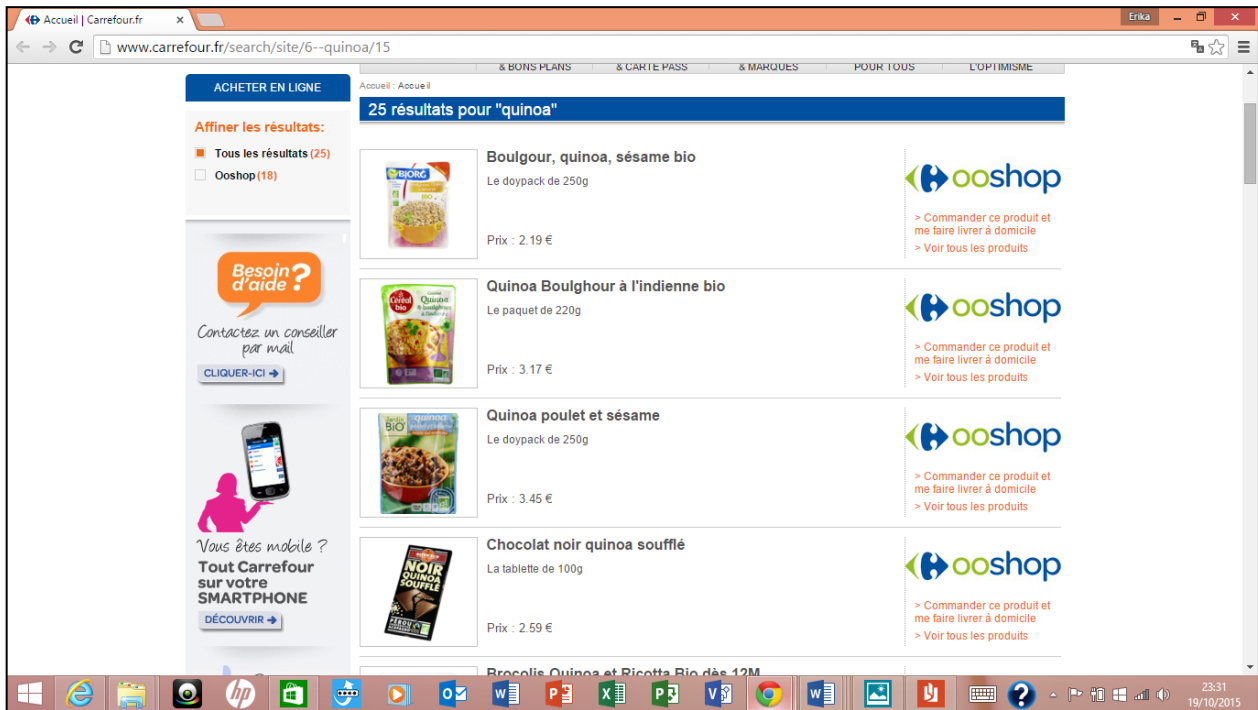
Este consorcio fue creado por iniciativa de Pro Ecuador, organismo adscrito al Ministerio de Comercio Exterior, se conformó el Consorcio Ecuatoriano de Exportadores de Quinoa, cuyo lanzamiento oficial se realizó el 12 de marzo del 2013 con la participación de 5 empresas productoras y exportadoras de este grano andino y de productos con valor agregado: Fundamyf (Fundación Mujer y Familia Andina), Maquita MCCH, Cereales Andinos, Rogetore & Franco y Urcupac.







## DEMANDA DE QUINUA POR EL GRUPO CARREFOUR EN FRANCIA



Una de las cadenas de supermercados en Francia es Carrefour, y esta vende quinoa procesada y re-etiquetada dentro de la Unión Europea.

FOTOS DE INVESTIGACIÓN DE CAMPO:



PRODUCTORES RECIBIENDO CAPACITACIÓN POR MAGAP



Se organizó una feria y capacitación con productores de quinua de la Zona 3 por parte del MAGAP, para dar a conocer las bondades del producto y su potencial de venta.