

**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TÍTULO**

**ANÁLISIS CUALITATIVO DEL MERCADO ALEMÁN PARA LA  
EXPORTACIÓN DE QUINUA ECUATORIANA.**

**AUTORES**

**Robinson Villegas Jimmy Eduardo**

**Montalván Fernández Víctor Javier**

**Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de:  
INGENIERO COMERCIAL**

**TUTOR**

**ECON. JORGE AUGUSTO MALDONADO CERVANTES, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**2016**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por Jimmy Eduardo Robinson Villegas y Víctor Javier Montalván Fernández, como requerimiento para la obtención del Título de Ingeniero Comercial.

**TUTOR**

---

**Econ. Jorge Augusto Maldonado Cervantes, Mgs.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. Georgina Balladares Calderón, Mgs.**

**Guayaquil, Marzo del 2016**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Nosotros, Jimmy Eduardo Robinson Villegas Y

Víctor Javier Montalván Fernández

**DECLARAMOS QUE**

El Trabajo de Titulación “**Análisis cualitativo del mercado Alemán para la exportación de Quinua ecuatoriana**” previo a la obtención del Título **de Ingeniero Comercial**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, **nos responsabilizamos** del contenido, veracidad y alcance del trabajo de Titulación de tipo **Práctico** referido.

**Guayaquil, Marzo del 2016**

**LOS AUTORES**

---

**Jimmy Eduardo Robinson Villegas**

**Víctor Javier Montalván Fernández**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORIZACIÓN**

Nosotros, Jimmy Eduardo Robinson Villegas Y

Víctor Javier Montalván Fernández

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la Biblioteca de la Institución del Trabajo de Titulación “**Análisis cualitativo del mercado Alemán para la exportación de Quinoa ecuatoriana**” cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, Marzo del 2016**

**LOS AUTORES**

---

**Jimmy Eduardo Robinson Villegas    Víctor Javier Montalván Fernández**

## **AGRADECIMIENTO**

Primero le agradezco a Dios por darme una nueva oportunidad de vida, para poder superar esos malos momentos que fueron muy difíciles no solamente para mí sino también para mi familia, por eso sé que él tiene algo planeado para mí y este es uno de los pasos que debo dar para lograr muchas cosas más en mi vida.

A mis padres Mónica y Jimmy, que por este largo tiempo me han brindado su apoyo incondicional, que gracias a su sacrificio y esfuerzo me pudieron dar la oportunidad de poder estudiar en esta universidad, por enseñarme a que todo se puede alcanzar en la vida y que solamente depende de mí, aprender a valorar lo que tengo para poder algún día ser el pilar de mis hermanas, cuando ellos no estén.

A mi tía Katia, quien ha sido mi segunda madre que siempre ha estado ahí, en los buenos y malos momentos que me ha tocado vivir, tratándome como un hijo más y siempre aconsejándome para hacer las cosas bien.

A los docentes de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil por su paciencia, sus exigencias y por brindarme sus conocimientos que me han ayudado para poder emplearlos en el campo personal y laboral.

**Jimmy Eduardo Robinson Villegas**

## **AGRADECIMIENTO**

A todas las personas que siempre confiaron en mí y nunca me dieron la espalda.

**Víctor Javier Montalván Fernández**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de titulación a mis padres, en especial a mi Madre quien ha sido pieza clave de este éxito que he conseguido, por brindarme sus consejos, por darme aliento cuando las cosas no han salido bien y por ser la persona incondicional que aunque muchas veces le fallé siempre ha estado ahí, a mis hermanas y a mi pequeño sobrino a quienes quiero mucho y espero logren muchos éxitos en lo largo de su vida.

**Jimmy Eduardo Robinson Villegas**

## **DEDICATORIA**

Se lo dedico a mi madre que durante años ha sido el soporte más importante en mi vida, a mi padre adoptivo que aunque está delicado de salud será testigo de otra meta de vida que voy a cumplir y a la familia Delgado que desde mi nacimiento ha sido la figura familiar que todo niño necesita al adoptarme.

**Víctor Javier Montalván Fernández**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CONTENIDO .....	IX
ÍNDICE DE TABLAS .....	XII
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	XIII
INDICE DE FIGURAS.....	XIV
INDICE DE ESQUEMAS .....	XV
RESUMEN.....	XVI
ABSTRACT .....	XVII
INTRODUCCIÓN.....	1
JUSTIFICACIÓN.....	2
OBJETIVO GENERAL.....	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	4
MARCO TEÒRICO .....	5
Teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith: .....	6
Teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo.....	6
Teoría de Hecksher-Ohlin.....	7
Teoría del ciclo de vida del producto .....	8
Procesos de compra:.....	9
Participación en ferias internacionales: .....	10
Uso del Comercio Electrónico como canal de comercialización: .....	10
MARCO CONCEPTUAL.....	14
MARCO METODOLÓGICO.....	16
MARCO LEGAL ECUATORIANO.....	18
Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones: .....	18
MARCO LEGAL REPUBLICA FEDERAL ALEMANA.....	19
CAPITULO 1.....	20
1. ANALISIS DE PRODUCTO MERCADO .....	20
1.1.1. ANTECEDENTES DEL PRODUCTO .....	20
1.1.2. DESCRIPCION DEL PRODUCTO.....	26
1.1.3. CARACTERÍSTICA DE LA QUINUA .....	27
1.1.4. VARIEDADES DE QUINUA EN NUESTRO MEDIO .....	29
1.1.5. USOS QUE SE LE PUEDE DAR A LA QUINUA.....	30

1.1.6. LUGARES EN DONDE SE PRODUCE LA QUINUA EN EL ECUADOR .....	31
1.2. CADENA DE VALOR QUE TIENE LA QUINUA.....	36
1.3. ANÁLISIS DE MERCADO.....	38
1.3.1 DESTINOS ACTUALES DE EXPORTACION.....	38
1.4. BARRERAS ARANCELARIAS.....	39
1.5. BARRERAS NO ARANCELARIAS .....	41
1.5.1. Requisitos sanitarios / fitosanitarios:.....	41
1.5.2. Requisitos Técnicos:.....	42
1.5.3. Requisitos de embalaje y etiquetado: .....	42
1.6. BALANZA COMERCIAL ECUADOR-ALEMANIA.....	45
1.7. ANALISIS DE LA COMPETENCIA .....	48
1.7.1. PERU.....	50
1.7.2. BOLIVIA.....	53
1.7.3. EXPORTACIONES DE BOLIVIA Y PERU. ....	55
Capítulo 2 .....	57
2. ANALISIS DEL MERCADO-PAÍS DESTINO.....	57
2.1. La Tendencia del Mercado Alemán.....	57
2.1.1. El Perfil del Consumidor Alemán .....	57
2.1.2. Hábitos de Consumo .....	58
2.2. Antecedentes de mercado .....	60
2.3. Importaciones de quinua hacia Alemania.....	61
2.4. Variedades y productos importados desde Alemania.....	64
2.5. Quinua Orgánica.....	65
2.6. Comercio Justo.....	66
2.7. Exportaciones Alemanas .....	67
2.8. Empresas Ecuatorianas que exportan Quinua.....	69
2.9. Empresas Alemanas que importan Quinua.....	71
3. CANAL DE DISTRIBUCIÓN .....	77
3.1. Canales de distribución de los importadores y distribuidores de la quinua.....	77
3.2. Canales de distribución importadores en Alemania.....	79
3.3. Principales Canales minoristas en Alemania.....	80
3.4. Principales Canales Mayoristas en Alemania:.....	81

3.5.	Principales importadores de quinua en el mercado Alemán.....	82
3.6.	Distribuidores de quinua .....	84
3.7.	Evolución de los precios .....	86
3.8.	Disponibilidad y entrega.....	87
3.8.1.	DDP – Entrega derechos pagados .....	88
3.8.2.	Pre-Venta y Post- Venta.....	90
3.8.3.	Relaciones con los clientes .....	90
3.8.4.	Proceso de compra .....	91
	CAPÍTULO IV - PERFIL LOGÍSTICO.....	92
4.1.	Datos generales acerca de Alemania .....	92
4.2.	Acceso Vía Marítima a Alemania desde el Ecuador.....	93
4.2.1.	Puertos Principales en Alemania fuente ProEcuador.....	93
4.2.2.	Líneas navieras que exportan productos a Alemania.....	94
4.3.	Acceso Vía aérea a Alemania desde el Ecuador .....	97
4.3.1.	Costos envío ruta marítima .....	99
4.4.	Vías Terrestres de Alemania.....	99
4.5.	Documentos para Aduana .....	101
4.6.	Incoterms que se van a usar .....	103
4.7.	Régimen de muestras.....	106
4.8.	Índice LPI de Alemania .....	107
4.9.	Empaque, embalaje y etiquetas .....	108
4.10.	Acuerdos comerciales.....	108
4.11.	Aranceles y preferencias.....	110
	CAPÍTULO V .....	111
	METODO DELPHI.....	111
Fase 1:	Formulación del problema .....	111
Fase 2:	Elección de expertos .....	112
Fase 3:	Elaboración y lanzamiento de los cuestionarios.....	113
Modelo de encuesta realizada:	.....	114
Fase 4:	Desarrollo práctico y exploración de resultados .....	116
	CONCLUSIONES .....	131
	BIBLIOGRAFIA.....	133
	ANEXOS .....	142

## ÍNDICE DE TABLAS

### Contenido

Tabla 1: Valores nutricionales en los granos de la quinua .....	21
Tabla 2: Cuadro comparativo de la quinua con otros grandes alimentos .....	24
Tabla 3: La Quinua Ecuatoriana .....	26
Tabla 4: Minerales dentro de la quinua representados en miligramos por cada 10 gramos.....	28
Tabla 5: Comparación de los perfiles de los aminoácidos esenciales frente a otros alimentos .....	29
Tabla 6: Variedades de quinua en el Ecuador y su respectivo rendimiento .	30
Tabla 7: Tipos de manejo de la quinua por provincias .....	32
Tabla 8: Procedimientos a seguir de acuerdo al tipo de quinua cultivada ....	33
Tabla 9: Subpartida Arancelarias para la Exportación de la Quinua. ....	40
Tabla 10: Comparación de datos comerciales entre Alemania y Ecuador....	46
Tabla 11: Exportaciones de Quinua Perú (2014-2015) .....	52
Tabla 12: Demanda y Abastos estimados de quinua Boliviana.....	54
Tabla 13: Principales Socios Comerciales de Alemania .....	61
Tabla 14: Importaciones Alemanas Quinua 2014. ....	62
Tabla 15: Principales exportaciones y destinos de Quinua Ecuatoriana .....	63
Tabla 16: Principales Productos Importados por Alemania desde el Mundo	64
Tabla 17: Componentes de la Quinua Orgánica .....	65
Tabla 18: Principales Productos Importados por Alemania desde el Mundo	68
Tabla 19: Obligaciones de derechos pagados de entrega. ....	89
Tabla 20: Tiempo de envío y costo por tipo de producto.....	93
Tabla 21: Índice de rendimiento logístico 2014 .....	107
Tabla 22: Ventajas para el Ecuador en el Marco de un Acuerdo Comercial con la Unión Europea (UE): .....	109
Tabla 23: Arancel Cobrado por Alemania a Ecuador de los productos que se exportan. ....	110

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

### Contenido

Gráfico 1: Empresas Especializadas en la Quinua .....	23
Gráfico 2: Proyecciones de Producción de Quinua 2015 Toneladas.....	35
Gráfico 3: Superficie Proyectada a la Siembra de Quinua 2015 en Hectáreas .....	36
Gráfico 4: Principales Destinos de las Exportaciones Ecuatorianas de la Quinua - % Participación, 2014.....	38
Gráfico 5: Proyecciones de producción y exportaciones regionales de Quinua.....	39
Gráfico 6: Notificaciones Ministerio Sanitario Fitosanitario presentada por la OMC.....	42
Gráfico 7: Evolución de la balanza comercial % PIB de países Alemania y Ecuador.....	47
Gráfico 8: Evolución de ranking del índice de competitividad global de Alemania y Ecuador.....	48
Gráfico 9: Producción de Quinua Perú-Bolivia-Ecuador periodo 2009-2013	49
Gráfico 10: Proyección de la demanda proyectada a nivel mundial .....	50
Gráfico 11: Principales destinos de exportaciones de Quinua Peruana 2015 .....	52
Gráfico 12: Exportación de Quinua Boliviana primer bimestre (2014-2015) .	54
Gráfico 13: Evolución de Exportaciones Perú y Bolivia.....	56
Gráfico 14: Hábitos de Consumo Alemán .....	59
Gráfico 15: Exportaciones de Alemania al Mundo .....	67
Gráfico 16: Precio Internacional de la Quinua Ecuatoriana .....	86

## INDICE DE FIGURAS

### Contenido

Imagen 1: Distribución Geográfica de la producción de Quinoa 2014 en el Ecuador .....	34
Imagen 2: Zonas agroecológicas potenciales de Producción de Quinoa en el Perú.....	51
Imagen 3: Empaque Quinoa Fundamy .....	69
Imagen 4: Envase compota Quinoa Kids Rogetore & Franco .....	69
Imagen 5: Empaque Quinoa Cereales andinos.....	70
Imagen 6: Empaque Maquina MCCH .....	70
Imagen 7: Empaque y presentaciones Quinoa Urcupac .....	70
Imagen 8: Empresas Alemanas abastecen Quinoa. ....	82
Imagen 9: Empaque de Venta de la Quinoa en Alemana - Bohlsener Muehle GmbH & Co. KG .....	82
Imagen 10: Empaque de Venta de la Quinoa en Alemana - Care Naturkost GmbH & Co. KG .....	83
Imagen 11: Empaque de Venta de la Quinoa en Alemana - Davert .....	83
Imagen 12: Empaque de Venta de la Quinoa en Alemana - Horst Bode Import-Export GmbH.....	83
Imagen 13: Empaque de Venta de la Quinoa en Alemana - Rapunzel .....	84
Imagen 14 Fuente: Empaque de Venta de la Quinoa en Alemana - Ziegler & Co. GmbH.....	84
Imagen 15: Proceso de exportación. ....	89
Imagen 16: Foto de la embarcación Hamburg Süd .....	95
Imagen 17: Foto de embarcación EVERGREEN .....	95
Imagen 18: Foto de embarcación Hapag-Lloyd .....	96
Imagen 19: Foto de embarcación MAERSK LINE .....	96
Imagen 20: Foto de embarcación CMA CGM .....	97
Imagen 21: KLM Cargo.....	98
Imagen 22: LAN Cargo .....	99
4.4. Vías Terrestres de Alemania.....	99
Imagen 23: Rutas de autopistas de Alemania.....	100
Imagen 24: Redes de Ferrocarriles en Alemania .....	101

## INDICE DE ESQUEMAS

### Contenido

Esquema 1: Funcionamiento de la cadena de valor de la quinua en Ecuador .....	37
Esquema 2: Tendencias de etiquetado para la exportación a Unión Europea .....	43
Esquema 3: Normas de calidad para exportar productos a la Unión Europea. ....	44
Esquema 4: Maneras de distribución .....	45
Esquema 5: Tipos de canales de distribución .....	78
Esquema 6: Estructura del comercio de la quinua en Alemania .....	80

## RESUMEN

El principal objetivo que se desea demostrar con esta tesis es que en el Ecuador hay muchos sectores productivos que no están siendo aprovechados de manera correcta, a diferente de otros países el Ecuador puede explotar otras cualidades que resultaran en beneficio directo para el sector productivo.

En este proyecto queremos resaltar las ventajas del mercado Alemán para la exportación de la quinua ecuatoriana, tomando en cuenta que la Quinua actualmente ha ganado importancia dentro del sector agrícola, teniendo ya presencia en algunos países del mundo, siendo necesario introducir políticas que impulsen la proyección de la exportación a nivel mundial.

Durante el análisis mostraremos datos estadísticos obtenidos de la investigación realizada en el Ecuador, los cuales sustentarán la hipótesis del potencial que representaría el mercado Alemán en la comercialización de este producto.

Este proyecto consta de cinco capítulos el mismo que busca analizar de manera cualitativa el mercado alemán, tomando en referencia el perfil del consumidor, los canales de distribución y la logística, que logren impulsar y fomentar la apertura en nuevos mercados.

Como una propuesta para fomentar el crecimiento del mercado de la Quinua, se procedió a realizar una encuesta basado en el método de Delphi el mismo que nos servirá para poder llegar a una conclusión en base a los puntos de vista de los expertos conocedores del tema y soportar la hipótesis planteada en este proyecto.

**Palabras Claves:** Quinua ecuatoriana, Análisis cualitativo, Quinua orgánica, Grano de Oro, Alemania, Método Delphi

## ABSTRACT

The main objective of this project focuses on Ecuador's' various productive sectors that are not being utilized properly, whereas the country still has immense potential to exploit other qualities resulting in direct benefits for the productive sector.

With the help of this project we want to highlight the advantages of exporting Ecuadorian Quinoa to the German market, considering that quinoa has gained significant importance within the agricultural sector. Quinoa is already being sold in many countries across the globe, however there is a dire need for the introduction of specific policies in order to promote the projection of Quinoa exports worldwide.

Research has been conducted in the entire country to gather relevant information and statistics that support the hypothesis of market potential to market Quinoa in Germany.

The project consists of five chapters, that primarily analyze the German market qualitatively, taking into reference the consumer profile, distribution channels as well as logistics that are able to promote and encourage the opening of new markets.

Based on the famous Delphi method, a well-structured communication technique, a proposal to encourage market growth of quinoa has been designed. This has helped us to draw a conclusion that is based on the views of experts' knowledge and feedback, which has been made, in several surveys to support the hypothesis of this project.

**Key Word:** Ecuadorian Quinoa, Qualitative Analysis, Organic Quinoa, Golden Grain, Germany, Delphi method



## INTRODUCCIÓN

La ubicación geográfica del territorio ecuatoriano permite que sea un país con las condiciones perfectas para la actividad agrícola. Podemos encontrar muchos productos dentro del Ecuador que están muy desarrollados así como también encontramos otros productos que no lo están, los cuales necesitan de una buena estrategia para su crecimiento y poder aprovechar de todos los recursos que nos ofrecen nuestras país.

Durante años el Ecuador ha sido un exportador de un número reducido de productos agrícolas a distintos países alrededor del mundo, principalmente a lugares en donde no cuentan con los factores principales para cultivar sus propios productos, formando acuerdos que benefician a ambas partes y ayudan con el fortalecimiento de uno de los pilares y crecimiento económico del Ecuador. El sector agrícola es un sector que necesita crecer desde nuestro punto de vista y darle paso a nuevos productos y estrategias para que sean el principal soporte económico del país.

El objetivo principal es comprobar si actualmente el Ecuador puede aumentar sus plantaciones de quinua para estimular un producto agrícola de nuestro país que no esté muy explotado y sea demandado alrededor del mundo como lo es la quinua un grano nutritivamente completo, teniendo en cuenta que dentro de los países productores y exportadores de quinua se encuentra el Ecuador como el tercer país que produce este grano en Latinoamérica y nuestro objetivo principal es poder exportar este producto al mercado alemán ubicado en el continente europeo.

Este producto se lo considera altamente nutritivo ya que contiene muchas proteínas, vitaminas y minerales, es considerado un alimento vegetal con un balance completo de aminoácidos que aportan benéficamente al cuerpo humano, tanto físico como intelectual y es de gran ayuda para las personas diabéticas porque es de gran ayuda para la

producción de insulina en el organismo. Actualmente en nuestro país el consumo de la quinua es bajo, esto se debe a la falta de conocimiento de sus componentes en los ecuatorianos, en cambio en otros lugares alrededor del mundo si existe la información completa de este alimento lo que lo hace atractivo para su consumo.

Este proyecto consta de cinco capítulos el mismo que busca analizar de manera cualitativa el mercado alemán, tomando en referencia el perfil del consumidor, los canales de distribución y la logística, que logren impulsar y fomentar la apertura en nuevos mercados.

Como una propuesta para fomentar el crecimiento del mercado de la Quinua, se procedió a realizar una encuesta basado en el método de Delphi el mismo que nos servirá para poder llegar a una conclusión en base a los puntos de vista de los expertos conocedores del tema y soportar la hipótesis planteada en este proyecto.

## **JUSTIFICACIÓN**

El proyecto de análisis cualitativo del mercado alemán para la exportación de la quinua se basa en comprobar si es posible el incremento de la producción de nuestro producto en el país, para buscar incentivar al gobierno ecuatoriano, con la finalidad de obtener con este producto mayores ingresos para el país y así buscar un aumento a la actual balanza comercial del Ecuador, esto se ve respaldado mediante el plan de mejoras competitivas y la edificación de un centro de acopio que ha implementado el estado ecuatoriano, estos factores han ocasionado que exista un mayor interés de los pequeños productores para fomentar su producción y a su vez le permite al país aumentar sus niveles de exportación.

Así mismo, las empresas nacionales exportadoras pudieran tener otro destino donde se pueda ofertar el producto que buscamos exportar, ya que el principal destino de las exportaciones de quinua en el Ecuador se realiza a Estados Unidos y Francia en Europa, lo que se busca con este proyecto es

comprobar si la quinua ecuatoriana puede aumentar su producción para poder exportarla a el mercado alemán para que, de esta forma aumenten las relaciones bilaterales comerciales y se logre fomentar las exportaciones al país europeo.

### **OBJETIVO GENERAL**

- Recopilar, analizar y realizar un estudio cualitativo de mercado para comprobar si es posible la exportación de la quinua ecuatoriana hacia un país europeo en este caso Alemania, y así poder hacer crecer un producto poco explotado en el país, que nos ayude económicamente siendo un pilar nuevo en la balanza comercial del Ecuador.

### **OBJETIVO ESPECIFICO**

- Diagnosticar el mercado de la quinua en el Ecuador para su exportación al exterior.
- Analizar los antecedentes, gustos y preferencias del país meta en este caso Alemania.
- Examinar los canales de distribución más convenientes para la exportación de quinua.
- Realizar un estudio de la mejor vía de envío de nuestro producto al país meta.
- Presentar un método adecuado para el análisis de opiniones de profesionales y llegar a una conclusión que nos demuestre si beneficia al país o no la exportación de la quinua ecuatoriana a Alemania.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El problema principal es encontrar la aceptación en el mercado alemán del producto que tenemos, la intención es aumentar su producción para luego exportarlo y este producto lo conocemos como la quinua ecuatoriana, basándonos en los datos obtenidos por fuentes que encontramos dentro del Ecuador y estas son: ProEcuador Y Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) entre otros, organismos que se encargan de brindar información sobre la situación comercial de los productos que se encuentran en la balanza comercial, también proporcionará datos que nos podrán indicar la aceptación que posee la quinua ecuatoriana mediante información estadística comparada con otros países donde actualmente se exporta este producto.

Los principales países que tienen como misión exportar la quinua al mercado Alemán son Bolivia y Perú, pero esta se realiza en su mayoría para la fabricación de productos o se envían como productos terminados, debido a esto podemos observar que existe un mercado potencial que no está abastecido lo suficiente de la materia prima requerida para luego transformarla a su conveniencia y a su vez se puede ofrecer otro tipo de producto de mejor calidad para que este llegue a tener una mayor acogida en el mercado meta y posteriormente aumentar las exportaciones que actualmente tiene el Ecuador hacia el país europeo que es de un 4%.

Se busca observar y analizar a los competidores directos que ya se encuentran más posesionados en este mercado internacional y poder encontrar los aspectos de relevancia que hacen que su producto sea bien visto y posteriormente poder implementar diferentes estrategias que nos permitan lograr expandir el mercado de la quinua ecuatoriana.

## MARCO TEÓRICO

Las nuevas estrategias de ProEcuador fomentan y establece un mayor acercamiento a los mercados internacionales, lo que busca es fortalecer el uso de diversas herramientas de inteligencia y recopilar información especializada de primera fuente, el objetivo está en proponer futuros desarrollos de productos que establezcan nuevas ofertas para identificar oportunidades comerciales. Ante la escasez de esta información especializada sobre el mercado de comercialización y distribución para los productos alimenticios basados en granos y cereales, ProEcuador ve conveniente realizar acciones de apertura comercial a favor de la oferta exportable nacional que sean de utilidad para el sector agricultor ecuatoriano y demás agentes económicos.

El termino comercio internacional es muy amplio debido a que abarca el flujo de relaciones comerciales internacionales que no hacen referencia a un país en específico, es decir el conjunto de transacciones comerciales y financieras de cualquier naturaleza que se realicen entre naciones. (biblio.juridicas.unam.mx).

El beneficio del comercio internacional permite que una nación logre contar con mayores cantidades de bienes que no pueden producirse en su territorio o que poseen una dotación escasa de recursos productivos. Mientras más óptima sea la relación comercial con el país productor mayor será el beneficio que obtendrá del comercio internacional en comparación con otro país. (Mendoza. S, Hernández, J & Pérez, J).

El comercio internacional maneja diversas teorías entre ellas las clásicas y las modernas las mismas que son empleadas por los diferentes países para realizar sus acuerdos comerciales y a su vez para fomentar el comercio internacional.

## **Teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith:**

Para explicar de una mejor forma esta teoría empecemos definiendo lo que es una ventaja absoluta: es la capacidad que posee un país para producir un bien sin recurrir al exceso de gastos en su producción.

Esta teoría se basa en establecer como cada país se busca especializar en producir diversos productos que tengan una ventaja absoluta, que posea un menor costo de producción por la mano de obra invertida con relación a los demás países. (Veletanga, G.).

Este principio busca que todos los países tengan beneficios a la hora de comercializar sus productos para con ello lograr un alto nivel de eficiencia internacional.

Según (Smith, 1776). Los tres pilares a trabajar sobre este análisis fueron:

1. El dinero era solamente usado para realizar cálculos pero no se tomaba en cuenta las diversas razones productivas sino netamente los intereses de sus autoridades.
2. La cantidad de oro que acumulaba una nación no era significado de la riqueza que poseía, sino más bien la magnitud de su capacidad productiva en condiciones y tiempos establecidos.
3. El trabajo es la única variable que no cambia en relación al tiempo, la distribución de los bienes al momento de compra y a la riqueza al cuantificarse en términos reales.

## **Teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo**

Una ventaja competitiva es la que establece la actividad que un país se especializa, siendo este un factor clave para su desarrollo y que fomenta la apertura de nuevos mercados. (Bonifaz. C, 2015)

David Ricardo busco demostrar que el comercio es mutuamente beneficioso y esto es posible netamente cuando existe una ventaja comparativa, donde la ventaja absoluta es un principio más general que el de la ventaja comparativa.

Esta teoría de la ventaja competitiva establece que un país aunque no posea una ventaja absoluta en la producción de algún bien, debe optar por especializarse en esta producción con la finalidad de que su desventaja sea menor. (Economia48.com)

Según (Ricardo, 1817). Los tres pilares de la teoría ricardiana son los siguientes:

1. Inmovilidad relativa de los factores
2. Estática
3. Estructura de mercado.

Este patrón contribuye a la teoría de comercio internacional y argumenta la importancia de los países en fabricar, prepararse y vender todo tipo de productos que son fabricados a un valor inferior pero a su vez son más eficientes en relación a otros países, así mismo muestra que aquellos bienes que los países por falta de eficiencia no puedan producir deberán ser importados, para esto los países deberán especializarse en la producción de aquellos bienes que son más eficientes, con la finalidad de que puedan ser comercializados en el mercado internacional y con esos ingresos poder adquirir los bienes que no puedan ser producidos.

## **Teoría de Hecksher-Ohlin**

Este modelo fue en primera instancia dado por Eli Herckesher el mismo que posteriormente fue modificado por su alumno Bertil Ohlin el mismo que trata de explicar cómo es el funcionamiento de los flujos de comercio internacional. (Desmet. K, & Riera. J).

La teoría Heckscher-Ohlin indica que diversos factores comerciales se dan en base a las tendencias recientes las mismas que señalan a los países industrializados a ser más similares en sus dotaciones y a su vez pueden llegar a ser menos relevantes. (Quiroz. L, 2015)

Según (Ohlin, 1933). Esta teoría cumple con otros supuestos que la definen tales como:

1. Economías de Escala
2. Especialización
3. Las preferencias entre naciones son iguales
4. Existe competencia perfecta en los mercados
5. Existe movilidad perfecta de factores
6. No existen costos de transporte ni aranceles
7. Todos los recursos se emplean en su totalidad
8. El comercio internacional es equilibrado

La relación de esta teoría con la investigación realizada dice que el Ecuador debe exportar los bienes que posee en abundancia, debido a que tiene mayor fuerza de trabajo que desarrollo tecnológico, para compensar esto se debe realizar convenios bilaterales que nos provea de la tecnología necesaria para aumentar la producción.

### **Teoría del ciclo de vida del producto**

Según (Levitt, 1969). La teoría nos explica que las compañías que poseen dentro de su producción un producto estrella deberían tener sus industrias lo más cercano al lugar donde se comercializa y se toma las decisiones. La compañía tienen la opción de pedir por su producto estrella un valor alto por la atracción que representa este. Las empresas con el tiempo se van moviendo de país en país de acuerdo como la demanda vaya subiendo y su producto se vaya fortificando.

En pocas palabras la teoría del “ciclo de vida del producto” es cuando una empresa toma fuerza en su lugar de origen y empieza a exportar su producto estrella y lo fortalece más para luego pasarse a lugares desarrollados con toda su tecnología y ser más fácil la entrada al mercado, dejando en su país de origen oficinas de administración de la misma.

Cada una de estas teorías está basada en diversos mecanismos a la hora de fomentar las exportaciones los mismos que sirven para lograr obtener un mayor ingreso de los productos de un país en los mercados internacionales, bajo diferentes alternativas como; conseguir un representante legal, tener distribuidores ya sean mayoristas o minoristas, acuerdos contractuales entre otros. (lanolina.edu.ec, 2005).

Los mecanismos de promociones y comunicación de exportación que se utilizan muy frecuentemente son:

### **Procesos de compra:**

Los mercados grandes como el de Alemania tienen personal especializado que se dedica a la compra de cierto grupo de productos, pero a su vez tienen ciertos requisitos para seleccionar un nuevo proveedor entre ellos se pueden resaltar los siguientes: (ProEcuador.gob.ec, 2013).

- **Determinan la necesidad de un nuevo proveedor:** esto se da cuando los proveedores existentes no tienen la capacidad de producción para satisfacer la demanda.
- **Buscan proveedores potenciales:** estos compradores están normalmente informados de las temporadas de cosecha del producto cuando existe una mayor disponibilidad y los precios son más bajos de lo normal.
- **Recopilan información sobre potenciales proveedores:** los compradores alemanes toman en consideración para seguir adquiriendo el producto cuando el nuevo proveedor promociona las garantías necesarias para suministrar los alimentos.

- **Se conversan las posibilidades de poder tener una relación comercial:** esto va a depender en gran parte de las competencias que posean tanto el comprador como el proveedor. En lo que respecta a los compradores alemanes estos están dispuestos a pagar precios por encima del mercado a sus socios de largo plazo.
- **Se visita al proveedor:** esto se da debido a que muchos compradores realizan auditorías a sus proveedores para conocer más de su producción, calidad ofrecida y tiempos de entrega de los productos.

### **Participación en ferias internacionales:**

Lo que se busca en la participación de ferias internacionales es poderle dar a conocer a los compradores los productos que se ofrece para esto se necesita de un gran apoyo del país proveedor ya que este es el gran beneficio al obtener un nuevo comprador.

ProEcuador es un ente gubernamental que busca dar a conocer sus productos en diversas ferias internacionales, en el 2015 Ecuador promociono sus productos en la feria de Alemania más importante del sector alimenticio, a través de su oficina comercial en Hamburgo se presentó en esta feria con dos stand uno de ellos en la sección Fine Food con productos de exportación relevantes como quinua, chocolate, palmito entre otros. (ciudadano.gob.ec, 2015).

Esta feria denominada de Anuga ha sido de gran acogida en los últimos años, en 2013 conto con 154.462 visitantes de 98 países diferentes y debido a esto se la considera la más importante del sector alimenticio a nivel mundial.

### **Uso del Comercio Electrónico como canal de comercialización:**

El comercio electrónico es un medio de comercialización electrónica de bienes tangibles, intangibles e información y el intercambio automático de

información entre diferentes compradores que residen en cualquier parte del mundo. (Timmers, 1998)

Los movimientos de la economía tradicional están basados en el comercio electrónico la misma que está motivada por los incentivos económicos para rediseñar las actividades de negocios hacia los diferentes mercados. (Malones, Yanes & Benjamín, 1987).

Las tendencias de compra online en el mercado europeo en un 98% se dan para realizar compras, y utilizan internet para comunicarse, un 96% para informarse y un 55% para divertirse.

En una encuesta realizada por le lab consulting indica que el internet ocupa un gran porcentaje de tiempo en la vida de los compradores online europeos, y muestra las horas que más se recurren a realizar compras estas se dan en un 65% después de cenar y un 54% por la mañana entre los más altos índices de horas de compra.

La finalidad de exportar quinua es para fomentar la expansión del comercio la misma que amplía la demanda, lo que finalmente se traduce en incrementos de producción para satisfacerla. (Smith, 1776).

El sector de la quinua en el Ecuador no está muy explotado, entonces se busca aumentar esta producción para poder acaparar mercados extranjeros demandante del producto, y así tener una oportunidad de elevar las ganancias generadas por la quinua para el Ecuador y llegue a ser uno de los productos principales dentro de la balanza comercial ecuatoriana. (Productor, Ecuador: La meta de producción de quinua es de 16 mil hectáreas , 2015)

Actualmente el Ecuador está buscando aumentar su producción en los siguientes años, pero al elevar sus cultivos de quinua, se tiene que buscar nuevos mercados en el extranjero para poder enviar nuestras cosechas y así poder ir incrementando la quinua de acuerdo a la demanda

que se de en el mercado internacional. (Productor, Producción de Quinua en Ecuador, 2015)

La quinua que es cultivada en el Ecuador en Europa se ha considerado un producto con buena calidad según estudios de la Universidad de Copenhague, ellos se han basado en distintos factores que no solo incluye el aspecto y su sabor. Al exportar quinua al exterior el Ecuador ofrece un producto de buena calidad y garantizarlo de que va a ser así y poder ubicarse en un buen puesto entre los consumidores. (MAGAP, n.d.)

Según la teoría tradicional, los países menos productivos deberían poder incrementar su productividad más rápidamente para poder adoptar tecnologías de las economías más avanzadas beneficiándose de los avances que tienen. (Pagés, 2010)

Los estudios que actualmente se han realizados acerca de la quinua y su exportación ha sido a los siguientes países:

- **Francia:** es el mayor mercado de quinua en Europa, el 80% de su producción es comercializado como orgánico, 10-20% como comercio justo, actualmente los proveedores bolivianos dominan el mercado francés, pero los importadores franceses también muestran mucho interés por la quinua ecuatoriana. (PROEcuador, Perfil de Quinua en Francia, 2013)

- **Países Bajos:** Holanda es un país que re-exporta las semillas de quinua, mientras que unas pocas empresas exportan quinua de valor agregado, las cifras muestran que los países bajos es un punto importante de partida para la quinua en Europa. Bolivia y Perú son los proveedores principales de Holanda; todavía no hay empresas ecuatorianas exportando quinua a Holanda. (PROEcuador, Perfil de Quinua en Países Bajos, 2013)

- **Estados Unido:** la quinua es un producto que está empezando a tomar popularidad en el mercado estadounidense, especialmente en ciudades como Los Ángeles en el estado de California, el consumidor es

más consciente de cuales alimentos son mejores para su cuerpo y esto se debe a que los medios de comunicación han comenzado a contribuir en la difusión de las propiedades de la quinua y de los beneficios al consumirla. (PROEcuador, Perfil de Quinua en Estados Unidos, 2011)

- **Alemania:** Alemania tiene una atracción por los productos que sean nutritivos para el cuerpo humano, más del 80% se vende como orgánico. Para poder vender sus productos ellos se concentran en tiendas especializadas en la salud de la persona. (PROEcuador, Perfil de Quinua en Alemania, 2013)

- **India:** la quinua está siendo muy apetecida sobretodo en la india debido a la campaña Make in India ya que este país tienen el gran problema de desnutrición, diabetes y enfermedades cardiacas, debido a esto se espera que la quinua pueda ayudar a impulsar la seguridad alimentaria y poder fomentar el crecimiento económico para los agricultores. (PROEcuador, Estudio Introductorio de Quinua en la India, 2015)

Según (PROEcuador, Guía Comercial, 2015). De todos los estudios que se han realizado se considera al mercado alemán como uno de los que están en crecimiento debido a la aceptación del producto y al estilo de vida que poseen sus habitantes, entre los datos que podemos tomar en consideración para incentivar el estudio realizado están los siguientes:

- Los alemanes alrededor de un 9% son considerados vegetarianos por lo que la quinua se convierte en un producto muy atractivo para ellos, por lo que en los últimos años la demanda ha ido creciendo porque los consumidores buscan ingerir algo saludable que tenga altos porcentajes de proteínas, aminoácidos y vitaminas como lo tiene la quinua.

- Los alemanes por lo general consumen una quinua procesada de forma primaria y muy pocos consumen lo que es una quinua más procesada.

## MARCO CONCEPTUAL

Productividad Marginal: Las decisiones económicas se basan de dos formas, la primera se da mediante la comparación de costos e ingresos y la segunda en la comparación de los costos marginales e ingresos marginales. Esto se da cuando el consumidor decide si vuelve a comprar el mismo producto o elige otro, la mayoría de los mercados son perfectamente competitivos lo que significa que los compradores y vendedores están relacionados con el factor precio-consumo. (Krugman, Olney, & Wells, 2008)

Eficiencia en la producción: Para que una economía sea eficiente, no solo se debe producir bienes con un coste mínimo, sino que también deben ser producidos en combinaciones que se ajusten a las necesidades de los compradores y a lo que pueden pagar por ellos. La combinación eficiente de los productos se obtiene cuando un producto se ofrece en diferentes presentaciones y con diversos valores agregados, esto permite medir el coste de producir un bien en relación con el otro. (Pindyck & Rubinfeld, 2009)

Desarrollo sostenible: De manera general, el concepto de desarrollo está asociado al aumento de bienestar individual y colectivo. Tradicionalmente éste ha sido medido a través de indicadores económicos y políticos ligados al proceso de mayor o menor crecimiento económico y redistribución de la riqueza; asimismo, ha sido vinculado con el nivel de industrialización, lo que ha determinado una categorización en países "desarrollados" o "en vías de desarrollo". (Bifani, 1994).

Investigación de mercado: La investigación de mercados es una de las funciones de la mercadotecnia que se encarga de obtener y proveer datos e información para la toma de decisiones relacionadas con la práctica de la mercadotecnia, por ejemplo, dando a conocer qué necesidades o deseos existen en un determinado mercado, quiénes son o pueden ser los consumidores o clientes potenciales, cuáles son sus características y cuál es

su grado de predisposición para satisfacer sus necesidades o deseos, entre otros. (Thompson, 2007) (promonegocios.net).

Diversificación productiva: se conoce como diversificación al proceso por el cual un país o una empresa pasa a ofertar nuevos productos y entrar a nuevos mercados, por la vía de las adquisiciones corporativas o invirtiendo directamente en nuevos negocios. La diversificación es una estrategia ampliamente recomendada por los especialistas, debido a que es considerada la forma más efectiva de reducir o controlar el riesgo al momento de invertir. (Eleconomista.com, 2011)

## MARCO METODOLÓGICO

Mediante el estudio de este proyecto se busca encontrar un tipo de investigación que sirva para dar poder sustentar los objetivos planteados y nos muestren la factibilidad de lograr incursionar en un mercado potencial.

Los tipos de investigación que se implementan en el desarrollo de un proyecto son los siguientes:

Investigación Explicativa: este método lo que busca es descubrir cómo, cuándo, dónde y por qué ocurren ciertos problemas que se van a determinar mediante el análisis de las causas para posteriormente identificar posibles soluciones para encontrar una respuesta concreta de lo investigado.

Investigación descriptiva: es un método que se realiza para poder obtener datos y recopilar información para precisar su procedencia, en este proyecto se fomentará el uso de información estadística con la finalidad de encontrar situaciones que logren explicar de una manera más sencilla y sirvan para poder plantear comparaciones y a su vez realizar proyecciones que sirvan para el análisis.

Investigación Histórica: Este tipo de información se obtiene de otras fuentes las mismas que sirven de soporte para poder argumentar la investigación, sobre todo lo que se obtiene son los inicios del producto y como ha venido su desarrollo con el pasar de los años para poder determinar la situación actual que se encuentra.

Investigación documental: este método es parte fundamental de la investigación científica ya que logra determinar la estrategia que se puede implementar usando diversas ramas de estudio que logren acaparar toda la información necesaria del tema que con la implementación de diversos métodos e instrumentos se logre tener información fidedigna y confiable.

Diseño de investigación documental: el diseño a implementar se da mediante las diferentes fuentes secundarias que son de apoyo para aportar con mejores conocimientos los mismos ya sean impresos o electrónicos.

Es este proyecto se tomara un diseño descriptivo documental, descriptiva ya que consiste en ayudar a mejorar los estudios realizados para buscar asemejarlos a la realidad actual, la finalidad de esta crece en plantear nuevas ideas y profundizar los hechos que se están dando y documental ya que se busca examinar, explorar y descifrar los datos secundarios obtenidos de diversas fuentes los mismos que ayudan a tener nuevos conocimientos.

## MARCO LEGAL ECUATORIANO

### **Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones:**

*“...Art. 95.- Promoción no financiera de exportaciones.- Créase el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras, adscrito al Ministerio rector de la política de comercio exterior, que se estructurará y funcionará según lo que se establezca en el Reglamento.”*

Mediante Decreto Ejecutivo No. 776 se expidió el Reglamento General para la Organización y Funcionamiento del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras PRO ECUADOR, publicado en el Registro Oficial No. 459 de fecha 31 de mayo del 2011, que instaura en su artículo 2 sus objetivos conforme el siguiente detalle:

1. Alcanzar una adecuada promoción de la oferta exportable de bienes y servicios del Ecuador consolidando las exportaciones actuales y fomentando la desconcentración y diversificación de exportadores, productos y mercados.

2. Lograr la diversificación y empoderamiento de la oferta exportable a través de la inversión que genere encadenamiento productivo e innovación tecnológica.

3. Alcanzar una adecuada cultura exportadora, con énfasis en los nuevos actores del comercio exterior.

4. Lograr la inserción estratégica en el comercio internacional de todos los productos nacionales, con especial énfasis en los bienes y servicios ofertados por las pequeñas y medianas empresas, y los actores de la economía popular y solidaria.

Información obtenida de (<http://www.proecuador.gob.ec/institucional/base-legal/>)

## **MARCO LEGAL REPUBLICA FEDERAL ALEMANA**

Las regulaciones para poder permitir el ingreso de productos ecuatorianos en el mercado alemán, deben pasar por diversos filtros los mismos que están aplicados en base a las políticas de la Unión Europea, debido a esto es necesario tomar en cuenta las restricciones de ingreso para los diversos productos que se esperan que ingresen al mercado alemán.

Con la finalidad de proteger y precautelar la salud pública, humana y animal, las mercancías importadas a la Unión Europea se deben cumplir con requisitos específicos, la información donde detallan los requerimientos legales para las exportaciones se encuentra en la página web de TRADE EXPORT HELPDESK ([http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt%2Frt\\_RequisitosSanitariosYFitosanitarios.html&docType=main&languageId=es](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt%2Frt_RequisitosSanitariosYFitosanitarios.html&docType=main&languageId=es))

Para poder acceder al mercado alemán se deben también tomar en consideración las Leyes de comercio Alemán donde se pueden encontrar diversas restricciones y requisitos para poder comercializar productos ecuatorianos que son los siguientes:

- Requisitos Específicos para productos ecuatorianos con potencial
- Requisitos Arancelarios
- Importaciones temporales
- Licencias de importaciones/ autorizaciones previas
- Requisitos sanitarios y fitosanitarios
- Requisitos técnicos, de empaque, embalaje y etiquetado
- Certificaciones

Información más amplia detallada de los puntos antes tratados se pueden obtener de la siguiente página web: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/05/PROEC-GC2010-ALEMANIA.pdf>

## **CAPITULO 1**

### **1. ANALISIS DE PRODUCTO MERCADO**

#### **1.1.1. ANTECEDENTES DEL PRODUCTO**

La quínoa (*chenopodium quinua*) igualmente renombrada como “quinua” es una planta sustanciosa muy remota del área andina. Este grano era querido por el poderío inca como un manjar sagrado, sujeto a ser empleado para múltiples usos medicinales. (Inkanatural, 2013)

La quinua se cultiva en los Andes bolivarianos, 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. (Quinua, La Quinua el Grano de Oro)

Este grano establece uno de los principales ingredientes de la dieta nutricional de la población andina. Ha sido principio nutricional de las instituciones americanas y asimismo de sus antecesores, los mismos que nos dejaron el hábito de su consumo como herencia a fin de fomentar una dieta nutritiva y saludable para la familia. (Toala)

La quinua considerada como la gramínea de oro es un producto distinguido en los mercados internacionales y presenta abundantes oportunidades de procreación de valor agregado, a través de la elaboración de productos procesados y composición de alimentos. (Nación, 2015)

Si bien la quinua es una riqueza andina que se localiza actualmente en algunos países de la región, la quinua ecuatoriana adquiere sus particulares características diferenciadoras debido al clima que posee y al ecosistema del Ecuador.

El panorama de la sierra ecuatoriana se colorea de rojo en el momento que florece este grano, colmando el territorio andino de un alimento nutritivamente integro. (Gallardo, 2015)

En el Ecuador la quinua ha perdurado en los agricultores en las zonas de Carchi, Imbabura, pichincha, Chimborazo y Loja. Por otro lado la quinua de Latacunga, Ambato, Carchi, Riobamba y Cuenca es designada de grano pequeño, por lo habitual de apariencia alta. El consumo de la quinua se encuentra restringido, por la incomprensión de sus excelentes propiedades nutritivas; es por esto que con una adecuada impulso, se obtendría un importante consumo. (Peralta, La Quinua en el Ecuador, 2011)

La quinua es única debido a la calidad de su semilla que puede tomarse de forma parecida al grano, este sirve para incluirlas en sopas, o se elabora en harina para usar en pan. La quinua nutricionalmente se puede relacionar en energía a alimentos utilizados semejantes como frijoles, maíz o arroz. (FAO F. a., Valor Nutricional, 2013)

**Tabla 1: Valores nutricionales en los granos de la quinua**

<b>CONTENIDO</b>	<b>VARIACION (%)</b>	<b>PROMEDIO (%)</b>
Agua	6,8 - 20,70	9,3
Proteínas	7,47 - 22,08	13,1
Carbohidratos	38,72 - 22,08	68,9
Grasas	1,8 - 9,3	5,8
Fibra	1,10 - 16,32	5,9
Ceniza	2,22 - 9,8	2,9

**Fuente: [balcón.magap.com.ec](http://balcón.magap.com.ec)**

**Elaborado: Fabio Scotto y Marco Chech**

En el 2001 el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y el proyecto internacional para el suministro de alimentos de las Naciones Unidas (PMA), promovieron una iniciativa para incorporar a la quinua en la

dieta del plan de alimentación escolar a nivel nacional, que nutre a dos millones de niños del país cada día. (Jacobsen, E. Sherwood, S., 2002)

En el año 2013 se empezó con pie derecho para los exportadores de este producto cuando se dio origen a la Organización para la Agricultura y la Alimentación de las Naciones Unidas (FAO) la misma que estableció al Ecuador como el primer consorcio de exportadores de quinua. (PROECUADOR, La quinua, el grano de oro ecuatoriano, 2013)

Debido a este nombramiento el estado mediante su institución ProEcuador empezó a invertir en las medianas y pequeñas empresas que se dedicaban a la comercialización de este producto y debido a esto en lo que va del año 2015 se han unido más empresas con la idea de lograr aumentar las exportaciones que se han venido realizando de este producto y poder comenzar a competir con otros países andinos que ya poseen más posesión de mercado como lo es Perú y Bolivia donde la quinua es uno de los productos principales de exportación. (PROECUADOR, Análisis Sectorial Quinua 2015, 2015)

Lo que se busca es lograr que la quinua ecuatoriana se revalorice para obtener mejores resultados ofreciendo un producto de alta calidad que brinde a los micros productores la confianza de sus capacidades de producción. (Patiño, 2013)

El 2013 fue un año muy importante ya que este fue denominado el año de la Quinua donde se realizó la creación del primer Consorcio Ecuatoriano de Exportadores de Quinua con la gestión de Pro Ecuador, este ente busca ayudar a los exportadores a encontrar nuevos mercados donde se logre promocionar el producto que es altamente requerido.

Las empresas que forman parte de este consorcio son cereales Andinos, Maquita MCCH, Rogetore & Franco, Urcupac trading todas estas corporaciones tienen como objetivo principal posicionar a la quinua en mercados internacionales dándola a conocer desde el valor nutritivo que posee además de la calidad ofrecida la misma que se busca difundir

mediante diferentes ferias internacionales, estudios de mercado y mediante nuevas innovaciones. (Quinoa, La Quinoa el Grano de Oro).

Los estímulos para incrementar la fabricación local de quinua en los que el gobierno ha venido trabajando, se ha comprobado evidenciar en el inicio de las exportaciones de quinua en el 2014 han tenido resultados, debido a esto se puede observar los \$4.4 millones de valor FOB que se ha vendido en el lapso de enero a julio del 2015. (PROECUADOR, Análisis Sectorial Quinoa 2015, 2015)

### Gráfico 1: Empresas Especializadas en la Quinoa



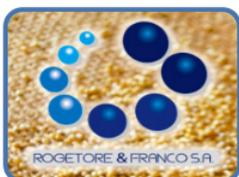
#### Cereales Andinos

- Empresa destinada a la consolidación de la cadena de valor de la quinua ecuatoriana y engloba todas las fases del proceso productivo: siembra, cosecha, procesamiento e industrialización.



#### Maquita MCCH

- Una de las tres empresas sociales de fundación MCCH, posee 28 años de experiencia de exportación
- Dentro de sus líneas productivas están la Quinoa, granos, harina, panela, chocolates entre otros.



#### Rogetore & Franco

- Empresa destinada a incrementar rendimientos a partir de la quinua, los mismos que están proyectados para el mercado nacional y extranjero los mismos que tienen un elevado poder nutritivo y de primera calidad.



#### Urcupac trading

- Urcupac ofrece una alta gama de quinua con valor agregado, posee más de 50 años de experiencia en el mercado local.
- Urcupac comenzó como una iniciativa de fabricar productos de calidad de exportación que reviven antiguos cultivos andinos

Fuente: Consorcio Ecuatoriano de Exportadores de Quinoa

Elaborado: Los Autores

Los estímulos para incrementar la fabricación local de quinua en los que el gobierno ha venido trabajando, se ha comprobado evidenciar en el inicio de las exportaciones de quinua en el 2014 han tenido resultados, debido a esto se puede observar los \$4.4 millones de valor FOB que se ha vendido en el lapso de enero a julio del 2015. (PROECUADOR, Análisis Sectorial Quinua 2015, 2015)

Los exportadores ecuatorianos han encontrado un mercado potencial donde el consumo de la quinua es de gran acogida en el mercado gourmet de Estados Unidos, Alemania, Holanda y Francia. (Quinua, El Grano de Oro, n.d.)

La diferencia de precios refleja los costos de un quintal de quinua tradicional que puede llegar a costar \$140.00 a diferencia de uno de quinua orgánica que se costea en \$160. Mientras que en el mercado local los precios fluctúan entre \$60 y \$70 la tradicional y \$90 la orgánica. (LaHora, 2013)

**Tabla 2: Cuadro comparativo de la quinua con otros grandes alimentos**

<b>Cuadro comparativo de los componentes de la quinua con otros grandes alimentos (Kgs)</b>						
<b>Componentes %</b>	<b>Quinua</b>	<b>Carne</b>	<b>Huevo</b>	<b>Queso</b>	<b>Leche Vacuna</b>	<b>Leche Humana</b>
Proteínas	13,00	30,00	14,00	18,00	3,50	1,80
Grasas	6,10	50,00	3,20	-	3,50	3,50
Hidratos de Carbono	71,00	-	-	-	-	-
Azúcar	-	-	-	-	4,70	7,50
Hierro	5,20	2,20	3,20	-	2,50	-
Calorías 100 Grs.	370,00	431,00	200,00	24,00	66,00	80,00

**Fuente: Quinuaecuador.com**

**Elaborado por: Los Autores**

El estado ecuatoriano observando la aceptación que ha tenido este grano ha optado por invertir en este sector productivo, para lo cual se llevó a cabo un Plan de Mejoras Competitivas (PMC) el mismo que se inició en el 2014, donde se invirtió más de \$ 6 millones de dólares con la finalidad de poder duplicar la inversión realizada. (PPEI Verdadero, 2015)

De acuerdo al MAGAP, en el 2014 la cosecha de quinua se dio en alrededor de las 7600 toneladas métricas, lo cual implicó un incremento de 322% en comparación con el año 2013 que se logró las 1832 toneladas. Se estima con esto un rendimiento por hectárea de 1.2 toneladas. (El Productor, 2015)

La rentabilidad por hectárea de la quinua redondea los 30 a 40 quintales. En el país existe un promedio de 2.000 hectáreas cosechadas, pero se anhela alcanzar las 10.000 hectáreas en 2015. El Ministerio de Agricultura está fomentando este aumento proporcionando semillas, dotación y herramientas. (LaHora, 2013)

La provincia del Carchi es una de las más productivas ya que en el 2014 se lograron sembrar 1500 hectáreas obteniendo así una producción de 16 mil quintales, para el año 2015 se aspira lograr poder producir 2000 hectáreas estas proyección se espera lograr debido a la inversión que se está realizando la misma que los diversos productores del sector buscan reactivar la producción de quinua. (Ministerio de Agricultura, Programa Nacional de Quinua 2015 inició en Carchi, 2015)

Debido a esto el Ecuador busca aumentar su producción de quinua en el país, de esa forma aunque no cuente con la cosecha de quinua en relación con los otros países, el país cuenta con una ventaja que es tener un mayor rendimiento por hectárea.

Debido a esto Pro Ecuador ofrecerá apoyo para los estudios de mercado en diversos países y que tengan una tendencia en participación de en eventos y ferias internacionales. (PROECUADOR, La quinua, el grano de oro ecuatoriano, 2013)

## 1.1.2. DESCRIPCION DEL PRODUCTO

**Tabla 3: La Quinoa Ecuatoriana**

La quinoa de Ecuador se caracteriza por tener un alto valor de proteína y calcio.

Kcal	379 Kcal/100 g
Proteína	15 %
Carbohidratos	66 %
Fibra	5 g/100 g
Calcio	47 mg/100 g
Hierro	5 mg/100 g
Vitamina A	90 IU/100 g

**Fuente: fruitsupply-la.com**

**Elaborado: Quinoa Andina Ecuador**

La quinoa es un grano originario de la zona altiplánica de la cordillera de los andes tradicionalmente crece en tierras áridas y semiáridas este producto cuenta con una amplia gama la misma que llega a los 3000 eco tipos. Debido a sus cualidades nutricionales se la considera un alimento estratégico que contribuye a la seguridad alimenticia de la humanidad.

La quinoa es uno de los cultivos más antiguos de la región andina con aproximados entre 6000 a 7000 años de producción las mismas que en su proceso de domesticación y conservación han pasado varias culturas una de ellas la incaica. Por sus características de adaptabilidad a diversas condiciones climáticas la producción de la quinoa se ha logrado extender hacia diferentes áreas geográficas.

Diferentes investigadores denominan a la quinoa como el “súper grano” ya que esta se compara y supera en nutrientes y aminoácidos a importantes cereales y productos de origen animal.

Según datos del Banco central del Ecuador, en 2012 se vendió principalmente a Estados Unidos y Alemania cerca de 941.08 toneladas de quinua, lo que represento un ingreso de 2.536 miles de dólares. Mientras que las importaciones alcanzaron un total de 86.55 toneladas equivalentes a 210 miles de dólares. (Ministerio de Agricultura, Zonificación Agroecológica Económica, 2015)

### **1.1.3. CARACTERÍSTICA DE LA QUINUA**

La quinua es un producto para el consumo de las personas, el cual es considerado un alimento vegetal con un alto porcentaje de aminoácidos en donde se encuentran muchos componentes como la lisina y la metionina que van a favorecer al desarrollo intelectual, físico y metabólico del ser humano.

La quinua es un alimento que es considerado como una ayuda a las personas que son diabéticas para mejorar su estilo de vida y tener un suplemento ideal para su día a día, además que, aporta al organismo con minerales que son importantes para el cuerpo humano como el hierro para la sangre, el calcio y el fósforo para el fortalecimiento de los huesos y formación de los dientes así como otras vitaminas y proteínas.

La quinua también es usada para el equilibrio de cualquier dieta balanceada ya que es rica en carbohidratos y muchas veces puede llegar a reemplazar el arroz y otros alimentos sin la necesidad de que se pierdan estos componentes que necesita el cuerpo de la persona para su funcionamiento.

En la (tabla 4) podemos comparar frente a otros alimentos la cantidad de minerales que contiene la quinua lo cual la convierte en beneficiosa y recomendable para su consumo dentro del hogar.

**Tabla 4: Minerales dentro de la quinua representados en miligramos por cada 10 gramos.**

Minerales	Quinua	Maíz	Arroz	Trigo
<b>Calcio</b>	148,70	17,10	6,90	50,30
<b>Hierro</b>	13,20	2,10	0,70	3,80
<b>Magnesio</b>	249,60	137,10	73,50	169,40
<b>Fosforo</b>	383,70	292,60	137,80	467,70
<b>Potasio</b>	926,70	377,10	118,30	578,30
<b>Zinc</b>	4,40	2,90	0,60	4,70

**Fuente: Food and Agriculture Organization, FAO.**

**Elaborado: Los Autores**

Unos de los 21 aminoácidos que contiene la quinua es la isoleucina que ayuda como insulina al organismo, también sirve como un agente de creación de la hemoglobina para que las personas tengan una fácil coagulación de la sangre. La isoleucina es un aminoácido que ayuda a los deportistas y personas que practican ejercicio físico ya que ayuda a la reparación de los tejidos musculares. (Pérez, Isoleucina: aminoácido esencial, n.d.)

Entre otros aminoácidos encontramos la leucina que junto con la antes mencionada isoleucina y valina aporta al organismo con la curación rápida de los huesos, músculos y la piel humana. También encontramos que la leucina aumenta la energía en la hora de realizar algún deporte. Estimula la creación de la hormona del crecimiento y colabora con la disminución de los niveles de azúcar en las personas diabéticas. (Pérez, Leucina: aminoácido esencial, n.d.)

Hemos mencionado algunos de los aminoácidos que contiene este producto y de qué forma contribuye de manera sana al organismo del cuerpo humano. En la tabla 5 mostraremos la relación con otros alimentos y podremos observar la diferencia entre cada uno de ellos, es verdad que, en la tabla observamos que otros alimentos contienen más altos porcentajes de estos

aminoácidos pero la quinua se la conoce por la calidad que contiene sus componentes. Según estudios por parte de la FAO es recomendable para niños entre 3 a 10 años el consumo de la quinua ya que aporta con las proteínas, vitaminas y aminoácidos que necesitan para su desarrollo.

**Tabla 5: Comparación de los perfiles de los aminoácidos esenciales frente a otros alimentos**

Minerales	FAO <sup>A</sup>	Quinua <sup>B</sup>	Maíz <sup>B</sup>	Arroz <sup>B</sup>	Trigo <sup>B</sup>
Isoleucina	3,00	4,90	4,00	4,10	4,20
Leucina	6,10	6,60	12,50	8,20	6,80
Lisina	4,80	6,00	2,90	3,80	2,60
Metionina <sup>c</sup>	2,30	5,30	4,00	3,60	3,70
Fenilalanina <sup>d</sup>	4,10	6,90	8,60	10,50	8,20
Treonina	2,50	3,70	2,90	3,80	2,80
Triptofano	0,66	0,9	0,7	1,1	1,2
Valino	4,00	4,5	5	6,1	4,4

**Fuente: Food and Agriculture Organization, FAO.**

**Elaborado: Los Autores**

#### **1.1.4. VARIETADES DE QUINUA EN NUESTRO MEDIO**

En el Ecuador se cosechan una variedad de quinuas y son las siguientes:

- Tunkahuan (6 meses)
- Pata de venado (4 meses)
- Variedad Chaucha
- Amarga
- Variedad dulce
- La morada
- La blanca

Actualmente la que es más cultivada en el Ecuador es la Tunkahuan que es cosechada en varias provincias del Ecuador como lo podemos observar en la tabla 6 por la disponibilidad que los agricultores tienen de esta semilla. (MAGAP M. d., 2013)

**Tabla 6: Variedades de quinua en el Ecuador y su respectivo rendimiento**

PROVINCIAS	VARIEDADES	RENDIMIENTOS (qq/HA)
Carchi	Tunkahuan (6 meses) +; Pata Venado (4 meses)	60
Imbabura	Tunkahuan	30
Pichincha	Variedad Chaucha, amarga ya variedad dulce	-
Cotopaxi	Variedad Chaucha, amarga ya no	30
Tungurahua	Tunkahuan	15
Chimborazo	Tunkahuan, Pata de Venado amarga blanca	15-20 // 30-40
Cañar	Tunkahuan, Pata de Venado	30
Azuay	La Morada y La Blanca	10 16

**Fuente: MAGAP**

**Elaborado: Los Autores**

### **1.1.5. USOS QUE SE LE PUEDE DAR A LA QUINUA**

La quinua en el mercado extranjero tiene diversos fines, a continuación expondremos los más considerables:

La quinua sirve como alimentos y suplementos de varios animales, ya que al cosecharla lo que sobra de la rama la podemos usar para este beneficio. El grano de la quinua en si sirve también para alimentar nuestros animales de granja y es muy beneficioso para los animales que nos dan leche fresca, ya que sube el nivel de esta y nos pueden dar mucho más. (Miranda, 2011)

La quinua también es usada como un producto esencial dentro de dietas y comidas balanceadas por su contenido de vitaminas, minerales y aminoácidos, ayuda al sistema digestivo y principalmente a las personas que sufren de diabetes. La quinua sirve para crear muchos productos a base de ella como lo es la harina, cereales, pasta y la elaboración de panes y sus derivados así como también la cerveza artesanal. (Inkanatural, 2013)

El tallo de la quinua cuando se quema y extraemos las cenizas nos sirve como un protector para las picaduras de mosquitos, hirviendo este producto podemos obtener una sustancia amarga que nos servirá para fumigar nuestros hogares y matar parásitos, garrapatas en el caso de tener animales domésticos y los ácaros. (Huaraca, 2012)

En ciertos lugares la quinua por sus colores llamativos es usada como adornos de jardines, de parques, adornos florales, entre otros. Anteriormente la quinua y sus cultivos eran prohibidos por parte de los conquistadores españoles ya que se creía que este producto se utilizaba en rituales en los Andes y era muy mal visto en tiempos pasados. (Huaraca, 2012)

#### **1.1.6. LUGARES EN DONDE SE PRODUCE LA QUINUA EN EL ECUADOR**

Para cultivar la quinua se necesita de varios factores para que pueda tener una buena calidad, estos factores son la altitud, el clima, el suelo, la época, la rotación del suelo, etc. El lugar perfecto para el cultivo de este producto es la sierra ecuatoriana ya que cuenta con todos estos factores que facilitan el crecimiento de la quinua. (Peralta, La Quinua en el Ecuador, 2011)

En el Ecuador las provincias que se especializan son Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Cañar y Azuay. No todas las provincias tienen el mismo nivel de producción. De las ocho provincias anteriormente mencionadas se han dividido en tres áreas, Zona Norte (Carchi, Pichincha e Imbabura), Zona Central (Cotopaxi, Tungurahua)

y Zona Sur (Chimborazo, Cañar y Azuay). En la tabla 7 podremos observar las variedades de quinua que se tiene en los distintos lugares en donde se siembra la quinua. (Peralta, La Quinua en el Ecuador, 2011).

**Tabla 7: Tipos de manejo de la quinua por provincias**

PROVINCIAS	Tipo de Manejo		
	Manejo Tradicional	Orgánico	Químico
Carchi	x		x
Imbabura	x		x
Pichincha	x		
Bolívar	x		x
Cotopaxi	x		x
Tungurahua	x	x	
Chimborazo	x	x	
Cañar	x		x
Azuay	x		x

**Fuente: MAGAP**

**Elaborado: Los Autores**

Los tipos de quinua que obtengamos depende de la forma en la que se cultiva, en la tabla 8 podremos observar los diferentes manejos que tiene la quinua en nuestro país, cada uno tiene su proceso distinto esto va desde la manera en la que la siembra, su fertilización, su forma de riego para su crecimiento, el manejo de plagas que necesitan, como evitar las enfermedades del cultivo, que tipos de herbicidas tendremos que usar para eliminar las malezas, como se hace la cosecha una vez terminado el tiempo de crecimiento y que procedimiento tenemos que realizar una vez cosechado el producto y su almacenamiento.

La temporada en la que se cultiva este producto son diferentes en las distintas zonas que existen dentro del Ecuador, ya que la quinua necesita de la humedad en el terreno producidas de las lluvias de distintos meses del año, para el sector norte podemos cultivar junio y julio, mientras que, en el sector centro y sector sur son octubre y noviembre y para poder cosechar

este producto van a tener que pasar alrededor de siete u ochos meses calendario. (Peralta, La Quinoa en el Ecuador, 2011)

**Tabla 8: Procedimientos a seguir de acuerdo al tipo de quinoa cultivada**

Labores Culturales	Manejo Tradicional	Manejo Orgánico	Manejo Convencional
<b>Preparación de suelo</b>	Yuntal, manual, arado, surcada	Uso de yunta, manualmente	Rastra, arado, rastra, surcado
<b>Siembra</b>	Surcos distancia de 70 cm a chorro continuo (25 lb/Ha). Luna Oscura	Chorro continuo o localizada (25 a 30 lb/Ha)	70-80 cm entre surco. Sembradora (25 a 30 libras Ha)
<b>Fertilización</b>	Abonos orgánicos descompuestos animales como cuyes, borregos, chanchos, conejos, pollos (30 sacos/Ha)	Compost (30 a 40 qq/Ha), humus (antes siembra), Biol 20 Ltrs.	18-46-0; 12,24, 12 (2 a 4 qq/Ha). Aplicación a la siembra y al aporque. Se puede aplicar boro y calcio para el llenado del grano.
<b>Riego</b>		Inicio para germine	Un riego en verano y en cuando está en tiempo de formación de la panoja
<b>Manejo de plagas</b>	(Polilla, Mariposa, Gusano Blanco) manejo tradicional asociado, rotación.	NeemX (Gusano Trozador)	Pulgón (Cipermetrina), Trozador (Cipermetrina +Ac. Hermico): Minador de hoja (sequia), aplica Curacron 200cc/200 libras de agua.
<b>Manejo de Enfermedades</b>	(Royal) No manejo		Mildiu (Fungicida sistémico); Oidium (1 Kg/Ha Azufrol)
<b>Control de malezas: Rastrillo herbicidas</b>	Deshierba a los 60 días. Aprovechar para sacar Ashpaquinua	30 días control manual	Pre emergente, Herbicidas 45 días
<b>Aporque</b>		40-65 días	80-90 días
<b>Cosecha</b>	Manual (hoz) se realiza tres veces	Manual	Manual 1,5 T/Ha
<b>Postcosecha</b>	Manual seca en plástico al sol, trilla en piedra golpea con palo, saca impurezas, avienta (manual)	Parvado (Hoz o Tijera); secado, trillar y aventada.	Secado, Trilla (2 - 5 USD/qq), aventar, zarandear, aventar y secar. Escarificado, enfundido.

**Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, 2013**

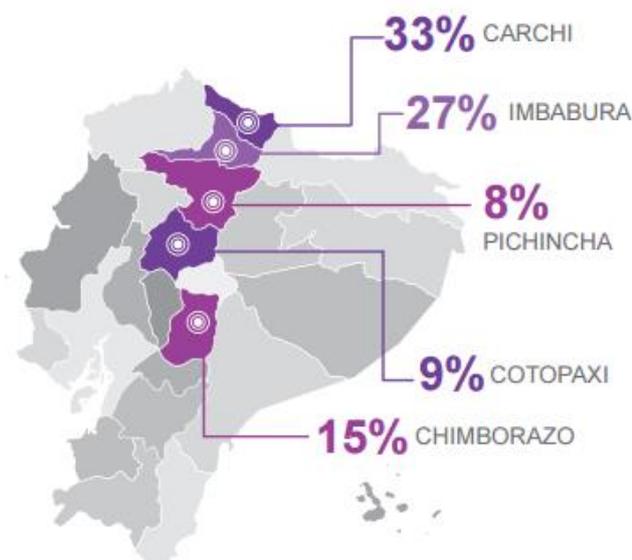
**Elaborado: Los Autores**

Las recomendaciones que se dan a este producto es que la altura del lugar vaya desde los 2000 metros sobre el nivel del mar a los 3800 metros,

esto depende de qué tipo de quinua se requiera. La precipitación del lugar debe comprender desde los 500 a 800 mm para evitar que los agricultores estén regando una por una. La temperatura que se necesita para el producto tiene que ser relativamente frío de 7 a 17 grados centígrados. El suelo debe tener una rotación de cultivos para no explotarlo y dañarlo, se pueden cultivar papas, maíz, cebada, trigo, etc. (Peralta, La Quinua en el Ecuador, 2011)

En la (figura 1) podemos observar el porcentaje que tiene la quinua en distintas provincias en el Ecuador en el año 2014, ubicándolas de mayor a menor encontramos a la provincia del Carchi con un 33% de producción, le sigue la provincia de Imbabura con el 27%, de ahí con el 15% la provincia de Chimborazo, el Cotopaxi con el 9% y por último con el 8% la provincia del Pichincha, cabe recalcar que estos datos pertenecen a las provincias con mayor producción en el Ecuador, es decir que existen cultivos en otras provincias de los Andes pero son mínima.

### **Imagen 1: Distribución Geográfica de la producción de Quinua 2014 en el Ecuador**

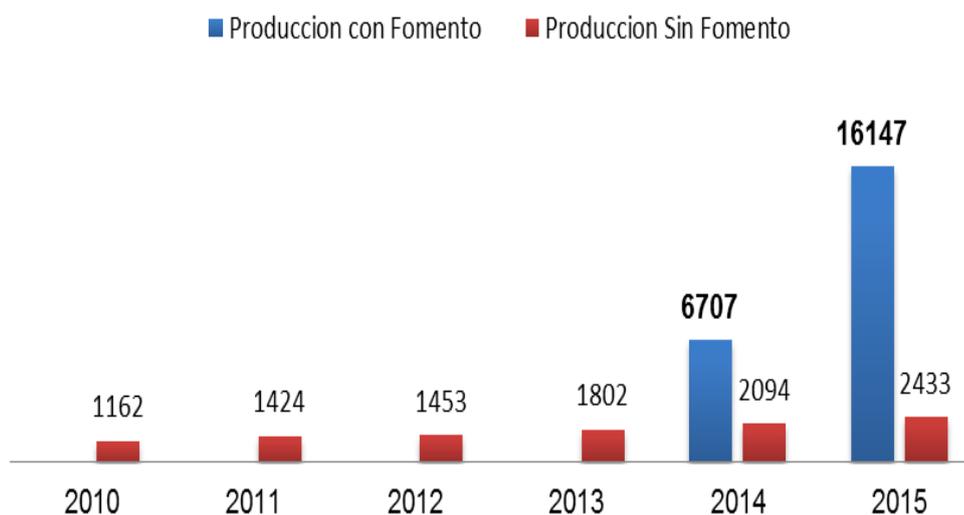


**Fuente: Subsecretaría de Comercialización, MAGAP**

**Elaborado: Subsecretaría de Comercialización, MAGAP**

En el gráfico 1 y el gráfico 2 podemos observar datos del 2015 y poderlos comparar con los del 2014 de la proyección tanto de la superficie como de la producción de la quinua, los productores en el país están tratando de aumentar dichos valores, quizás para poder satisfacer demandas extranjeras, ya que en el Ecuador la demanda de la quinua es baja por falta de conocimientos de las personas. Esto es posible ya que en el Ecuador el terreno para cultivar este producto no está aprovechado en su totalidad. En el gráfico 2 observamos que la superficie de la provincia de Chimborazo es la que más se explota con este producto en comparación con las demás.

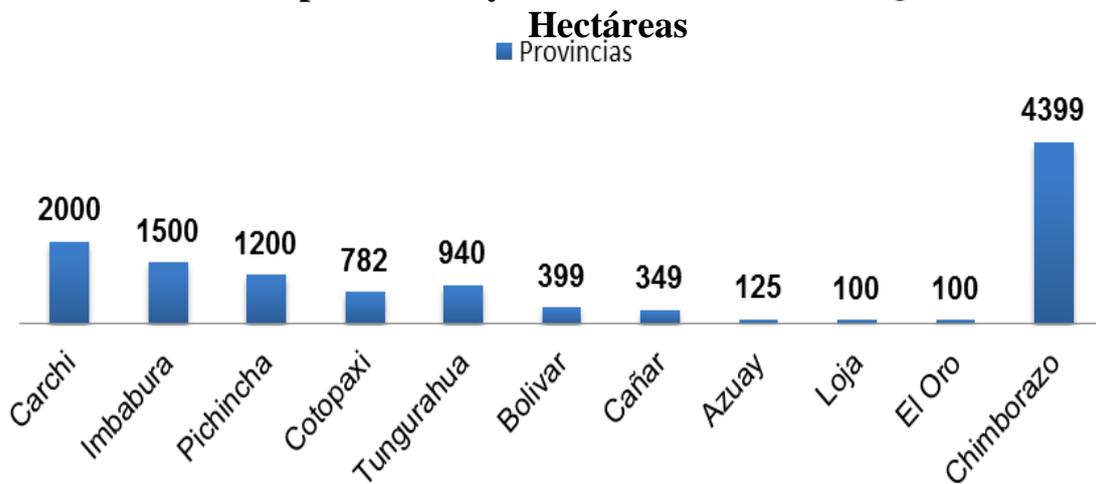
**Gráfico 2: Proyecciones de Producción de Quinua 2015 Toneladas**



Fuente: MAGAP (Sub. Agricultura y Hombre a Hombre)

Elaborado: Unidades de Negocios de Otros Productos – UNA EP

**Gráfico 3: Superficie Proyectada a la Siembra de Quinua 2015 en**



**Fuente: MAGAP (Sub. Agricultura y Hombre a Hombre)**

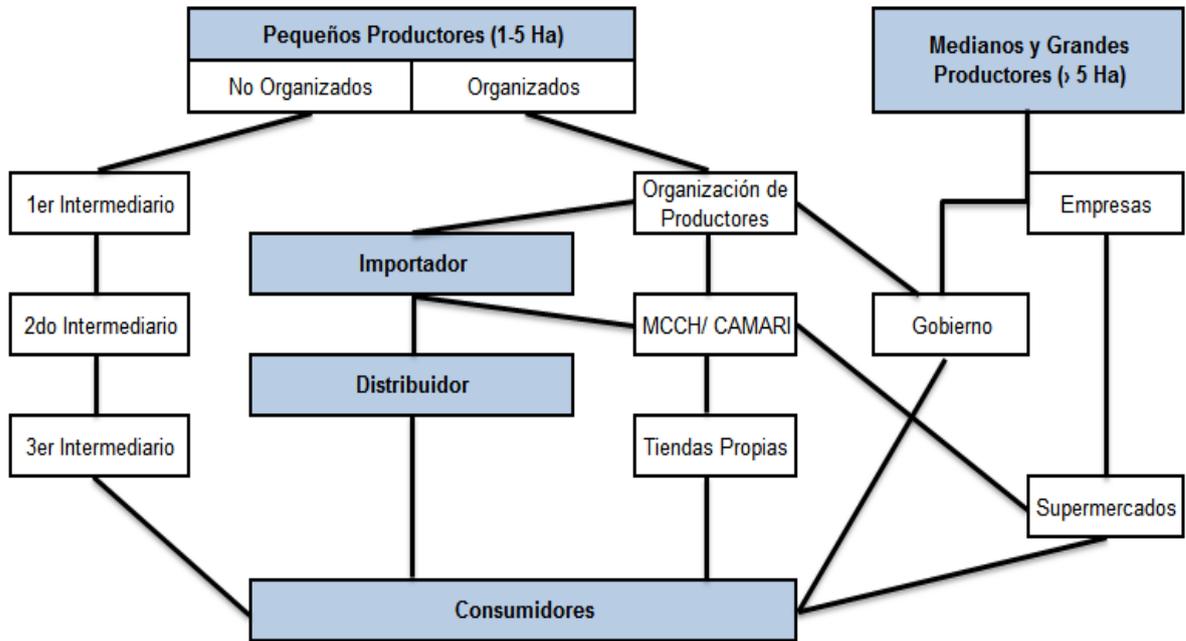
**Elaborado: Unidades de Negocios de Otros Productos – UNA EP**

## **1.2. CADENA DE VALOR QUE TIENE LA QUINUA**

Según el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (2013), la cadena de valor de la quinua ecuatoriana está estructurada como se muestra en el esquema 1, en el Ecuador existen pequeños productores que tienen extensiones de tierra que van hasta las cinco hectáreas y los medianos y grandes productores que tienen más de 5 hectáreas para la producción de la quinua ecuatoriana.

En el esquema 1 están los pequeños productores donde podemos encontrar los que están organizados y que son los que cuentan con un negocio más estructurado con distribuidores y la entrega del producto al importador que es el ente que se va a encargar de distribuir la quinua a los distintos puntos estratégicos dentro del país y dentro de los pequeños productores también encontramos los no organizados que son aquellas familias que tienen su producto y lo comercializan a otras personas directamente que cuentan con pequeños negocios dentro del Ecuador.

### Esquema 1: Funcionamiento de la cadena de valor de la quinua en Ecuador



**Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, 2013**

**Elaborado: Los Autores**

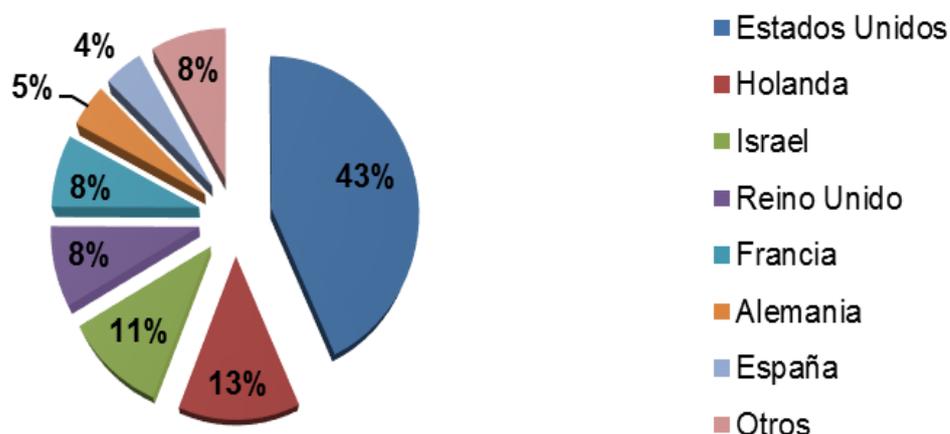
Dentro de la cadena de valor aún existente de la quinua en el Ecuador también tenemos los medianos y grandes productores ecuatorianos que son empresas que conocen y se especializan en el tema de la quinua del país y son los que se encargan de hacerle publicidad al producto tanto nacional como internacionalmente para su exportación y acogida en otros mercados.

## 1.3. ANÁLISIS DE MERCADO

### 1.3.1 DESTINOS ACTUALES DE EXPORTACION

Según el Banco Central del Ecuador (2014), el Ecuador cuenta con varios destinos de exportación alrededor del mundo de la quinua ecuatoriana, actualmente como lo podemos observar en la gráfica 4, Estados Unidos es el destino a donde más exporta este producto el Ecuador y sus exportaciones llegan a un 43%, en segundo lugar tenemos a Holanda con un porcentaje de exportación del 13%, de ahí Israel con un 11%, con el 8% de las exportaciones tenemos a Reino Unido y Francia cada uno. Podemos observar que actualmente se exporta la quinua ecuatoriana a Alemania pero es en un porcentaje mínimo en comparación a los otros destinos donde se envía el producto.

**Gráfico 4: Principales Destinos de las Exportaciones Ecuatorianas de la Quinua - % Participación, 2014**



**Fuente: Banco Central del Ecuador – BCE**

Según Aladi (2014), para el año 2015 se hicieron unas proyecciones tanto como de la producción y de la exportación de la quinua ecuatoriana como lo podemos observar en el gráfico 5, en donde en comparación con los

años anteriores se proyecta un crecimiento de la producción de la quinua en el país, así como se busca elevar las exportaciones a distintos países alrededor del mundo como los presentados en el gráfico 4.

**Gráfico 5: Proyecciones de producción y exportaciones regionales de Quinua.**



**Fuente: Aladi**

**Elaborado: FAO – ALADI**

#### **1.4. BARRERAS ARANCELARIAS**

Los impedimentos arancelarios son tasas estatales que se establecen y recaudan a los compradores y vendedores de mercancías en las aduanas de un país, por la llegada o salida de los bienes. En el Ecuador no se ha fijado ninguna tasa para cualquier bien que sea enviado, es decir por la salida del territorio nacional. (PROECUADOR, ¿Qué son barreras arancelarias?, n.d.)

Alemania que es el mercado potencial adapta distintas políticas arancelarias a la Unión Europea por ser un país afiliado, las condiciones arancelarias de los bienes y servicios que se distribuyen en Alemania son

exigidas por su máxima jurisdicción y esta tarea la asume el ministro de finanzas.

**Aranceles:** en la actualidad los productos ecuatorianos gozan de preferencias arancelarias parecidas a las que se encuentran en el Sistema General de Preferencias, estas preferencias estarán vigentes hasta la entrada del acuerdo entre las partes. (ProEcuador, 2015).

Para realizar consultas correspondientes a aranceles realizados a algún producto en específico acceda al siguiente link:

<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taric/TaricServiet?languageId=ES>

El Sistema General de Preferencias (SPG) aprueba el ingreso al mercado de la Unión Europea a bienes fabricados y determinados productos agrarios de países en crecimiento con privilegio completo o parcial de las tasas aduaneras. (ProEcuador. 2011) Guía Comercial de Alemania

**Impuestos y tasas:** El importador debe cancelar los impuesto al IVA que actualmente es vigente que corresponde al 19% o el IVA reducido que es de 7% que aplican a artículos como: alimentos, fertilizantes, madera, libros, plantas vivas, entre otras. (ProEcuador, Guía Comercial de Alemania 2015, 2015)

**Tabla 9: Subpartida Arancelarias para la Exportación de la Quinua.**

Subpartida	Descripción	Enmienda
1008.50.90.00*	Quinua en grano (exc. Para siembra)	V
1008.90.90.00	Los demás cereales NCOP	V
1008.50.10.00*	Quinua en grano para la siembra	V

**Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE**

**Elaborado: Autor**

El objetivo del Sistema General de Preferencias es fomentar las exportaciones de otros países en vía de desarrollo a través de un mejor

trato, ya que estos países desarrollados pueden usar el sistema a países en vía de desarrollo sin tener que extender las preferencias a otros países desarrollados. (OEA, n.d.)

## **1.5. BARRERAS NO ARANCELARIAS**

### **1.5.1. Requisitos sanitarios / fitosanitarios:**

Un requisito fitosanitario es la forma de preservar un producto con la finalidad de combatir cualquier plaga o enfermedad que pueda producir ya sea para especies animales o vegetales. (Boletinagrario, n.d.)

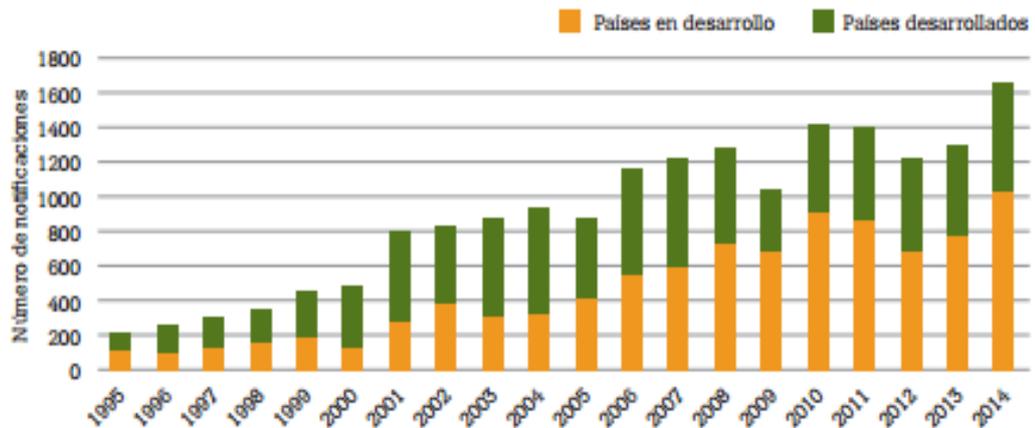
La Unión Europea ha decretado una sucesión de condiciones fitosanitarias con el fin de alertar la entrada y la dispersión en la UE de materiales perjudiciales para los vegetales y productos vegetales. (Trade Export Helpdesk, 2015)

Las clausulas consideran esencialmente que: - No se acepten introducir a la Unión Europea ciertos organismos restringidos, a menos que se den ciertas eventualidades específicas.

- Los vegetales y los bienes vegetales que se establecen deben ir acompañados de un documento fitosanitario para poder ser aprobados. (Helpdesk, n.d.)

Los productores y los mayoristas deben percatarse de los requisitos sanitarios de los mercados en los que ofrecen sus mercancías, (gráfico 6) ya que estas ordenanzas sirven para respaldar la inocuidad en la negociación de estos bienes y averiguan que las escalas de protección sanitaria sean empleadas como pretexto para favorecer a los productores nacionales. (OMC, n.d.)

**Gráfico 6: Notificaciones Ministerio Sanitario Fitosanitario presentada por la OMC**



Fuente y Elaboración: Organización Mundial del Comercio (OMC)

### 1.5.2. Requisitos Técnicos:

Las particularidades técnicas de un artículo en un mercado determinado, en esta ocasión el alemán, ayudan para comprender si los reglamentos actuales son de naturaleza forzosa o libre. En este proceso, todos los bienes que entran a los mercados de la Unión Europea deben encontrarse normalizados por la European Committee for Standardization (CEN). (PROECUADOR, Quinoa - Alemania Requisitos del Comprador, 2013)

El European Committee for Standardization (CEN) se encarga de establecer las normas europeas para el ingreso de alimentos la ISO 5526: 2013 trata sobre los cereales y otros granos que sirvan para consumo humano, la misma que sirve para regular su calidad y los requisitos sanitarios. (DIN, n.d.)

### 1.5.3. Requisitos de embalaje y etiquetado:

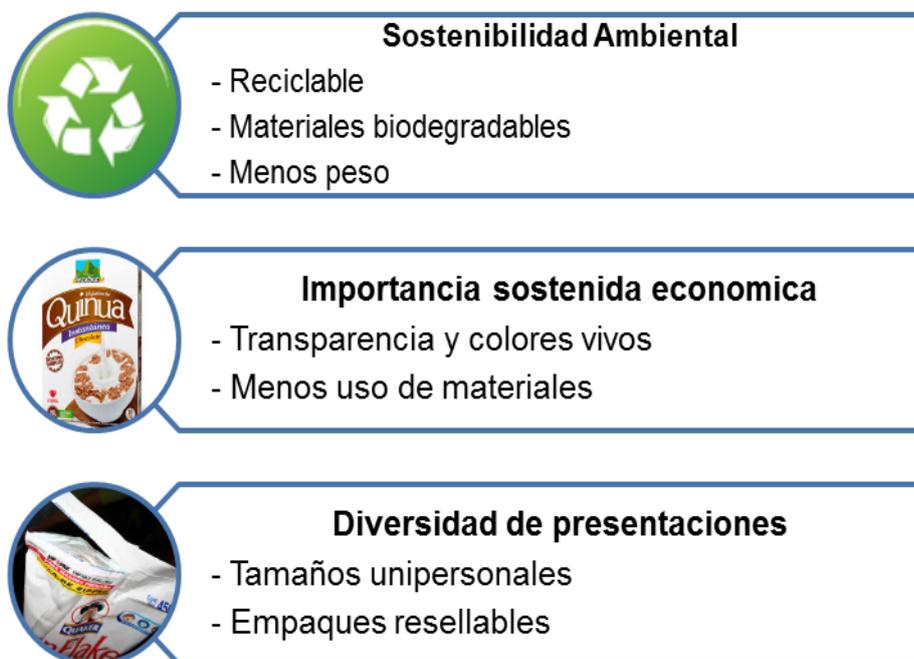
El envase y el embalaje son un componente esencial para el éxito de las exportaciones. Es necesario conservar y proteger los productos a fin de que lleguen a sus destinos en perfectas condiciones. Durante más de 40

años, el ITC ha proporcionado experiencia en este sector así como servicios de información y asesoramiento. (CCI, n.d.)

Los productos a exportarse deben de estar ajustado a la reglamentación europea sobre la organización de contingencia para la salud de los consumidores y conservación del medio ambiente; fundamentalmente lo perteneciente al tratamiento de los desperdicios (esquema 2). Los recipientes de madera o hechos naturalmente tendrán potestad a verse expuestos a controles fitosanitarios. (Santander, n.d.).

Dentro de MERCOSUR incluso pueden encontrarse normas que apuntan a los materiales que se encuentran en fricción con diversos alimentos, los mismos que deben ser sanitariamente aprobados. En su gran mayoría los países desarrollados tienen inspecciones estrictas sobre asuntos medioambientales en sus envolturas y embalaje. (Ieralpyme, 2013)

## **Esquema 2: Tendencias de etiquetado para la exportación a Unión Europea**



**Fuente: ProEcuador. 2014**

**Elaborado: Los Autores**

El reglamento (UE) Nro. 1169/2011 que trata sobre: Directrices para facilitar al consumidor la información alimentaria pertinente y el reglamento General: “Lebensmittel – kennzeichnungsverordnung – LMKV nos muestra la normativa aplicable para productos alimenticios de venta directa en el mercado alemán. (PROECUADOR, Embalaje y Etiquetado en Alemania 2014, 2014)

#### 1.5.4. Requisitos de comprador:

Calidad: los siguientes sistemas de gestión (esquema 3) son los que se aplican para el ingreso de productos alimenticios a la unión europea con la finalidad de que no exista ninguna inocuidad, y el producto se encuentre en los estándares adecuados para su comercialización. (ProEcuador)

#### Esquema 3: Normas de calidad para exportar productos a la Unión Europea.



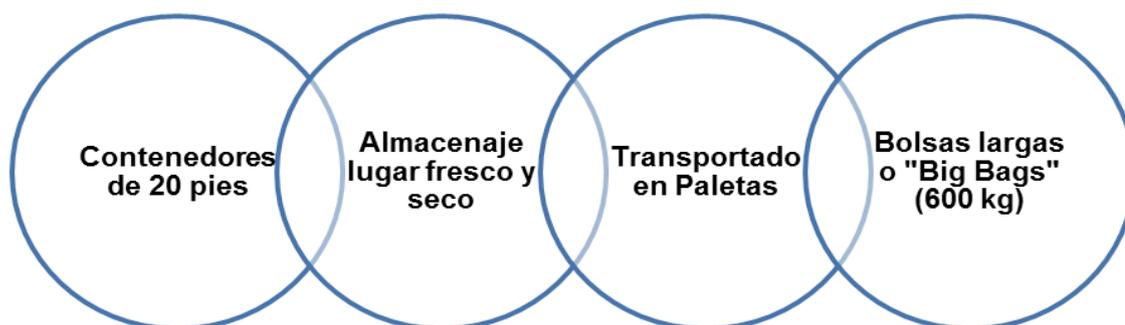
**Fuente: Ministerio de Comercio Exterior – ProEcuador**

**Elaborado: Los Autores**

**Entrega y disponibilidad:** En el mercado alemán las condiciones de entrega para productos al granel se dan generalmente por FOB (esquema 4) puerto de origen mediante flete marítimo. El seguro de transporte marítimo es ampliamente utilizado y cubierto por las agencias de carga y expedición como parte de su servicio.

Los plazos de entrega van a depender mucho de la negociación que exista con el cliente. El transporte marítimo Guayaquil-Hamburgo tiene un tiempo de tránsito de por lo menos 4 a 5 semanas. (ProEcuador)

#### Esquema 4: Maneras de distribución



Fuente: Ministerio de Comercio Exterior

Elaborado: Los Autores

**Certificaciones:** La Unión Europea exige la certificación EUREPGAP a frutas y vegetales que ingresen a este mercado para comprobar las buenas prácticas agrícolas y con el objetivo de responder a la preocupación del consumidor europeo. (G.A.P., n.d.)

El 80% del Mercado alemán de la quinua es orgánico, la fabricación orgánica y el adecuada expediente deben estar garantizados por un registro alemán, los bienes que trasladan el logo orgánico de Unión Europea deben ser elaborados de tal forma que cumplan a las condiciones para la producción orgánica de la Unión Europea.

Los amplios comerciantes alemanes quieren hacer transacciones con vendedores certificados por la ley internacional de alimentos (IFS o BRC). (PROECUADOR, Quinua - Alemania Requisitos del Comprador, 2013)

### 1.6. BALANZA COMERCIAL ECUADOR-ALEMANIA

En el 2014 Alemania estableció un excedente en la balanza comercial de 219.751,0 millones de euros, un 7.54% de su PIB, mejor al alcanzado en 2013, de 195.938,0 millones de euros 265.544.4 millones de dólares, el 6% del PIB. (DatosMacro, 2014)

En la (tabla 10) podemos observar que uno de los principales factores para que exista el aumento de la balanza comercial se debe al incremento

de las exportaciones en relación a las importaciones realizadas por Alemania.

En la balanza comercial alemana ha existido una evolución en los últimos años, ya que en el 2014 el superávit logrado fue mayor en relación al del 2013, esto ha ocasionado que escale al puesto 28 del ranking de los países de mejor balanza comercial en relación al PIB que antes ocupaba el puesto 32 de los 189 países a nivel mundial.

**Tabla 10: Comparación de datos comerciales entre Alemania y Ecuador.**

<b>Alemania</b> 		<b>Ecuador</b> 		
Exportaciones (+)	1.134.809,00	<b>2014</b>	19.369,40	Exportaciones (+)
Exportaciones % PIB (+)	38,92%	<b>2014</b>	25,61%	Exportaciones % PIB (+)
Importaciones (+)	915.058,00	<b>2014</b>	20.880,30	Importaciones (+)
Importaciones % PIB (+)	31,38%	<b>2014</b>	27,60%	Importaciones % PIB (+)
Balanza comercial (+)	219.751,00	<b>2014</b>	-1510,90	Balanza comercial (+)
Balanza comercial % PIB (+)	7,54%	<b>2014</b>	-2,00%	Balanza comercial % PIB (+)

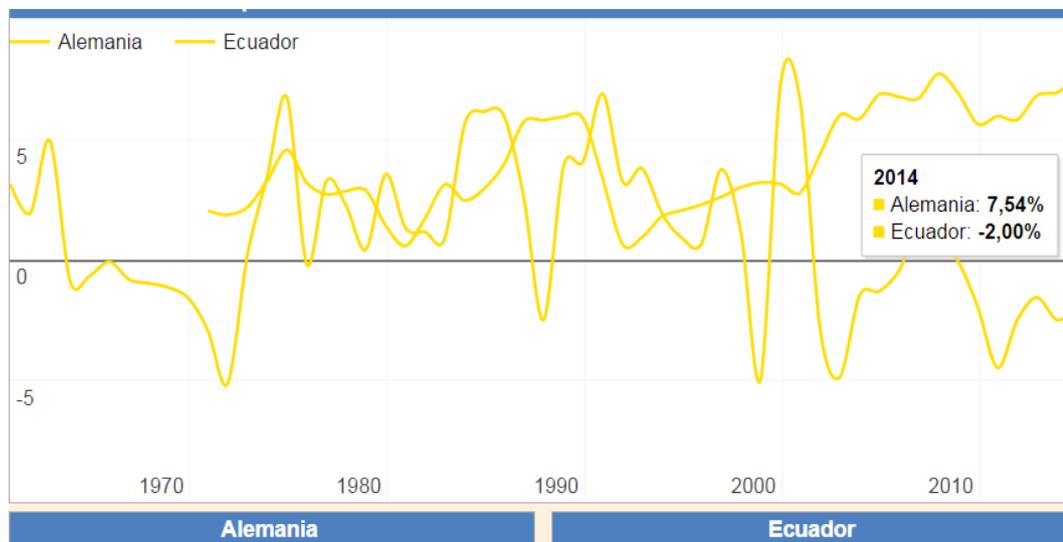
**Fuente: datosmacro.com**

**Elaborado: Autor**

En 2014 Ecuador por su parte registro un déficit en su balanza comercial de 1.510,9 millones de euros, un 2,00% de su PIB, inferior al registrado en 2013, que fue de 1.767,2 millones de euros, el 2.48% de su PIB. (DatosMacro, 2014)

La situación del Ecuador ha empeorado en el 2014 esto se da por el incremento que obtuvo en sus importaciones en relación a las exportaciones, podemos observar en el (Gráfico 7) el déficit del ecuador con respecto al 2013 lo que ha provocado que sea desplazado a la posición 72 del ranking de la balanza comercial con respecto al PIB en relación al año 2013 que se encontraba en el puesto 71 comparado con los 189 países restantes.

**Gráfico 7: Evolución de la balanza comercial % PIB de países Alemania y Ecuador.**



**Fuente: Datosmacro**

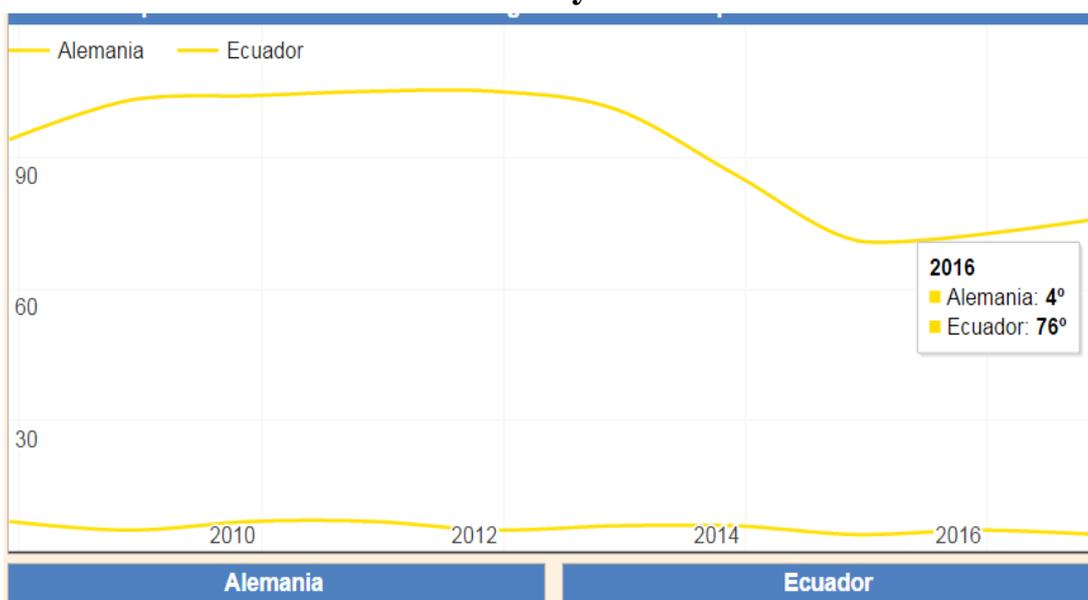
**Elaboración: datosmacro.com**

En lo que corresponde a la competitividad global, este índice se calcula mediante cuatro elementos los mismos que permiten encontrar la evolución de los países mediante su competitividad (Gráfico 8):

- **La eficiencia:** esta se encarga de medir el grado que desempeñan los países de forma innovadora y responsable.
- **La eficiencia de un gobierno:** se encarga de evaluar las diferentes políticas de gobierno que se aplican en un país para favorecer su competitividad.
- **La infraestructura:** se mide por la cantidad de recursos que posee un país para fomentar la productividad y a su vez crea valor en la economía para poder brindarle a sus habitantes una mejora en la calidad de vida.
- **El desempeño económico:** se mide con la evaluación macroeconómica de la economía de un país. (analiseconomico.info)

Se puede observar en el (Grafico 8) que el Ecuador en los índices de competitividad alcanzo un puntaje de 4.1 lo que lo ubica en el puesto 76 entre los 140 países más competitivos, a diferencia de Alemania que está situado en el 4to puesto de los países más competitivos a nivel mundial. (eluniverso.com)

**Gráfico 8: Evolución de ranking del índice de competitividad global de Alemania y Ecuador.**



Fuente: Datosmacro

Elaboración: datosmacro.com

## 1.7. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

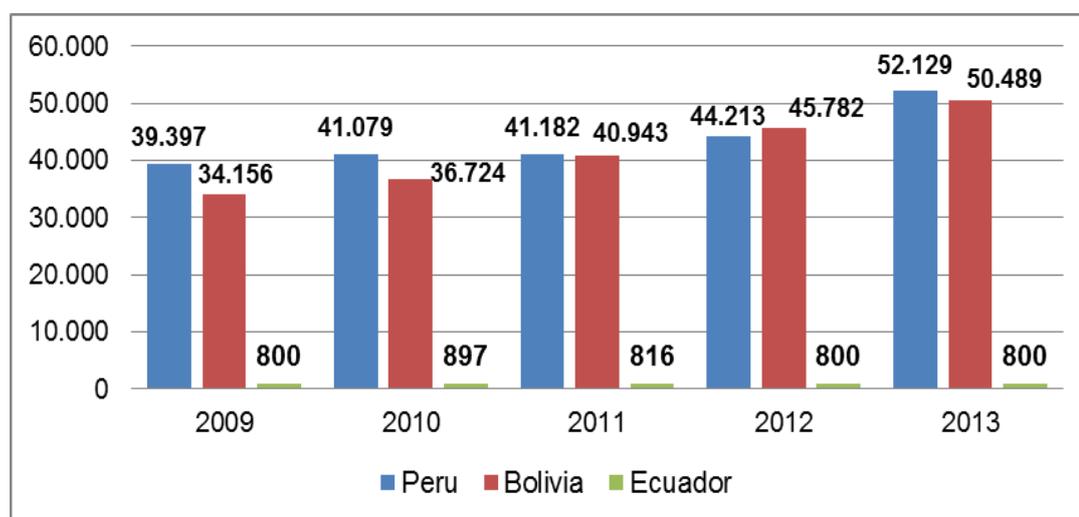
Entre 1992 y 1996, Bolivia controló el 90% de las remesas incesante de Perú 6% y Ecuador 4%. Para 2011, Bolivia negoció el 75% del global de las remesas mientras que Perú subió a 23% y Ecuador 2%. (LaRepública, 2014)

El comercio mundial de quinua se elevó alrededor de 135 millones de dólares en 2012, este bien se localiza muy condensado por principio de rumbos. El 82.4% de las transacciones mundiales se generan en los países que pertenecen al ALADI que son Bolivia, Perú y Ecuador (gráfico 9), los

otros importantes exportadores son Estados Unidos con un 9.8% y la Unión Europea con 7.5%. (FAO F. a., Tendencias y Perspectivas del Comercio Internacional de Quinua , 2014)

Desde el 2013 Bolivia y Perú discreparon la toma de mercado (Gráfico 9), los bajos precios de Perú disminuyen participación a la quinua boliviana. (Seleme, J.)

**Gráfico 9: Producción de Quinua Perú-Bolivia-Ecuador periodo 2009-2013**

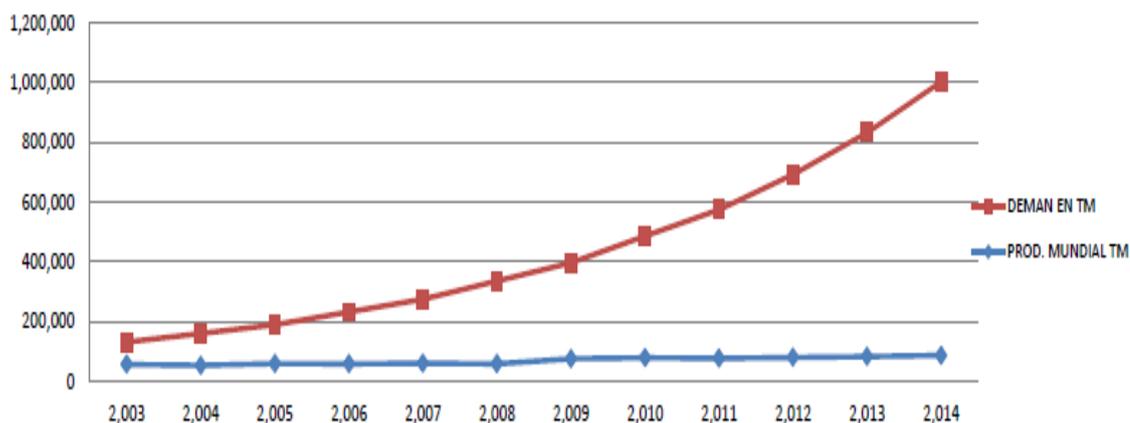


**Fuente: FAOSTAT – FAO Dirección de Estadística-MINAGRI-Perú**

**Elaborado: Autor**

Hace una década, Perú ligeramente elabora el 6% de la producción global de la quinua entretanto Bolivia controlaba el 90% de esa producción. Pero en el año 2014, Perú supera a Bolivia con 95000 toneladas producidas y 25.230 toneladas exportadas frente a las 84.000 toneladas producidas y 23.461 exportadas de Bolivia, aunque los bolivianos han conseguido una superior retribución debido al sobresaliente valor de su quinua orgánica. (LaRepública, 2014)

**Gráfico 10: Proyección de la demanda proyectada a nivel mundial**



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

**Elaboración: MAGAP**

Según MAGAP (2014), en el gráfico 10 observamos una comparación entre la demanda y la producción a nivel mundial entre el año 2003 al 2014 en donde podremos ver como la demanda con el pasar de los años ha ido incrementando considerablemente, en cambio la producción de la quinua se ha mantenido en un crecimiento pobre, por lo que falta más producción mundial para poder abastecer el mercado alrededor del mundo de este producto que es conocido como la quinua.

### **1.7.1. PERU**

La fabricación de Quinua en el Perú se consolida especialmente en el altiplano (Imagen 1) y los valles interandinos, con simpatía gradual del sembrado en las costas por sus peculiares zonas agroclimáticas favorables para la elaboración. (FAO F. a., Catálogo de Variedades Comerciales de Quinua en el Perú, 2013)

Los tipos de Quinua más importantes y que son de mayor producción en Perú son los siguientes:

- INA431 – Altiplano
- INA 427 – Amarilla Sacana
- INA 420 – Negra Collana
- INA 415 – Passankalla
- Ilpa INA



## **Imagen 2: Zonas agroecológicas potenciales de Producción de Quinua en el Perú.**

Los mercados de remesas de Perú fueron variados en 2013 efectuaron pedidos a 40 mercados entre ellos Estados Unidos, Canadá, Australia y Reino Unido los principales países consumidores de este bien, beneficiándose solo los Estados Unidos una aportación del 55% de los pedidos generales. Sin embargo es importante destacar que Brasil y Australia son los países que pagan más por la quinua con 4.68 y 4.55 dólares por kg. (MyperuGlobal, 2014)

Las exportaciones de la quinua peruana detectaron una progresión exponencial de seis ciclos en su monto en los dos concluyentes años. (Cámara de Comercio de Lima CCL, 2015).

En 2012 las remesas de quinua lograron precios por US\$31 millones mientras que en los dos años siguientes las remesas sumaron US\$79 y US\$196 millones respectivamente (Tabla 11). (Centro de Comercio Exterior CCEX, 2015) (CCEX, 2015)

La exportación de la Quinua peruana obtenidas el último trimestre del 2015 redujo en un 34% al venderse US\$96.7 millones en comparación a los US\$141 millones del 2014. El descenso se otorga al mínimo valor que obtienen las exportaciones decreciendo de US\$ 5.42 kilos del 2014 a los US\$3.78 Kilos del 2015. (Koo, 2015)

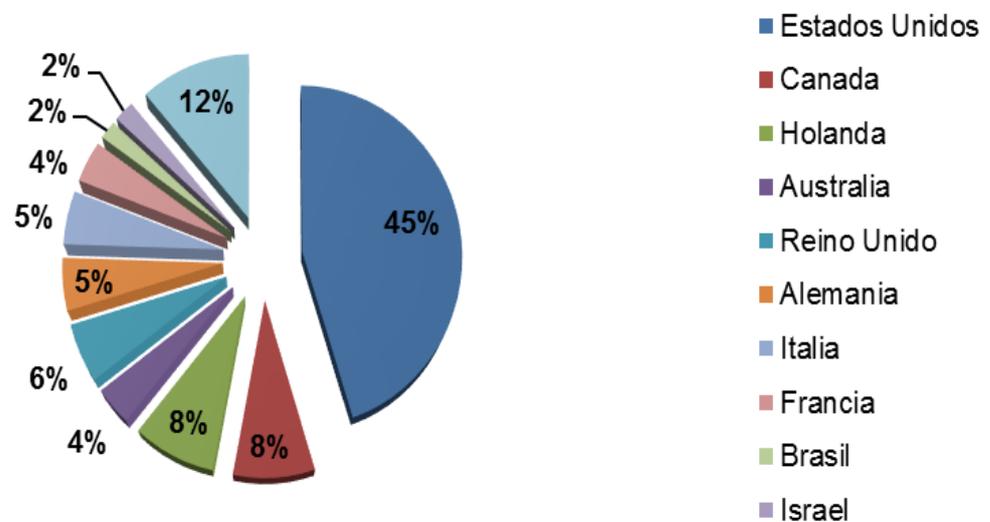
**Tabla 11: Exportaciones de Quinoa Perú (2014-2015)**

MES	2014			2015		
	FOB	KILOS	PREC PROM.	FOB	KILOS	PREC PROM.
ENERO	11.256,96	1.823,57	6,17	9.390,05	1.993,41	4,71
FEBRERO	10.646,57	1.825,60	5,83	9.518,87	2.267,35	4,2
MARZO	10.404,78	1.908,88	5,41	10.542,87	2.443,30	4,32
ABRIL	9.907,69	1.841,37	5,38	8.315,14	2.059,61	4,04
MAYO	13.231,46	2.413,06	5,48	12.823,17	3.293,04	3,89
JUNIO	17.819,49	3.306,56	5,39	12.539,29	3.264,58	3,84
JULIO	19.449,76	3.534,42	5,5	12.999,68	3.729,80	3,49
AGOSTO	24.906,02	4.473,09	5,57	11.017,04	3.402,32	3,24
SEPTIEMBRE	24.211,35	4.457,02	5,43	9.630,10	3.176,02	3,03
OCTUBRE	19.410,37	3.779,17	5,14			
NOVIEMBRE	15.679,37	3.022,88	5,19			
DICIEMBRE	19.424,59	3.857,34	5,04			
<b>TOTAL</b>	<b>196.348,41</b>	<b>36.242,96</b>	<b>5,46</b>	<b>96.776,19</b>	<b>25.629,42</b>	<b>3,86</b>
<b>PROMEDIO MENSUAL</b>	<b>16.362,37</b>	<b>3.020,25</b>		<b>8.064,68</b>	<b>2.135,79</b>	
<b>% CREC.ANUAL</b>	<b>179%</b>	<b>116%</b>	<b>29%</b>	<b>-34%</b>	<b>-6%</b>	<b>-30%</b>

Fuente SUNAT

Elaborado: Autor

**Gráfico 11: Principales destinos de exportaciones de Quinoa Peruana 2015**



Fuente: agrodataperu.com

Elaborado: Los Autores

Según AgroDataPerú (2015), en el gráfico 11 observamos los principales destinos que tiene Perú al exportar su quinua y el valor que representa el FOB por esta actividad. Encontramos que el país que más mercado tiene para la exportación de este producto es Estados Unidos y lo demás está repartido en distintos países del mundo como podemos ver en el gráfico 11.

### **1.7.2. BOLIVIA**

La quinua boliviana se produce en los departamentos de Oruro y Potosí, sus granos tienen mayor contenido de saponina 2.8% y se presentan en granos grandes de 1.8 a 2.2 mm. (IBCE, n.d.)

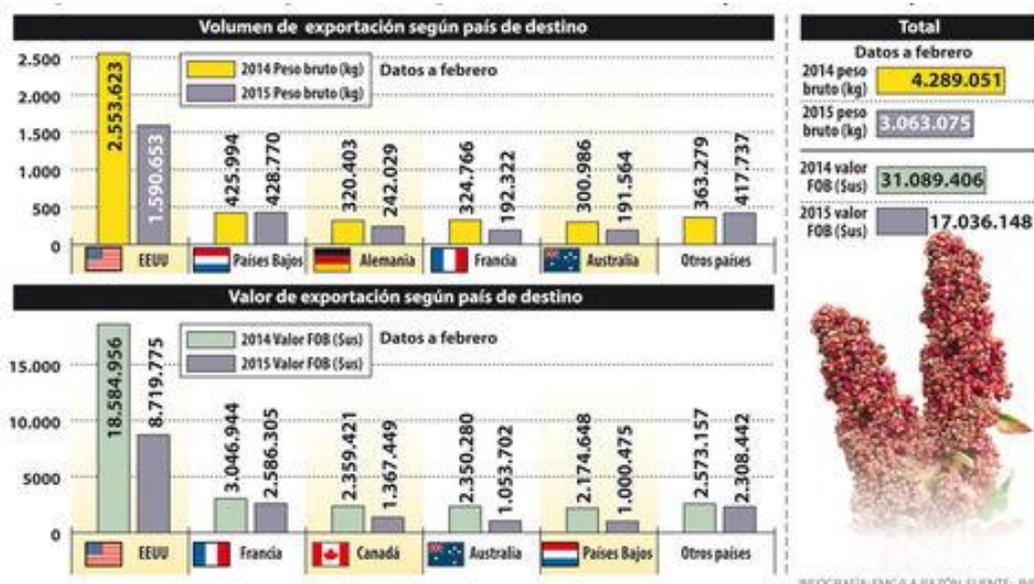
La quinua boliviana es denominada la mejor del mundo a nivel de pureza, cantidad producida y calidad. Bolivia está por delante de otros países, sin embargo el nivel alcanzado no debe ser descuidado porque existe una competencia muy dura. (Ajayu, 2013)

En el 2014 se sembraron 160 mil hectáreas de quinua con una elaboración de 83 mil toneladas, con la desigualdad de hace 10 años que se cosechaban 40 mil hectáreas por año, de la totalidad de esta cosecha solo el 4% se procesaba localmente y el resto es enviado hacia Estados Unidos y Francia, donde se distribuye el 60% de la producción. (Cabrera, 2015)

Hay tratados binacionales en donde países tales como Estados Unidos inspeccionan el certificado fitosanitario boliviano sin considerable aviso, a diferencia de otros países que solicitan se realice un estudio más exhaustivo. (Erbol, 2015)

La rentabilidad promedio del sembrado de quinua en Bolivia redondea en 0.6 toneladas por hectárea (t/ha), existe una considerable rivalidad por la afluencia en el mercado de 96 países que realizan el grano, sin embargo Bolivia está fomentando un cambio al incentivar la producción netamente orgánica. (Rosal, 2015)

**Gráfico 12: Exportación de Quinua Boliviana primer bimestre (2014-2015)**



Fuente: la-razón.com

Elaborado: Infografía INE

La remesas de quinua conforme el reporte del INE (Gráfico 12) señala que Estados Unidos se conserva como primer mercado para la elaboración de quinua boliviana. El año 2014 el 59.89% de las negociaciones se manejaron en este mercado. Le acompaña en importancia Francia (7.99%), Alemania (6.62%), Países Bajos (5.61%), Canadá (5.30%) y Australia (4.73%), entre otros países. (LaRazón, Precio de la quinua exportada a Estados Unidos baja en 24,62%, 2015)

**Tabla 12: Demanda y Abastos estimados de quinua Boliviana**

	2011	2012	2013	2014	2015
Demanda (t)	16250,49	16811,89	17373,29	17934,7	18496,1
Abasto (t)	13345,49	13920,37	14494,25	15070,12	15645
Disponibilidad (t)	-2905	-2891,52	-2878,04	-2864,58	-2851,1

Fuente: Programa de Apoyo a la Cadena de la Quinua, Altiplano Sur (PROQUIOR)

Elaborado: Los Autores

La creciente demanda del mercado mundial (Tabla 12) y el cultivo comercial de quinua esta degradado el suelo a través de la intensificación de la producción y dejando atrás la tradicional producción extensiva. Durante miles de años la quinua ha sido un alimento nutritivo tradicional boliviano, pero ha alcanzado tan altos precios en los mercados internacionales que los productores prefieren venderlo y comprar alimentos menos nutritivos para su consumo. (Jacobsen, 2012)

### **1.7.3. EXPORTACIONES DE BOLIVIA Y PERU.**

Las exportaciones de quinua boliviana a Estados Unidos son consideradas las distinguidas en este mercado para este producto, pero estas se han venido degradado en valor y en dimensión en los meses iniciales del 2015. Los fabricantes bolivianos lo otorgan a la competencia peruana, que fabrican más y a un mínimo valor del cereal andino. (Razón, 2015)

La cuantiosa propuesta de quinua peruana en el mercado global origino que el valor del quintal andino disminuya a los 400 bolivianos en la concluyente semana y se localice al extremo de la crisis a la producción nacional. (LaPatria, 2015)

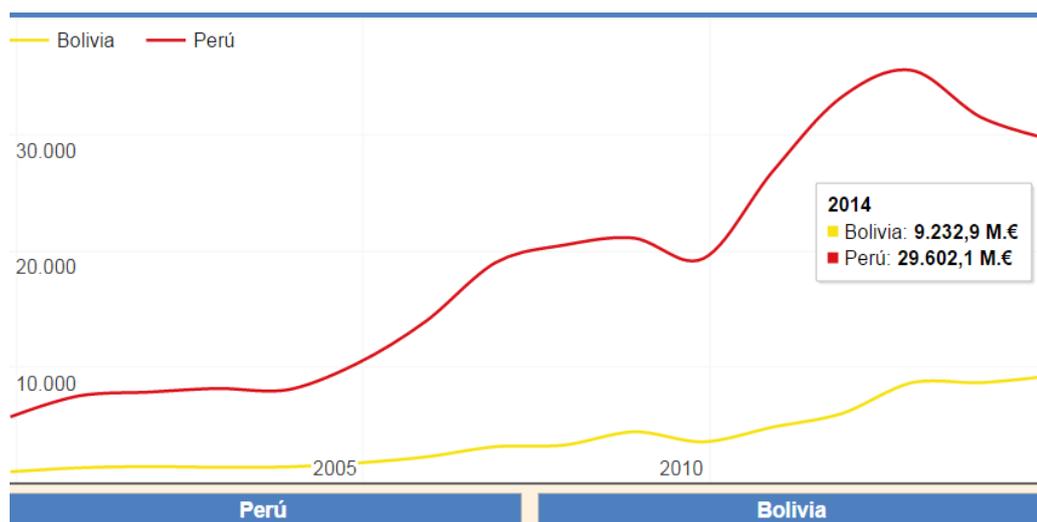
Perú relega a Bolivia como primer fabricante mundial de quinua, debido a que en mayo del 2015, el monto de la oferta en el extranjero del cereal peruano sobrepaso en un 10.75% las remesas del país altiplánico. (Gestión, 2015)

El auge en las remesas peruanas se otorga a que la producción de quinua del Perú es “totalmente habitual”, lo que procede a que alcance superiores cantidades del producto en pocas hectáreas de tierra, entretanto la producción local que es orgánica es mínima en abundancia. (LaRazón, Bolivia no exporta tanta quinua como Perú porque su producción es ‘orgánica’ y no ‘convencional’, 2015)

De acuerdo con la documentación del INE, que está garantizado por el Instituto de Comercio Exterior (IBCE), evidencia que existió una disminución de las remesas bolivarianas del grano (gráfico 13), no obstante el gobierno aguarda a los datos de las ventas para termina esta gestión, ya que se iniciaron nuevos mercados e incrementaron los envíos. (Rpp, 2015)

Perú posee una composición arancelaria muy conveniente y acuerdos de libre comercio con diferentes naciones asimismo sus campesinos están automatizados y poseen un elevado nivel de rentabilidad por hectárea; mientras que Bolivia elabora en el mínimo de los sucesos media tonelada por hectárea a disimilitud de los peruanos que elaboran cuatro, esto logra que sean más eficientes y reduzcan sus costos de elaboración. (LaRazón, Exportación de quinua boliviana cae en 42,5%, 2015)

**Gráfico 13: Evolución de Exportaciones Perú y Bolivia**



**Fuente: Datosmacro**

**Elaborado: Datosmacro**

Actualmente Perú encabeza las remesas de quinua con una tasa de progresión de 96% en los concluyentes 5 años (gráfico 13). Sin embargo hay naciones como Estados Unidos, Dinamarca, España, Inglaterra, Finlandia que gracias a sus indagaciones científicas han obtenido nuevas diversidades de quinua acopladas a sus climas. (ElComercio, 2015)

## Capítulo 2

### 2. ANALISIS DEL MERCADO-PAÍS DESTINO

Para analizar el mercado alemán se ha dividido en 3 partes:

- Tendencias
- Perfil del Consumidor
- Hábitos del Consumidor

A continuación se explicará cada uno de ellos para poder entender un poco mejor el comportamiento de los alemanes frente a los productos que ellos tienden a consumir.

#### 2.1. La Tendencia del Mercado Alemán

La tendencia del mercado alemán ha llegado que una cifra muy representativa en Alemania cuando va a adquirir algún producto ellos primero buscan lo que es la calidad, ya que para ellos es súper importante este punto al momento de consumir algo pero, existe otro porcentaje de personas que prefieren dejar a un lado el tema de la calidad siempre y cuando el producto que desean conseguir tenga el precio muy bajo. (PROEcuador, Guía Comercial, 2015)

##### 2.1.1. El Perfil del Consumidor Alemán

Según (PROEcuador, Guía Comercial, 2015). Ha realizado estudios y son los siguientes:

- Los jóvenes de ahora tienden a consumir cosas nuevas que lanzan al mercado.

- Los alemanes actualmente están probando diferentes bebidas ya que ellos buscan las que tengan altos valores nutritivos a los cuales se los conoce como los “Super Food”.
- Las personas que pasan de los 30 años por lo general les llama la atención los productos que pertenecen al sector de comercio justo y el comercio ético.
- Los alemanes últimamente están buscando cosas nutritivas que tengan buen sabor que hayan sido creados especialmente para mantener un buen equilibrio de la salud sin olvidar no dañar el ambiente en el que vivimos.
- El tema de nutrición es muy importante para un alemán, pero si el producto proviene de un lugar en donde se esté dañando el medio ambiente, estos no lo van a consumir.
- En Alemania las personas buscan lo nacional para proteger su producción y así tener mayor confianza en la calidad y seguridad del producto.

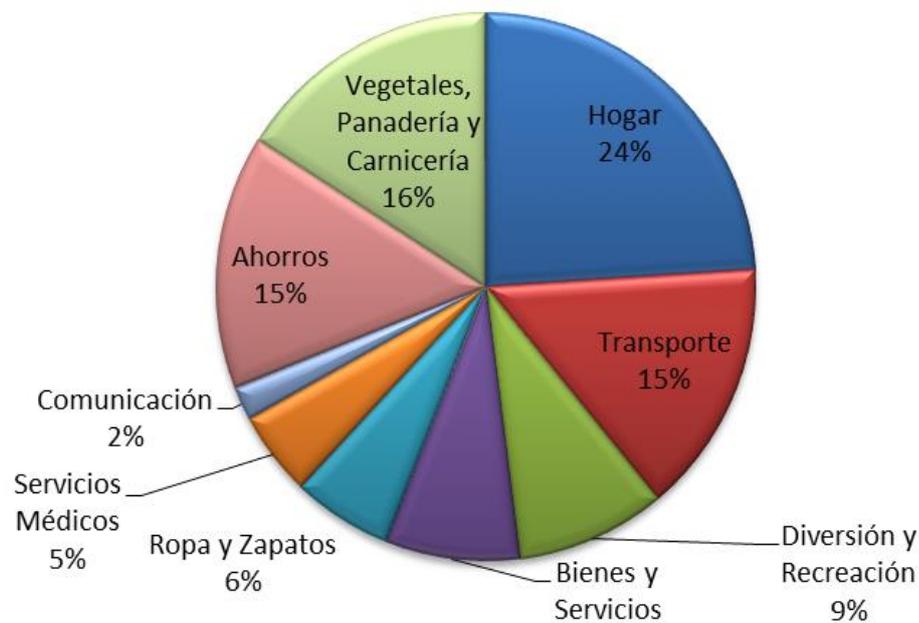
### **2.1.2. Hábitos de Consumo**

Según (PROEcuador, Guía Comercial, 2015). En su guía comercial alemana dice lo siguiente:

- El sueldo que posee cada alemán, el 15% de dicho sueldo es destinado para las compras mensuales de cada hogar.
- Casi un 20% del dinero de cada alemán es gastado en restaurantes, sector que está en crecimiento.
- Un 16% de su sueldo es consumido en compras saludables, panadería y en carnes.
- Dentro del gusto del alemán está que tienen que ser un empaque que se pueda volver a usar.

- El consumo ha estado cayendo en los productos que contengan altos niveles de azúcar, sal y grasas, así como las bebidas gaseosas, carnes y los productos que no sean orgánicos.
- El consumo de los productos que representan un aporte al organismo del ser humano, como lo son las frutas, los productos orgánicos, vegetales, pan, productos hechos a base de soya, etc.

**Gráfico 14: Hábitos de Consumo Alemán**



**Fuente: PROECUADOR**

**Elaboración: Los Autores**

En el gráfico 14 se puede observar más detallado como es el comportamiento de los alemanes al momento de consumir, sus ingresos mensuales son destinados para varias cosas en general, de los cuales el 15% lo ahorran y el 16% son destinados para vegetales, panadería y carnicería. Aquí se puede analizar que los alemanes de sus ingresos destinan un porcentaje considerable para comida sana, su hábito de consumo es saludable lo cual es beneficioso para nuestro estudio.

## 2.2. Antecedentes de mercado

Los rasgos del modelo económico alemán se dan después de la segunda guerra mundial en 1948 y se basan en una economía social de mercado (ESM). La misma que se basa en el libre mercado interior y exterior el mismo que incluye al estado para salvaguardar el sistema, el mismo que será responsable de las infraestructuras y dará solución de los posibles fallos del mercado, principalmente en la distribución de las rentas y el sistema de seguridad social. (Argandoña, 2012)

- Alemania es considerada una economía abierta, sus exportaciones sirven como motor debido a su capacidad de innovación y ayuda a otros sectores.
- El crecimiento de este país no está basado en el consumo, sino más bien en las exportaciones.
- El nivel de vida de los alemanes es considerado alto, debido a que el índice de productividad por empleado también es alto, esto se debe al sistema educativo de calidad que ofrece en las diferentes etapas, destacando sobre todo en la formación profesional.
- Los salarios son relativamente altos esto se debe al crecimiento del país el mismo que es moderado, el principal factor influyente es la inflación. En lo que corresponde a los impuestos estos son altos en relación a otros países de la Unión Europea pero no son crecientes.
- La capacidad de exportación se basa en la calidad ofrecida y la innovación tecnológica sin tomar en consideración los costos bajos ya que estos crecen debido a la productividad.

**Tabla 13: Principales Socios Comerciales de Alemania**

<b>SOCIOS COMERCIALES DE ALEMANIA</b>		
<b>Miles USD</b>		
<b>Mercados</b>	<b>2014</b>	<b>%Partic.</b>
Francia	134,606,523	8.91%
Estados Unidos de América	128,683,006	8.52%
Reino Unido	105,778,462	7.00%
China	99,974,882	6.62%
Holanda	93,663,625	6.20%
Austria	73,559,275	4.87%
Italia	72,056,092	4.77%
Otros	802,810,593	53.13%
<b>Total</b>	<b>1,511,132,458</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trademap**

**Elaborado: Los Autores**

En la tabla 13 se puede encontrar los diferentes socios comerciales que tiene Alemania en donde Francia representa un gran ingreso para los alemanes con una participación del 8.91%, de ahí le sigue Estados Unidos con un 8.52%, Reino Unido tiene una participación del 7%, continua China con un 6.62%, Holanda con 6.20%, Austria tiene un 4.87%, Italia con un 4.77% y el 53.13% con varios países en porciones pequeñas de participación con Alemania. Aquí podemos observar que este país cuenta con socios de alto poder económico y con buenas relaciones bilaterales,

### **2.3. Importaciones de quinua hacia Alemania**

Alemania es el principal productor y consumidor de la Unión Europea con un volumen de importaciones de 1.800 millones de Euros, esto se da a la conciencia del consumidor sobre la salud y medio ambiente de sus habitantes.

Alemania es considerada un mercado autosuficiente para los productos orgánicos a base de cereales, carnes y leche, el mismo que se caracteriza debido a que posee una fuerte competencia en sus productos tanto por su calidad, precio y el servicio ofrecido.

El 20% de las ventas de productos orgánicos están dados por frutas y hortalizas un 15% en lácteos y un 40% en cereales. Las principales ventas se dan en tiendas dedicadas a la comercialización de productos orgánicos que concentran un 40% de las ventas totales. A pesar del aumento de la demanda de productos orgánicos Alemania debe importar el 60% de los alimentos que consume, debido a que su mercado crece en un 10 a 20% anual. (Aladi)

**Tabla 14: Importaciones Alemanas Quinoa 2014.**

Lista de los productos correspondientes en la revisión SH de 2007 importados por Alemania en 2014									
Producto: 100850 Quinoa "Chenopodium Quinoa"									
Código	Descripción del producto	Indicadores comerciales							
		Valor importada en 2014, miles de USD	Saldo comercial 2014 en miles de USD	Tasa de crecimiento en valor entre 2010-2014, %, p.a.	Tasa de crecimiento en cantidad entre 2010-2014, %, p.a.	Tasa de crecimiento en valor entre 2013-2014, %, p.a.	Tasa de crecimiento de las exportaciones mundiales entre 2010-2014, %, p.a.	Participación en las importaciones mundiales, %	Posición relativa en las importaciones mundiales
	Total	103713	-57959						
'100890	los demás cereales	103713	-57959	26	23	92	30	13	2

**Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE**

**Elaborado: Los Autores**

En la tabla 14 se puede observar que la tasa de incremento del volumen de las importaciones al 2014 de cereales a Alemania han aumentado considerablemente, siendo un 92% mayor en relación al 2010 donde la tasa de crecimiento era del 23% logrando así que el valor importado al 2015 ascienda a 1219.23 miles de dólares.

El Ecuador tiene como uno de sus principales compradores a Alemania esto se da debido a que el país Europeo ha visto en la quinoa

ecuatoriana un producto de alta calidad y satisface las expectativas del comprador alema, debido a esto se ha logrado ver el incremento en las importaciones ya que en 2014 Alemania compró alrededor de 60.56 toneladas métricas de quinua mientras que en el 2015 aumentaron a 297.58 Toneladas métricas.

**Tabla 15: Principales exportaciones y destinos de Quinua Ecuatoriana**

<b>Exportaciones Quinua Ecuatoriana - Año 2014</b>				
<b>cod_partida</b>	<b>txt_partida_arancel</b>	<b>nom_pais</b>	<b>TM</b>	<b>FOB EN MILES</b>
1008509000	Los demás	ALEMANIA	60,56	237,66
1008509000	Los demás	CANADA	20	88
1008509000	Los demás	COLOMBIA	14,5	82,96
1008509000	Los demás	ESPANA	20,7	92
1008509000	Los demás	ESTADOS UNIDOS	463,11	2.082,89
1008509000	Los demás	FRANCIA	49,76	244,04
1008509000	Los demás	ISRAEL	120	559

<b>Exportaciones Quinua Ecuatoriana - Año 2015</b>				
<b>cod_partida</b>	<b>txt_partida_arancel</b>	<b>nom_pais</b>	<b>TM</b>	<b>FOB EN MILES</b>
1008509000	Los demás	ALEMANIA	297,58	1.219,83
1008509000	Los demás	CANADA	140,1	589,74
1008509000	Los demás	COLOMBIA	24	96
1008509000	Los demás	REPUBLICA DE COREA (SUR)	0	0
1008509000	Los demás	ESPANA	73,83	267,47
1008509000	Los demás	ESTADOS UNIDOS	403,16	1.384,96
1008509000	Los demás	FRANCIA	87,42	453,55
1008509000	Los demás	ISRAEL	80	304
1008509000	Los demás	ITALIA	0,35	2,15
1008509000	Los demás	HOLANDA(PAISES BAJOS)	20	98
1008509000	Los demás	REINO UNIDO	20	96
1008509000	Los demás	REPUBLICA CHECA	1,08	2,39

**Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)**

**Elaborado: Los Autores**

## 2.4. Variedades y productos importados desde Alemania

Alemania es un país que aunque sea avanzado en tecnología y tenga sus propias industrias, este aún necesita de productos provenientes de otros países para poder nivelar la cantidad de demanda que tienen, está claro que los alemanes son nacionalistas pero tampoco descartan usar estos productos extranjeros.

**Tabla 16: Principales Productos Importados por Alemania desde el Mundo**

Miles USD			
Subpartida	Descripción	2014	%Partic.
2709	Aceites crudos de petróleo o de minerales bituminosos	65,806,843	5.40%
3004.9	Los demás medicamentos preparados	22,712,884	1.86%
2710.19	Otros aceites de petróleo y preparaciones	22,666,015	1.86%
8802.4	Aviones y demás vehículos aéreos, de peso en vacío, superior a 15000 k	19,422,747	1.59%
8703.32	Vehículos automóviles para transporte de personas con motor de embolo de vilin	16,772,395	1.38%
3002.1	Sueros específicos de animales o de personas inmunizados y demás campo	16,046,011	1.32%
8517.12	Teléfonos, incluidos los teléfonos móviles (celulares) y los de otras redes inalámbricas	11,099,990	0.91%
8703.23	Vehículos automóviles para transporte de personas de cilindrada superior a 1500	10,103,475	0.83%
8471.3	Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos digitales	10,046,006	0.82%
8708.29	Las demás partes y accesorios de carrocería, incluidas las cabinas, ex	9,480,162	0.78%
	Demás productos	1,014,181,822	83.24%
<b>TOTAL</b>		<b>1,218,338,350</b>	<b>100%</b>

Fuente: PROECUADOR

Elaboración: Los Autores

En la tabla 16 podemos observar los productos que Alemania importa desde varios puntos del planeta, estas estadísticas son del año 2014, donde la importación de productos de petróleo y medios de transporte se encuentran en primer lugar.

## 2.5. Quinoa Orgánica

La quinoa orgánica es considerada internacionalmente como un grano que contiene altos componentes que la convierten en un alimento completamente energético por su contenido alto en minerales, carbohidratos, proteínas y vitaminas, es un buen suministro para las personas que tienen altos desgastes por realizar algún deporte o ejercicio y también puede ser ingerido por los que no hacen ninguna actividad física. (QuinoaOrgánica, n.d.)

La quinoa orgánica también sirve para la alimentación de personas que tienen una desnutrición crónica y enfermos en general, ya que su fácil digestión hace que los componentes que posee la quinoa sean asimilados por el cuerpo humano instantáneamente. (QuinoaOrgánica, n.d.)

**Tabla 17: Componentes de la Quinoa Orgánica**

<b>Minerales</b>	<b>Quinoa<sup>B</sup></b>	<b>Minerales</b>	<b>Quinoa</b>
<b>Isoleucina</b>	4,90	<b>Calcio</b>	148,70
<b>Leucina</b>	6,60	<b>Hierro</b>	13,20
<b>Lisina</b>	6,00	<b>Magnesio</b>	249,60
<b>Metionina<sup>c</sup></b>	5,30	<b>Fosforo</b>	383,70
<b>Fenilalanina<sup>d</sup></b>	6,90	<b>Potasio</b>	926,70
<b>Treonina</b>	3,70	<b>Zinc</b>	4,40
<b>Triptofano</b>	0,9		
<b>Valino</b>	4,5		

**Fuente: FAO**

**Elaboración: Los Autores**

En la tabla 17 se encuentran los componentes que contiene la quinua orgánica, que son altos para un solo producto pero muy nutritivos para el cuerpo humano, los cuales les ayuda con el crecimiento corporal e intelectual, también para el control de ciertas enfermedades y prevención de las mismas.

## **2.6. Comercio Justo**

El comercio integro es una oscilación global que posee como objetivo conseguir concordancias más justas e imparciales de comercio mediante los ejercicios sociales que indagan tener una afinidad más espontanea entre productores y consumidores. (Fairtrade, n.d.)

La transacción justa en el Ecuador se interpreta como un suceso que explora el crecimiento del intelecto humano, impulsando la obtención de juicios sobre su vida y su domicilio, alcanzando elaborar nuevos vínculos económicos y comerciales que cooperen con el buen vivir de modo sostenible. (CECJ, 2015)

De acuerdo a las cifras reportadas en el sitio oficial de Fairtrade Deutschland, en 2013 las ventas estimadas de productos bajo esta marca ascendieron a 654 millones de Euros, lo cual significó un incremento del 23% con respecto al año anterior. (PROEcuador, Guía Comercial, 2015)

Las reglas de comercio justo para la producción de la quinua son los siguientes:

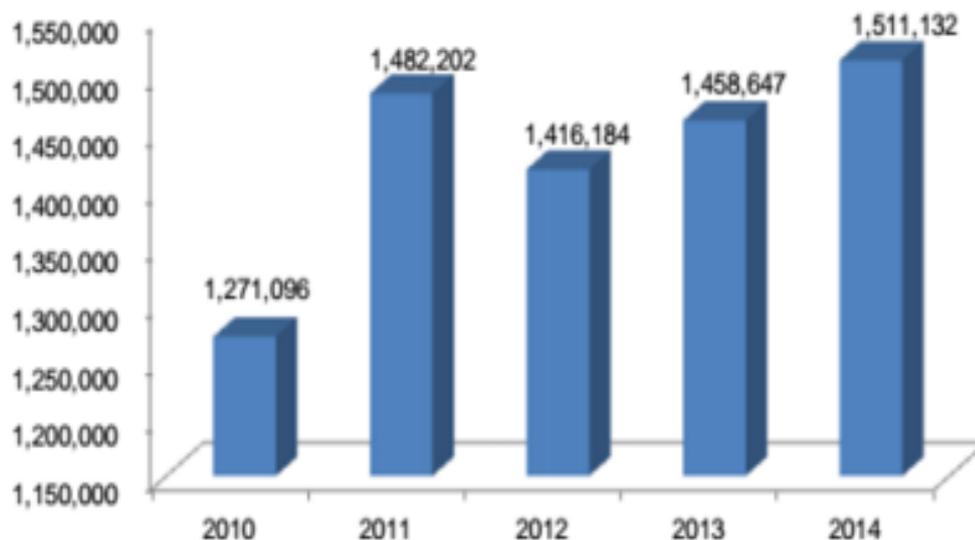
- Los pequeños fabricantes que están estructuradas en asociaciones deben ser tramitadas de forma democrática y relacionarse con los productores.
- El valor mínimo se liquida directamente con las asociaciones que pertenecen a los agricultores.

- Los modelos medioambientales no permiten el uso de químicos y restringen que las plantas sean alteradas genéticamente.
- Los obreros pueden conseguir prefinanciación del 60% de la siembra del valor del convenio.
- El trabajo infantil ilegal y el trabajo forzoso está prohibido.

## 2.7. Exportaciones Alemanas

Así como Alemania importa productos de distintas partes del planeta, Alemania es un país exportador de varios productos ya que es un país industrializado y en las estadísticas del año 2014 el ranking de países exportadores fue: 1) Estados Unidos, 2) China y en el 3) Alemania. En el gráfico 16 podemos observar las distintas variaciones que ha tenido este país europeo entre el 2010 al 2014, registrando el ingreso más alto por exportaciones en el año 2014.

**Gráfico 15: Exportaciones de Alemania al Mundo**



Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trademap

Elaborado: Los Autores

En la (tabla 18) podremos observar cuales son los principales productos que tienen gran representación en las exportaciones de Alemania a distintas partes en el mundo, estos productos van desde automóviles, partes de autos, aviones, medicamentos aceites y preparaciones de petróleo, entre otros.

**Tabla 18: Principales Productos Importados por Alemania desde el Mundo**

Miles USD			
Subpartida	Descripción	2014	%Partic.
8703.23	Vehículos automóviles para transporte de personas de cilindrada superior a 1500	58,203,330	3.85%
8703.32	Vehículos automóviles para transporte de personas con motor de embolo de cilindro	50,313,824	3.33%
3004.9	Los demás medicamentos preparados	39,641,391	2.62%
8802.4	Aviones y demás vehículos aéreos, de peso en vacío, superior a 15000 k	33,224,976	2.20%
8703.24	Vehículos automóviles transporte personas de cilindrada superior a 300	23,632,091	1.56%
3002.1	Sueros específicos de animales o de personas inmunizados y demás campo	20,054,126	1.33%
8703.33	Vehículos automóviles de transporte para personas de cilindrada superior a 2500 cm	14,457,894	0.96%
8708.4	Cajas de Cambio	14,276,398	0.94%
2710.19	Otros aceites de petróleo y preparaciones	11,645,221	0.77%
8708.29	Las demás partes y accesorios de carrocería, incluidas las cabinas, ex	11,063,370	0.73%
	Demas productos	1,234,619,837	81.70%
<b>TOTAL</b>		<b>1,511,132,458</b>	<b>100%</b>

**Fuente: ProEcuador**

**Elaboración: Los Autores**

Los principales compradores de productos provenientes de Alemania son Francia, EEUU, Reino Unido, China, Países Bajos, Austria, Italia se ubican en ese orden y de ahí la otra parte de productos exportados van distribuidos a varios países en porciones pequeñas. En la tabla 17 se puede

comprobar el ranking y cuanto es el valor y porcentaje que representa las exportaciones a los países antes mencionados. Los productos alemanes se caracterizan por su calidad, ya que al momento de producirlos son minuciosos para lograr que su reputación sea más alta de lo que es actualmente y sigan demandando más sus creaciones alrededor del mundo de polo a polo.

## 2.8. Empresas Ecuatorianas que exportan Quinua

### Fundamyf

**Fundación Familia y Mujer Andina:** Es una empresa que ha tenido como misión ayudar a mujeres y aquellos grupos étnicos de cantones como Colta, Chambo, Cumandà, Morona y Esmeraldas a desarrollar proyectos de desarrollo. Entre los productos que exportan está la Quinua, Frejol, Chocho, Habas Secas, Arvejas, Amaranto Negro. (Fundamyf, n.d.)



**Imagen 3: Empaque Quinua Fundamy**

### Rogetore & Franco

**Rogetore & Franco S.A:** Empresa dedicada a la elaboración y desarrollo de productos en base a la quinua los mismos que están elaborados para su comercialización en el mercados nacional e internacional. Entre los productos que ofrecen está la Barra de granola de Quinua y Compotas de piña con Quinua denominadas Quinua Kids. (Rogetore&FrancoS.A., n.d.)



**Imagen 4: Envase compota Quinua Kids Rogetore & Franco**

### Cereales Andinos

**Cereales Andinos S.A:** Es una empresa que se dedica al fortalecimiento de la cadena de valor de la quinua ecuatoriana y también apoya a sectores de pequeños agricultores dedicados al cultivo de este grano andino. Entre los productos que exporta están las Hojuelas de Quinua, Granola con Quinua, Cereal de Maíz con Quinua (CerealesAndinos, n.d.)



**Imagen 5: Empaque Quinua Cereales andinos**

### Maquita MCCH

**Fundación Maquita:** Es una empresa que busca promover el desarrollo de la capacidad productiva que ayuda a los campesinos a mejorar sus ingresos mediante la comercialización comunitaria entre diversos productores accediendo al mercado nacional e internacional. Entre los productos que ofrece esta la Quinua, Granos y harinas, Panela, procesados de frutas, entre otros. (Maquita, n.d.)



**Imagen 6: Empaque Maquina MCCH**

### Urcupac

**Urcupac:** una empresa que trabaja con los agricultores ecuatorianos que buscan promover y promulgar la cosecha de los cultivos ancestrales entre ellos está la quinua y se fomenta la producción de amaranto y chocho. Entre los productos que exportan esta la Quinua blanca con vegetales y especias (Quinotto), sopa de quinua y maní y la quinua en grano. (Urcupac, n.d.)



**Imagen 7: Empaque y presentaciones Quinua Urcupac**

## 2.9. Empresas Alemanas que importan Quinua

La percepción de los consumidores sobre cómo utilizar la quinua incrementa cuantiosamente. Los compradores alemanes continúan disfrutando de un gran interés por su salud y la excelente nutrición, debido a esto lo favorable que ha sido para la salud nutrirse de los productos orgánicos originan que agranden las coyunturas de impulsar la quinua en el mercado orgánico, por desenlace se espera que el mercado alemán libre de gluten se agrande en un 125% entre 2011 y 2014.

En base a las proyecciones realizadas se puede medir que el consumidor Europeo del Noreste muestra mayor interés en alimentos exóticos, como lo es la quinua y a su vez fomenta un mercado de comercio justo que fue introducido en Europa desde el 2005. (ProEcuador.com, 2013)

Entre las principales empresas que se encargan de suministrar e importar la quinua para su comercialización en el territorio alemán tenemos a las siguientes:

**Bioland GmbH Nord:** Empresa comercial líder en el mercado de cereales, simientes y carnes, está orientada a la asociación altos estándares, forma parte de una red de proveedores en Europa que tienen como objetivo promover bases ecológicas reforzando el aumento del desarrollo del mercado interno alemán. (bioland-markt.de)

<b>Bioland GmbH Nord</b>			
<b>Información de la empresa</b>			
<b>Correo:</b>	<a href="mailto:info@bioland.de">info@bioland.de</a>		
<b>Dirección:</b>	Auf Bösselhagen 26	<b>Calle:</b>	31515
<b>Ciudad:</b>	Wunsdorf	<b>País:</b>	Alemania
<b>Teléfono:</b>	+49 5031 9504 0	<b>Sitio Web:</b>	<a href="http://www.bioland.de">www.bioland.de</a>
<b>Actividad:</b>	Comercializador general, procesador de alimentos y bebidas.		
<b>Información sobre producto:</b> Vegetales frescos, papas, frescas, cereales y leguminosas			

**CARE Naturkost GmbH & Co:** Empresa pionera en el comercio mundial de los recursos orgánicos, comercializan exclusivamente productos orgánicos certificados de productores confiables que han sido expuestos a altos estándares de calidad la misma que ha sido comprobada. (rspo.org)

CARE Naturkost GmbH & Co.			
Información de la empresa			
<b>Correo:</b>	<a href="mailto:carsten@care-natur.de">carsten@care-natur.de</a>		
<b>Dirección:</b>	Am Markt 9	<b>Calle:</b>	27419
<b>Ciudad:</b>	Sittensen	<b>País:</b>	Alemania
<b>Teléfono:</b>	+49 4282 9324 0	<b>Sitio Web:</b>	-
<b>Actividad:</b>	Exportador, Importador, comercializador general		
<b>Información sobre producto:</b> Café, cacao, azúcar, nueces y semillas, cereales y leguminosas, aceites.			

**Euro Bio Korn:** Empresa que ofrece una gama completa de productos de molinería Orgánica pura, es conocida por procesar alimentos con su marca Biokorn-premium a cereales para bebés y platos preparados los mismos que están sujetos a los más altos estándares de calidad para garantizar su producción y ser considerado como uno de los mejores productores de harina orgánica y cereales. (biokorn.eu)

Euro Bio Korn			
Información de la empresa			
<b>Correo:</b>	<a href="mailto:eurobiokorn@t-online.de">eurobiokorn@t-online.de</a>		
<b>Dirección:</b>	Gottschedstr.4	<b>Calle:</b>	13357
<b>Ciudad:</b>	Berlín	<b>País:</b>	Alemania
<b>Teléfono:</b>	+49 30 4613 005	<b>Sitio Web:</b>	-
<b>Actividad:</b>	Procesador de alimentos y bebidas		
<b>Información sobre producto:</b> Azúcar, frutas secas frutas deshidratadas, cereales y leguminosas, hierbas y especias.			

**GEPA FAIR Handelshaus gmbh:** Organización que busca fomentar el comercio justo para garantizar las condiciones de la calidad de vida de los productores, la misma que está comprometida con las tiendas del mundo para fomentar este tipo de comercio. (gepa.de)

GEPA FAIR Handelshaus gmbh			
Información de la empresa			
<b>Correo:</b>	<a href="mailto:zba@gepa.org">zba@gepa.org</a>		
<b>Dirección:</b>	Bruch 4	<b>Calle:</b>	42279
<b>Ciudad:</b>	Wuppertal	<b>País:</b>	Alemania
<b>Teléfono:</b>	+49 202 266830	<b>Sitio Web:</b>	<a href="http://www.gepa3.de">www.gepa3.de</a>
<b>Actividad:</b>	Comercializador general, importador y distribuidor mayorista		
<b>Información sobre producto:</b> Café, cacao, té, miel, azúcar, fruta fresca, piña fresca, jugo de frutas, vegetales frescos, cereales y leguminosas.			

**Gesund & Leben Heinz L. Weintraut:** Empresa encargada de ofrecer alimentos orgánicos saludables para apoyar al consumidor a tener un mejor estilo de vida, se utilizan materias primas de alta calidad que deriva en un cultivo biológico controlado, los socios se encuentran en diferentes áreas de mercado como mercados, comerciantes y negocio de asociaciones empresariales.(gesundundleben-wellness.de).

#### **Gesund & Leben Heinz L. Weintraut**

Información de la empresa			
<b>Correo:</b>	<a href="mailto:gesundundleben@t-online.de">gesundundleben@t-online.de</a>		
<b>Dirección:</b>	Am Sandbühl 6	<b>Calle:</b>	73353
<b>Ciudad:</b>	Stockach	<b>País:</b>	Alemania
<b>Teléfono:</b>	+49 30 4613 005	<b>Sitio Web:</b>	<a href="http://www.casavita.de">www.casavita.de</a>
<b>Actividad:</b>	Distribuidor mayorista, productor, importador y etiquetado.		
<b>Información sobre producto:</b> Nueces y semillas, frutas frescas, vegetales frescos, vegetales procesados, cereales y leguminosas, hierbas y especias.			

**Gut RosenKrantz – Handelsges.f. Naturprodukte mbH:** Empresa comercial dedicada al suministro de pan orgánico, se encarga de suministrar molinos y fomentar una agricultura ecológica. Esta empresa suministra molinos los mismos que son utilizados para la producción de la agricultura ecológica. (Gut-rosenkrantz.de)

Gut RosenKrantz - Handelsges.f. Naturprodukte mbH			
Información de la empresa			
Correo:	<a href="mailto:hg@gut-rosenkrantz.de">hg@gut-rosenkrantz.de</a>		
Dirección:	Oderstrasse 45	Calle:	24539
Ciudad:	Neumúnster	País:	Alemania
Teléfono:	+49 30 4613 005	Sitio Web:	<a href="http://www.gut-rosenkrantz.de">www.gut-rosenkrantz.de</a>
Actividad:	Distribuidor mayorista, productor, importador		
Información sobre producto: Azúcar, cereales y leguminosas, hierbas y especias.			

**Marktgesellschaft mbH der Naturland-Betriebe Sud-Ost:** Empresa que suministra una amplia variedad de productos ecológicos realizando más de dos mil exportaciones de producción, brindando productos orgánicos para toda la cadena de procesamiento brindando un control de alta calidad y certificando el producto ofrecido. (naturland-markt.de)

Marktgesellschaft mbH der Naturland-Betriebe Sub-Ost			
Información de la empresa			
Correo:	<a href="mailto:info@naturland-markt.de">info@naturland-markt.de</a>		
Dirección:	Eichethof 4	Calle:	85411
Ciudad:	Hohenkammer	País:	Alemania
Teléfono:	+49 30 4613 005	Sitio Web:	<a href="http://www.naturland-markt.de">www.naturland-markt.de</a>
Actividad:	Importador, asociación de productores, distribuidor mayorista		
Información sobre producto: Vegetales frescos, cereales y leguminosas.			

**Naturkost Elkershausen:** Empresa pionera del movimiento orgánico, el compromiso social lo hace crear un vínculo especial con los alimentos orgánicos en vez de los convencionales. (Naturkost-elkershausen.de)

Naturkost Elkershausen			
Información de la empresa			
Correo:	<a href="mailto:w.kattentidt@naturkost-elkershausen.de">w.kattentidt@naturkost-elkershausen.de</a>		
Dirección:	Levinstrasse 9	Calle:	37079
Ciudad:	Göttingen	País:	Alemania
Teléfono:	+49 30 4613 005	Sitio Web:	<a href="http://www.naturkost-elkershausen.de">www.naturkost-elkershausen.de</a>
Actividad:	Distribuidor Mayorista		
Información sobre producto: Cacao, jugo de frutas, cereales y especias, aceites.			

**Naturkost Uebelhor GmbH & Co.KG:** Empresa que vende productos ecológicos fiables cuyos productores se sienten comprometidos con el medio ambiente. Esta organización busca inculcar a los consumidores que la calidad no es una cuestión de actitud, sino una cuestión de rutina para desarrollar una mejor calidad de vida y sentirse más saludable. (organic-germany.com)

<b>Naturkost Übelhör GmbH &amp; Co.KG</b>			
<b>Información de la empresa</b>			
<b>Correo:</b>	<a href="mailto:uebelhoer@t-online.de">uebelhoer@t-online.de</a>		
<b>Dirección:</b>	Friesenhofen-Bahnhof 23-25	<b>Calle:</b>	88299
<b>Ciudad:</b>	Leutkirch	<b>País:</b>	Alemania
<b>Teléfono:</b>	+49 7567 9881 0	<b>Sitio Web:</b>	<a href="http://www.gaia-naturkost.de">www.gaia-naturkost.de</a>
<b>Actividad:</b>	Intermediario, distribuidor mayorista, exportador, importador.		
<b>Información sobre producto:</b> Cacao, azúcar, nueces, frutas deshidratadas, cereales y leguminosas, hierbas y especias, aceites.			

**Rapunzel AG:** Es uno de los productores orgánicos de alto renombre en Europa, tiene en el mercado más de 40 años y la idea principal de esta organización ha sido siempre mantener la certificación orgánica, natural y vegetariana de sus alimentos, posee una línea de alimentos que alcanzan más de 450 productos resaltando a sus productos de primera línea como frutos secos, frutas y cereales secos. (rapunzel.de)

<b>Rapunzel AG</b>			
<b>Información de la empresa</b>			
<b>Correo:</b>	<a href="mailto:info@rapunzel.de">info@rapunzel.de</a>		
<b>Dirección:</b>	Haldergasse 9	<b>Calle:</b>	87764
<b>Ciudad:</b>	Legau	<b>País:</b>	Alemania
<b>Teléfono:</b>	+49 30 4613 005	<b>Sitio Web:</b>	<a href="http://www.rapunzel.de">www.rapunzel.de</a>
<b>Actividad:</b>	Intermediario, distribuidor mayorista, exportador, importador.		
<b>Información sobre producto:</b> Café, cacao, miel, azúcar, nueces y semillas, vegetales procesados, cereales y leguminosas, vainilla, aceites vegetales.			

**Rinklin Naturkost GmbH:** Empresa dedica a suministrar alimentos saludables, vende sus productos a tiendas de alimentos naturales, restaurantes y así también a los supermercados se cubre todo tipo de surtido de alimentos naturales a partir de: frutas, cereales, lácteos, carnes entre otros. (Rinklin-naturkost.de)

Rinklin Naturkost GmbH			
Información de la empresa			
<b>Correo:</b>	<a href="mailto:w.rinklin@rinklin-naturkost.de">w.rinklin@rinklin-naturkost.de</a>		
<b>Dirección:</b>		<b>Calle:</b>	79356
<b>Ciudad:</b>	Eichstetten	<b>País:</b>	Alemania
<b>Teléfono:</b>	+49 07663	<b>Sitio Web:</b>	<a href="http://www.rinklin-naturkost.de">www.rinklin-naturkost.de</a>
<b>Actividad:</b>	Distribuidor mayorista, tienda de productos orgánicos y naturales		
<b>Información sobre producto:</b> café, cacao, té, azúcar, nueces y semillas, fruta fresca, vegetales frescos, cereales y leguminosos, aceites.			

**Super Bio Markt:** Empresa que ofrece una amplia gama de productos de la mejor calidad orgánica, es pionera real con más de 40 años de cultura orgánica dedicada a ofrecer productos con etiqueta ecológica brindando confianza y satisfacción a cada uno de los consumidores. (superbiomarkt.com)

Super Bio Markt			
Información de la empresa			
<b>Correo:</b>	<a href="mailto:info@superbiomarkt.de">info@superbiomarkt.de</a>		
<b>Dirección:</b>	Leibnizstr. 2a	<b>Calle:</b>	48165
<b>Ciudad:</b>	Münster-Hiltrup	<b>País:</b>	Alemania
<b>Teléfono:</b>	+49 2501 9855 0	<b>Sitio Web:</b>	<a href="http://www.superbiomarkt.de">www.superbiomarkt.de</a>
<b>Actividad:</b>	Tienda de productos orgánicos y naturales, supermercado minorista		
<b>Información sobre producto:</b> Café, cacao, té, miel, azúcar, nueces y semillas, fruta fresca, vegetales frescos, cereales y leguminosos, aceites.			

## CAPITULO 3

### 3. CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Es el procedimiento por el cual los importadores ponen a orden de los compradores el producto para que lo puedan conseguir, en lo que corresponde a la quinua los países que se dedican a la exportación de esta semilla son los grandes importadores especialmente los que influyen en proyectos de producción. Debido a la gran demanda que otorga este producto los exportadores de quinua cuando no están en posibilidades de satisfacer de toda la demanda se enfocan en tener relaciones al largo plazo y buscan firmar contratos importantes. Esto conlleva a que existan ciertos problemas de control en la calidad del producto ofrecido al consumidor, lo que genera que las empresas dentro de la cadena pierdan interés de tomar el riesgo al importar quinua.

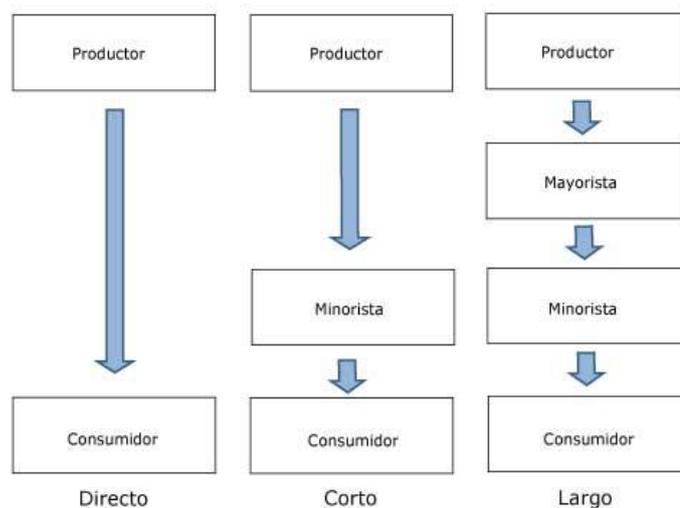
#### 3.1. Canales de distribución de los importadores y distribuidores de la quinua

Los canales de distribución son aquellos que van desde el punto de origen del producto hasta el consumidor, un canal está constituido por la intervención de personas y compañías que están inmersas en las transferencias del producto, con la finalidad que este llegue del fabricante al usuario final. (Mercadeo, 2006)

**Canal directo:** denominada canal de circuitos cortos de comercialización, esto se da cuando el productor distribuye el producto directo al consumidor final sin intermediarios, en su mayor parte estos servicios son frecuentes en las negociaciones industriales debido a que su demanda es altamente solicitada pero no es tan corriente en productos de consumo.

**Canal Indirecto:** un canal puede ser indirecto cuando hay intermediarios entre el productor y el usuario final. La capacidad de los medios de distribución se mide por la cantidad de negociantes terceros que se ligan por donde circula el producto. Dentro de los canales indirectos se pueden separar en canal corto y canal largo. (Lomejordelogistica.blogia.com, 2010)

### Esquema 5: Tipos de canales de distribución



Fuente: [Compartiendo-conocimiento.com](http://Compartiendo-conocimiento.com)

Fuente: Los Autores

**Canal Corto:** solo tiene dos peldaños el primero es el negociador tercero, el mismo que tiene relación entre fabricante y usuario final, este canal es muy utilizado en la comercialización de vehículos, línea blanca, ropa de diseñador entre otros., donde los minoristas poseen la exclusividad de venta en un sector específico.

**Canal largo:** en este canal participan diversos intermediarios, este canal es muy abarrotado en casi su totalidad por los productos de consumo, principalmente productos casuales o de compra frecuente, tales como los que hallamos en supermercados, tiendas tradicionales, entre otros. (Logística, 2010)

### **3.2. Canales de distribución importadores en Alemania**

El canal de venta al consumidor final se da en primera instancia mediante la venta en supermercados, tiendas orgánicas y tiendas de descuento. Sin embargo para los productores/exportadores resulta complicado llegar directamente a estos canales de venta, debido a que las cantidades comercializadas, generalmente son vendidas principalmente a un importador, el mismo que posteriormente lo vende a un re-empacador y este lo vende a los supermercados, tiendas orgánicas, entre otros.

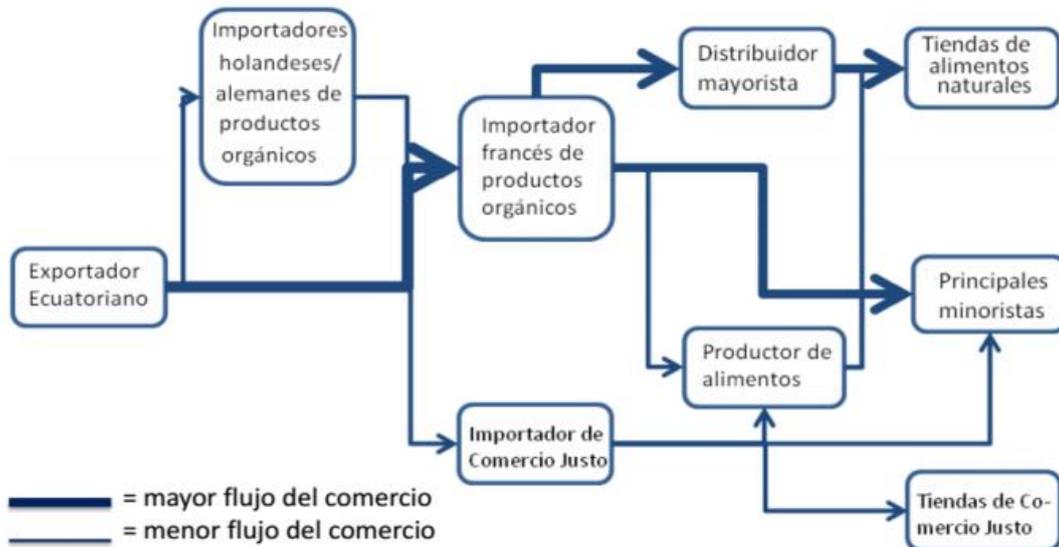
El consumidor alemán manifiesta un comportamiento al que se le denomina “Cross-shopping” el mismo que se caracteriza por hacer uso de varios canales de venta, por ejemplo: online, tiendas naturistas/orgánicas, tiendas de descuento. (ProEcuador, 2014)

Los flujos directos que se dan desde el exportador a minoristas en Alemania es muy escaso y muy complicado conseguir, esto se da debido a que las cantidades solicitadas por los minoristas son muy reducidas y con entregas constantes, con pedidos generalmente con unos días de anticipación. De esta manera los proveedores ecuatorianos no pueden cumplir con estos requisitos de logística y entrega sin la necesidad de un intermediario importador. (ProEcuador, ProEcuador, 2014)

Los mayores volúmenes de quinua son comercializados mediante empresas importadoras mayoristas que se encargan de abastecer a la industria local. En la práctica varias de estas empresas están asociadas al Warenverein de Hamburgo (Asociación de Importadores de Alimentos Elaborados de Hamburgo), mayor información en: [www.waren-verein.de](http://www.waren-verein.de).

En el esquema 6 podemos observar cómo se forma la estructura del comercio de la quinua, la misma que empieza desde el momento que se exporta el producto desde el Ecuador y llega a mercado Europeo, donde se distribuye a los importadores de productos orgánicos y a los importadores de comercio justo, los mismos sectores que se encargan de distribuir la quinua en sus diferentes tiendas similares a su sector y tiendas minoristas.

## Esquema 6: Estructura del comercio de la quinua en Alemania



Fuente: ProEcuador

Elaborado: ProEcuador

Estas empresas tienen como finalidad importar, consolidar los productos orgánicos y re-empacar o vender al granel ya sean marcas como SEEBERGER o KLUTH o las marcas privadas de supermercados, tiendas orgánicas, tiendas de descuento, entre otras. (ProEcuador, 2014).

### 3.3. Principales Canales minoristas en Alemania

Las tiendas de comercio justo son el canal de comercialización principal de quinua de comercio justo, estos establecimientos figuran la mayoría de ventas de artículos de nicho de comercio justo, aunque estas tiendas están desperdiciando participación relativa en el progresivo mercado de quinua alemana, sus ventas siguen manteniéndose estables.

Los productores de este alimento son un canal de ventas menor, debido a que solo la oferta de alimentos industrializados y demanda de alimentos procesados con quinua aún es pequeña. (ProEcuador, 2013).

Los canales de venta se van a enfocar en el mercado general en base a la demanda estimada la misma que indicara si los productos de quinua van en aumento o no, una de las cadenas más grandes de supermercados como REWE poco a poco se están convirtiendo en un canal de venta muy relevante por su gran acogida por los consumidores, mientras que los almacenes de descuento como ALDI se buscan solamente centrarse en el precio. (ProEcuador, 2013).

### 3.4. Principales Canales Mayoristas en Alemania:

Los importadores Alemanes de productos orgánicos naturales son el principal canal de transito de la quinua ecuatoriana para ese mercado, los importadores de comercio justo son los principales intérpretes en el mercado de quinua de comercio justo alemán.

Entre los principales importadores de comercio justo en Alemania están:

- Wikana Keks und Nahrungsmittel
- Ludwig Weinrich GmbH & Co. KG
- GEPA mbH



- Ziegler & Co. GmbH
- F.W.Praum GmbH & Co. KG
- ECO TERRA GmbH



**Imagen 8: Empresas Alemanas abastecen Quinua.**

### 3.5. Principales importadores de quinua en el mercado Alemán

#### **Bohlsener Muehle GmbH & Co. KG:**

Empresa molinera y panadera que ha crecido en el mercado alemán, debido a la diversidad de productos que posee la misma que alcanza los 650 productos diferentes en calidad orgánica, el existo de la molinera Bohlsener se debe a su actitud ecológica que se ve reflejada en una cultura empresarial abierta que coloca a sus trabajadores como líderes y los hace parte de la misma.



#### **Imagen 9: Empaque de Venta de la Quinua en Alemana - Bohlsener Muehle GmbH & Co. KG**

#### **Care Naturkost GmbH & Co. KG:**

Empresa pionera en el comercio mundial de recursos orgánicos, la misma que se encarga de importar producto orgánicos certificados de productores confiables para asegurar la calidad del producto, la gama de producto que poseen abarca todo tipo de recursos orgánicos, fomentando así la mejor oferta posible y un precio justo para los proveedores que son la clase obrera de países en desarrollo.



### **Imagen 10: Empaque de Venta de la Quinoa en Alemania - Care Naturkost GmbH & Co. KG**

#### **Davert:**

Empresa con más de 30 años en el mercado alemán que se dedica a la importación y comercialización de diversos productos orgánicos que fomenta una experiencia con comida sana la misma que representa un cultivo biológico controlado, con continuos métodos de procesamiento entre estos un control cuidadoso de los productos ecológicos y una alta calidad orgánica.



### **Imagen 11: Empaque de Venta de la Quinoa en Alemania - Davert**

#### **Horst Bode Import-Export GmbH:**

Empresa con más de 50 años al servicio de la comida sana, tiene varios años de servicios en las áreas de importación, elaboración y envasado de productos orgánicos, el objetivo de esta empresa es ofrecer a los consumidores productos certificados de alta calidad, sus modos de importación son en contenedores al granel, en componentes individuales y contenedores pequeños en donde lo que varía es en la cantidad de almacenamiento a la hora de importar el producto y el precio a ofrecer.



### **Imagen 12: Empaque de Venta de la Quinoa en Alemania - Horst Bode Import-Export GmbH**

### **Rapunzel Naturkost GmbH:**

Empresa alemana que posee más de 40 años dedicándose a la elaboración e importación de productos orgánicos, certificando alimentos naturales orgánicos y productos vegetarianos con la más alta calidad, posee una amplia gama de productos que ascienden a los 450 entre cereales, frutas secas, semillas, entre otros.



**Imagen 13: Empaque de Venta de la Quinoa en Alemania - Rapunzel**

### **Ziegler & Co. GmbH:**

Empresa de más de un siglo, especializada en materias primas orgánicas certificadas, que busca fomentar el comercio internacional con diversos países proveedores mediante principios de gestión sostenible, impulsa el comercio justo con los más altos estándares de calidad, con una amplia gama de productos en donde resaltan la quinoa y el amaranto.



**Imagen 14 Fuente: Empaque de Venta de la Quinoa en Alemania - Ziegler & Co. GmbH**

## **3.6. Distribuidores de quinoa**

Después de una exhaustiva investigación de mercado la misma que permitió conocer los principales importadores de quinoa, donde se encuentran ubicados, cuales son las funciones que desempeñan y sobretodo saber de dónde obtienen el suministro de la materia prima, cabe mencionar que el mercado alemán es considerado uno de los mercados que posee mayor cantidad de tiendas naturistas por esto tiene gran acogida para los productos orgánicos debido al nivel de vida que poseen sus habitantes

donde su demanda por este tipo de productos es mucho mayor a su producción.

Entre los principales distribuidores de productos naturales en Alemania esta Rapunzel Naturkost GmbH esta compañía se encuentra situada en varias ciudades pero su matriz se encuentra en Wolfertshwende y tiene alrededor de 350 empleados los mismos, la misma que produce entre 525-550 productos orgánicos y cuenta con más de 300 proveedores. Esta empresa representa una gran parte de las tiendas de productos orgánicos los mismos que se comercializan dentro de Alemania y en países como Bélgica y Países Bajos.

En los últimos años Alemania ha sido el país donde se han realizado varias ferias con respecto al mercado de la Quinoa, las mismas que han sido de gran acogida sobre todo con la finalidad de darle a los proveedores de otros países a poder dar a conocer sus productos, BioFach y Anuga son las ferias de productos orgánicos y naturales donde países no desarrollados se lograron dar conocer.

La mayoría de los distribuidores son productores, propietarios de marcas las mismas que se encargan de administrar sus propios canales de venta al por menor.

El beneficio que existe para los productos que contienen quinua como valor agregado es muy creciente esto se da a pesar de que existen varios procesadores y empaques. Este producto en su gran mayoría son importados de Francia, pero esto pudiera ser una gran oportunidad para los productos procesados ecuatorianos, esto nos da una visión más amplia en este mercado ya que las empresas ecuatorianas pudieran enfocarse a realizar productos a base de quinua.

### 3.7. Evolución de los precios

La división del valor FOB de las exportaciones de Quinoa se originaron por la cantidad de kilogramos brutos los mismos que fueron vendidos al exterior, debido a esto es posible conocer técnicamente los valores unitarios o también denominados precios de exportación del producto.

Realizando una comparación de la evolución de precios de exportaciones entre Bolivia, Ecuador y Perú en los mercados internacionales, se logra observar que los tres siguieron en términos generales la misma trayectoria. No obstante, la principal diferencia es que Ecuador estableció precios superiores a los restantes países en los años anteriores a la escala del precio, posteriormente un aumento generalizo su precio paso a ubicarse en \$2.60 /kg, por debajo del resto \$3.00/Kg. (FAO, 2014)

**Grafico 16: Precio Internacional de la Quinoa Ecuatoriana**



Fuente: uasb.edu.ec

Elaborado: uasb.edu.ec

En el 2013 el precio internacional del grano incremento de modo sostenido de \$3350 a \$7443 por tonelada métrica lo que representa un alza del 122.14% según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). El precio de la quinoa se duplico en el mercado internacional, esto se originó por la creciente demanda externa. La situación ha derivado en una

disminución de la oferta del cereal y el alza de su precio en el país ocasionando un mejor consumo. (la-razon.com, 2014)

Finalmente cabe destacar que las diferencias de precios, donde se destaca de forma ascendente en el mercado australiano y hacia debajo de la ALADI no son coyunturales. Por el contrario se han mantenido estables desde la subida del precio hasta la actualidad.

### **3.8. Disponibilidad y entrega**

#### **Condiciones de entrega**

Para comenzar a comercializar en un nuevo mercado es necesario realizar una investigación de su mercado, en donde se puede conocer mejor a los compradores en los mercados de destino.

El exportador se debe comunicar con el comprador directamente, por medio de un bróker o una comercializadora la misma que le envía una cotización del producto a vender, con sus respectivas muestras y los precios de comercialización.

El importador es el que se encarga de aceptar las condiciones entregadas por el exportador, si la considera beneficiosa se formaliza a través de un contrato de compra venta Internacional. El contenido de este contrato será el que se encargue de estipular los derechos y obligaciones de cada una de las partes, convirtiéndose en un acto jurídico considerándose una transacción absolutamente legal la misma donde se estipula primordialmente las condiciones de pago y de entrega.

A continuación se detallan los principales elementos que conforman este contrato, los mismos que son cláusulas exigidas en las aduanas de los países donde arriba la mercadería, la cual sirve para el control y seguridad en el puerto de destino y es el soporte para realizar el posterior pago:

- Información del exportador e importador.
- Condiciones de entrega - INCOTERMS
- Ley aplicable al contrato
- Descripción de la mercancía objeto del contrato, especificándose el peso, embalaje, calidad, cantidad, etc.
- Precio unitario y total.
- Condiciones y plazos de pago.
- Bancos que intervienen en la operación.
- Documentos exigidos por el importador.
- Plazo de entrega o de disponibilidad.
- Modalidad de seguro
- Modalidad de transporte y pago de flete
- Lugar de embarque y desembarque

### **3.8.1.DDP – Entrega derechos pagados**

El termino DDP consta en el máximo de los compromisos para el vendedor y no debe ser empleado si el vendedor no puede adquirir la autorización de importación.

El vendedor es el encargado de cancelar todos los gastos hasta dejar la mercadería en el punto convenido en el país de destino, por otra parte el comprador no realiza ningún tipo de trámite. Los gastos de aduana e importación son asumidos por el vendedor. (areadepymes.com, 2005).

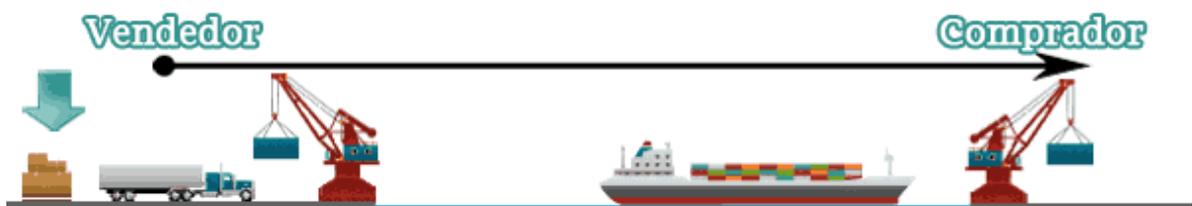
**Tabla 19: Obligaciones de derechos pagados de entrega.**

Compromiso Vendedor	Compromiso Comprador
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abastecer la mercancía y la factura comercial de acuerdo con el contrato de exportación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Debe de cancelar el precio según lo dispuesto en el contrato de compraventa</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratará el transporte de la mercancía.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomará posesión de la mercancía tan pronto como ésta sea puesta a su disposición</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Debe cancelar todos los desembolsos vinculados con la mercadería hasta el instante de entrega.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poseerá el privilegio de establecer la fecha dentro de un plazo contractual y el lugar donde percibirá la mercadería.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dará al importador aviso suficiente del envío de la mercancía y de cualquier otra información requerida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprobará la apropiada orden de entrega y cancelará los desembolsos de la fiscalización previa al embarque.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cancelará los desembolsos de los trabajos operacionales de verificación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entregará al vendedor el apoyo preciso para obtener los documentos requeridos en el país de la importación.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asumirá los costes y riesgos hasta dejar la mercancía en el punto convenido en el país destino.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asumirá los gastos de aduana.</li> </ul>	

**Fuente: Areadepymes.com**

**Elaborado: Los Autores**

**Imagen 15: Proceso de exportación.**



Si las partes desean excluir de las obligaciones del vendedor de alguno de los pagos a realizar en la exportación de la mercadería, ya sean el impuesto al IVA, esto debe ser expresado con las palabras Delivery Duty Paid, VAT Unpaid.

### **3.8.2. Pre-Venta y Post- Venta**

#### **Condiciones de pago**

Entre las condiciones de pago se deben tomar en cuenta varios requisitos los mismos que serán la garantía del pago de la importación, los documentos bancarios, como efectivo contra documentos (CAD) y cartas de crédito no son muy comunes en el comercio de la quinua pero si se utilizan, en el caso de existir nuevas relaciones comerciales, el uso de CAD es el más usado y normalmente es propuesto por los importadores a sus compradores potenciales.

El pre-financiamiento es muy común entre socios a largo plazo y más aún si estos compradores están certificados por comercio justo debido a que estos están obligados a proporcionar pre-financiamiento a los productores con un rango de tiempo de 5 a 6 semanas antes de realizar el embarque del producto. El valor de pre-financiamiento puede variar en base a lo acordado entre las partes pero en se sugiere que este sobrepase por lo menos un 50-60% del valor del contrato para que exista una mayor seguridad del cumplimiento de la entrega del producto, en lo que corresponde al comprador este puede cargar tasas de interés a la cantidad pre-financiada la misma que serán dadas en base a las condiciones acordadas. (ProEcuador, 2015).

En el caso de los acuerdos a largo plazo que poseen la cooperación entre los exportadores y los compradores, las mismas que podrán establecer condiciones de pagos periódicos, pero por lo general los pagos se pactan dentro de la cuarta semana posterior a la entrega del producto.

### **3.8.3. Relaciones con los clientes**

Esta es parte fundamental para poder difundir las ventas y poder comercializar de una mejor forma, los compradores alemanes se caracterizan por esperar respuestas inmediatas y oportunas a sus preguntas en base a lo relacionado a la producción y a los tiempos de entrega, los

compradores alemanes constantemente demandan un estricto cumplimiento en sus especificaciones en lo correspondiente al envío, empaçado y sobre todo a la calidad exigida por el comprador, los mismos que se encargan de aprobar o desaprueban el comportamiento oportunista de los proveedores durante tiempos de escasez y el alza de los precios.(ProEcuador, 2015).

### 3.8.4. Proceso de compra

Los grandes compradores tienen personal que tiene una gran especialización en la compra de un cierto grupo de productos. Estos compradores suelen sugerir diversos pasos para realizar la selección de nuevos proveedores entre ellos están:

- Determinar la necesidad de un nuevo proveedor: se da cuando existe una alta oferta y no posee capacidad de producción.
- Buscar proveedores potenciales: esto ocurre cuando la disponibilidad de quinua es la mejor y a su vez los precios son bajos.
- Recopilar la información sobre potenciales proveedores
- Conversar las posibilidades de relación comercial: dependerá de las competencias que existan tanto del comprador como del proveedor.
- Visita al proveedor. (ProEcuador, 2015).



## **CAPÍTULO IV - PERFIL LOGÍSTICO**

### **4.1. Datos generales acerca de Alemania**

La ubicación geográfica de Alemania empieza desde los Alpes al sur del país donde podemos encontrar el punto más alto y llega hasta el mar Báltico y el mar del norte.

La superficie tiene un total de 357,021km<sup>2</sup>, en donde 349,223km<sup>2</sup> es de tierras y 7798km<sup>2</sup> de agua.

Alemania es considerada como el segundo país con más población de Europa con un número de habitantes de más de 79.8 millones.

El clima de Alemania varía de acuerdo a los sectores, ya que es una gran extensión de tierra, pero en si la mayor parte de este país contiene inviernos muy moderados al igual que los veranos, no son temperaturas en las cuales no se puedan habitar.

La moneda actual de Alemania es el Euro y esto se debe a que es una de los principales miembros de la Unión Europea la que rige este sistema monetario.

El huso horario en donde se encuentra ubicada Alemania es de GMT +1 y en verano es GMT +2 (6 y 7 horas más que el Ecuador).

El idioma oficial es el alemán junto con el inglés, aunque se derivan otros idiomas que conservan desde tiempos antiguos y son considerados nativos.

Entre sus principales países exportadores están Francia, EEUU y Reino Unido, mientras que los principales importadores están Holanda, China y Francia.

## 4.2. Acceso Vía Marítima a Alemania desde el Ecuador

### 4.2.1. Puertos Principales en Alemania fuente ProEcuador

Alemania es uno de los países en el globo terráqueo que tiene la mejor tecnología en puertos, este país cuenta con 60 puertos entre primarios y secundarios, en los cuales Ecuador está enfocado en dos de ellos, los que están ubicados en Hamburgo y Bremerhaven.

Las cosas que se envían desde el Ecuador, su punto de embarque y salida es desde el puerto principal que se encuentra en la ciudad de Guayaquil, la empresa encargada de este proceso es CGSA Contecon .

Actualmente en el Ecuador tenemos varias embarcaciones que cumplen con este tipo de rutas hacia estos dos puertos en Alemania.

**Tabla 20: Tiempo de envío y costo por tipo de producto**

<b>Tiempo:</b>
Promedio de 25 días hasta el puerto de Hamburgo en Alemania
<b>Costo Contenedor refrigerado:</b>
Contenedor de 40 pies promedio de \$6500
<b>Costo Contenedor no refrigerado:</b>
Contenedor de 40 pies promedio de \$2500

**Fuente: PROECUADOR**

**Elaboración: Los Autores**

En la tabla 20 podemos observar el tiempo de transporte y el costo dependiendo del producto a enviar.

**Puerto de Hamburgo:** Conocido como la entrada principal al mundo ya que tiene la línea europea con más flujo por lo que tiene una gran importancia para las cargas alrededor del mundo.

Al año existen 100 líneas que salen de Hamburgo con destino a más de 700 puertos en el mundo, en total se registran alrededor de unos 12000 barcos al año de los cuales más de 7000 llevan contenedores.

Este puerto cuenta con la más grande tecnología en carga y descarga de los distintos navieros que llegan a Hamburgo, con los suficientes conocimientos para poder lograr una satisfacción de parte de los usuarios.

**Puerto de Bremerhaven:** Es un puerto grande ubicado en el norte de Alemania. Esta ciudad se dedica a la pesca y es uno de los lugares pesqueros más importantes del país, también se especializan en la construcción de navieros. Como lugar de exportación, ellos son los principales encargados de la exportación de carros hacia el mundo.

Este puerto tiene una característica muy importante para el tema de importaciones y exportaciones ya que cuentan con conexiones a las principales autopistas del país, por lo que es una vía más accesible a toda Europa.

#### **4.2.2. Líneas navieras que exportan productos a Alemania**

Existen varias navieras y agencias de carga marítima que exportan productos hacia Alemania desde el Ecuador, entre las que más se destacan encontramos a: Hamburg Sud, EverGreen, Hapag Lloyd, Ecuadorian lines, MAERSK Line, CMA CGM, entre otras

**Hamburg Süd:** Empresa naviera Alemana que opera a nivel mundial, se sitúa entre las 10 mayores navieras de transporte de contenedores del mundo y es una de los principales proveedores en los tráficos de norte a sur,

es un aliado muy confiable y seguro que se encarga de toda la operación logística las mismas que se adaptan en base a las necesidades de sus clientes. (HamburgSüd, n.d.)

### **Imagen 16: Foto de la embarcación Hamburg Süd**



**Fuente: hamburgsud.com**

**EverGreen:** Empresa Norteamericana líder mundial de contenedores, ofrece servicio de transporte marítimo en todo el mundo, tiene como objetivo ser un socio para cada uno de sus clientes, posee una política de responsabilidad social donde busca como empresa brindar un servicio excelente, confiable y que se ajuste a las exigencias del exportador. (Evergreen, 2016)

### **Imagen 17: Foto de embarcación EVERGREEN**



**Fuente: evergreen-line.com**

**Hapag Lloyd:** Empresa naviera que posee su sede central en Alemania con una flota de 175 barcos los mismos que llegan a 117 países siendo reconocida así como una de las compañías líderes en todo el mundo

y un poderoso aliado para los exportadores, está orientado a ser un líder para garantizar la satisfacción de nuestros clientes, posee también sistemas de gestión de la calidad y del medio ambiente (ISO 9001 e ISO 14001). (Hapag-Lloyd, 2015)

**Imagen 18: Foto de embarcación Hapag-Lloyd**



**Fuente: Hapag-lloyd.com**

**MAERSK Line:** Empresa naviera de transporte de contenedores con sede en Dinamarca reconocida a nivel mundial que posee clientes alrededor del mundo en 116 países, opera más de 600 embarcaciones esta naviera es reconocida en todo el mundo por su amplia cobertura y sus rutas comerciales en Asia, Europa, y América. (MaerskLine, 2015)

**Imagen 19: Foto de embarcación MAERSK LINE**



**Fuente: maerskline.com**

**CMA CGM:** Empresa naviera dedicada a la transportación de contenedores de origen Francés, considerada la tercera compañía mundial de transportes de contenedores que opera en 200 rutas marítimas entre 521 puertos localizados en 160 países diferentes, posee una flota joven y diversificada con 470 buques los que permiten recorrer los mares del mundo. (CMACGM, 2015)

### **Imagen 20: Foto de embarcación CMA CGM**



**Fuente: [cma-cgm.com](http://cma-cgm.com)**

### **4.3. Acceso Vía aérea a Alemania desde el Ecuador**

Alemania es un país con un territorio muy extenso que cuenta a lo largo de sus tierras con alrededor de 18 aeropuertos que facilitan el proceso aduanero de los productos que entran y salen del país, aparte que sus conocimientos del manejo son muy desarrollados y su infraestructura les permite dar un buen servicio a sus clientes. Los aeropuertos principales en Alemania son:

- Aeropuerto de Fráncfort del Meno
- Aeropuerto de Hamburgo-Fuhlsbüttel
- Aeropuerto de Hannover
- Aeropuerto Internacional de Múnich-Franz Josef Strauss
- Aeropuerto de Bremen

- Aeropuerto de Berlín-Tegel

Ubicando al Aeropuerto de Fráncfort del Meno como el más importante que tiene Alemania ya que dentro de los aeropuertos del mundo que más pasajeros tienen al año, este se ubica en séptimo lugar.

IATA “International Air Transport Association” o conocida en español como la Asociación Internacional de Transporte Aéreo fija unas tarifas que tienen su límite, para poder ser competitivos dentro del mercado internacional, que se ajusten a cada aerolínea y las necesidades de sus clientes.

Desde el Ecuador operan dos líneas aéreas directas:

- KLM Cargo
- LAN Cargo

En la imagen 20 e imagen 21 podemos observar fotos de la flota con las que cuenta cada una.

### **Imagen 21: KLM Cargo**



**Fuente: Google Imágenes**

Sin embargo existen otras aerolíneas que ofrecen los mismos servicios pero con distintas escalas en países como Panamá, USA, España, etc.

El tiempo aproximado de vuelo desde Guayaquil a Alemania es de 14 horas.

## **Imagen 22: LAN Cargo**



**Fuente: Google Imágenes**

### **4.3.1. Costos envío ruta marítima**

En los envíos por ruta marítima mediante la naviera Hamburg Sub, se logró obtener ciertos valores que como empresa cobran en cada una de sus cotizaciones las mismas que se dan por contenedores secos de 20 y 40', estos son los valores que se pagan en origen y destino. Aparte localmente el cliente tiene que cancelar el rubro de despacho contenedor vacío (\$45.00 más IVA por contenedor), y recaudación de exportación si el flete esta pagadero en Guayaquil (\$110.00 más IVA por contenedor), si esta Collect (pagadero en el exterior) este último no se factura.

### **4.4. Vías Terrestres de Alemania**

Las vías de acceso que tiene Alemania son las mejores en el mundo, su total de extensión de autopistas y calles es de 654,000km. A nivel mundial las carreteras en este país se las conoce porque conservan una infraestructura envidiable, lo cual las convierte en vías en donde no se necesita un límite de velocidad para sus conductores. Alemania está conectada por estas vías y las redes de autobuses partes de las principales ciudades donde mantienen sus estaciones. En la Imagen 20 podemos observar un mapa de las rutas actuales de Alemania.

## Imagen 23: Rutas de autopistas de Alemania



Fuente: Google Imágenes

Aparte de las autopistas que tiene este país, ellos también manejan una red de vías para los ferrocarriles, las cuales una parte de ellas están electrificadas. Estas vías tienen una extensión total de 76,473 km. Las empresas que trabajan con estas vías comprenden de las siguientes:

Las ICE que son las de los trenes balas

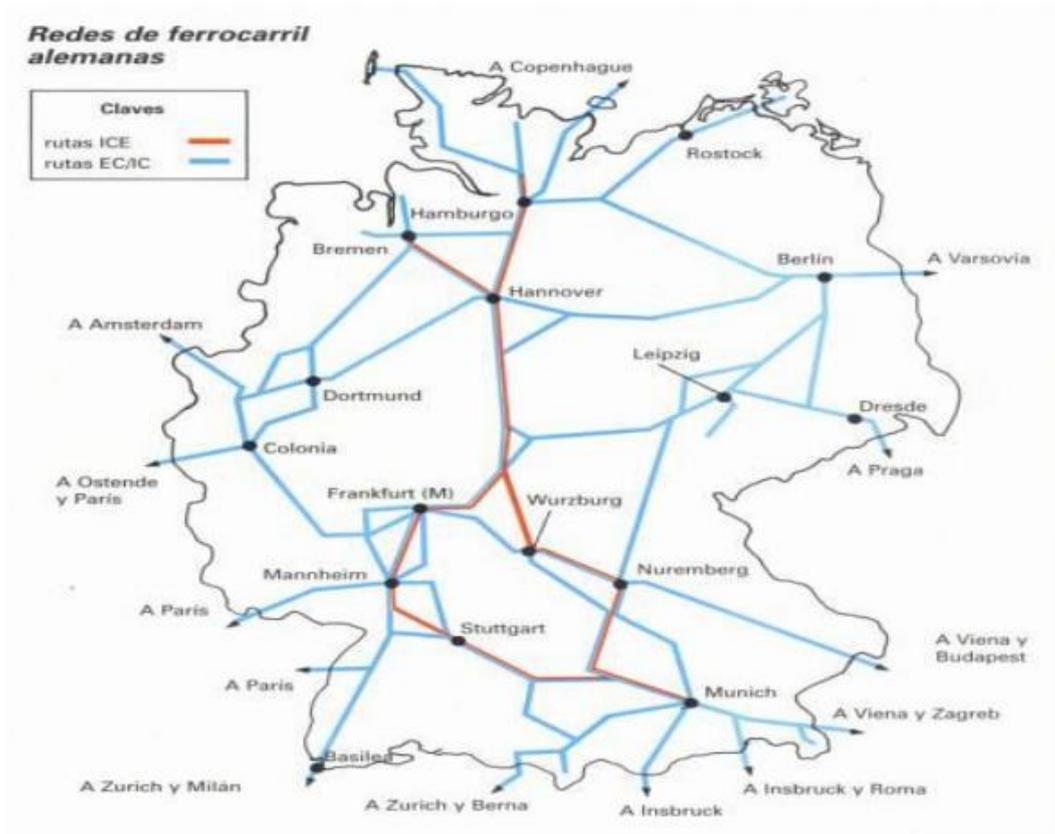
Las de largo recorrido y regionales

EuroCity EC

InterCity IC

En la imagen 21 se observa las rutas de trenes que existen en Alemania

## Imagen 24: Redes de Ferrocarriles en Alemania



Fuente: Google Imágenes

### 4.5. Documentos para Aduana

En la Unión Europea existe un documento que se usa para declararse frente a las autoridades de aduana se lo conoce como el “Documento Único Administrativo” o el DUA. A continuación se expondrán las distintas maneras en las que se puede presentar este documento:

Por medio de un sistema que va enlazado con el departamento aduanero.

En los lugares designado para este tipo de documentación.

La información que debe ir en este documento son:

- Reconocimiento de los integrantes en la operación (importador, exportador, etc.)
- Destino aduanero (envió a libre práctica, importación temporal, tránsito, etc.)
- Referencia de reconocimiento de las mercancías (código TARIC, peso, unidades), localización y embalaje.
- Documentos de los métodos de transporte.
- País de procedencia, país exportador e importador o destino.
- Indagación comercial y financiera (Incoterms, valor declarado, moneda de facturación, tipo de cambio, seguro, etc.)
- Listado de salvoconductos asociados al DUA (licencias de importación, título de inspección, carnet de origen, documento de transporte, factura comercial, etc.)
- Declaración y modo de pago de los impuestos de importación (derechos arancelarios, IVA, impuestos especiales, etc.)
- El DUA deben tener 8 copiar, la persona encargada de llenar este documento tiene que cumplir con todas las copias llenas o solo las que van en función de lo que quiere hacer.
- Cuando se llevan productos a la Unión Europea necesariamente tienen que tener 3 copias con todos los campos necesarios llenos, estas 3 hojas van distribuidas de las siguientes formas:
  - Una para las autoridades de la UE
  - Otra para el país destino para la creación de estadísticas
  - Al finalizar se adjudica al importador posterior de sellar los documentos de la autoridad aduanera.
- Junto al DUA deben ir los siguientes documentos:

- Verificación de origen, usualmente es utilizada para adherir las prioridades arancelarias.
- Certificado de origen específico del producto.
- Documento de transporte
- Factura comercial
- Declaración de la valorización en aduana
- Documento de fiscalización (sanitaria, veterinaria y fitosanitaria).
- Permisos de importación.
- Salvoconducto de supervisión comunitaria.
- Garantías CITES.
- Justificantes de una solicitud de inclusión en un contingente arancelario.
- Documentos a efectos de los impuestos especiales.
- Justificantes de una solicitud de exención del IVA.

#### **4.6. Incoterms que se van a usar**

##### **FOB (Franco a Bordo)**

El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

El vendedor no tiene ninguna obligación con el comprador de formalizar el contrato de transporte, sin embargo, si así lo solicita el comprador, el vendedor deberá contratar el transporte pero a riesgos y expensas del comprador. Se considerará la mercancía entregada cuando el vendedor coloca la misma a bordo del buque designado por el comprador en el punto de carga, si lo hay indicado por el comprador en el puerto de embarque designado, o proporcionando la mercancía así entregada.

En cualquiera de los dos casos el vendedor deberá entregar la mercancía dentro del plazo acordado. Si el comprador no ha indicado un punto de carga específico, el vendedor podrá elegir el punto de carga que mejor le convenga en el puerto de embarque designado.

El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar el contrato de seguro, sin embargo si el comprador va a contratar el mismo, el vendedor debe brindar la información necesaria para que se lleve a cabo.

El vendedor debe asumir los costos del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa.

El comprador deberá asumir los costos en el caso de que el buque designado por él no llega a tiempo, o no puede hacerse cargo de la mercancía, siempre y cuando la mercancía se haya declarado como mercancía objeto del contrato. El comprador deberá comunicar al vendedor el nombre del buque, el punto de carga, y cuando sea necesario el momento de entrega escogido dentro del plazo acordado.

### **CIF (Costo, Seguro y Flete)**

El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

El vendedor tiene la obligación de contratar el transporte desde el punto de entrega acordado hasta puerto de destino designado, o en el caso de que se haya acordado, un punto específico en dicho puerto designado. El vendedor deberá proporcionar un transporte por la ruta usual en un buque del tipo normalmente utilizado para el transporte del tipo de mercancía vendida. Se considera la mercancía entregada cuando está puesta a bordo del buque o cuando se proporciona la mercancía así entregada. Cabe recalcar que éste término difiere el momento de la entrega de la mercancía,

con el momento al cual el vendedor tiene obligación de asumir los costos, dando así que el riesgo se transmite al comprador cuando la mercancía está a bordo del buque, pero el vendedor tiene que asumir los costos cuando la mercancía llega al puerto de destino designado.

El vendedor deberá realizar la contratación del seguro al menos con la cobertura mínima. El mismo deberá cubrir como mínimo el precio dispuesto en el contrato más un 10%. Asegurará la mercancía desde el punto de entrega al menos hasta el puerto de destino designado. El seguro deberá contratarse con una Compañía de Seguros de buena reputación y dar derecho al comprador o cualquier persona que tenga interés asegurable sobre la mercancía a reclamar directamente sobre el asegurador.

En el caso de que el comprador esté interesado de contratar coberturas adicionales de seguro, será a expensas de él mismo, y deberá proporcionar la información necesaria al vendedor para que facilite la obtención de esa cobertura adicional.

El vendedor debe proporcionar al comprador el documento de transporte, el mismo debe de permitir al comprador realizar algún reclamo al transportista, al igual que vender la mercancía en tránsito mediante la transferencia del documento.

El vendedor debe asumir los costos del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa.

El comprador deberá asumir todos los costos desde que la mercancía ha sido entregada, incluyendo los costos relativos a la mercancía mientras está en tránsito hasta su llegada al puerto de destino, salvo que tales costos y gastos fueran por cuenta del vendedor según el contrato de transporte.

#### **4.7. Régimen de muestras**

La categoría de muestras se las define en el Código de la Producción, como exentas del pago de impuestos al comercio exterior dentro de los límites fijados por aduana. Para el caso de envíos por correos exprés o Courier estos están en la categoría B y su valor máximo es hasta USD \$400 y 4 kilos, condición que debe de cumplirse según lo dispuesto en el reglamento de Courier.

El Reglamento del Libro V del Código de la Producción señala:

“Art. 14.- Definición.- Se denomina muestras sin valor comercial a cualquier mercancía importada o exportada, que su valor en aduana no supere los cuatrocientos dólares, o las tres unidades por ítem o por presentación comercial, tomando en cuenta la unidad de medida de la subpartida específica del Arancel Nacional de Importaciones que corresponda; que no esté destinada a la venta y que cumpla con las siguientes condiciones:

a) Que sea claramente identificada como muestra sin valor comercial o que se demuestre que la mercancía no será destinada para la venta.

b) Con el objeto de ser utilizada en estudios de mercado, investigación, desarrollo, pruebas de laboratorio, ensayos, u obtención de documentos de control previo u otros requisitos similares.

“Art. 15.- Procedimiento.- El importador deberá presentar la Declaración Aduanera única junto con los documentos de soporte y de acompañamiento que correspondan según las normas legales vigentes. Si como resultado del Control Aduanero se determinare que las mercancías no cumplieren con las características mencionadas en el artículo anterior, se procederá a efectuar la re liquidación por aquellos tributos que se dejaron de declarar en su momento, sin perjuicio de las sanciones respectivas a que hubiere lugar.” (PROECUADOR, Análisis Sectorial Quinoa 2015, 2015)

## 4.8. Índice LPI de Alemania

De acuerdo al Banco Mundial, el índice de desempeño logístico o conocido por sus siglas en inglés LPI (Logistics Performance Index) es un ratio que lo maneja el Banco Mundial que mide la calidad de la infraestructura que está relacionada con el comercio y el transporte de productos todo esto evalúa la ubicación e instalaciones de puertos, las accesibilidades que existen como carreteras y autopistas, medios de transportes como trenes y camiones, aparte de la tecnología que manejan para optimizar un buen servicio. La calificación va desde 1 a 5 en donde 1 es bajo y 5 alto.

**Tabla 21: Índice de rendimiento logístico 2014**

Country name	2012	2014	
Alemania	4,26	4,32	
Singapur	4,15	4,28	
Países Bajos	4,15	4,23	
Noruega	3,86	4,19	
Estados Unidos	4,14	4,18	
Reino Unido	3,95	4,16	
Japón	4,11	4,16	
Bélgica	4,12	4,10	
Suecia	4,13	4,09	
Canadá	3,99	4,05	
Suiza	3,98	4,04	
Australia	3,83	4,00	
Francia	3,96	3,98	
Hong Kong, Región Administrativa Especial	4,12	3,97	

**Fuente y Elaboración: Banco Mundial**

Actualmente Alemania se encuentra primero en la tabla de los países que se califican bajo este ratio cuando según en la tabla 21 donde se muestran los índices de rendimiento logístico del 2014 en el 2012 obtuvo

una calificación de 4,26 y la última calificación obtenida fue en el 2014 con 4,32 la misma que la sigue manteniendo en el lugar que ha estado ocupando.

#### **4.9. Empaque, embalaje y etiquetas**

Las normas alemanas dictan que el embalaje debe ir como lo establece la legislación europea para la protección del medio ambiente y de la salud de las personas, por lo que de acuerdo a la forma del envase puede que pase por un control fitosanitario. El idioma que debe ser usado es el alemán, aunque el inglés es permitido para los productos internacionales, pero está comprobado que a veces los alemanes llegan a confundirse al ver un eslogan en este idioma. El sistema que usan en Alemania es el sistema métrico decimal y en los empaques no es necesario el “Made in” excepto para los productos de origen alimenticio y las bebidas alcohólicas. (Santander, n.d.)

#### **4.10. Acuerdos comerciales**

Ecuador es un socio importante en América Latina debido a esto se comenzaron los pactos para realizar acuerdos comerciales que beneficien a los países de la unión europea y del ecuador, las prioridades de la cooperación UE-Ecuador son:

- Fomentar un mayor gasto social de calidad por parte del Gobierno ecuatoriano (con especial hincapié en el sector educativo)
- Reforzar la competitividad y el acceso al mercado de las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas. (UEAE, 2015).

**Tabla 22: Ventajas para el Ecuador en el Marco de un Acuerdo**

**Comercial con la Unión Europea (UE):**

<b>1) Incremento de la competitividad de los productos ecuatorianos debido a la supresión de aranceles de entrada:</b>	Al disminuir los aranceles el valor de los productos se reducirían lo que haría más competitivo frente a los productos semejantes de otras naciones.
<b>2) Europa representa el 12% de la oferta exportable:</b>	Europa representa un ingreso de divisas al país considerable y perder este mercado originaría una considerable disminución en el ingreso de divisas.
<b>3) Importadores ecuatorianos se ayudan al disminuir los costos de los bienes que se comercializan:</b>	Se benefician con la reducción de los aranceles para los productos que traen de la zona euro lo que a su vez significa un incremento en su utilidad.
<b>4) Incremento de lugares de trabajo en los sectores agroexportadores:</b>	Ante un aumento en las exportaciones del sector se puede optar por una expansión de empresas y fomentar las fuentes de empleo.
<b>5) Los sectores ecuatorianos más favorecidos por una eliminación bilateral de aranceles:</b>	Jugos de fruta (40% arancel), Banano y atún (24% arancel), camarón (18% arancel), hortalizas congeladas (14% arancel) evita el pago de arancel.

**Fuente: [economiaradom.wordpress.com](http://economiaradom.wordpress.com)**

**Elaborado: Autor**

#### 4.11. Aranceles y preferencias

En la tabla 23 podemos observar el porcentaje que cobra Alemania a los productos que actualmente exporta Ecuador, se puede ver que este país en los productos enlistados en la tabla de abajo no cobra ningún arancel, por lo que representa un ahorro y esto es por los acuerdos que mantiene Ecuador con la Unión Europea.

**Tabla 23: Arancel Cobrado por Alemania a Ecuador de los productos que se exportan.**

<b>Subpartida</b>	<b>Descripción</b>	<b>ARANCEL</b>
803.9	Bananas frescas tipo CAVENDISH VALERY	0%
2101.11	Extractos, esencias y concentrados	0%
1604.14	Atunes, listados y bonitos (sarda SPP)	0%
1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado	0%
3815.12	Con metal precioso o sus compuestos como sustancia activa	0%
1511.1	Aceito en bruto	0%
603.11	Rosas	0%
4407.22	Virola, imbuia y balsa	0%
306.17	Los demás langostinos (género de la familia penaeidae) congelados	0%
710.8	Las demás hortalizas	0%
1803.1	Sin desgrasar	0%
804.3	Piñas (ananás)	0%
6109.1	De algodón	0%
803.1	Plátanos	0%
704.1	Coliflores y brécoles (Broccoli)	0%

**Fuente: Centro de Comercio Internacional, MacMap, CCI**

**Elaboración: PROECUADOR**

## **CAPÍTULO V**

### **METODO DELPHI**

Este método es conocido por la estructuración que existe en el proceso de comunicación conjunto que se practica en el momento de permitir a un grupo de personas tratar un problema en común.

Una Delphi consiste en la elección de un grupo de expertos a los que se les pregunta su opinión sobre temas o acontecimientos futuros. Por lo tanto la cabida de predicción de la Delphi se sujeta en el empleo sistemático de un juicio intuitivo difundido por un grupo de expertos.

El objetivo de este método es lograr obtener una resolución basado en las distintas opiniones de los expertos, este proceso es repetitivo basado en la elaboración de un cuestionario el mismo que será resuelto por personas conocedoras del tema a tratar, finalmente la personas responsables de este estudio elaboraran las conclusiones a partir de la obtención estadística de los datos obtenidos.

Las ventajas de este método es que permite la formulación de un criterio con un alto grado de objetividad, además permite valorar alternativas de decisión la misma que se consigue logrando mediante una base con criterios muy confiables.

Para garantizar la calidad de los resultados al momento de analizar la Delphi debería tomar en cuenta lo siguiente.

#### **Fase 1: Formulación del problema**

El método de Delphi va a ayudar a observar el nivel de consumo y la demanda que hay en el mercado alemán y como puede repercutir en las exportaciones del Ecuador desde varios puntos de vista profesionales.

Actualmente el Ecuador es un país que depende del petróleo y se necesita buscar una salida para no depender de un solo producto, buscaremos opiniones acerca del tema expuesto y comentarios con los que puedan aportar con ideas claras para este proyecto.

## **Fase 2: Elección de expertos**

- Econ. Ernesto Rangel  
Docente de la Carrera de Administración de Empresas - Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Econ. Andrés Cepeda  
Auditor - Contraloría General del Estado
- Ing. Freddy Camacho Villagómez  
Docente de la Carrera de Administración de Empresas - Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Ing. Carlos Sánchez Parrales  
Docente de la Carrera de Administración de Empresas - Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Ing. Marcelo Delgado Cedeño  
Gerente de Renting Banco Pichincha
- Ing. Ángela Sarango  
Especialista provincial de Auditoria – Contraloría General del Estado
- Econ. Irlanda Vargas-Machuca  
Gerente de Abastecimiento e Importaciones – Comandato
- Econ. Gustavo Solórzano  
Superintendencia de Bancos
- Ing. David Hung  
RRHH – Spartan Ecuador
- Econ. Geovanny Delgado Sánchez  
Especialista provincial de Auditoria – Contraloría General del Estado

### **Fase 3: Elaboración y lanzamiento de los cuestionarios**

1. ¿Considera usted que la quinua ecuatoriana como producto alimenticio ha sido explotado debidamente para la exportación? ¿Por qué?
2. ¿Qué beneficios considera usted que se obtienen de la exportación de quinua y su incidencia en la generación de empleo? ¿Por qué?
3. ¿Cómo ve usted la gran inversión que ha realizado el gobierno para incentivar la producción de Quínoa? ¿Por qué?
4. ¿Considera usted que se debe fomentar la producción de quinua en el Ecuador para poder reducir la dependencia de exportaciones petroleras e incentivar un crecimiento en la balanza comercial? ¿Por qué?
5. ¿Cree usted que la quínoa se pueda convertir en el primer producto de exportación del país? ¿Por qué?
6. ¿Considera usted que PROECUADOR apoya a empresas PYMES para ofrecer los nuevos productos como la quinua al mercado internacional? ¿Por qué?
7. ¿Cómo puede beneficiarse Ecuador en la balanza de pagos fomentando la producción de Quínoa? ¿Por qué?
8. ¿Qué opina del nuevo acuerdo comercial con la Unión Europea, considera usted que pueda contribuir en las exportaciones de quinua? ¿Por qué?
9. ¿Cómo ve usted que la quinua es más apreciada en el mercado internacional que en el nacional? ¿Por qué?
10. ¿Considera usted que la exportación de la quinua contribuye al desarrollo de la matriz productiva? ¿Por qué?

## Modelo de encuesta realizada:

### Preguntas:

1. ¿Considera usted que la quinua ecuatoriana como producto alimenticio ha sido explotado debidamente para la exportación? ¿Por qué?

---

---

2. ¿Qué beneficios considera usted que se obtienen de la exportación de quinua y su incidencia en la generación de empleo? ¿Por qué?

---

---

3. ¿Cómo ve usted la gran inversión que ha realizado el gobierno para incentivar la producción de Quínoa? ¿Por qué?

---

---

4. ¿Considera usted que se debe fomentar la producción de quinua en el Ecuador para poder reducir la dependencia de exportaciones petroleras e incentivar un crecimiento en la balanza comercial? ¿Por qué?

---

---

5. ¿Cree usted que la quínoa se pueda convertir en el primer producto de exportación del país? ¿Por qué?

---

---

**6. ¿Considera usted que PROECUADOR apoya a empresas PYMES para ofrecer los nuevos productos como la quinua al mercado internacional? ¿Por qué?**

**7. ¿Cómo puede beneficiarse Ecuador en la balanza de pagos fomentando la producción de Quínoa? ¿Por qué?**

**8. ¿Qué opina del nuevo acuerdo comercial con la Unión Europea, considera usted que pueda contribuir en las exportaciones de quinua? ¿Por qué?**

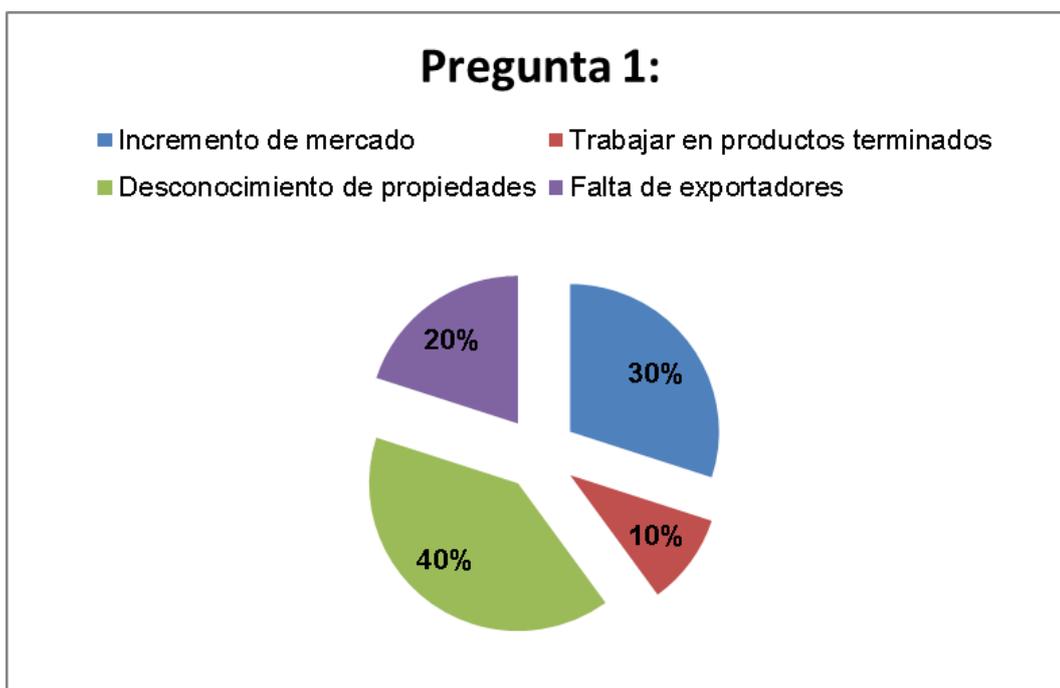
**9. ¿Cómo ve usted que la quinua es más apreciada en el mercado internacional que en el nacional? ¿Por qué?**

**10. ¿Considera usted que la exportación de la quinua contribuye al desarrollo de la matriz productiva? ¿Por qué?**

## Fase 4: Desarrollo práctico y exploración de resultados

1. ¿Considera usted que la quinua ecuatoriana como producto alimenticio ha sido explotado debidamente para la exportación?  
¿Por qué?

<b>SI</b>	<b>40%</b>
Incremento de mercado	30%
Trabajar en productos terminados	10%
<b>NO</b>	<b>60%</b>
Desconocimiento de propiedades	40%
Falta de exportadores	20%
	<hr/>
	<b>100%</b>
<b>Total expertos encuestados</b>	10



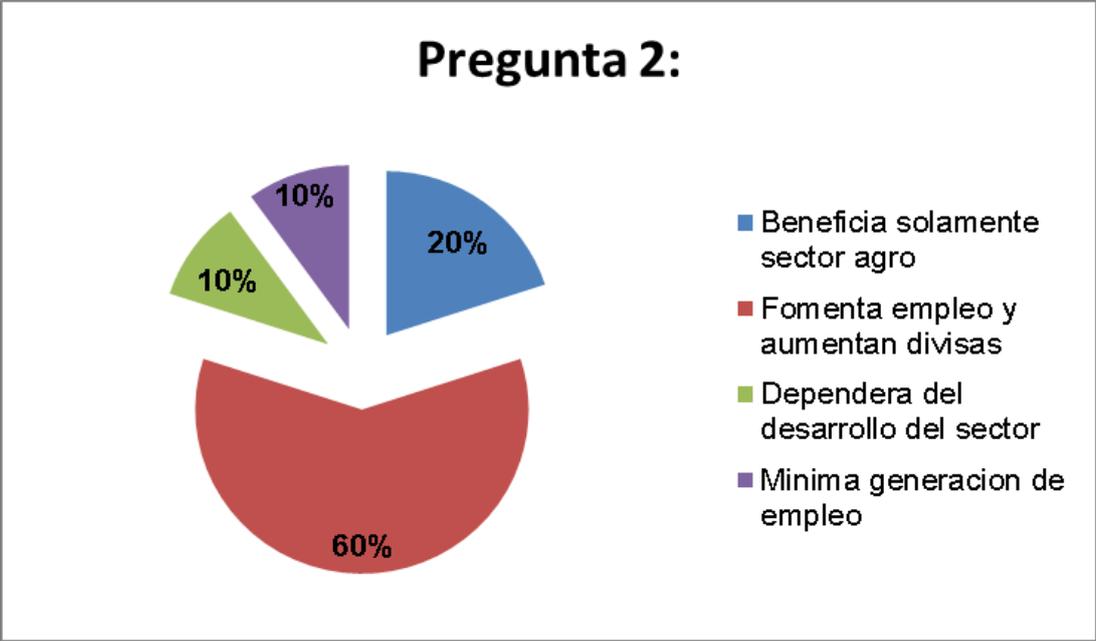
## **Análisis Pregunta 1:**

En base a los datos obtenidos se puede deducir que el 60% de los encuestas indican que NO ha sido explotado la exportación de la quinua debidamente por diversos motivos. En los cuales pudieron argumentar que se da por el desconocimiento de las propiedades en un 40% y por la falta de exportadores que permitan darle mayor acogida al producto en un 20%.

Entre los participantes que indicaron que SI ha sido explotado su argumento se da al incremento que ha tenido el mercado en un 30% mientras que el 10% restante fue positivo tomando en cuenta que se debe buscar más en fomentar la producción con un valor agregado.

<b>2. ¿Qué beneficios considera usted que se obtienen de la exportación de quinua y su incidencia en la generación de empleo? ¿Por qué?</b>
---

	<b>ALTO</b>	<b>90%</b>
Beneficia solamente sector agro		20%
Fomenta empleo y aumentan divisas		60%
Dependerá del desarrollo del sector		10%
	<b>BAJO</b>	<b>10%</b>
Mínima generación de empleo		10%
		<hr/>
		<b>100%</b>
<b>Total expertos encuestados</b>		10



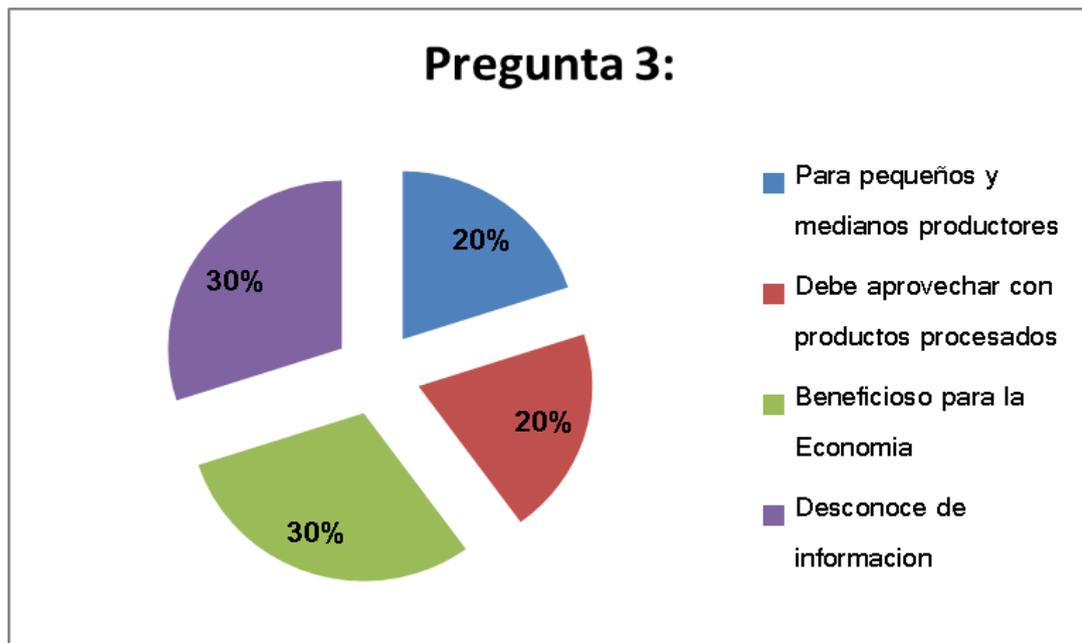
**Análisis Pregunta 2:**

A partir de la información recopilada se puede deducir que el beneficio con más relevancia que se obtiene es porque fomenta el empleo e incrementan las divisas en un 60%. También se consideró que es alto el beneficio que se obtiene para el sector agrícola en un 20% y que dependerá de un correcto desarrollo de este sector en un 10%.

Cabe indicar que para los participantes de esta encuesta se consideró que el beneficio es ALTO en un 90%, a diferencia del 10% que indicó que es beneficio es BAJO porque la generación de empleo en este sector es mínima.

**3. ¿Cómo ve usted la gran inversión que ha realizado el gobierno para incentivar la producción de Quínoa? ¿Por qué?**

<b>POSITIVO</b>	<b>70%</b>
Para pequeños y medianos productores	20%
Debe aprovechar con productos procesados	20%
Beneficioso para la Economía	30%
<b>NEGATIVO</b>	<b>30%</b>
Desconoce de información	30%
-----	
<b>100%</b>	
<b>Total expertos encuestados</b>	10



**Análisis Pregunta 3:**

La gran inversión que se ha realizado por medio del estado se ha considerado una inversión POSITIVA en un 70%, debido a esto los

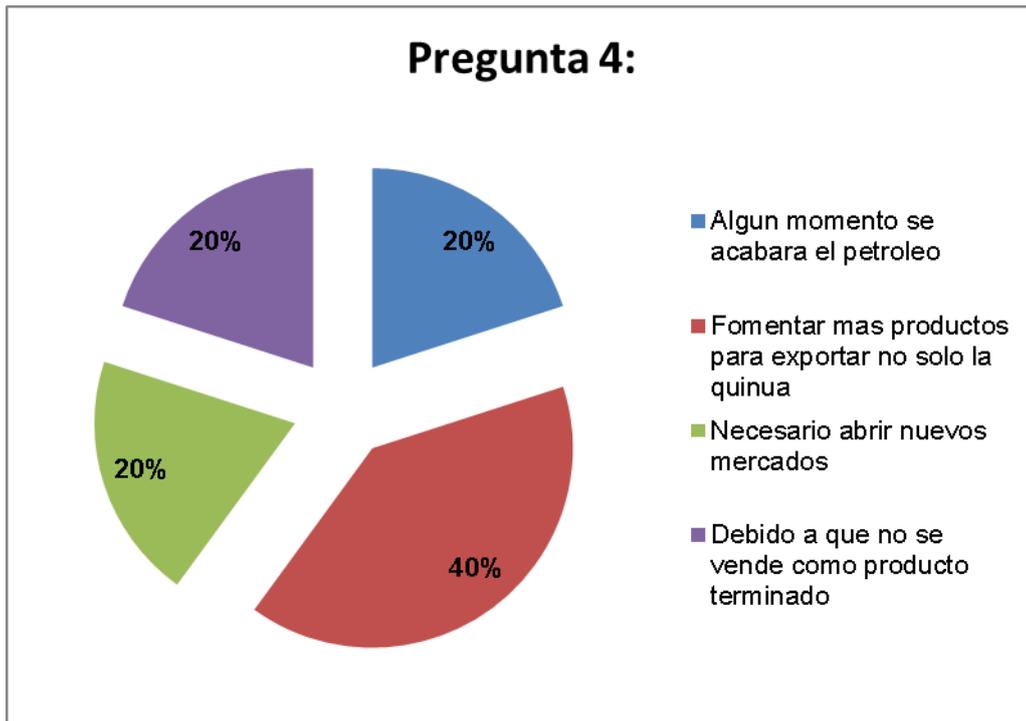
participantes de esta encuesta supieron mencionar que se da por diversos motivos.

Debido a que beneficia a la economía del país en un fomentando los ingresos de divisas 30%, a su vez sirve de ayuda para los pequeños y medianos productores para lograr impulsarlos a un aumento en su producción en un 20% y que se debe aprovechar ya que si existe una mayor producción permite poder aprovechar esta materia prima para convertirlo en un producto procesado.

De los resultados obtenidos en esta pregunta logramos observar que el 30% de las encuestas obtuvieron una respuesta NEGATIVA debido a que se desconoce la información de la inversión que realiza el gobierno para este tipo de productos.

**4. ¿Considera usted que se debe fomentar la producción de quinua en el Ecuador para poder reducir la dependencia de exportaciones petroleras e incentivar un crecimiento en la balanza comercial? ¿Por qué?**

<b>SI</b>	<b>80%</b>
Algún momento se acabara el petróleo	20%
Fomentar más productos para exportar no solo la quinua	40%
Necesario abrir nuevos mercados	20%
<b>NO</b>	<b>20%</b>
Debido a que no se vende como producto terminado	20%
	<hr/>
	<b>100%</b>
<b>Total expertos encuestados</b>	10



#### **Análisis Pregunta 4:**

En base a la información recibida se puede indicar que el 80% de los encuestados indico que SI se debe fomentar la producción de quinua en el Ecuador por diversos puntos.

Primero porque el petróleo es un producto agotable, a su vez nos ayuda a poder abrir nuevos mercados y se debe tomar en cuenta que no solamente se debe fomentar la exportación de quinua sino aprovechar más productos no tradicionales.

El 20% restante tuvo una respuesta negativa al tema y se da porque indican que para poder aprovechar más este producto se debe comercializarlo como producto terminado que como materia prima que beneficiaria más al país.

**5. ¿Cree usted que la quínoa se pueda convertir en el primer producto de exportación del país? ¿Por qué?**

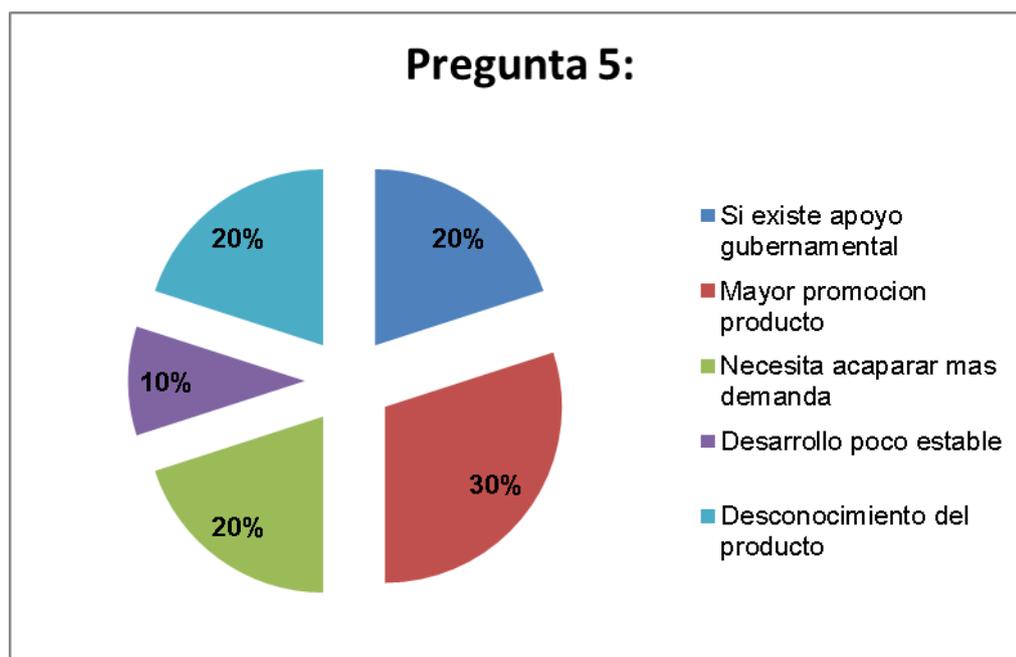
<b>SI</b>	<b>50%</b>
Si existe apoyo gubernamental	20%
Mayor promoción producto	30%

<b>NO</b>	<b>50%</b>
Necesita acaparar más demanda	20%
Desarrollo poco estable	10%
Desconocimiento del producto	20%

---

**100%**

**Total expertos encuestados** 10



**Análisis Pregunta 5:**

A partir de los datos obtenidos en esta pregunta se puede encontrar un escenario parejo en relación a las respuestas brindadas, ya que el 50%

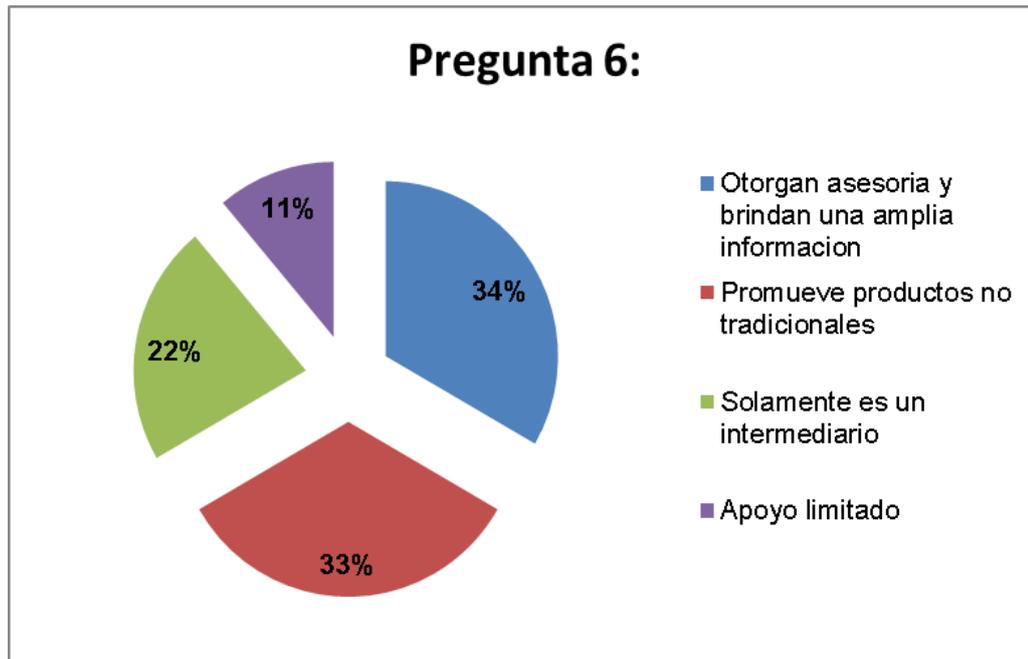
índice que la quinua SI puede convertirse en el primer producto de exportación del país y el otro 50% índice que NO.

Los motivos por los cuales se puede ver favorable esta idea se dan ya que si existe el apoyo gubernamental para desarrollar el producto y a su vez debe existir una mayor promoción del producto que incentive a la compra.

A diferencia de las causas por las que fue desfavorable esta idea se basa en que este producto debe acaparar una mayor demanda, también por si desarrollo que es poco estable y sobre todo por el desconocimiento que existe sobre las cualidad tanto nutricionales como alimenticias que se puede obtener con el consumo de este producto.

**6. ¿Considera usted que PROECUADOR apoya a empresas PYMES para ofrecer los nuevos productos como la quinua al mercado internacional? ¿Por qué?**

<b>SI</b>	<b>60%</b>
Otorgan asesoría y brindan una amplia información	30%
Promueve productos no tradicionales	30%
<b>NO</b>	<b>30%</b>
Solamente es un intermediario	20%
Apoyo limitado	10%
	<hr style="width: 10%; margin-left: auto; margin-right: 0;"/>
	<b>100%</b>
<b>Total expertos encuestados</b>	10



### **Análisis Pregunta 6:**

El apoyo que busca fomentar ProEcuador para empresas PYMES que exportan quinua dio como resultado una reacción positiva en un 60% por parte de los encuestados, debido a que estos opinan que este ente gubernamental es de gran ayuda para brindar asesorías y ofrecen la información necesaria para saber más sobre un producto de exportación.

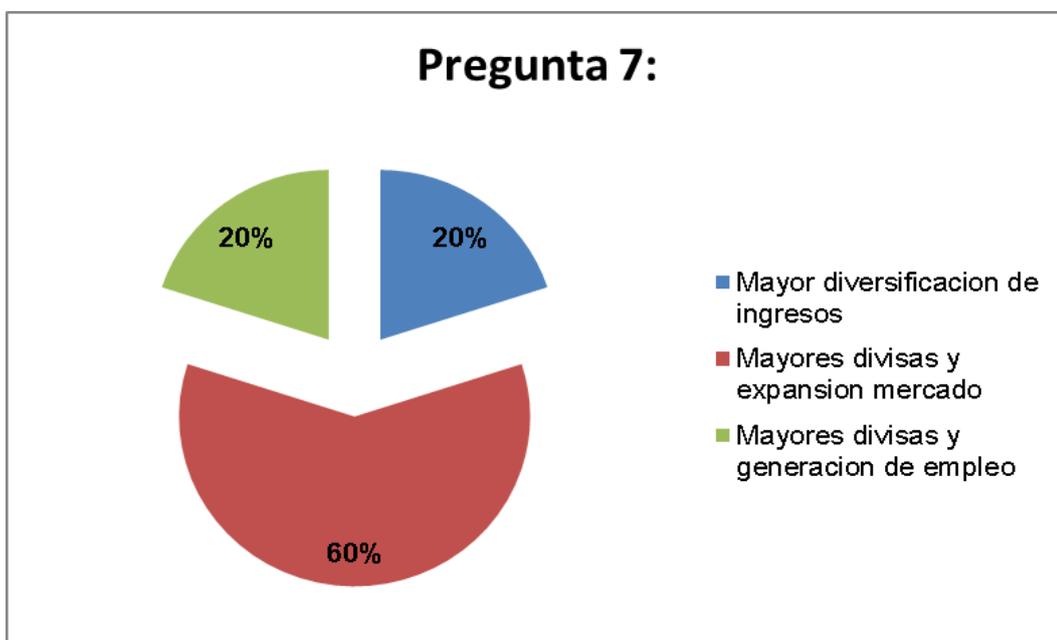
A su vez que brinda espacio a productos no tradicionales a fin de poder ser ofrecidos en mercados internacionales, donde pueden encontrar gran cabida y puede beneficiarse el Ecuador.

El restante 30% nos supo dar una respuesta no favorable en relación a lo tratado, debido a que ellos argumentan que ProEcuador no va más allá de ser netamente un intermediario y brinda apoyo económico a los pequeños

productores y en otro de los casos se supo indicar que no siempre existe este apoyo que muchas veces es limitado.

**7. ¿Cómo puede beneficiarse Ecuador en la balanza de pagos fomentando la producción de Quínoa? ¿Por qué?**

<b>POSITIVO</b>	<b>100%</b>
Mayor diversificación de ingresos	20%
Mayores divisas y expansión mercado	60%
Mayores divisas y generación de empleo	20%
<b>NEGATIVO</b>	<b>0%</b>
	<hr/>
	<b>100%</b>
<b>Total expertos encuestados</b>	10



## **Análisis Pregunta 7:**

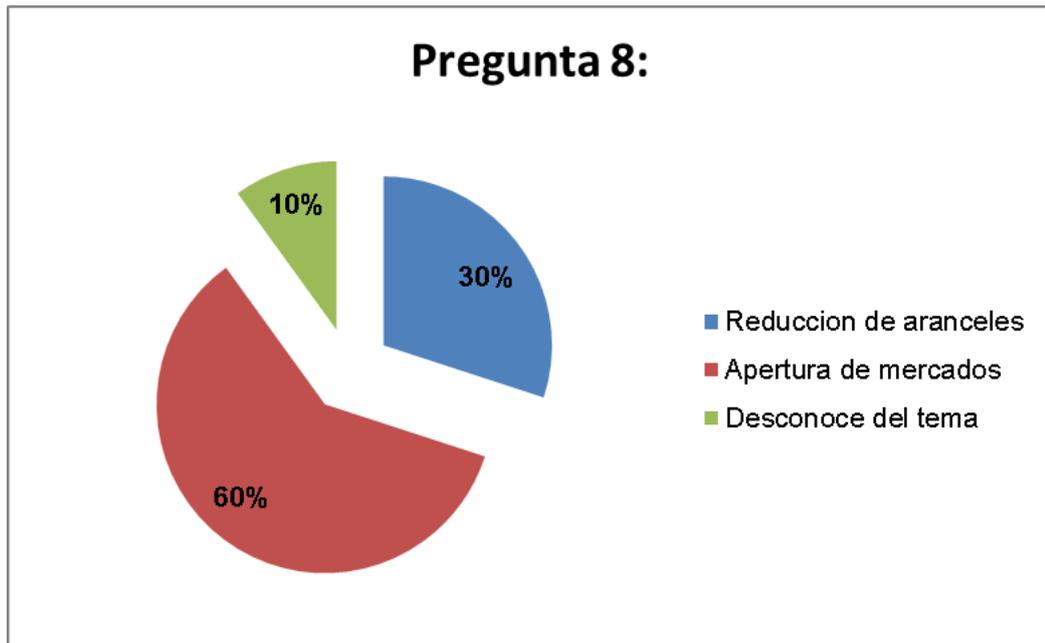
De la información obtenida se puede encontrar diversas conclusiones positivas sobre este tema, debido a que el 100% de los encuestados coincidieron que fomentando la exportación de la quinua se beneficia a la balanza de pagos ecuatoriana.

Entre los puntos a favor podemos recalcar que es beneficioso, debido a que se recaudan mayores divisas y existe una expansión de mercado, a su vez también se da un incremento en la generación de empleos la misma que beneficiaría a este sector y promulgaría a la producción de este producto.

Otro de los puntos a favor se pudieron obtener es que debe existir una mayor diversificación de ingresos para que exista una evolución en los productos y se puedan ofrecer diversidad de productos a base de la quinua.

**8. ¿Qué opina del nuevo acuerdo comercial con la Unión Europea, considera usted que pueda contribuir en las exportaciones de quinua? ¿Por qué?**

<b>POSITIVO</b>	<b>90%</b>
Reducción de aranceles	30%
Apertura de mercados	60%
<b>NEGATIVO</b>	<b>10%</b>
Desconoce del tema	10%
	<hr/>
	<b>100%</b>
<b>Total expertos encuestados</b>	10



### **Análisis Pregunta 8:**

La opinión de los encuestados fue POSITIVA en un 90%, debido a que el nuevo acuerdo comercial con Unión Europea beneficiaría en las exportaciones de la quinua en dos puntos relevantes, uno de estos es la apertura de mercados y el otro por la reducción de los aranceles.

Entre las reacciones negativas encontramos que el 10% indicó que desconoce del tema ya que el mismo no ha sido difundido completamente y no se puede deducir que tan beneficioso sería para el país.

**9. ¿Cómo ve usted que la quinua es más apreciada en el mercado internacional que en el nacional? ¿Por qué?**

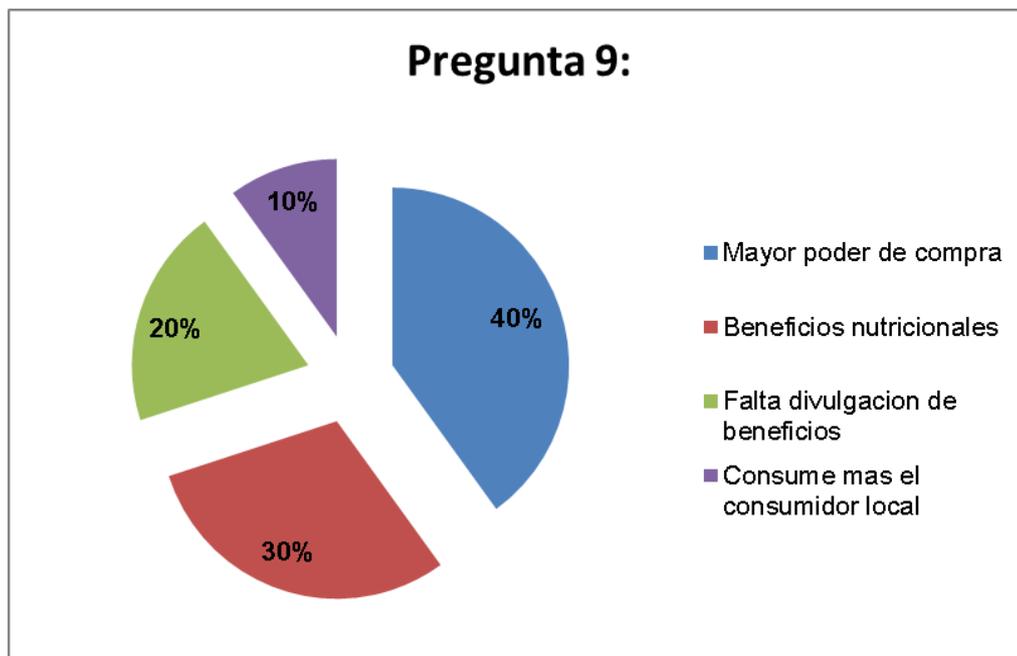
<b>POSITIVA</b>	<b>70%</b>
Mayor poder de compra	40%
Beneficios nutricionales	30%

<b>NEGATIVA</b>	<b>30%</b>
Falta divulgación de beneficios	20%
Consume más el consumidor local	10%

---

**100%**

**Total expertos encuestados** 10



**Análisis Pregunta 9:**

El análisis que se pudo obtener mediante las respuestas obtenidas por los encuestas nos arrojó un resultado de un 70%, de que la quinua es más

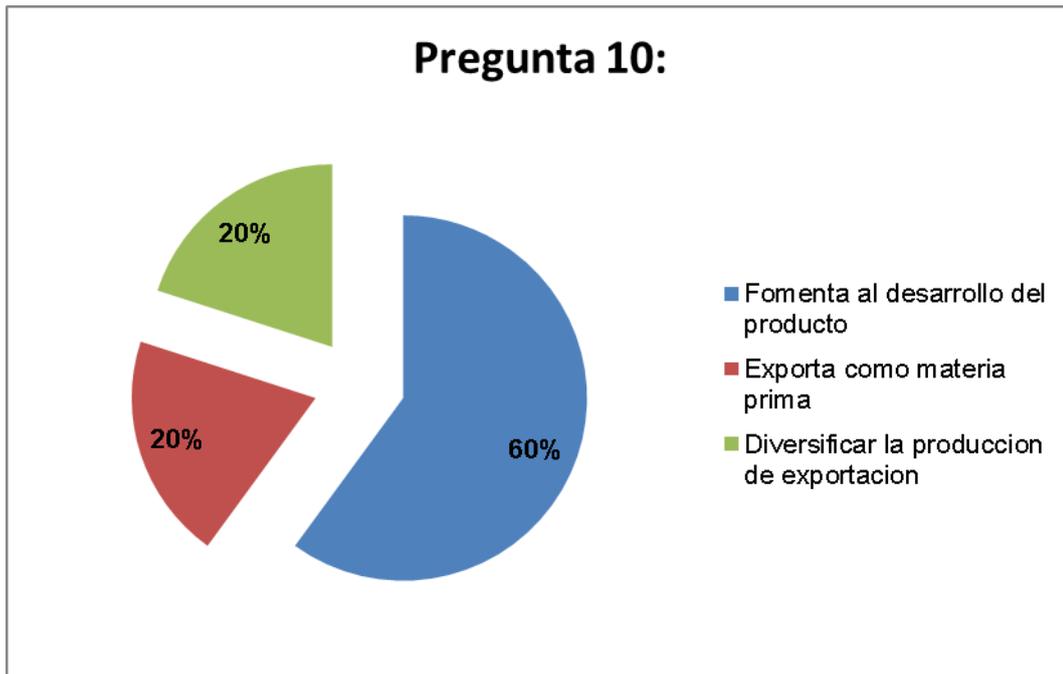
apreciada en el mercado internacional que en el nacional por dos grandes factores.

Uno de esto se da por los beneficios nutricionales que se obtienen donde el 30% respondió favorable y un 40% nos supo indicar que el poder de compra está basado a la dieta que posee el consumidor europeo hace que producto sea más apetecido.

Mientras que un 30% supo indicar que no necesariamente el consumo es mayor en el exterior, ya que, no se ha difundido la información de los beneficios que ofrece para generar una mayor oferta.

**10. ¿Considera usted que la exportación de la quinua contribuye al desarrollo de la matriz productiva? ¿Por qué?**

<b>POSITIVA</b>	<b>60%</b>
Fomenta al desarrollo del producto	60%
<b>NEGATIVA</b>	<b>40%</b>
Exporta como materia prima	20%
Diversificar la producción de exportación	20%
	<hr/>
	<b>100%</b>
<b>Total expertos encuestados</b>	10



### **Análisis Pregunta 10:**

A partir de la pregunta propuesta, podemos concluir que la exportación de la Quinoa fomenta al desarrollo de la matriz productiva a través del desarrollo del producto en un 60% como aspecto positivo.

Mientras que las reacciones negativas que se logró obtener fueron que no contribuye a la matriz productiva debido a que solamente se exporta como materia prima y que se debe fomentar a la diversificación de productos de exportación para ser más atractivo la exportación a la hora de consumo.

## CONCLUSIONES

En base al estudio realizado y a los datos estadísticos encontrados hemos concluido que en el Ecuador existen varios sectores que no son muy bien explotados y que tienen la suficiente capacidad de potenciar su producción. El Ecuador posee las condiciones climáticas y de suelo apropiado para la producción de Quinoa, que benefician la calidad del producto final y se convierte en una característica primordial al momento de la comercialización en el mundo entero.

Los productores actuales de quinoa requieren incentivos Gubernamentales que les permitan fortalecer el mercado y crear un atractivo hacia el sector proyectándolo a nivel Internacional y atrayendo nuevos compradores del producto. Al convertir el mercado más competitivo, generará una demanda más grande por el producto.

Durante el desarrollo de este proyecto se analizó el nivel de aceptación de la demanda del producto en Alemania, país miembro de la Unión Europea. Alemania posee un perfil y hábitos del consumidor, en donde la quinoa posee un gran atractivo gracias a sus altos componentes nutritivos que pueden llegar a sustituir alimentos en la pirámide alimenticia. Especialmente para el mercado infantil se proyecta como un alimento que ayuda con el crecimiento y a aliviar enfermedades comunes en el medio.

En Alemania la quinoa es considerada un grano de oro, lo cual enriquece la demanda y crea una apertura importante del mercado para los países productores de la misma. Es importante recalcar que países como Perú y Bolivia no pueden satisfacer la demanda del producto de acuerdo a lo requerido por el mercado Alemán. Por esta razón se presenta una oportunidad importante para el Ecuador de fortalecer un producto del sector agrícola que se exporta a Alemania pero en cantidades no muy representativas, sin embargo realizando los ajustes necesarios y reforzado con políticas Gubernamentales pro exportación, podrá convertirse en un

sector importante que generará empleos y tendrá un impacto positivo en la economía, aumentando la balanza de pagos del país así como otros indicadores.

El Ecuador debe fortalecer su trabajo en crecer en otros sectores productivos para poder convertirlos en pilares importantes en la economía del país y no ser dependientes del petróleo, que actualmente está generando problemas en el presupuesto del estado.

## BIBLIOGRAFIA

UEAE. (2015). *UEAE*. Recuperado el 1 de Febrero de 2016, de Relaciones de la UE con República del Ecuador: [http://eeas.europa.eu/ecuador/index\\_es.htm](http://eeas.europa.eu/ecuador/index_es.htm)

Urcupac. (s.f.). *Urcupac*. Recuperado el 8 de Diciembre de 2015, de Consorcio de Exportadores de Quinoa del Ecuador: [file:///C:/Users/USER/Downloads/edicio-181000005038F687-302C-4B28-BE3C-20525E269761\\_20012014\\_-LID20140120.PDF](file:///C:/Users/USER/Downloads/edicio-181000005038F687-302C-4B28-BE3C-20525E269761_20012014_-LID20140120.PDF)

Ajayu. (13 de Octubre de 2013). *Bolivia: La quinua Boliviana es la más pura del mundo*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2015, de Ajayu la Revista: <http://ajayularevista.com/2013/10/13/bolivia-la-quinua-boliviana-es-la-mas-pura-del-mundo/>

Argandoña, A. (Junio de 2012). *El Modelo Económico Alemán*. Recuperado el 7 de Diciembre de 2015, de IESE Business School: <http://www.iese.edu/research/pdfs/OP-0203.pdf>

Boletinagrario. (s.f.). *Fitosanitario*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2015, de Boletinagrario: <http://www.boletinagrario.com/ap-6,fitosanitario,960.html>

Cabrera, A. (4 de Marzo de 2015). *Bolivia inicia la Ruta de la Quinoa 2015 con el reto de producir 96 mil toneladas de grano*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2015, de Periódico Cambio: <http://www.cambio.bo/bolivia-inicia-la-ruta-de-la-quinua-2015-con-el-reto-de-producir-96-mil-toneladas-de-grano>

CCEX, C. d. (23 de Febrero de 2015). *CCL: Exportación de quinua creció seis veces más en los últimos dos años*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2015, de Gestión: <http://gestion.pe/economia/ccl-exportacion-quinua-crecio-seis-veces-mas-ultimos-dos-anos-2124236>

CCI, C. d. (s.f.). *Embalaje*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2015, de Centro de Comercio Internacional CCI: <http://www.intracen.org/itc/exportadores/embalaje/>

CECJ, C. E. (2015). *¿Qué es el comercio justo?* Recuperado el 8 de Diciembre de 2015, de Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo: <http://www.cecjecuador.org.ec/comercio-justo/que-es/>

CerealesAndinos. (s.f.). *Cereales Andinos*. Recuperado el 8 de Diciembre de 2015, de Cereales Andinos: [http://www.cerealesandinos.com/?page\\_id=21573&lang=es](http://www.cerealesandinos.com/?page_id=21573&lang=es)

CMACGM. (2015). *CMACGM*. Recuperado el 1 de Febrero de 2016, de CMACGM: <https://www.cma-cgm.com/the-group/about-us/presentation>

Evergreen. (2016). *Evergreen Line*. Recuperado el 1 de Febrero de 2016, de Evergreen Line: <http://www.evergreen-line.com/static/jsp/whats.jsp>

ElComercio. (31 de Agosto de 2015). *Quinoa: 9 países podrían poner en peligro liderazgo del Perú*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2015, de El Comercio Portafolio: <http://elcomercio.pe/economia/peru/nuevos-paises-productores-quinua-harian-retroceder-al-peru-noticia-1836638>

Erbol. (19 de Enero de 2015). *Bolivia corre riesgo de perder liderazgo en producción de quinua*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2015, de Bolivia Rural: <http://www.boliviarrural.org/noticias/noticias-2015/2896-bolivia-corre-riesgo-de-perder-liderazgo-en-produccion-de-quinua.html>

DatosMacro. (2014). *Alemania Balanza Comercial*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2015, de Datos Macro: <http://www.datosmacro.com/comercio/balanza/alemania>

DIN. (s.f.). *DIN-Normenausschuss Lebensmittel und landwirtschaftliche Produkte (NAL)*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2015, de DIN: <http://www.din.de/de/mitwirken/normenausschuesse/nal/normen/wdc-beuth:din21:181047054>

Fundamyf. (s.f.). *Fundación Mujer y Familia*. Recuperado el 8 de Diciembre de 2015, de Fundamyf: <http://www.fundamyf.org/index.html>

Fairtrade. (s.f.). *Estándares Fairtrade para la quinoa*. Recuperado el 8 de Diciembre de 2015, de Fairtrade: <http://www.sellocomerciojusto.org/es/productores/quinoa/estandaresfairtrade.html>

FAO. (2014). *FAO*. Recuperado el 1 de Febrero de 2016, de Tendencias y Perspectivas del Comercio Internacional de Quinoa: <http://www.fao.org/3/a-i3583s.pdf>

FAO, F. a. (2013). *Valor Nutricional*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2015, de Quinoa 2013 Año Internacional: <http://www.fao.org/quinoa-2013/what-is-quinoa/nutritional-value/es/>

FAO, F. a. (2013). *Catálogo de Variedades Comerciales de Quinoa en el Perú*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2015, de FAO: <http://www.fao.org/3/a-as890s.pdf>

FAO, F. a. (2014). *Tendencias y Perspectivas del Comercio Internacional de Quinoa*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2015, de FAO: <http://www.fao.org/3/a-i3583s.pdf>

G.A.P., G. (s.f.). *Putting Food Safety and Sustainability on the Map*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2015, de GLOBAL G.A.P.: [http://www.globalgap.org/uk\\_en/who-we-are/about-us/](http://www.globalgap.org/uk_en/who-we-are/about-us/)

Gallardo, C. (8 de Septiembre de 2015). *Grano Andino de Oro*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2015, de EcuadorTv: <http://www.ecuadortv.ec/noticias/turismo/grano-andino-de-oro>

Gestión. (2 de Agosto de 2015). *Perú desplaza del primer lugar a Bolivia en exportación de quinoa*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2015, de Gestión: <http://gestion.pe/economia/peru-desplaza-primer-lugar-bolivia-exportacion-quinua-2138758>

IBCE. (s.f.). *Producción de Quinoa Real Orgánica en el Antiplano Sur de Bolivia*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2015, de IBCE: <http://ibce.org.bo/userfiles/file/notas-archivos/quinua-real-produccion-quinua-real-altiplano.pdf>

Ieralpyme. (1 de Abril de 2013). *Guía Embalaje de Exportación*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2015, de Ieralpyme Org: <http://www.ieralpyme.org/noticias/guia-embalajes-exportacion-499.html>

Inkanatural. (2013). *Quinoa*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2015, de Inkanatural: [http://www.inkanatural.com/es/alimentacion\\_natural/quinua.html](http://www.inkanatural.com/es/alimentacion_natural/quinua.html)

Huaraca, R. (24 de Diciembre de 2012). *Usos de la Quinoa*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2015, de La Quinoa: <http://fundamentosdemarketing-quinua.blogspot.com/2012/06/usos-de-la-quinua.html>

HamburgSüd. (s.f.). *Hamburg Süd*. Recuperado el 1 de Febrero de 2016, de Grupo Hamburg Süd: [http://www.hamburgsud.com/group/es/corporatehome/aboutus/hamburgsudgroup\\_2/hamburgsudgroup.html](http://www.hamburgsud.com/group/es/corporatehome/aboutus/hamburgsudgroup_2/hamburgsudgroup.html)

Hapag-Lloyd. (2015). *Hapag-Lloyd*. Recuperado el 1 de Febrero de 2016, de Hapag-Lloyd: [https://www.hapag-lloyd.com/es/about\\_us/overview.html](https://www.hapag-lloyd.com/es/about_us/overview.html)

Helpdesk, T. E. (s.f.). *Requisitos sanitarios y fitosanitarios*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2015, de Export Help: [http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt%2Frt\\_RequisitosSanitariosYFitosanitarios.html&docType=main&languageId=es](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=rt%2Frt_RequisitosSanitariosYFitosanitarios.html&docType=main&languageId=es)

Jacobsen, S. E. (Diciembre de 2012). *Del éxito económico al desastre ambiental*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2015, de Agri Cultures: <http://www.agriculturesnetwork.org/magazines/latin-america/desertificacion/la-produccion-de-quinua-en-el-sur-de-bolivia>

Koo, W. (12 de Octubre de 2015). *Quinoa Perú Exportación Septiembre 2015*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2015, de Agrodataperu: <http://www.agrodataperu.com/2015/10/quinua-peru-exportacion-septiembre-2015.html>

Krugman, P., Olney, M. L., & Wells, R. (2008). *Fundamentos de Economía*. Reverte.

LaHora. (16 de Octubre de 2013). *ONU celebra a la quinua y Ecuador crea proyectos*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2015, de La Hora Nacional: <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101577604#.Vki1z3Yve1s>

LaPatria. (4 de Septiembre de 2015). *Quinoa peruana inunda el mercado mundial y cae exportación boliviana*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2015, de La Patria en Línea: <http://lapatriaenlinea.com/?nota=231914>

LaRazón. (4 de Agosto de 2015). *Bolivia no exporta tanta quinua como Perú porque su producción es 'orgánica' y no 'convencional'*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2015, de La Razón: <http://www.quinua.boliviapopular.com/2015/08/bolivia-no-exporta-tanta-quinua-como.html>

LaRazón. (4 de Septiembre de 2015). *Exportación de quinua boliviana cae en 42,5%*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2015, de Bolivia Popular: <http://www.quinua.boliviapopular.com/2015/09/exportacion-de-quinua-boliviana-cae-en.html>

LaRazón. (8 de Abri de 2015). *Precio de la quinua exportada a Estados Unidos baja en 24,62%*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2015, de La Razón: <http://www.quinua.boliviapopular.com/2015/04/precio-de-la-quinua-exportada-estados.html>

LaRepública. (22 de Noviembre de 2014). *Quinua desata guerra comercial andina*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2015, de La República: <http://www.larepublica.ec/blog/economia/2014/11/22/quinua-desata-guerra-comercial-andes/>

Levitt, T. (1969). *The Marketing Mode*. New York, Estados Unidos: McGraw-Hill.

Logistica, L. m. (23 de Octubre de 2010). *Logistica Unicatolica*. Recuperado el 1 de Febrero de 2016, de Canales de Distribución: <http://lomejordelogistica.blogia.com/temas/canales-de-distribucion/>

Nación, L. (25 de Abril de 2015). *Firman Convenio para impulsar el cultivo de la quinua*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2015, de La Nación: <http://lanacion.com.ec/?p=26498>

MyperuGlobal. (24 de Julio de 2014). *Mercados y Oportunidades de exportación de la Quinua Peruana*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2015, de MyperuGlobal: <http://myperuglobal.com/blog/mercados-y-oportunidades-de-la-quinua-peruana/>

MaerskLine. (2015). *MaerskLine*. Recuperado el 1 de Febrero de 2016, de MaerskLine: <https://www.maerskline.com/es-ec/>

MAGAP. (s.f.). *La calidad de la quinua ecuatoriana es reconocida en Europa*. Recuperado el 6 de Diciembre de 2015, de MAGAP: <http://www.agricultura.gob.ec/la-calidad-de-la-quinua-ecuatoriana-es-reconocida-en-europa/>

MAGAP, M. d. (2013). *Ecuador, innovando para la soberanía alimentaria*. Congreso Mundial de Quinua.

Maquita. (s.f.). *Maquita Comercio Justo*. Recuperado el 8 de Diciembre de 2015, de Maquita: <http://www.fundmcch.com.ec/index.php>

Mercadeo, L. y. (2006). *LiderazgoMercadeo.com*. Recuperado el 1 de Febrero de 2016, de Temas de Mercadeo: [http://www.liderazgoymercadeo.com/mercadeo\\_tema.asp?id=115](http://www.liderazgoymercadeo.com/mercadeo_tema.asp?id=115)

Ministerio de Agricultura, G. A. (12 de Febrero de 2015). *Zonificación Agroecológica Económica*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2015, de Sistema de Información Nacional de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca: <http://sinagap.agricultura.gob.ec/2014-03-21-15-12-02/quinua>

Ministerio de Agricultura, G. A. (29 de Enero de 2015). *Programa Nacional de Quinoa 2015 inició en Carchi*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2015, de Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca MAGAP: <http://www.agricultura.gob.ec/programa-nacional-de-quinoa-2015-inicio-en-carchi/>

Miranda, R. (29 de Abril de 2011). *La Quinoa en la Alimentación Animal*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2015, de Todo sobre la Quinoa: <http://laquinoa.blogspot.com/2011/04/la-quinoa-en-la-alimentacion-animal.html>

OEA, O. d. (s.f.). *Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2015, de Sistema de Información Sobre Comercio Exterior: [http://www.sice.oas.org/TPD/GSP/GSP\\_Schemes\\_s.ASP](http://www.sice.oas.org/TPD/GSP/GSP_Schemes_s.ASP)

Ohlin, B. (1933). *Comercio interregional e internacional*. Cambridge: Harvard University.

OMC, O. M. (s.f.). *Medidas Sanitarias y Fitosanitarias*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2015, de Organización Mundial del Comercio OMC: [https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/20y\\_s/sps\\_brochure20y\\_s.pdf](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/20y_s/sps_brochure20y_s.pdf)

Quinoa, C. E. (s.f.). *El Grano de Oro*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2015, de Quinoa Ecuador: [http://quinoaecuador.com/?page\\_id=20](http://quinoaecuador.com/?page_id=20)

Quinoa, C. E. (s.f.). *La Quinoa el Grano de Oro*. Recuperado el 2015 de Noviembre de 2015, de Quinoa Consorcio Ecuatoriano de Exportadores de Quinoa: [http://quinoaecuador.com/?page\\_id=22](http://quinoaecuador.com/?page_id=22)

QuinoaOrgánica. (s.f.). *Power Food*. Obtenido de Quinoa Orgánica: <http://www.quinoaorganica.com/biosfera/nutricion.html>

Paul Krugman, M. O. (2008). *Fundamentos de Economía*.

Pagés, C. (2010). *La Era de la Productividad*. Banco Interamericano de Desarrollo.

Patiño, R. (12 de Marzo de 2013). *Los Consorcios de Exportadores de Quinoa han Beneficiado a mas de 10000 familias de pequeños productores*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2015, de Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana: <http://www.cancilleria.gob.ec/es/los-consorcios-de-exportadores-de-quinoa-han-beneficiado-a-mas-de-10-000-familias-de-pequenos-productores/>

Peralta, E. (2011). *La Quinoa en el Ecuador*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2015, de Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias: <http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/ESTADO%20DEL%20ARTE%20QUINUA%202.pdf>

Peralta, E. (2011). *La Quinoa en el Ecuador*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2015, de INAIP: <http://www.iniap.gob.ec/nsite/images/documentos/ESTADO%20DEL%20ARTE%20QUINUA%202.pdf>

Pérez, C. (s.f.). *Isoleucina: aminoácido esencial*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2015, de Natursan: <http://www.natursan.net/soleucina-aminoacido-esencial/>

Pérez, C. (s.f.). *Leucina: aminoácido esencial*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2015, de Natursan: <http://www.natursan.net/leucina-aminoacido-esencial/>

Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2009). *Microeconomía*. Pearson.

PPEI Verdadero. (17 de Enero de 2015). *El país aumentó a 7280 hectáreas los cultivos de quinoa*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2015, de PP El Verdadero: <http://www.ppelverdadero.com.ec/pp-comerciante/item/el-pais-aumento-a-7280-hectareas-los-cultivos-de-quinoa.html>

PROECUADOR. (s.f.). *¿Qué son barreras arancelarias?* Recuperado el 18 de Noviembre de 2015, de PROECUADOR: <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-arancelarias/>

PROECUADOR. (2015). *Análisis Sectorial Quinoa 2015*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2015, de PROECUADOR: [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/10/PROEC\\_AS2015\\_QUINUA.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/10/PROEC_AS2015_QUINUA.pdf)

PROECUADOR. (Noviembre de 2014). *Embalaje y Etiquetado en Alemania 2014*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2015, de Ministerio de Comercio Exterior: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/embalaje-y-etiquetado-en-alemania-2014/>

PROEcuador. (2015). *Estudio Introductorio de Quinoa en la India*. Recuperado el 6 de Diciembre de 2015, de Pro Ecuador: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/estudio-introductorio-de-quinoa-en-la-india-2015/>

PROEcuador. (2015). *Guía Comercial*. Recuperado el 6 de Diciembre de 2015, de Pro Ecuador: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-comercial-de-alemania-2015/>

ProEcuador. (2015). *Guía Comercial de Alemania 2015*. Recuperado el 4 de Diciembre de 2015, de Pro Ecuador: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-comercial-de-alemania-2015/>

PROECUADOR. (21 de Marzo de 2013). *La quinua, el grano de oro ecuatoriano*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2015, de PROECUADOR: <http://www.proecuador.gob.ec/2013/03/21/la-quinua-el-grano-de-oro-ecuatoriano/>

PROECUADOR. (Febrero de 2013). *Quinua - Alemania Requisitos del Comprador*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2015, de PROECUADOR: [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/PROEC\\_PPM2013\\_QUINUA\\_ALEMANIA\\_II.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/PROEC_PPM2013_QUINUA_ALEMANIA_II.pdf)

PROEcuador. (Febrero de 2013). *Perfil de Quinua en Alemania*. Recuperado el 6 de Diciembre de 2015, de Pro Ecuador: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-de-quinua-en-alemania-2013/>

PROEcuador. (2011). *Perfil de Quinua en Estados Unidos*. Recuperado el 6 de Diciembre de 2015, de Pro Ecuador: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-de-quinua-en-estados-unidos-2011/>

PROEcuador. (Febrero de 2013). *Perfil de Quinua en Francia*. Recuperado el 5 de Diciembre de 2015, de Pro Ecuador: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-de-quinua-en-francia-2013-2/>

PROEcuador. (Febrero de 2013). *Perfil de Quinua en Países Bajos*. Recuperado el 6 de Diciembre de 2015, de Pro Ecuador: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-de-quinua-en-paises-bajos-2013/>

ProEcuador. (2014). *ProEcuador*. Recuperado el 1 de Febrero de 2016, de Frutas tropicales deshidratadas en Alemania: [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/09/PROEC\\_PPM2014\\_FRUTASSECAS\\_ALEMANIA.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/09/PROEC_PPM2014_FRUTASSECAS_ALEMANIA.pdf)

Productor, E. (18 de Enero de 2015). *Ecuador: La meta de producción de quinua es de 16 mil hectáreas*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2015, de

El Productor: <http://elproductor.com/2015/01/18/ecuador-la-meta-de-produccion-de-quinua-es-16-mil-hectareas/>

Productor, E. (8 de Septiembre de 2015). *Producción de Quinua en Ecuador*. Recuperado el 8 de Diciembre de 2015, de El Productor: <http://elproductor.com/2015/09/08/la-quinuaquinoa/>

Santander. (s.f.). *Alemania: Empaques y Normas*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2015, de Santander TradePortal: <https://es.santandertrade.com/gestionar-embarques/alemania/empaques-y-nomas>

Smith, A. (1776). *La Riqueza de las Naciones*. Londres, Reino Unido: W. Strahan & T. Cadell.

Razón, L. (11 de Julio de 2015). *Exportación de quinua boliviana se desploma por sobreoferta*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2015, de Eju!: <http://eju.tv/2015/07/exportacion-de-quinua-boliviana-se-desploma-por-sobreoferta/>

Ricardo, D. (1817). *Principios de economía política y tributación*. Londres: Pirámide.

Rogetore&FrancoS.A. (s.f.). *Rogetore & Franco S.A.* Recuperado el 8 de Diciembre de 2015, de Quinoa Ecuador: [http://quinoaecuador.com/?page\\_id=53](http://quinoaecuador.com/?page_id=53)

Rosal, F. d. (11 de Noviembre de 2015). *Rendimiento de la quinua es de 0,6 t/ha*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2015, de La Razón: [http://www.la-razon.com/economia/Competencia-rendimiento-quinua\\_0\\_2379362081.html](http://www.la-razon.com/economia/Competencia-rendimiento-quinua_0_2379362081.html)

Rpp. (2 de Agosto de 2015). *Perú desplaza a Bolivia como mayor productor de quinua, según el INE*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2015, de Rpp Noticias: <http://rpp.pe/economia/economia/peru-desplaza-a-bolivia-como-mayor-productor-de-quinua-segun-el-ine-noticia-822609>

Toala, R. (s.f.). *El Grano de Oro Andino Ecuador*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2015, de Quinoa: <http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/Ronald%20Toala.pdf>

# ANEXOS

**Document** [2do509a3tesis.docx](#) (D18049676)

**Submitted** 2016-02-18 01:17 (-05:00)

**Submitted by** xaver\_92m@live.com

**Receiver** freddy.camacho.ucsg@analysis.orkund.com

**Message** [tesis Show full message](#)

1% of this approx. 14 pages long document consists of text present in 1 sources.

**List of sources**

Rank	Path/Filename
	<a href="#">GOYES ARROYO Lucrecia „aahanna UTELVT-2016.pdf</a>
	<a href="#">http://www.gripweb.org/gripweb/sites/default/files/documents_publications/PROEC_GC2014...</a>
	<a href="#">http://eurtransit.blogspot.com/</a>
	<a href="#">http://www.slideshare.net/belicho/incterms-claag</a>
	<a href="#">http://tacticacrm.blogspot.com/2008/12/ddp-delivered-duty-paid.html</a>
	<a href="#">TESIS MAJO BRAVO-URKUND.docx</a>
	<a href="#">http://www.monografias.com/trabajos73/terminos-internacionales-comercio-seguro-caigalt...</a>
	<a href="#">http://www.slideshare.net/CESARGH/incterms-2000-icex-adiuanas</a>
	<a href="#">https://es.wikipedia.org/wiki/Canal_de_distribuci%C3%B3n</a>
	<a href="#">https://economyiarandom.wordpress.com/tag/ventas-y-desventajas-acuerdo-comercial-ecu...</a>
	<a href="#">http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/PROEC_PPM2013_QUINUA_ALE...</a>

**External source:** [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/PROEC\\_PPM2013\\_QU...](#) **100%**

Los importadores de comercio justo son los principales actores en el mercado de quinua de comercio justo alemán (

Entre los principales importadores de comercio justo en Alemania están: Wilkna Keks und Nahrungsmittel Ludwing Weirich GmbH & Co. KG GEPA mbH Ziegler & Co. GmbH F W Praum GmbH & Co. KG ECO TERRA GmbH Imagen 9 Fuente: floccert.net 3.5. Principales importadores de quinua en el mercado Alemán

Bohlenser Muehle GmbH & Co. KG: Empresa molinera y panadera que ha crecido en el mercado alemán, debido a la diversidad de productos que posee la misma que alcanza los 650 productos diferentes en calidad orgánica, el éxito de la molinera Bohlenser se debe a su actitud ecológica que se ve reflejada en una cultura empresarial abierta que coloca a sus trabajadores como líderes y los hace parte de la misma. Imagen 10 Fuente: Bohlenser-muehle.de

Carre Naturkost GmbH & Co. KG: Empresa pionera en el comercio mundial de recursos orgánicos, la misma que se encarga de importar productos orgánicos certificados de productores confiables para asegurar la calidad del

**Nombre:** David Hung

**Título:** Ingeniero Comercial

**Cargo:**

**Preguntas:**

**1. ¿Considera usted que la quinua ecuatoriana como producto alimenticio ha sido explotado debidamente para la exportación? ¿Por qué?**

Si bien el mercado de exportación de la quinua ha tenido un incremento y aceptación en el mercado internacional. Nuestro país solo está exportando la materia prima. Se necesita producir derivados procesados. Para tener un valor agregado que incremente las utilidades de los exportadores.

**2. ¿Qué beneficios considera usted que se obtienen de la exportación de quinua y su incidencia en la generación de empleo? ¿Por qué?**

Los únicos empleos que produce la exportación de la quinua se da mayormente en la zona agraria, es decir mano de obra poco calificada.

**3. ¿Cómo ve usted la gran inversión que ha realizado el gobierno para incentivar la producción de Quínoa? ¿Por qué?**

El financiamiento del gobierno es muy positivo para los pequeños productores. Pero este apoyo no resulta efectivo si no se capacita a los productores en materia de exportación, negociación, e implementación de mejores técnicas agrícolas.

**4. ¿Considera usted que se debe fomentar la producción de quinua en el Ecuador para poder reducir la dependencia de exportaciones petroleras e incentivar un crecimiento en la balanza comercial? ¿Por qué?**

Concentrarse en un solo producto es malo. El gobierno debe apoyar a la exportación de la quinua, pero de igual forma a otros productos no tradicionales.

**5. ¿Cree usted que la quínoa se pueda convertir en el primer producto de exportación del país? ¿Por qué?**

No, porque se necesita acaparar gran parte de la demanda para poder tener ingresos tan altos como los del petróleo. El país no posee esa capacidad de exportación, ni poder de negociación.

**6. ¿Considera usted que PROECUADOR apoya a empresas PYMES para ofrecer los nuevos productos como la quinua al mercado internacional? ¿Por qué?**

PROECUADOR es solo un intermediario entre productores y compradores. No ayuda en la mejora de técnicas de producción, ni financiamiento.

**7. ¿Cómo puede beneficiarse Ecuador en la balanza de pagos fomentando la producción de Quínoa? ¿Por qué?**

Una mayor diversificación de los ingresos estatales, previene crisis económicas como las que se vive en Venezuela.

**8. ¿Qué opina del nuevo acuerdo comercial con la Unión Europea, considera usted que pueda contribuir en las exportaciones de quinua? ¿Por qué?**

Desconozco con detalle los puntos tratados en dicho acuerdo, pero la reducción o eliminación de aranceles mejora la competitividad del producto nacional. Pero muchos otros países exportan dicho producto. Por lo que tienen que ofertar productos procesados para tener una mejor rentabilidad.

**9. ¿Cómo ve usted que la quinua es más apreciada en el mercado internacional que en el nacional? ¿Por qué?**

---

Las personas no valoran las cosas que existen en abundancia. La quinua un producto extremadamente barato en comparación a otros países, es consumida en muy pocas cantidades en el Ecuador.

---

**10. ¿Considera usted que la exportación de la quinua contribuye al desarrollo de la matriz productiva? ¿Por qué?**

---

No, porque se exporta solo materia prima.

---

**Nombre:** Andrés Cepeda

**Título:** Economista

**Cargo:** Auditor

**Preguntas:**

**1. ¿Considera usted que la quinua ecuatoriana como producto alimenticio ha sido explotado debidamente para la exportación? ¿Por qué?**

Se debe enfatizar los beneficios alimenticios del producto y sus aportaciones a una dieta balanceada rica en vitaminas, proteínas y nutrientes esenciales para una vida sana.

**2. ¿Qué beneficios considera usted que se obtienen de la exportación de quinua y su incidencia en la generación de empleo? ¿Por qué?**

Por su escasa exportación la incidencia es mínima en la generación de empleo.

**3. ¿Cómo ve usted la gran inversión que ha realizado el gobierno para incentivar la producción de Quínoa? ¿Por qué?**

Es política del estado ecuatoriano incentivar la producción agrícola a nivel nacional mediante inversión y gestión de pagos para los pequeños y medianos productores.

**4. ¿Considera usted que se debe fomentar la producción de quinua en el Ecuador para poder reducir la dependencia de exportaciones petroleras e incentivar un crecimiento en la balanza comercial? ¿Por qué?**

Para hacer posible esto, se necesita una fuerte inversión para poder fortalecer este sector, ya que carece de tecnología e instrumentos necesarios para poder superar en estos momentos a las exportaciones petroleras.

**5. ¿Cree usted que la quínoa se pueda convertir en el primer producto de exportación del país? ¿Por qué?**

Estoy de acuerdo que si existe la posibilidad de convertir la quinoa en el primer producto de exportación, se realice, ya que el petróleo no es ilimitado y tenemos que buscar una forma de poder sustituir ese vacío que quedaría una vez que se termine el petróleo.

**6. ¿Considera usted que PROECUADOR apoya a empresas PYMES para ofrecer los nuevos productos como la quinua al mercado internacional? ¿Por qué?**

Las PYMES son pequeñas empresas que necesitan un fuerte apoyo para su crecimiento, al momento considero que no tienen un apoyo adecuado, porque aún seguimos dependiendo de otros productos.

**7. ¿Cómo puede beneficiarse Ecuador en la balanza de pagos fomentando la producción de Quínoa? ¿Por qué?**

La balanza de pagos son los registros de las transacciones monetarias que existen entre los países, el Ecuador se puede beneficiar al principio con la exportación de la quinoa, pero si se busca la forma de transformar este grano a un producto y poderlo comercializar, representaría más ingresos para el país

**8. ¿Qué opina del nuevo acuerdo comercial con la Unión Europea, considera usted que pueda contribuir en las exportaciones de quinua? ¿Por qué?**

Desconozco dicho acuerdo.

**9. ¿Cómo ve usted que la quinua es más apreciada en el mercado internacional que en el nacional? ¿Por qué?**

---

En otros lados la cultura influye mucho en las personas, en ciertos mercados las personas buscan cuidarse, es decir, comer sano, y este grano al parecer es muy nutritivo para este tipo de personas.

---

**10. ¿Considera usted que la exportación de la quinua contribuye al desarrollo de la matriz productiva? ¿Por qué?**

---

Dentro de la matriz productiva se encuentra la agricultura, y si buscamos la forma de desarrollar este sector obviamente va a contribuir de cierta manera al desarrollo de la matriz.

---

**Nombre:** Marcelo Delgado Cedeño

**Título:** Ingeniero Comercial

**Cargo:** Gerente de Renting del Banco del Pichincha

**Preguntas:**

**1. ¿Considera usted que la quinua ecuatoriana como producto alimenticio ha sido explotado debidamente para la exportación? ¿Por qué?**

EXISTE MUCHOS ARTÍCULOS EN DONDE SE DEMUESTRA QUE EXISTE UN POTENCIAL, IMPORTANTE EN EL MERCADO MUNDIAL PARA LA EXPORTACIÓN DE QUINUA

**2. ¿Qué beneficios considera usted que se obtienen de la exportación de quinua y su incidencia en la generación de empleo? ¿Por qué?**

GENERACIÓN DE EMPLEO, GENERACIÓN DE DIVISAS PARA EL PAÍS, DAR A CONOCER EL ECUADOR EN EL MERCADO EXPORTADOR MUNDIAL.

**3. ¿Cómo ve usted la gran inversión que ha realizado el gobierno para incentivar la producción de Quínoa? ¿Por qué?**

SINCERAMENTE NO TENGO INFORMACIÓN ACERCA DE LA INVERSIÓN QUE HAYA REALIZADO, ESTE GOBIERNO EN LA PRODUCCIÓN DE QUINUA.

**4. ¿Considera usted que se debe fomentar la producción de quinua en el Ecuador para poder reducir la dependencia de exportaciones petroleras e incentivar un crecimiento en la balanza comercial? ¿Por qué?**

DE ACUERDO SI SE DEBE FOMENTAR LA PRODUCCIÓN DE QUINUA EN EL ECUADOR, PERO TAMBIÉN SE DEBE INCENTIVAR LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DE MUCHOS PRODUCTOS MÁS PARA FORTALECER LA BALANZA COMERCIAL. ESTO AYUDA A LA GENERACIÓN DE DIVISAS, LO QUE ASEGURA MANTENER LA DOLARIZACIÓN

**5. ¿Cree usted que la quínoa se pueda convertir en el primer producto de exportación del país? ¿Por qué?**

DIFICILMENTE SE PUEDE CONVERTIR EN EL PRIMER PRODUCTO DE EXPORTACIÓN DEL PAIS YA QUE SU DESARROLLO ES MUY PRECARIO Y NO CONOCEMOS EL VERDADERO POTENCIAL DE MERCADO MUNDIAL.

**6. ¿Considera usted que PROECUADOR apoya a empresas PYMES para ofrecer los nuevos productos como la quinua al mercado internacional? ¿Por qué?**

SU APOYO ES LIMITADO, ES NECESARIO GENERAR POLITICAS DE ESTADO PARA EL EFECTO

**7. ¿Cómo puede beneficiarse Ecuador en la balanza de pagos fomentando la producción de Quínoa? ¿Por qué?**

ENTRADA DE DIVISAS, GENERACIÓN DE EMPLEOS, APROVECHAMIENTO DE TIERRA IMPRODUCTIVA.

**8. ¿Qué opina del nuevo acuerdo comercial con la Unión Europea, considera usted que pueda contribuir en las exportaciones de quinua? ¿Por qué?**

SEGURO QUE SI, YA QUE SE ABRIRIAN OPORTUNIDADES MUY INTERESANTES EN MERCADOS POCO EXPLORADOS.

**9. ¿Cómo ve usted que la quinua es más apreciada en el mercado internacional que en el nacional? ¿Por qué?**

---

EN LOS MERCADOS DESARROLLADOS LA QUINUA ES VISTA COMO UNA FUENTE ALIMENTICIA MUY IMPORTANTE, ADEMÁS DEL COMPONENTE SANO QUE HOY ES PRIMORDIAL PARA EVITAR PROBLEMAS DE ALIMENTACIÓN Y SOBRE PESO.

---

**10. ¿Considera usted que la exportación de la quinua contribuye al desarrollo de la matriz productiva? ¿Por qué?**

---

ENTENDERÍA QUE SÍ, AUNQUE NO CONOZCO EL IMPACTO QUE TENDRÍA SOBRE ESTA SIN EMBARGO, COLABORARÍA EN UNA PARTE MUY PEQUEÑA A DEPENDER MENOS DE LA EXPORTACIÓN DE PETRÓLEO.

---

**Nombre:** Geovanny Delgado Sánchez

**Título:** Economista

**Cargo:** Especialista Provincial de Auditoría 2 en la Contraloría General del Estado

**Preguntas:**

**1. ¿Considera usted que la quinua ecuatoriana como producto alimenticio ha sido explotado debidamente para la exportación? ¿Por qué?**

No conozco mucho sobre ese tema, por lo que entonces considero que no es algo muy bien difundido, no se conoce al país como un fuerte exportador de quinua o no es un producto representativo dentro de las exportaciones del país.

**2. ¿Qué beneficios considera usted que se obtienen de la exportación de quinua y su incidencia en la generación de empleo? ¿Por qué?**

Personalmente soy pro-exportaciones, porque considero que las exportaciones son una importante fuente de ingresos y divisas de cualquier país, y ciertamente genera empleo tanto directo como indirecto. Y es un producto tradicional de nuestro país por lo que somos un representante que puede aprovechar el estar posicionado en la mente de los consumidores como tal.

**3. ¿Cómo ve usted la gran inversión que ha realizado el gobierno para incentivar la producción de Quínoa? ¿Por qué?**

No conozco datos específicos de las estadísticas sobre la inversión del gobierno en este producto, pero ciertamente cualquier inversión para sacar adelante nuestros productos internacionalmente será vista muy bien, aprovechando que somos un país agrícola, sin embargo considero que el proyecto debe ir más allá y buscar producir productos con valor agregado, industrializados y no solo materia prima.

**4. ¿Considera usted que se debe fomentar la producción de quinua en el Ecuador para poder reducir la dependencia de exportaciones petroleras e incentivar un crecimiento en la balanza comercial? ¿Por qué?**

---

Como en el punto anterior, sí considero que se debe fomentar y buscar ser tan dependientes del petróleo, porque es un recurso natural que en su momento se acabará, sin embargo considero que se debe fomentar la producción de producto terminado de la quinua, productos con valor agregado, procesados que pueden cotizarse mejor, lo que llegan al consumidor final.

---

**5. ¿Cree usted que la quinua se pueda convertir en el primer producto de exportación del país? ¿Por qué?**

---

De lo que conozco, no es un producto con una gran demanda a nivel mundial ni local por lo que no veo que podría convertirse en el primer producto de exportación del país

---

**6. ¿Considera usted que PROECUADOR apoya a empresas PYMES para ofrecer los nuevos productos como la quinua al mercado internacional? ¿Por qué?**

---

Sí. Conozco que ellos fomentan muy bien y otorgan una excelente asesoría para las exportaciones, brindando información muy importante para los interesados en exportar, incluso para quienes deseen incursionar en un nuevo producto y ayudan con el nexo en el país o países a los cuales se exportaría, conozco que realizan ferias internacionales también.

---

**7. ¿Cómo puede beneficiarse Ecuador en la balanza de pagos fomentando la producción de Quínoa? ¿Por qué?**

---

Toda exportación genera ingresos para el país mediante ingreso de divisas, por lo que el país se beneficia de aquello para poder cumplir así mismo con sus obligaciones internacionales.

---

**8. ¿Qué opina del nuevo acuerdo comercial con la Unión Europea, considera usted que pueda contribuir en las exportaciones de quinua? ¿Por qué?**

---

Sí, ya que es un mercado inmenso, altamente atractivo por el alto poder adquisitivo que tienen y además por la diversidad gastronómica y de culturas que tiene, por lo que ofrece poder entrar con estas exportaciones. Además es un mercado que da mucha importancia a productos naturales y sabemos que la quinua tiene algunos beneficios para la salud.

---

---

**9. ¿Cómo ve usted que la quinua es más apreciada en el mercado internacional que en el nacional? ¿Por qué?**

---

Como ciudadano de este país me apena que no apreciemos mucho lo nuestro, pero lamentablemente nuestra cultura es así, sin embargo desde el punto de vista económico, creo que es más beneficioso que el mercado internacional aprecie nuestro producto, siempre que sean mercados atractivos con un gran poder adquisitivo, ya que eso genera ingresos considerables para el país.

---

**10. ¿Considera usted que la exportación de la quinua contribuye al desarrollo de la matriz productiva? ¿Por qué?**

---

No tanto, ya que a pesar de ser un país agrícola, lo que da mayores ingresos son los productos terminados. El problema de nuestra economía es que se ha enfocado en producir y exportar materia prima, teniendo que luego importar producto terminado a mayor valor, lo que genera un déficit en la balanza comercial. Ya es hora que el país agregue valor a su producción, que elabore productos terminados que lleguen al consumidor final, que explote el turismo, que apueste a la tecnología y que industrialice su producción agrícola.

---

**Nombre:** Ángela Sarango

**Título:** Ingeniera de Comercio Exterior

**Cargo:** Especialista Provincial de Auditoría 1 en la Contraloría General del Estado

**Preguntas:**

**1. ¿Considera usted que la quinua ecuatoriana como producto alimenticio ha sido explotado debidamente para la exportación? ¿Por qué?**

Porque aún no existe exportadores que hayan posicionado el producto en el exterior

**2. ¿Qué beneficios considera usted que se obtienen de la exportación de quinua y su incidencia en la generación de empleo? ¿Por qué?**

Promueve al Ecuador como una marca país, ofreciendo mayor variedad de productos. Obviamente generará empleos directos e indirectos.

**3. ¿Cómo ve usted la gran inversión que ha realizado el gobierno para incentivar la producción de Quínoa? ¿Por qué?**

Me parece una buena iniciativa, ya que somos un país agrícola y genera fuentes de empleo. No estoy completamente de acuerdo porque seguimos siendo un país productor exportador más que importador, mermando los recursos naturales con los que contamos para mejorar la economía del país.

**4. ¿Considera usted que se debe fomentar la producción de quinua en el Ecuador para poder reducir la dependencia de exportaciones petroleras e incentivar un crecimiento en la balanza comercial? ¿Por qué?**

---

Si bien desconcentramos la dependencia del petróleo en nuestra economía, al fomentar la producción de quinua o de cualquier materia prima, seguimos siendo dependientes de explotar los recursos naturales, muchas veces sin tomar las debidas precauciones de impacto ambiental para el crecimiento de una balanza comercial que al no contar con productos terminados sigue siendo negativa.

---

**5. ¿Cree usted que la quinua se pueda convertir en el primer producto de exportación del país? ¿Por qué?**

---

No creo que llegue a ser nuestro primer producto de exportación, ya que necesita posicionarse en el mercado y al no conocer de sus beneficios, no es un tan apetecido internacionalmente, al menos tomará mucho tiempo.

---

**6. ¿Considera usted que PROECUADOR apoya a empresas PYMES para ofrecer los nuevos productos como la quinua al mercado internacional? ¿Por qué?**

---

Me parece que ProEcuador ha realizado una buena gestión en general apoyando a los pequeños exportadores y promoviendo productos no tradicionales en ferias internacionales y exponiendo el país como una marca al mundo.

---

**7. ¿Cómo puede beneficiarse Ecuador en la balanza de pagos fomentando la producción de Quínoa? ¿Por qué?**

---

Por la simple exportación recibe más divisas de las que tiene que pagar al exterior por los diferentes compromisos internacionales.

---

**8. ¿Qué opina del nuevo acuerdo comercial con la Unión Europea, considera usted que pueda contribuir en las exportaciones de quinua? ¿Por qué?**

---

---

Sí contribuye porque desconcentra nuestro mayor socio comercial que es EEUU y considero que en Europa la gente es más consciente en cuanto a los productos orgánicos, siempre y cuando cuenten con una certificación europea.

---

**9. ¿Cómo ve usted que la quinua es más apreciada en el mercado internacional que en el nacional? ¿Por qué?**

---

De acuerdo a mi apreciación, considero que ese producto es más apetecible en el mercado local que en el internacional, ya que es un alimentario considerado "milenario" consumido mayormente en la Sierra.

---

**10. ¿Considera usted que la exportación de la quinua contribuye al desarrollo de la matriz productiva? ¿Por qué?**

---

Sí, porque toda exportación genera ingresos y empleo para el país.

---

**Nombre:** Freddy Camacho Villagómez

**Título:** Ingeniero Comercial

**Cargo:** Docente UCSG

**Preguntas:**

**1. ¿Considera usted que la quinua ecuatoriana como producto alimenticio ha sido explotado debidamente para la exportación? ¿Por qué?**

No, le falta promover su divulgación, mayor inversión, mayor apoyo del gobierno, tecnología a los pequeños agricultores.

**2. ¿Qué beneficios considera usted que se obtienen de la exportación de quinua y su incidencia en la generación de empleo? ¿Por qué?**

Para la salud por sus altos componentes nutricionales.

**3. ¿Cómo ve usted la gran inversión que ha realizado el gobierno para incentivar la producción de Quínoa? ¿Por qué?**

Muy poca, casi nada.

**4. ¿Considera usted que se debe fomentar la producción de quinua en el Ecuador para poder reducir la dependencia de exportaciones petroleras e incentivar un crecimiento en la balanza comercial? ¿Por qué?**

---

Por supuesto, se debe aumentar la exportación de productos no petroleros, y más aún en productos como la quinoa.

---

**5. ¿Cree usted que la quinoa se pueda convertir en el primer producto de exportación del país? ¿Por qué?**

---

Por supuesto, siempre el mercado internacional es un mercado con constante evolución y este producto es de total aceptación por sus altos componentes nutritivos.

---

**6. ¿Considera usted que PROECUADOR apoya a empresas PYMES para ofrecer los nuevos productos como la quinua al mercado internacional? ¿Por qué?**

---

Creo que el gobierno no apoya lo suficiente a los pequeños y medianas empresas, siendo de gran ayuda a la agricultura no solo en este producto sino en todos.

---

**7. ¿Cómo puede beneficiarse Ecuador en la balanza de pagos fomentando la producción de Quinoa? ¿Por qué?**

---

Aumento de divisas y ampliación de mercado.

---

**8. ¿Qué opina del nuevo acuerdo comercial con la Unión Europea, considera usted que pueda contribuir en las exportaciones de quinua? ¿Por qué?**

---

---

Los acuerdos siempre buscan beneficiar ambas partes, y siempre resulta bueno para cualquier país abrirse al mundo.

---

**9. ¿Cómo ve usted que la quinua es más apreciada en el mercado internacional que en el nacional? ¿Por qué?**

---

Debido a que internacionalmente se ha promovido y explicado sus altos componentes y en lo nacional faltaría su divulgación de sus beneficios.

---

**10. ¿Considera usted que la exportación de la quinua contribuye al desarrollo de la matriz productiva? ¿Por qué?**

---

Por supuesto, uno de los componentes de la matriz productiva es la agricultura y ahora más que nunca se debe promover las exportaciones no petroleras, debido a la crisis mundial del petróleo.

---

**Nombre:** Ernesto Rangel

**Título:** Economista

**Cargo:** Profesor tiempo completo UCSG

**Preguntas:**

**1. ¿Considera usted que la quinua ecuatoriana como producto alimenticio ha sido explotado debidamente para la exportación? ¿Por qué?**

Se podría trabajar más en productos terminados y derivados de la quinua para la exportación.

**2. ¿Qué beneficios considera usted que se obtienen de la exportación de quinua y su incidencia en la generación de empleo? ¿Por qué?**

Beneficios alimenticios principalmente por su composición nutricional. En cuanto a la generación de empleo, dependerá del desarrollo del sector.

**3. ¿Cómo ve usted la gran inversión que ha realizado el gobierno para incentivar la producción de Quínoa? ¿Por qué?**

No tengo conocimiento sobre la inversión específica en quinua, sin embargo el aporte y fomento a la agroindustria es palpable. Se debería ampliar más la cadena de producción para desarrollar la matriz productiva.

**4. ¿Considera usted que se debe fomentar la producción de quinua en el Ecuador para poder reducir la dependencia de exportaciones petroleras e incentivar un crecimiento en la balanza comercial? ¿Por qué?**

---

Es impactante dale mayor enfoque a productos no tradicionales y en este caso productos del agro sirven para mayor desarrollo económico.

---

**5. ¿Cree usted que la quínoa se pueda convertir en el primer producto de exportación del país? ¿Por qué?**

---

La cadena de producción de materia prima a productos terminados es larga y hacia ellos se debe apuntar. Tomará tiempo pero es un alimento nuevo.

---

**6. ¿Considera usted que PROECUADOR apoya a empresas PYMES para ofrecer los nuevos productos como la quinua al mercado internacional? ¿Por qué?**

---

Participación en formación, seminarios de producción y procesos de calidad; participación en ruedas de negocios nacionales e internacionales.

---

**7. ¿Cómo puede beneficiarse Ecuador en la balanza de pagos fomentando la producción de Quínoa? ¿Por qué?**

---

Teniendo mayor exportación de este producto dará como resultado un valor positivo en la balanza comercial.

---

**8. ¿Qué opina del nuevo acuerdo comercial con la Unión Europea, considera usted que pueda contribuir en las exportaciones de quinua? ¿Por qué?**

---

---

Cualquier acuerdo comercial puede beneficiar al país con las políticas adecuadas. La unión europea es un gran mercado para el consumo de quinua pero no solo como materia prima sino como productos terminados.

---

**9. ¿Cómo ve usted que la quinua es más apreciada en el mercado internacional que en el nacional? ¿Por qué?**

---

Pienso que se debe a un mayor conocimiento de los beneficios de este producto a nivel internacional y a los hábitos de consumo.

---

**10. ¿Considera usted que la exportación de la quinua contribuye al desarrollo de la matriz productiva? ¿Por qué?**

---

Apunta justamente al desarrollo de industrias estratégicas como los agroalimentos.

---

**Nombre:** Irlanda Vargas

**Título:** Economista

**Cargo:** Gerente de Abastecimiento e Importaciones – Comandato

**Preguntas:**

**1. ¿Considera usted que la quinua ecuatoriana como producto alimenticio ha sido explotado debidamente para la exportación? ¿Por qué?**

Creo que ya es un producto conocido en el exterior pero falta todavía una promoción interna para que se creen empresas que busquen generar un negocio a través de la exportación.

**2. ¿Qué beneficios considera usted que se obtienen de la exportación de quinua y su incidencia en la generación de empleo? ¿Por qué?**

La exportación de quinua es un ejemplo de diversificación de productos exportables que debe fomentar en nuestro país, por ser una fuente de divisas, porque fortalecer a la dolarización, y por su generadora de empleo, lo que reactiva a la economía.

**3. ¿Cómo ve usted la gran inversión que ha realizado el gobierno para incentivar la producción de Quínoa? ¿Por qué?**

Es muy importante el aporte gubernamental si consideramos que la quinua es un producto reconocido en el mercado internacional por lo que hay que crear empresas que tengan la industrialización necesaria que estos mercados exigen.

**4. ¿Considera usted que se debe fomentar la producción de quinua en el Ecuador para poder reducir la dependencia de exportaciones petroleras e incentivar un crecimiento en la balanza comercial? ¿Por qué?**

---

Por supuesto, hay más que nunca la diversificación de productos es la vía que nos puede ayudar a superar la crisis originada por la dependencia del petróleo, y mejorar así la balanza comercial.

---

**5. ¿Cree usted que la quínoa se pueda convertir en el primer producto de exportación del país? ¿Por qué?**

---

Todo es posible si se lo sabe promocionar y se dan los pasos para que llegue a más mercados externos, considerando los beneficios de la quinua como un producto rico en nutrientes.

---

**6. ¿Considera usted que PROECUADOR apoya a empresas PYMES para ofrecer los nuevos productos como la quinua al mercado internacional? ¿Por qué?**

---

El mercado de alimentos está creciendo y la quinua entre ellos, y allí es donde debe participar PROECUADOR como un ente facilitador, que supere las barreras y protocolos fitosanitarios que imponen estos mercados.

---

**7. ¿Cómo puede beneficiarse Ecuador en la balanza de pagos fomentando la producción de Quínoa? ¿Por qué?**

---

Cualquier producto exportable traerá beneficios a la balanza de pagos, y si tienen un producto alimenticio recomendado por la OMS, entonces hay que aprovecharlo y promocionarlos.

---

**8. ¿Qué opina del nuevo acuerdo comercial con la Unión Europea, considera usted que pueda contribuir en las exportaciones de quinua? ¿Por qué?**

---

---

Creo que el Estado debe aprovechar los acuerdos bilaterales y multilaterales para dar a conocer nuestro producto quinua, y asegurarles mercados en condiciones ágiles y con preferencias arancelarias.

---

**9. ¿Cómo ve usted que la quinua es más apreciada en el mercado internacional que en el nacional? ¿Por qué?**

---

Tal vez porque ya es reconocido a nivel mundial como un producto excelente para el consumo humano por el sin número de nutrientes que contiene, capaz de reemplazar otros alimentos.

---

**10. ¿Considera usted que la exportación de la quinua contribuye al desarrollo de la matriz productiva? ¿Por qué?**

---

A nivel país se habla mucho de la matriz productiva y de los cambios que hay que aplicar para cumplir con esta estrategia, en ese sentido desarrollar un producto y explotarlo como la quinua.

---

**Nombre:** Gustavo Solórzano

**Título:** Economista

**Cargo:** Superintendencia de Bancos

**Preguntas:**

**1. ¿Considera usted que la quinua ecuatoriana como producto alimenticio ha sido explotado debidamente para la exportación? ¿Por qué?**

Si bien hay algunas empresas que la exportan, todavía hay mucho por hacer, hay empresarios que luchan solos por dar a conocer su producto en el exterior, es importante entonces más apoyo gubernamental.

**2. ¿Qué beneficios considera usted que se obtienen de la exportación de quinua y su incidencia en la generación de empleo? ¿Por qué?**

Es importante fomentar la creación de empresas, en este caso de quinua, su aporte en la creación de plazas de trabajo incide en reactivar la economía del país, a más de ser una fuente de ingresos de divisas.

**3. ¿Cómo ve usted la gran inversión que ha realizado el gobierno para incentivar la producción de Quínoa? ¿Por qué?**

Es responsabilidad del Gobierno proporcionar los incentivos a la producción local, en este caso la quinua es ya un producto que tiene demanda internacional y debe promocionárselo a través de la inversión estatal.

**4. ¿Considera usted que se debe fomentar la producción de quinua en el Ecuador para poder reducir la dependencia de exportaciones petroleras e incentivar un crecimiento en la balanza comercial? ¿Por qué?**

---

A mayor exportaciones, mayor equilibrio de la balanza comercial, por ellos es necesario abrir nuevos mercados con productos diversos para contrarrestar la dependencia del petróleo que hoy no alcanza para financiar el presupuesto nacional.

---

**5. ¿Cree usted que la quínoa se pueda convertir en el primer producto de exportación del país? ¿Por qué?**

---

Si hay el apoyo e incentivo necesario de parte de las entidades del Gobierno para producirlo y negociarlo en el exterior mediante los tratados comerciales, la quinua puede llegar a ser una fuente importante de ingresos.

---

**6. ¿Considera usted que PROECUADOR apoya a empresas PYMES para ofrecer los nuevos productos como la quinua al mercado internacional? ¿Por qué?**

---

Una de las funciones de PROECUADOR es la promoción de las exportaciones no petroleras, por lo tanto la quinua debe aprovechar el apoyo de esta institución quien debe promocionar este producto a través de sus rondas de negocios.

---

**7. ¿Cómo puede beneficiarse Ecuador en la balanza de pagos fomentando la producción de Quínoa? ¿Por qué?**

---

Se fomenta las exportaciones de quinua, está generando el ingreso de divisas, la cual logra un equilibrio frente a las importaciones de otros bienes y estabiliza la balanza de pagos.

---

**8. ¿Qué opina del nuevo acuerdo comercial con la Unión Europea, considera usted que pueda contribuir en las exportaciones de quinua? ¿Por qué?**

---

---

Los acuerdos comerciales internacionales son la puerta que permitirá promocionar nuestros productos, y los exportadores de quinua deben desarrollar estrategias de industrialización para ofrecer un producto que sea aceptado y responda a las exigencias de estos mercados.

---

**9. ¿Cómo ve usted que la quinua es más apreciada en el mercado internacional que en el nacional? ¿Por qué?**

---

Puede darse por la falta de promoción interna en relación a los beneficios del producto o por la falta de una presentación que se apetecible al gusto del consumidor interno para que genere un demanda local.

---

**10. ¿Considera usted que la exportación de la quinua contribuye al desarrollo de la matriz productiva? ¿Por qué?**

---

De acuerdo a la política gubernamental hay que diversificar la producción de exportación, la quinua cumple con esa política.

---

**Nombre:** Carlos Sánchez

**Título:** Ingeniero Comercial

**Cargo:** Docente UCSG

**Preguntas:**

**1. ¿Considera usted que la quinua ecuatoriana como producto alimenticio ha sido explotado debidamente para la exportación? ¿Por qué?**

Es un producto que se está buscando fomentarlo en los mercados internacionales, pero opino que no ha sabido ser explotado ya que muchas personas en el mercado nacional desconocen los beneficios de este grano, habría que averiguar en el mercado internacional que tanto se conoce de este grano.

**2. ¿Qué beneficios considera usted que se obtienen de la exportación de quinua y su incidencia en la generación de empleo? ¿Por qué?**

Se obtienen grandes beneficios en el sector agrícola ya que los pequeños y medianos productores encontrarán en la quinua un medio de trabajo lo que otorgará a que más personas la produzcan y se cree una cadena para ir fomentando la creación de empleos en el país.

**3. ¿Cómo ve usted la gran inversión que ha realizado el gobierno para incentivar la producción de Quínoa? ¿Por qué?**

La inversión que realizó el gobierno para fomentar la quinua es muy atractiva, ya que se dio cuenta que el Ecuador posee terreno suficiente para poder ponerlo a producir y el rendimiento que existe por hectáreas es mucho mayor al de los países latinoamericanos.

**4. ¿Considera usted que se debe fomentar la producción de quinua en el Ecuador para poder reducir la dependencia de exportaciones petroleras e incentivar un crecimiento en la balanza comercial? ¿Por qué?**

---

Si, debido a que la venta del petróleo es un arma de doble filo ya que no depende netamente de la producción que se obtenga sino más bien del precio del mercado como va a fluctuar, para esto se debe tener productos de contingencia para que no se vean afectado la economía por una baja en el petróleo.

---

**5. ¿Cree usted que la quínoa se pueda convertir en el primer producto de exportación del país? ¿Por qué?**

---

Por el momento no, debido a que es un grano que pese a sus excelentes bases nutricionales no se ha dado a conocer de la forma como debería, para esto se deben realizar diferentes estudios para promulgar el producto y ver en un futuro los beneficios que se pueden obtener por este grano.

---

**6. ¿Considera usted que PROECUADOR apoya a empresas PYMES para ofrecer los nuevos productos como la quinua al mercado internacional? ¿Por qué?**

---

Si, ProEcuador es un ente que busca brindar información y asesoría a pequeños y medianos productores con la finalidad de que estos puedan comercializar sus productos de una mejor forma, pero en lo que corresponde a empresas PYMES desconozco el nivel de información ya sea mayor pueda existir, ya que como ente del estado lo que busca es promulgar a la exportación para que el beneficiado sea el país.

---

**7. ¿Cómo puede beneficiarse Ecuador en la balanza de pagos fomentando la producción de Quínoa? ¿Por qué?**

---

Se puede beneficiar por la recaudación de divisas y por la expansión de mercado que puede lograr.

---

**8. ¿Qué opina del nuevo acuerdo comercial con la Unión Europea, considera usted que pueda contribuir en las exportaciones de quinua? ¿Por qué?**

---

---

Totalmente de acuerdo debido a que para poder fomentar las exportaciones de productos deben existir acuerdos o convenios internacionales los mismos que beneficien a los productores y no se vean mermados a los diferentes tipos de aranceles que existen.

---

**9. ¿Cómo ve usted que la quinua es más apreciada en el mercado internacional que en el nacional? ¿Por qué?**

---

Totalmente de acuerdo debido a que para poder fomentar las exportaciones de productos deben existir acuerdos o convenios internacionales los mismos que beneficien a los productores y no se vean mermados a los diferentes tipos de aranceles que existen.

---

**10. ¿Considera usted que la exportación de la quinua contribuye al desarrollo de la matriz productiva? ¿Por qué?**

---

No, porque no este producto se comercializa al granel lo que por motivos tecnológicos o de iniciativa no se le ha dado un proceso de producto procesado el mismo que sería más beneficioso para el país.

---

Guayaquil 26 de febrero de 2016.

Ingeniero

**Freddy Camacho**

COORDINADOR UTE B-2015

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

En su despacho.

De mis Consideraciones:

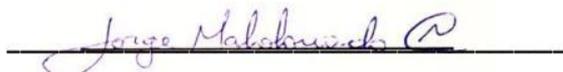
Economista **JORGE AUGUSTO MALDONADO CERVANTES**, Docente de la Carrera de Administración, designado TUTOR del proyecto de grado del **VICTOR JAVIER MONTALVÁN FERNÁNDEZ** y **JIMMY EDUARDO ROBINSON VILLEGAS**, cúpleme informar a usted, señor Coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto **avalo** el trabajo presentado por el estudiante, titulado **"ANÁLISIS CUALITATIVO DEL MERCADO ALEMÁN PARA LA EXPORTACIÓN DE QUINUA ECUATORIANA"** por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades.

Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 1% de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre B-2015 a mi cargo, en la que me encuentra(o) designada (o) y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación somos el Tutor Econ. Jorge Augusto Maldonado Cervantes, el Sr. Victor Javier Montalván Fernández y el Sr. Jimmy Eduardo Robinson Villegas, y eximo de toda responsabilidad al coordinador de titulación y a la dirección de carrera.

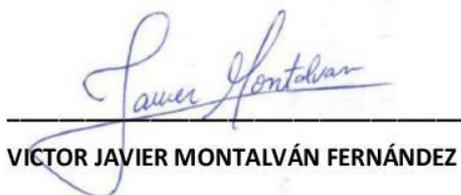
La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: **10/10 Diez sobre Diez**

Atentamente,



**ECON. JORGE AUGUSTO MALDONADO CERVANTES**

TUTOR- PROYECTO DE GRADUACIÓN



**VICTOR JAVIER MONTALVÁN FERNÁNDEZ**



**JIMMY EDUARDO ROBINSON VILLEGAS**

Document [2do50%tesis.docx](#) (D18049676)  
 Submitted 2016-02-18 01:17 (-05:00)  
 Submitted by xaver\_92m@live.com  
 Receiver freddy.camacho.ucsg@analysis.orkund.com  
 Message [Show full message](#)

1% of this approx. 14 pages long document consists of text present in 1 sources.

List of sources

Rank	Path/File name
	<a href="#">GOVES ARROYO Lucrecia Joahanna UTELVIT-2016.pdf</a>
	<a href="http://www.gripweb.org/gripweb/sites/default/files/documents_publications/PROEC_GC2014...">http://www.gripweb.org/gripweb/sites/default/files/documents_publications/PROEC_GC2014...</a>
	<a href="http://zutransit.blogspot.com/">http://zutransit.blogspot.com/</a>
	<a href="http://www.slideshare.net/beilicho/incoterms-clase">http://www.slideshare.net/beilicho/incoterms-clase</a>
	<a href="http://tacticacrm.blogspot.com/2008/12/ddp-delivered-duty-paid.html">http://tacticacrm.blogspot.com/2008/12/ddp-delivered-duty-paid.html</a>
	<a href="#">TESIS MAJO BRAVO-JURKUND.docx</a>
	<a href="http://www.monografias.com/trabajos73/terminos-internacionales-comercio-seguro-carga/t...">http://www.monografias.com/trabajos73/terminos-internacionales-comercio-seguro-carga/t...</a>
	<a href="http://www.slideshare.net/CESARCH/incoterms-2000-lex-adiuanas">http://www.slideshare.net/CESARCH/incoterms-2000-lex-adiuanas</a>
	<a href="https://es.wikipedia.org/wiki/Canal_de_distribuci%C3%B3n">https://es.wikipedia.org/wiki/Canal_de_distribuci%C3%B3n</a>
	<a href="https://economiarandom.wordpress.com/tag/ventas-y-desventajas-acuerdo-comercial-ecu...">https://economiarandom.wordpress.com/tag/ventas-y-desventajas-acuerdo-comercial-ecu...</a>
	<a href="http://www.proecuator.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/PROEC_PPM2013_QUINUA_ALE...">http://www.proecuator.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/PROEC_PPM2013_QUINUA_ALE...</a>

100% Active  External source: [http://www.proecuator.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/PROEC\\_PPM2013\\_QU...](http://www.proecuator.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/PROEC_PPM2013_QU...) 100%

los importadores de comercio justo son los principales actores en el mercado de quinua de comercio justo alemán.

Entre los principales importadores de comercio justo en Alemania están: Wilkna Keks und Nahrungsmittel Ludwing Weinrich GmbH & Co. KG GEPA mbH Ziegler & Co. GmbH F.W.Praum GmbH&Co. KG ECO TERRA GmbH Imagen 9 Fuente: floccert.net 3.s. Principales importadores de quinua en el mercado Alemán

Bohlsener Muehle GmbH & Co. KG: Empresa molinera y panadera que ha crecido en el mercado alemán, debido a la diversidad de productos que posee la misma que alcanza los 650 productos diferentes en calidad organica, el éxito de la molinera Bohlsener se debe a su actitud ecologica que se ve reflejada en una cultura empresarial abierta que coloca a sus trabajadores como líderes y los hace parte de la misma. Imagen 10 Fuente: Bohlsener-muehle.de

Care Naturkost GmbH & Co. KG: Empresa pionera en el comercio mundial de recursos organicos, la misma que se encarga de importar producto organicos certificados de productores confiables para asegurar la calidad del

Los importadores de comercio justo son los principales actores en el mercado de quinua de comercio justo alemán (



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Montalván Fernández Víctor Javier, con C.C: # 091939098-9 autor del trabajo de titulación: **Análisis Cualitativo Del Mercado Alemán Para La Exportación De Quinoa Ecuatoriana**, previo a la obtención del título de **INGENIERO COMERCIAL** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 23 de marzo de 2016

f. \_\_\_\_\_  
Víctor Javier Montalván Fernández  
091939098-9



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Robinson Villegas Jimmy Eduardo, con C.C: # 0922380035 autor del trabajo de titulación: **Análisis Cualitativo Del Mercado Alemán Para La Exportación De Quinoa Ecuatoriana.** previo a la obtención del título de **INGENIERO COMERCIAL** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 23 de marzo de 2016

f. \_\_\_\_\_  
Jimmy Eduardo Robinson Villegas  
092238003-5



## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Análisis cualitativo del mercado Alemán para la exportación de Quinoa Ecuatoriana		
<b>AUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Montalván Fernández, Víctor Javier Robinson Villegas, Jimmy Eduardo		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Maldonado Cervantes, Jorge Augusto Mgs. Vilema Fabián Econ.		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
<b>CARRERA:</b>	Administración de Empresas		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero Comercial		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	SEMESTRE B-2015	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	172
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Proyectos de Investigación		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Quinoa ecuatoriana, Análisis cualitativo, Quinoa orgánica, Grano de Oro, Alemania, Método Delphi		
<b>RESUMEN/ABSTRACT: (229/250)</b>	<p>El principal objetivo que se desea demostrar con esta tesis es que en el Ecuador hay muchos sectores productivos que no están siendo aprovechados de manera correcta, a diferente de otros países el Ecuador puede explotar otras cualidades que resultaran en beneficio directo para el sector productivo.</p> <p>En este proyecto queremos resaltar las ventajas del mercado Alemán para la exportación de la quinua ecuatoriana, tomando en cuenta que la Quinoa actualmente ha ganado importancia dentro del sector agrícola, teniendo ya presencia en algunos países del mundo, siendo necesario introducir políticas que impulsen la proyección de la exportación a nivel mundial.</p> <p>Durante el análisis mostraremos datos estadísticos obtenidos de la investigación realizada en el Ecuador, los cuales sustentarán la hipótesis del potencial que representaría el mercado Alemán en la comercialización de este producto. Este proyecto consta de cinco capítulos el mismo que busca analizar de manera cualitativa el mercado alemán, tomando en referencia el perfil del consumidor, los canales de distribución y la logística, que logren impulsar y fomentar la apertura en nuevos mercados.</p> <p>Como una propuesta para fomentar el crecimiento del mercado de la Quinoa, se procedió a realizar una encuesta basado en el método de Delphi el mismo que nos servirá para poder llegar a una conclusión en base a los puntos de vista de los expertos conocedores del tema y soportar la hipótesis planteada en este proyecto.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-992165835 / +593-991427800	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:xaver_92m@live.com">xaver_92m@live.com</a> / <a href="mailto:jimmyerobinsonv@hotmail.com">jimmyerobinsonv@hotmail.com</a>	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN: COORDINADOR DEL PROCESO DE UTE</b>	<b>Nombre:</b> Camacho Villagómez, Freddy Ronald <b>Teléfono:</b> +593-4-2439705 / 0987209949 <b>E-mail:</b> <a href="mailto:freddy.camacho@cu.ucsg.edu.ec">freddy.camacho@cu.ucsg.edu.ec</a> / <a href="mailto:Freddy.camacho.villagomez@gmail.com">Freddy.camacho.villagomez@gmail.com</a>		

### SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>	
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>	