



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**MAESTRÍA EN FINANZAS Y PROYECTOS CORPORATIVOS**

**“TRABAJO DE TITULACIÓN ESPECIAL” PARA LA OBTENCIÓN  
DEL GRADO DE MAGISTER EN FINANZAS Y PROYECTOS  
CORPORATIVOS**

**TEMA:**

**“MODELO ESTRATÉGICO DE COMERCIALIZACIÓN DE  
HOJUELAS DE QUINUA AL MERCADO CANADIENSE”**

**AUTOR: ECON. DIANA CAROLINA JORDAN BOLAÑOS**

**ECON. LUIS FERNANDO GARCÍA FALCONÍ, MSc. - TUTOR**

**GUAYAQUIL – SEPTIEMBRE**

**2016**

<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA</b>		
<b>FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN ESPECIAL</b>		
<b>TÍTULO</b> "MODELO ESTRATÉGICO DE COMERCIALIZACIÓN DE HOJUELAS DE QUINUA AL MERCADO CANADIENSE "		
<b>AUTOR:</b> ECON. DIANA CAROLINA JORDAN BOLAÑOS	<b>TUTOR:</b> ECON. LUIS FERNANDO GARCÍA FALCONÍ, MSc.	
<b>INSTITUCIÓN:</b> UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL	<b>FACULTAD:</b> CIENCIAS ECONÓMICAS	
<b>CARRERA:</b> MAESTRÍA EN FINANZAS Y PROYECTOS CORPORATIVOS		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b> SEPTIEMBRE, 2016	<b>Nº DE PÁGS.:</b> 44	
<b>ÁREA TEMÁTICA:</b> Comercio Exterior		
<b>PALABRAS CLAVES:</b> Producción agrícola, cadena de suministro, Oferta, demanda, gestión estratégica, Comercio internacional, PYMES, pobreza, pobreza extrema.		
<b>RESUMEN:</b> El comercio internacional de productos del agro, no solo son alternativas de desarrollo para los pueblos dedicados a esta actividad, al contrario engloban una serie de procesos y beneficios para todos los actores de la cadena comercial a nivel nacional y con mayor frecuencia y control a nivel internacional. El sector comercial a través de PYMES, está creciendo sustancialmente y los productos que antes solo eran negociados y comercializados por las grandes empresas, ya no es más que una acción de comercio, y se ha dado la oportunidad a otros integrantes en la cadena comercial, como asociaciones de productores debidamente legalizados y que se han logrado certificar como productores y exportadores de sus propios productos. Este tipo de situación se origina tanto para las PYMES y asociaciones de productores, por la oportunidad que se ha presentado a través de PROECUAOR y del Cambio de la Matriz Productiva, acción que pretende diversificar la oferta exportable y los mercados de destino, y, reducir a la pobreza y pobreza extrema a través de los réditos que genera el tipo de comercio de productos como la quinua al mercado internacional, y en especial para este estudio, la comercialización bajo técnicas y estrategia comercial al mercado canadiense.		
<b>Nº DE REGISTRO(en base de datos):</b>	<b>Nº DE CLASIFICACIÓN:</b> Nº	
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>		
<b>ADJUNTO PDF</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO CON AUTOR:</b> DIANA CAROLINA JORDAN BOLAÑOS	<b>Teléfono:</b> 0991044881	<b>E-mail:</b> diana.jordan@hotmail.com
<b>CONTACTO DE LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre:</b> Econ. Natalia Andrade	
	<b>Teléfono:</b> 2292491 ext 108	

## **Certificación del tutor**

En mi calidad de tutor de la estudiante Diana Carolina Jordán Bolaños, del Programa de Maestría/Especialidad en Finanzas y Proyectos Corporativos, nombrado por la Decano de la Facultad de Ciencias Económicas CERTIFICO: que el trabajo de titulación especial “Modelo Estratégico de Comercialización de hojuelas de quinua al mercado canadiense”, en opción al grado académico de Magíster en Finanzas y Proyectos Corporativos , cumple con los requisitos académicos, científicos y formales que establece el Reglamento aprobado para tal efecto.

**Atentamente**

**Econ. Luis Fernando García Falconí, MSc.**

**TUTOR**

Guayaquil, 13 de septiembre de 2016

## **Dedicatoria.**

No es fácil ser la hermana mayor, porque quiero ser siempre mejor para demostrarte que podemos todo lo que nos proponemos en la vida.

Te dedico cada uno de mis logros, este no es la excepción; cuando empezamos algo, no importa si el camino es largo o muy complicado, solo debemos terminarlo.

Te amo Henry.

## **Agradecimiento**

A mi familia por su amor incondicional, en especial a mis padres y hermano por su apoyo y consejos.

A mi novio por ser mi soporte y aliento siempre para continuar, aun cuando parecía que me rendiría.

A amigos de clases Karen, Paula, Simón y Danny quienes con sus risas y ocurrencias animaban mis días.

A mi mejor amiga Viviana, por no faltar nunca en los momentos más importantes de mi vida.

Y a todos los que me apoyaron para concluir esta tesis.

## **Declaración expresa**

“La responsabilidad del contenido de este trabajo de titulación especial, me corresponden exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL”

**DIANA CAROLINA JORDAN BOLAÑOS**

## **Abreviaturas**

AIQ: Año Internacional de la Quinua.

BCE.: Banco Central del Ecuador.

CORPEI.: Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones.

FAO.: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.

FOB.: Franco a Bordo.

ICAA.: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

INIAP.: Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias.

MAGAP.: El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

MCE.: Ministerio de Comercio Exterior.

PEA.: Población Económicamente Activa.

PIB.: Producto Interno Bruto.

PROECUADOR: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.

SENPLADES. : Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.

TIR.: La tasa interna de retorno.

VAN.: Valor Actual Neto.

## Índice de contenidos

Pag.

	Caratula.	i
	Repositorio nacional en ciencia y tecnología.	ii
	Certificado de tutor.	iii
	Dedicatoria.	iv
	Agradecimiento.	v
	Declaración expresa.	vi
	Abreviaturas.	vii
	Índice de contenidos.	viii
	Índice de tablas.	ix
	Índice de gráficos.	x
	Índice de figuras.	x
	Resumen.	xi
	Summary	xii
	Introducción.	1
	Delimitación del problema.	1
	Árbol de problemas.	1
	Formulación del problema.	3
	Justificación	3
	Objeto de estudio	4
	Campo de acción o de investigación	5
	Objetivo general.	5
	Objetivo específicos.	5
	La novedad científica	5
	Capítulo 1 Marco Teórico.	7
1.1	Teorías Generales	7
1.1.1	Escuelas del pensamiento Económico	7
1.1.1.1	Teoría Mercantilista	7
1.1.1.2	Teoría Clásica	8
1.1.1.3	Teoría Neoclásica	8
1.1.1.4	Teoría Moderna	9
1.2	Globalización de la Producción	9
1.3	Plan Nacional Estratégico de Comercialización	10
1.4	Teorías Sustantivas	11
1.4.1	Evolución del comercio internacional	11
1.4.2	Crecimiento del Comercio Internacional de Mercancías	12
1.4.3	Comercio exterior de Ecuador	13
1.4.4	Indicadores básicos del comercio Entre Ecuador y Canadá	14
1.5	Referentes Empíricos	16
1.5.1	Producción de quinua en la región sierra del Ecuador	16
1.5.2	Principales productos y elaborados del Sector	17
	Capítulo II Marco Metodológico	18
2.1	Metodología	18
2.2	Métodos	18
2.2.1	Métodos Teóricos y Empíricos	18
2.3	Hipótesis	18
2.4	Universo y muestra	19
2.5	Operacionalización de variables	20
2.6	Gestión de datos	20

	Capítulo III Resultados	20
3.1	Antecedentes de la unidad de análisis o población	20
3.2	Diagnóstico o estudio de campo	21
	Capítulo IV Discusión	28
4.1	Contrastación empírica	28
4.2	Limitaciones	28
4.3	Líneas de investigación	28
4.4	Aspectos relevantes	28
	Capítulo V Propuesta	28
5.1	Factores para la internacionalización de las hojuelas de quinua.	28
5.2	Ventajas y desventajas de internacionalizar el producto	29
5.3	Fases en la internacionalización del producto a través de la empresa	29
5.4	Unidad Productiva de Comercialización	30
5.4.1	Presentación	30
5.4.2	Inversión	31
5.4.3	Depreciaciones	32
5.4.4	Costos área Agrícola	33
5.4.5	Gastos área Comercial	34
5.4.6	Cantidad a producir	36
5.4.7	Estado de resultados	36
5.4.8	Balance General	37
5.4.9	Flujo de caja	38
5.4.10	Financiamiento	40
5.4.11	Flujo de Caja del Inversionista	40
5.4.12	Análisis de Rentabilidad	40
5.4.13	Índice de Rentabilidad	41
	Conclusiones	41
	Recomendaciones	42
	Bibliografía	42

### Índice de tablas

Tabla 1	Valor Nutritivo de quinua en comparación con el trigo	6
Tabla 2	Principales incrementos en los Productos Exportados por Ecuador a Canadá productos exportados por Ecuador a Canadá. Miles USD FOB/ Arancel, Años 2014 y 2015.	16
Tabla 3	Tamaño de la Muestra	19
Tabla 4	Operacionalización de Variable Independiente	20
Tabla 5	Problemas a la hora de comercializar hojuelas de quinua	21
Tabla 6	Entes del Estado deberían ser partícipes del cambio comercial y favorecerles a ustedes como productores de Quinua	22
Tabla 7	Intervención de entes sin fin de lucro para optimizar el precio y comercialización del producto	23
Tabla 8	Empresas industrializadoras garanticen la compra continua del producto a precios mayores que el costo de producción	25
Tabla 9	Comercialización de la quinua debe realizarse a través de acciones de productores	26
Tabla 10	La asociación de productores debería industrializar la quinua	27
Tabla 11	Internacionalización Empresarial	29
Tabla 12	Fases de Internacionalización Empresarial.	30
Tabla 13	Inversión agrícola	32

Tabla 14	Inversión industrial	32
Tabla 15	Depreciación de los activos fijos parte agrícola	32
Tabla 16	Depreciación de los activos fijos parte industrial	33
Tabla 17	Costos directos agrícolas de materia prima	33
Tabla 18	Costos directos agrícolas de mano de obra	33
Tabla 19	Costos indirectos agrícolas	34
Tabla 20	Costos indirectos industriales	34
Tabla 21	Gastos administrativos.	34
Tabla 22	Gastos de ventas	35
Tabla 23	Gastos generales	35
Tabla 24	Gastos de operación	35
Tabla 25	Gastos de exportación.	36
Tabla 26	Ingresos	36
Tabla 27	Estado de resultados	37
Tabla 28	Balance General	38
Tabla 29	Flujo de caja.	39
Tabla 30	Financiamiento	40
Tabla 31	Flujo de caja inversionista	40
Tabla 32	TIR y VAN	41

### **Índice de gráficos**

Grafico 1	Árbol de problemas	2
Grafico 2	Estrategas logísticas	11
Grafico 3	Balanza comercial total Ecuador-Canadá - Variación porcentual anual	14
Grafico 4	Balanza comercial. No petrolera. Ecuador-Canadá/ Miles USD FOB- Variación porcentual anual	14
Grafico 5	Problemas a la hora de comercializar hojuelas de quinua	22
Grafico 6	Entes del Estado deberían ser partícipes del cambio comercial y favorecerles a ustedes como productores de Quinua	23
Grafico 7	Intervención de entes sin fin de lucro para optimizar el precio y comercialización del producto	24
Grafico 8	Empresas industrializadoras garanticen la compra continua del producto a precios mayores que el costo de producción	25
Grafico 9	Comercialización de la quinua debe realizarse a través de acciones de productores	26
Grafico 10	La asociación de productores debería industrializar la quinua	27

### **Índice de figuras**

Figura 1	Dimensiones del tamaño de la caja de cereal de quinua	31
Figura 2	Dimensiones del tamaño de las cajas para comercialización.	31

## Resumen

El comercio internacional de productos del agro, no solo son alternativas de desarrollo para los pueblos dedicados a esta actividad, al contrario engloban una serie de procesos y beneficios para todos los actores de la cadena comercial a nivel nacional y con mayor frecuencia y control a nivel internacional. El sector comercial a través de PYMES, está creciendo sustancialmente y los productos que antes solo eran negociados y comercializados por las grandes empresas, ya no es más que una acción de comercio, y se ha dado la oportunidad a otros integrantes en la cadena comercial, como asociaciones de productores debidamente legalizados y que se han logrado certificar como productores y exportadores de sus propios productos. Este tipo de situación se origina tanto para las PYMES y asociaciones de productores, por la oportunidad que se ha presentado a través de PROECUAOR y del Cambio de la Matriz Productiva, acción que pretende diversificar la oferta exportable y los mercados de destino, y, reducir a la pobreza y pobreza extrema a través de los réditos que genera el tipo de comercio de productos como la quinua al mercado internacional, y en especial para este estudio, la comercialización bajo técnicas y estrategia comercial al mercado canadiense.

**Palabras Claves:** Producción agrícola, cadena de suministro, Oferta, demanda, gestión estratégica, Comercio internacional, PYMES, pobreza, pobreza extrema.

## Summary

International Trade in agricultural products, not only of child Development Alternatives peoples Dedicated one activity this, contrary to encompass a series of processes and benefits for all actors of the commercial chain a national level and the frequency mayor and Control an international level. The commercial sector with a Through SMEs, this Growing substantially and the products that the above alone were traded and marketed by large companies, is no longer a stock trade, and given the opportunity once Other members in the chain Commercial Producers Associations As duly authenticated and That must certify made as Producers and Exporters of their own products. This type of situation arises from both SMEs and Producers Associations, the correct opportunity has presented a Through Pro Ecuador and Change Matrix Productive action that aims to reduce Poverty and extreme poverty through. That returns the genre's business Type Product As quinoa international market, and in particular paragraph. This study Marketing Techniques and business strategies under the Canadian market.

**Keywords:** Agricultural Production, Supply Chain, Supply, demand f, Strategic Management, International Trade, SMEs, Poverty, Extreme Poverty.

## **Introducción**

El comercio internacional en sus aspectos estratégicos, han conllevado a que los productos no tradicionales, en particular orgánicos, y sus derivados sean de interés del consumidor extranjero, en especial los del resultado de su industrialización, considerados como más saludables por ser libres del uso de plaguicidas y químicos; para que esto se dé en la agricultura ecológica se utiliza técnicas de cultivo que no deterioren, ni erosionen.

En Ecuador la nueva política orientada al cambio de la matriz productiva, la cual conduce como eje determinante para la implementación de esfuerzos de las industrias, procesos para aprovechar al máximo las capacidades propias del terreno y sacar el mejor provecho de él, se considera de importancia a nivel nacional que la oferta exportable sea diversa, para el efecto los Institutos de Investigación Agropecuaria, deben identificar los factores nutricionales de los diferentes productos tanto domésticos como silvestres, priorizando los resultados, los cuales permitan implementar programas de inducción y orientación de comercialización de nuevos productos como son: el amaranto, la quinua, la pitahaya y la uvilla (PROECUADOR, 2013).

En base a estos lineamientos, el estudio conlleva a generar su desarrollo en los productores de quinua. Dentro de las localidades las zonas productoras de quinua son: Zona 1, comprende las provincias de Carchi e Imbabura, mientras que la Zona 2 abarca la provincia Pichincha; y en la Zona 3 se ubican las provincias de Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo.

Siendo así, que la presente investigación se basa en un modelo estratégico de comercialización de hojuelas de quinua al mercado canadiense.

Las relaciones comerciales entre Ecuador con Canadá, se han afianzado en consecuencia de un arancel bajo y preferencial general; que ha permitido abrir nuevos mercados a nivel internacional, siendo Canadá un país con mucho potencial.

## Árbol de problemas:



*Gráfico N° 1. Árbol de problemas*  
*Elaboración: Diana Jordán*

## Delimitación del problema:

Actualmente el comercio internacional favorece a los productos no tradicionales en general y los productos agrícolas en particular como es la quinua, la misma que se está industrializando, generando así beneficios dentro de la cadena alimenticia, en el sector productivo, atrayendo la inversión, el incentivo económico, aportando a la generación de ingresos, lo cual recae directamente al PIB per cápita, beneficiando de manera general a los habitantes del país.

La comercialización en el mercado extranjero de productos no tradicionales, requiere que se consideren aspectos como que si el producto mantiene constante producción, si es que no se ve afectado por el clima, si el stock es suficiente para poder cubrir la demanda del mercado extranjero. Todo lo anterior exige se identifiquen formas de negociación y comercialización para cada producto.

La quinua está clasificada como un cereal de mucha importancia por sus altos valores proteínicos, calcio, hierro y magnesio, a diferencia de otros cereales; además, contiene todos los aminoácidos esenciales, es rica en fibra y vitaminas del grupo B y no contiene gluten. Siendo un grano blando, muy digestivo, de rápida cocción y apreciable sabor,

además de sus propiedades nutritivas, es muy fácil de usar y se comercializa en distintas variedades. (FAO, 2011).

Varios países de Sudamérica podrían suplir la demanda de América del Norte y en especial de Europa; para el efecto se requiere mayor organización en los productores que procuran obtener mejores precios, es por ello la eficacia de presentar un modelo de comercialización de hojuelas de quinua al mercado canadiense.

Bolivia y Perú, son los países que mayor cantidad de quinua producen, desde finales 2012 Bolivia redujo un poco su producción y fue Perú en ocupar el primer lugar como país productor.

“Para lograr el cambio de la matriz productiva, el gobierno nacional a través de sus Ministerios, ha intentado recuperar la línea productiva de frutas y granos andinos, en especial los granos ancestrales como la quinua”. (LUNA, 2016)

“En este punto, los beneficios han sido acertados para la producción que se efectúa de forma orgánica, esto es sin el uso de químicos. Bajo estos parámetros, la confianza de los países consumidores de quinua ha crecido sustancialmente y la demanda ha sobrepasado las expectativas en el comercio exterior”. (LUNA, 2016)

Esto al parecer se torna beneficioso para el país y sus productores independientes, donde la quinua ha pasado por procesos de industrialización, tales como; harina, hojuelas, snack, galletas, barras nutritivas y otros, pero la realidad conlleva a la preocupación de los productores de quinua ubicados en las provincias de Tungurahua y Pichincha, quienes aún no han logrado sustituir la forma de producción, y del uso del suelo, es decir de pasar por un proceso agrícola bajo el uso de plaguicidas a una producción 100% orgánica. (LUNA, 2016)

Los pequeños y medianos productores, no logran ser parte del grupo de abastecedores del cereal para la comercialización internacional del mismo, se generan problemas en la conservación del cereal ya cosechado que ocasionan pérdidas para cada productor, con esta investigación se pretende orientar al pequeño y gran productor para reducir el número de intermediarios en el comercio y obtener mayores réditos.

En base al interés nacional y a la industrialización de la quinua, el principal punto estratégico es la comercialización de un tipo de snack a base de hojuelas de quinua, envasado como caja de cereales, el mismo que es consumido por infantes, adolescentes, adultos y adultos mayores en el territorio ecuatoriano y en las naciones identificadas

como mayores consumidores de este cereal como lo es el Estado Canadiense. (LUNA, 2016)

Pero mientras no se solucione el problema que mantienen los productores de quinua en base a la cadena abastecedora, el limitante para ellos será derivado siempre por la baja de precio a cargo de los tercerizadores y ante la falta de intervención de los entes de Estado en esta área productiva, esto exige analizar el sistema de marketing utilizado para internacionalizar el producto al mercado canadiense, donde aún se considera como nicho del producto las principales ciudades de ese país. (LUNA, 2016)

### **Formulación del problema:**

¿De qué maneras el desconocimiento de logística y cadena abastecedora perjudica a los productores nacionales de quinua y sus derivados?

### **Justificación:**

La internacionalización de un producto como referente de comercio exterior, se ha convertido en una necesidad actual, sobre todo si se tiene en cuenta las ventajas que conlleva las exportaciones. Una importante cantidad de PYMES al desconocer las ventajas que ofrece la internacionalización e industrialización del producto, no han logrado salir al mercado externo y mantienen al mercado local como única alternativa de destino, mercado pequeño y con reducida capacidad de compra.

“Expandir el mercado a nivel internacional es de mucha importancia en el sector agrícola; su aporte al Producto Interno Bruto (PIB) en los últimos 10 años ha sido en promedio, del 17%. En conjunto, el sector aporta aproximadamente el 50% de las exportaciones totales, y emplea al 26% de la Población Económicamente Activa (PEA)”. (MELENDRES, 2016)

“A pesar de su importancia, el desarrollo del sector en los últimos años ha sido relativamente bajo, debido a la falta de competitividad de muchas de las industrias que lo componen y al desconocimiento en cuanto a procesos logísticos y de abastecimiento para cubrir la demanda existente”. (BCE, 2013).

El análisis de competitividad es una herramienta necesaria como guía para la toma de decisiones y formulación de estrategias de este modelo de comercialización.

“Tanto el gobierno como el sector privado necesitan conocer la situación competitiva del país, y entender los factores que la determinan para poder actuar coherentemente”. (MELENDRES, 2016)

Contar con datos concretos de la situación competitiva de la industria es el primer paso para orientar a los productores para la formalización de políticas eficaces para el desarrollo del sector, diversificar y entender el mercado, así como entender la vulnerabilidad del sector externo de la economía ecuatoriana frente a los grandes países. (MELENDRES, 2016)

El mercado canadiense es uno de los mayores consumidores de quinua orgánica y sus derivados, ocupando el segundo lugar luego de Estados Unidos. Favoreciendo a gran escala la producción de quinua en Ecuador, sobre todo por el valor agregado que se da, al ser cultivada estrictamente bajo parámetros orgánicos. (PROECUADOR, 2013)

Debemos priorizar los puntos de distribución del producto de Hojuelas de Quinua, dentro del mercado Canadiense; en este caso acorde a los criterios de los empresarios, ya que son ellos quienes determinan la calidad del producto y para optimizar el sistema de precios, ellos indican además del proceso, verificar que el producto cumpla con las normas internacionales tanto de calidad del producto en seguridad alimentaria y de las certificaciones que desde Ecuador debe recibir a través de Agrocalidad, para poder así incursionar en el mercado extranjero.

#### **Objeto de estudio:**

Los productos industrializados como son las hojuelas de quinua orgánica, procedentes de las diferentes regiones del Ecuador, conllevan a verificar los lineamientos estratégicos que han beneficiado al proceso comercial de este tipo de productos, identificando así, las posibles falencias que se mantienen en el sistema de comercio interno, lo que refleja la pérdida de réditos a través del sistema comercial en el área rural y las pérdidas que originan todo lo contrario al Buen Vivir ciudadano. Se pretende verificar el tipo de sistemas tradicionales y tecnológicos aplicados en la actualidad para garantizar lazos de comercio del producto de hojuelas de quinua en el mercado canadiense y generar alternativas de desarrollo que mejoren este tipo de lineamientos comerciales en favor tanto del país, de las PYMES dedicadas a la actividad de comercio exterior y de los actores no intrusivos de la cadena de producción de quinua.

#### **Campo de acción o de investigación:**

“La investigación se orienta a las tres zonas productivas de mayor producción del cereal, sus características y problemáticas ocasionadas por la intermediación entre el pequeño y mediano productor y consumidor final. Las provincias de Pichincha, Carchi,

Imbabura, Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo son consideradas en la tesis”. (SENPLADE, 2015).

**Objetivo general:**

Plantear un sistema estratégico de comercialización de Hojuelas de Quinoa cuya presentación sería en cajas de cereales de 12 onzas, al mercado Canadiense, permitiría el desarrollo sostenible y sustentable del micro, pequeño y mediano productor de la quinoa.

**Objetivos específicos:**

- Diagnosticar y evaluar el estado actual de la producción de quinoa en el Ecuador.
- Medir la estadística de la oferta de Hojuelas de Quinoa en el mercado Canadiense.
- Realizar un análisis de la factibilidad de la creación de un modelo de comercialización de cereales a base de quinoa para el mercado canadiense.

**La novedad científica:**

“La región de las Andes, cuna de grandes civilizaciones como la Incaica y Tahuacanota, es considerada centro de origen de numerosas especies nativas como la quinoa (*Chenopodium quinoa wild*), la misma que durante miles de años fue el principal alimento de las culturas antiguas de los Andes y que está distribuida en diferentes zonas agroecológicas”. (PAZ, 2016)

“En la actualidad, la quinoa se encuentra en franco proceso de expansión porque representa un gran potencial para mejorar las condiciones de vida de la población de los Andes y del mundo moderno”. (JABCONSON, 2013)

La quinoa es reconocida a nivel mundial por sus excelentes cualidades alimenticias; se considera como el ideal alimento del reino vegetal, ya que suministra todos los aminoácidos esenciales, que se encuentran muy cerca de los estándares de nutrición humana establecidos por la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación); por estas cualidades, Bolivia propuso que el año 2013 sea nominado como el Año Internacional de la Quinoa (AIQ), siendo aprobado por la Asamblea de las Naciones Unidas en diciembre del 2011.

**Tabla 1. Valor Nutritivo de quinua en comparación con el trigo**

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

**Fuente:** (INIAP-ICAA, 2011)

**Elaborado por:** Diana Jordán

La quinua posee propiedades depurativas para el cuerpo, desintoxica y elimina residuos dañinos para el organismo, esto se debe a su alto porcentaje de fibra dietética total, lo cual produce además efecto de saciedad. La quinua también se caracteriza por absorber agua, por lo cual logra permanecer más tiempo en el estómago, siendo este un valor agregado que hace apetecible el consumo de este cereal a base de quinua.

## **Capítulo I Marco Teórico**

### **1.1 Teorías Generales**

#### **1.1.1. Escuelas del pensamiento Económico**

**1.1.1.1 Teoría Mercantilista.** “La teoría Mercantilista, encierra un conjunto de ideas políticas, económicas pragmáticas, las mismas fueron desarrolladas en el siglo XVI, XVII, y la primera mitad del siglo XVIII en Europa. La base de esta teoría es a la fuerte intervención del Estado en la economía”. (Vaggi, Gianni, y Groenewegen, Peter, 2003).

El mercantilismo procura profundizar las relaciones entre lo político y la actividad económica, aumentar la intervención del Estado, y el control de la moneda, todo esto conlleva siempre a la multiplicación de los ingresos fiscales, a través de procedimientos como:

- Regulación de la economía del país.
- Uniformidad del mercado interno.
- Control de los recursos naturales.

- Barreras hacia la competencia externa.
- Fortalecimiento del consumo interno de producción nacional.
- Aranceles para los productos extranjeros.
- Prohibición de exportar materias primas.

Siendo así, que en todo momento debe intervenir el gobierno para regular la actividad económica, centrados netamente en el control sobre las importaciones y exportaciones, con el objetivo de tener un superávit en lo que hoy se conoce como la balanza comercial, teniendo el máximo de exportaciones y el menor número de importaciones posibles.

La finalidad de esta teoría es elevar la riqueza del país, por rubros muy marcados dentro de la economía como son, los metales preciosos, recursos naturales, y la cantidad de divisas. Este control solo se puede dar, gracias a la intervención fehaciente del Estado, caracterizado por la existencia de aduanas en sus fronteras que impedían las importaciones. Siendo así que el mercantilismo es una política económica opuesta al libre comercio. (Vaggi, Gianni, y Groenewegen, Peter, 2003).

Se presumía que la riqueza estaba fija, que no crece, y de la que debe obtenerse la mayor tajada para beneficiar a un país. El Mercantilismo es una política con serias dificultades:

- Define a la riqueza nacional sólo por sus recursos naturales o de metales preciosos.
- Hace que la especulación aumente, y los precios de los productos internos se disparen, aumentando el circulante pero sin la existencia de bienes de intercambio.
- Aumenta el intervencionismo.
- Crea conflictos fronterizos.
- Supone que la riqueza es invariable.

**1.1.1.2 Teoría Clásica.** Los economistas usan teorías económicas y modelan por dos razones esenciales:

- Para tener un mejor entendimiento de un problema económico particular.
- Para pronosticar el efecto de cambios en variables, políticas y estrategias.

Desde tiempos de Adam Smith y David Ricardo, el estudio del comercio exterior ha formado parte del cuerpo teórico de la economía. La teoría clásica del comercio internacional se basa en la teoría del valor trabajo, la cual afirma que el trabajo es el único factor de la producción y que en una economía cerrada, los bienes se intercambian de acuerdo con las dotaciones relativas de trabajo que contienen.

La teoría del comercio es resultado de la aplicación del paradigma clásico, basado en la división del trabajo y en la noción de productividad, en la determinación de tres cuestiones básicas:

- Las ganancias del comercio
- Los patrones del comercio
- Los términos de intercambio

**1.1.1.3 Teoría Neoclásica.** A partir del siglo XIX la teoría neoclásica realza la importancia del pensamiento económico, luego llamada escuela neoclásica con aportaciones en la teoría del comercio internacional.

Para entenderla, es necesario poder conocer la ventaja absoluta y ventaja comparativa, para así entender las diferencias entre la teoría clásica y neoclásica del comercio internacional, lo cual influye de manera directa en la competitividad internacional de los países en determinados sectores productivos

La ventaja comparativa hace referencia a la ventaja existente entre dos sectores económicos distintos, dentro de un mismo sector, entre países distintos.

Las diferencias entre las teorías neoclásicas y clásicas del comercio internacional son:

Mientras que Smith, realiza una comparación entre las ventajas que tiene un país del otro en producir un producto, Ricardo hace referencia, de la ventaja comparativa, de las diferencias que tienen los países a la hora de producir diversas mercancías.

La ventaja absoluta, no solo es basada en la ventaja en la producción sino en costos inferiores a los de la competencia. En contra de lo que hace Smith, la teoría de la ventaja comparativa de Ricardo no incluye el principio general del valor-trabajo y sí una específica teoría del dinero, la teoría cuantitativa. Para lo cual esta teoría sostiene que la balanza comercial tiende a ser a corto plazo, pues existe un mecanismo de ajuste automático que se pone en marcha cuando se dan los primeros desequilibrios. Para la teoría de la ventaja comparativa, por tanto, la productividad del trabajo y su constante mejora no se tiene en cuenta a la hora de explicar los patrones del comercio internacional.

**1.1.1.4 Teoría Moderna.** Aquí se evalúa la teoría del desarrollo, del comercio internacional, de la división internacional del trabajo, el libre comercio, la competencia internacional, el papel de los gobiernos en la actividad económica. Así mismo, se promueve la integración como alternativa para lograr beneficios en el comercio internacional.

En esta teoría se impulsa:

- La inversión
- El gasto gubernamental.
- Las exportaciones impulsan el desarrollo económico.
- Que los cambios internos de los ingresos, tienen un marcado efecto en las importaciones.
- El multiplicador del comercio depende en importar, la resistencia a gastar y la elasticidad.

## **1.2 Globalización de la Producción**

Este término, refiere a la subcontratación de bienes y servicios en diversos lugares del mundo para aprovechar las diferencias nacionales de costo y calidad de los factores de producción (como mano de obra, electricidad, tierra y capital). Con base en este enfoque, las compañías intentan reducir su estructura general de costos o mejorar la calidad o al funcionalidad de sus oferta de productos, a modo de competir con más eficiencia. (GARCÍA-LOMAS, 2015).

“En este punto las empresas que deciden internacionalizarse, deben responder a varias cuestiones qué y cuántos mercados abordar, cómo entrar en ellos, tipo de organización a adoptar y diseñar estrategias rigurosas. Esto trata de que el comercio crezca, asuma los riesgos que no se corren en el mercado nacional y que obligan a una mayor competencia en la que hay que demostrar que es el mejor. La internacionalización está adquiriendo en Ecuador un gran impulso por las amplias posibilidades que ofrece”. (DOCPLAYER, 2016)

Con esta visión es necesario tener en cuenta el entorno internacional en que se tienen que desenvolver las empresas. En un mundo cada vez más abierto a todo tipo de transacciones económicas, los organismos internacionales se han convertido en piezas fundamentales para conseguir un cierto orden en las relaciones entre países (GARCÍA-LOMAS, 2015).

El proteccionismo arancelario y no arancelario, los subsidios y las salvaguardas son acciones gubernamentales que no permiten la competencia plena y atentan contra la ley del mercado; así lo reconoce la misma Organización Internacional de Comercio (OMC).

## **1.3 Plan Nacional Estratégico de Comercialización**

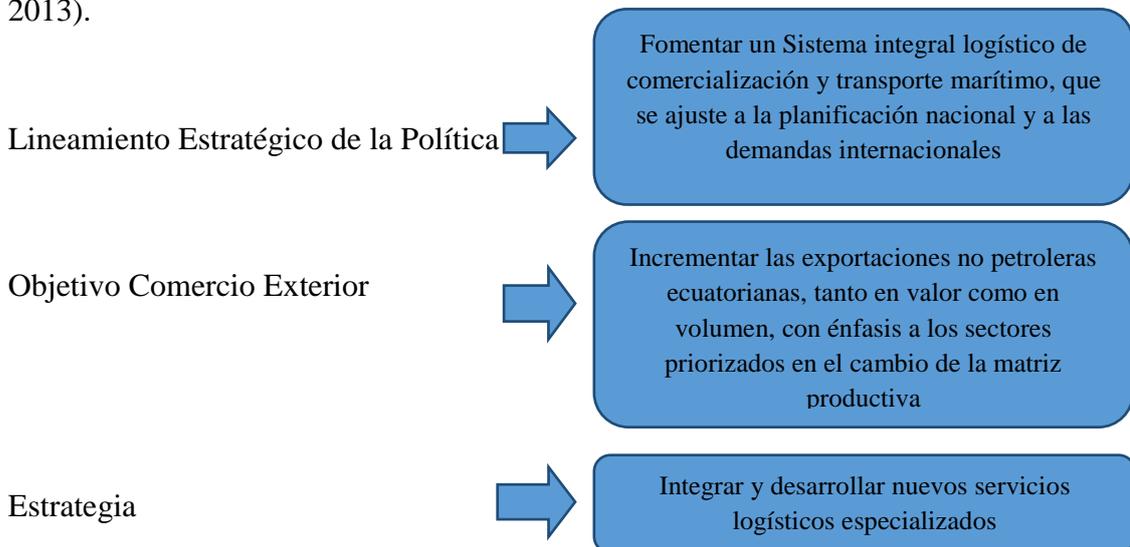
La formulación de un plan de comercialización exige considerar lo siguiente:

- Plan Nacional del Buen Vivir

- Política de logística internacional
- Consideraciones del mercado
- Conceptos de plataforma de Negocios y Logística
- Impactos esperados
- Modelo de implementación y gestión. (MELENDRES, 2016)

La estrategia para incrementar exportaciones, en el contexto del cambio de la matriz productiva, se concreta con la agregación de valor e innovación en servicios comerciales, que se ajuste a la planificación nacional y a las demandas internacionales. Entre estos parámetros, se mantienen en el tipo de lineamiento estratégico de la política, el objetivo comercio exterior, y la estrategia. (MELENDRES, 2016)

En base al sistema comercial, se deben exponer con toda claridad, las políticas de alta dirección aplicables en la organización en su conjunto, tomando en su referente la práctica legal de la Ley de Gestión Ambiental, Codificación 19, Registro Oficial Suplemento 418, pág. 24. Contemplando que el uso indebido de químicos (Plaguicidas, Herbicidas, Abonos) será penado pro esta ley que coordina claramente con lo que expresa el Código Civil y la Nueva Constitución de la República del Ecuador. (SENPLADES, Código de Registro 19. Uso Indebido de químicos en el área rural, 2013).



**Grafico 2. Estrategas logísticas**  
**Fuente:** (MCE, 2013). Ministerio de Comercio Exterior  
**Elaborado por:** Diana Jordán

## **1.4 Teorías Sustantivas**

**1.4.1 Evolución del comercio internacional.** El comercio internacional comprende el movimiento de bienes, servicios y capitales; en sus inicios y hasta los años 60 la preocupación fundamental fue la balanza comercial (exportaciones vs. Importaciones de mercancías), ya en los años 70 los países y los organismos internacionales incorporan en sus negociaciones los temas de servicios y capitales, así se originan los modelos de integración económica, cuyos objetivos son variados, incluida la moneda única.

En base a estos lineamientos el lado negativo, incurre a la existencia incremento de aranceles, las infraestructuras de transporte, los conflictos armados y, en general, todos los factores afectan la fluidez de los intercambios de bienes y servicios entre naciones. En otro plano, la mayor parte de las trabas al comercio internacional no se encuentran ya en las barreras arancelarias tradicionales, la proliferación de las barreras no arancelarias (técnicas, sanitarias, administrativas, ecológicas, etc.) son las que realmente están frenando los flujos del comercio.

“Un matiz muy destacado del comercio mundial es que, aunque tradicionalmente se centró en la compra y venta de productos, en la actualidad adquieren cada vez más importancia los servicios (financieros, los viajes o el turismo)” (CASTELLANOS, 2015).

Ante la gran variedad de organismos existentes, la atención especial de la Organización Mundial de Comercio (OMC) por sus vinculación tan directa a la evolución y reglamentación del intercambio de mercancías, servicio y el control de la propiedad intelectual en el comercio.

**1.4.2 Crecimiento del Comercio Internacional de Mercancías.** Hasta finales del decenio de 1990, las corrientes comerciales aumentaron gradualmente. A comienzos del decenio de 2000 se registró un fuerte aumento de las mismas y después de la crisis económica de 2008 una caída pronunciada. En los últimos años se ha observado una moderada recuperación. “Entre 1995 y 2001 el comercio registró un fuerte crecimiento, seguido de 2002 a 2008 por un auge que fue acompañado del aumento de los precios de los productos básicos. Tras la crisis financiera de 2008, el comercio disminuyó de forma pronunciada en 2009 antes de recuperarse notablemente en 2010 y 2011. Sin embargo, desde entonces el crecimiento del comercio ha sido inusualmente débil”. (BCE, 2015).

Entre 1995 y 2001 tuvieron lugar varias crisis que repercutieron en el comercio. Entre ellas cabe citar la crisis monetaria de México (1995-2001), la crisis financiera asiática de 1997 y el estallido de la burbuja “punto.com” en 2001. Estos dos últimos factores provocaron un crecimiento negativo del comercio de mercancías en 1998 y 2001.

La adhesión de China a la OMC en diciembre de 2001 allanó el camino para su crecimiento económico y contribuyó significativamente a aumentar el comercio mundial entre 2002 y 2008. Otro acontecimiento destacable que tuvo lugar a principios del decenio de 2000 fue la introducción de las monedas y billetes de euro en 2002.

La fuerte demanda de recursos naturales por parte de China contribuyó al incremento de los precios del petróleo crudo y otros productos primarios entre 2002 y 2008. La crisis financiera de 2008, desencadenada por la crisis de las hipotecas de alto riesgo en los Estados Unidos, desembocó en una recesión mundial entre 2008 y 2011. En 2009, el volumen de las exportaciones mundiales registró una caída del 12% y el producto interno bruto (PIB) mundial disminuyó un 2%.

Las exportaciones de mercancías se recuperaron en 2010, año en que su volumen creció a una tasa del 14%. Sin embargo, el aumento de los precios del petróleo en el 2010, debido a la inestabilidad política en los países productores de petróleo (la denominada primavera árabe), obstaculizó la recuperación. De 2011 en adelante, la crisis de la deuda europea fue un pesado lastre para el crecimiento del comercio mundial (THE INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE, 2012).

La crisis de la deuda y las tensiones geopolíticas se intensificaron en 2014, como consecuencia de lo cual el comercio mundial ha avanzado a paso de tortuga durante los últimos años. De 2012 a 2014, la tasa media de crecimiento del valor del comercio de mercancías fue solo del 1%.

En este caso durante los últimos 20 años, el comercio internacional de servicios comerciales ha sido menos volátil que el comercio de mercancías, lo que sugiere que los servicios son más resistentes a las perturbaciones macroeconómicas mundiales.

“Durante las últimas dos décadas, el comercio mundial de servicios ha registrado una tasa de crecimiento anual negativa en una sola ocasión (-9% en 2009), tras la crisis financiera mundial. A partir de 2010 el comercio de servicios recuperó los niveles anteriores a la crisis y siguió aumentando de forma constante a pesar del lento crecimiento de la economía”. (MCE, 2013).

Medidas en dólares corrientes, en 2014 las exportaciones mundiales de servicios aumentaron un 5%, mientras que las exportaciones mundiales de mercancías crecieron un 0,5%.

**1.4.3 Comercio exterior de Ecuador.** “El comercio internacional a través del transporte marítimo ha sido fundamental para el comercio internacional y la economía mundial, permitiendo la comunicación entre países y el transporte de mercancías tales como carga a granel, materias primas, alimentos, bienes manufacturados, entre otros” (ZULUAGA, T., 2012).

“La navegación no es solo el principal medio de transporte en el comercio mundial, constituyendo más del 80% del volumen de carga mundial, sino también el más eficiente, ya que permite alcanzar economías de escala”. (AYALA, 2016)

En Ecuador al verificar el crecimiento por tipo de producto, las exportaciones de productos primarios decrecieron un 33.01% al comparar el periodo de enero a octubre del año 2015 vs. 2014, mientras que los industrializados decrecieron un 6.49% en el mismo periodo analizado. (AYALA, 2016)

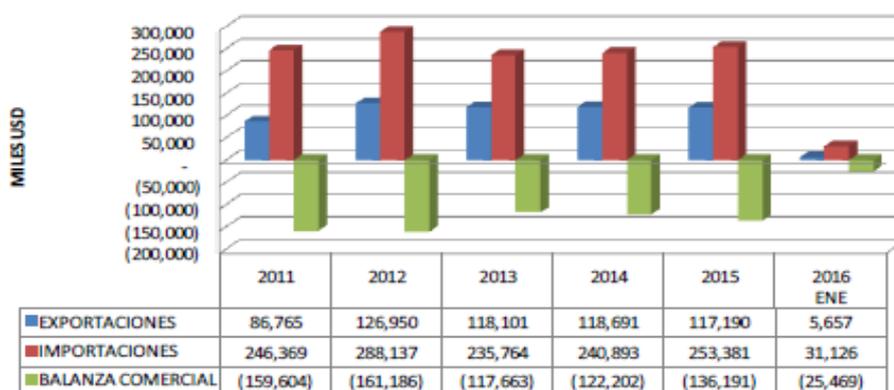
La exportación de productos tradicionales de enero a octubre de 2015 decreció un 0,91% en comparación con el mismo periodo de 2014, mientras que la exportación de productos no tradicionales decreció un 10.88%. (AYALA, 2016)

“La exportación de productos no tradicionales primarios hasta octubre de 2015 decreció en un 12.63% en comparación con 2014, mientras que la exportación de productos no tradicionales industrializados decreció en un 9.75%”. (PROECUADOR, Productos de interes internacional al mercado Chino, Aleman y Canadiense, como fomento de desarrollo agricola productivo de Ecuador, 2013).

En base a esta situación económica, se pretende lograr bajo una propuesta de estrategias de comercio internacional, establecer parámetros de crecimiento del comercio de productos no tradicionales como la quinua, siendo el mercado canadiense un mercado potencia y que no mantiene relaciones extensas de comercio como lo es con Ecuador, en este punto, bajo los resultados de investigación realizados, en las entrevistas y encuestas, las mismas orientan al mejor planteamiento del sistema de gestión estratégica, que bajos estrategias de comercio exterior, se pretende lograr introducir de forma correcta el producto industrializado como es la hojuela de quinua. Producto que ya es solicitado al país por las principales ciudades de Canadá, pero aún existen falencias que no permiten el desarrollo comercial correcto y de crecimiento, como sucede en muchos otros sectores industrializados de productos no tradicionales.

**1.4.4 Indicadores básicos del comercio Entre Ecuador y Canadá.** Según el promedio de los avances en tres dimensiones básicas del desarrollo humano, este se genera a través de los factores económicos, del cual entre las relaciones con Canadá y su comercio con Ecuador este expone lo siguiente:

Se puede observar en el gráfico siguiente que las relaciones comerciales entre Ecuador y Canadá durante el periodo 2013 – 2015 se ha mantenido prácticamente estable, tanto en exportaciones como en importaciones y la balanza comercial presenta un déficit para nuestro país.

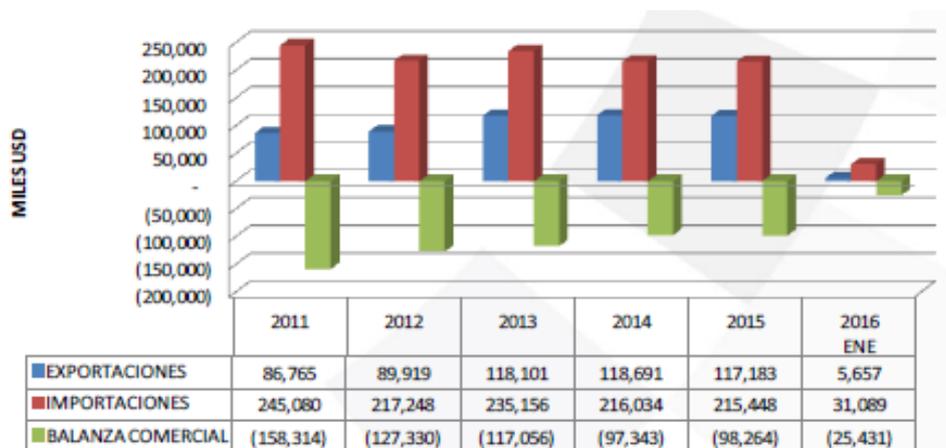


**Gráfico 3. Balanza comercial total Ecuador-Canadá - Variación porcentual anual**

*Fuente:* Ficha Técnica País. Ecuador: Ecuador en Cifras 2016.

*Elaborado por:* Diana Jordán

Las exportaciones de productos no petroleros entre Ecuador y Canadá para el año 2016 fueron de 5657 miles de dólares a valor FOB, mientras que la importaciones se colocan en 31,089, teniendo un déficit de la balanza comercial del USD 25,431, lo cual disminuye el PIB, extrae la economía del país, quitando circulante monetario, lo cual reduce el poder adquisitivo de los habitantes.



**Gráfico 4. Balanza comercial. No petrolera. Ecuador-Canadá/ Miles USD FOB- Variación porcentual anual**

*Fuente:* Ficha Técnica País. Ecuador: Ecuador en Cifras 2016

*Elaborado por:* Diana Jordán

En cuanto a los productos exportados por Ecuador a Canadá estos se consideran en granos, rosas frescas, formas en bruto, frutos de mar como el Langostino, frutas y frutos congelados, aceites derivados del pescado, otras frutas y aun en conserva, tal como se aprecia en el gráfico siguiente:

Entre los principales productos incrementados por el tipo de relación comercial bilateral, estos se consideran a continuación expresados:

**Tabla 2. Principales incrementos en los Productos Exportados por Ecuador a Canadá productos exportados por Ecuador a Canadá. Miles USD FOB/ Arancel, Años 2014 y 2015.**

PRINCIPALES INCREMENTOS DE LOS PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR A CANADA MILES USD				
SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN	2014	2015	VARIACIÓN 2016-2015
1801.00.19.00	CACAO EN GRANO CRUDO, LOS DEMÁS EXCEPTO PARA SIEMBRA	12,295	34,787	22,493
0710.80.90.00	LAS DEMÁS HORTALIZAS, AUNQUE ESTÉN COCIDAS EN AGUA O VAPOR, CONGELADAS, EXCEPTO ESPÁRRAGOS	208	1,596	1,389
0603.11.00.00	ROSAS FRESCAS CORTADAS	17,823	19,101	1,278
1504.20.90.00	GRASAS Y ACEITES DE PESCADO Y SUS FRACCIONES, EXCEPTO LOS ACEITES DE HÍGADO	3,846	4,855	1,009
0306.17.19.00	LOS DEMÁS LANGOSTINOS (GÉNERO DE LAS FAMILIA PENAEIDAE) CONGELADOS	1,236	2,215	978
1008.50.90.00	LAS DEMÁSQUINUA	88	685	597
8431.43.90.00	LAS DEMÁS PARTES DE MAQUINAS DE SONDEO O PERFORACIÓN	496	1,051	556
2007.99.92.00	LOS DEMÁS PURÉS Y PASTAS DE LAS DEMÁS FRUTAS U OTROS FRUTOS	240	728	488
0904.11.00.00	PIMIENTA SIN TRITURAR NI PULVERIZAR	481	700	219
3923.10.90.90	LAS DEMÁS CAJAS PLÁSTICAS	-	193	193

**Fuente:** Ficha Técnica País. Ecuador: Ecuador en Cifras 2016

**Elaborado por:** Diana Jordán

## 1.5 Referentes Empíricos

**1.5.1 Producción de quinua en la región sierra del Ecuador.** En la actualidad el Ministerio de Agricultura, Ganadería Acuacultura y Pesca (MAGAP) impulsa la estrategia de “Fomento a la Producción de Quinua en la Sierra Ecuatoriana”, mediante el cual identifica las problemáticas principales del sector, y se articula al objetivo general del Plan Nacional de Innovación Tecnológica donde señala que contribuirá a la soberanía alimentaria en base al incremento de la productividad de los principales cultivos dentro de un diálogo de saberes de los pequeños y medianos productores (CORPEI, 2014).

“El objetivo de esta estrategia es fomentar la producción del cultivo de quinua en las provincias de la Sierra ecuatoriana, facilitando al productor el acceso a los factores de producción, para incrementar la productividad y por ende los ingresos de los agricultores”. (PROECUADOR, La quinua, 2015)

“En el Ecuador, la quinua se produce tradicionalmente en la región Sierra, tanto por las condiciones agroecológicas, como por la importancia de este grano en los sistemas de producción andina”. (PROECUADOR, La quinua, 2015)

La provincia del Carchi, se caracteriza por ser la que produce mayor cantidad de quinua en el país, seguida de la provincia de Imbabura y de Chimborazo. En su mayoría, la quinua que se produce en el Ecuador pertenece a la variedad INIAP Tunkahuán, que tiene un sabor “dulce” (bajo contenido de saponina) y se produce principalmente a través de cultivos convencionales, con un mínimo uso de bio insumos. (PROECUADOR, La quinua, 2015)

Esta variedad es la más apetecida por las industrias, ya que facilita el posterior al procesamiento, debido a su homogeneidad o uniformidad del grano. Por otra parte, en la provincia de Chimborazo está la variedad de quinua Nativa de Chimborazo, que se produce en su mayoría mediante cultivos orgánicos y es más amarga debido a su contenido alto en saponina. Así también, existe en menor cantidad la variedad de quinua INIAP Pata de Venado o Taruka Chaki, que se produce en áreas más altas y frías de la Sierra. (PROECUADOR, La quinua, 2015)

En el mercado internacional la demanda tiende hacia la preferencia por la quinua orgánica. En Ecuador existe quinua con certificación orgánica, sin embargo la mayor parte de la producción es de quinua convencional, cuyo cultivo es manejado con prácticas eminentemente agroecológicas.

“Para agosto del año 2014, el 92% de la producción de quinua del país se distribuía en las provincias de Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, y Chimborazo, y el 8% restante entre otras provincias” (CORPEI, 2014).

**1.5.2 Principales productos y elaborados del Sector.** El principal producto exportado es la quinua en grano lavado o escarificado, libre de sustancias amargas (saponina). En el país se cuenta con quinua con certificación orgánica y convencional (baja en uso de insumos externos). Por la ubicación geográfica del Ecuador y sus características climáticas, la quinua no es afectada por plagas o enfermedades importantes. (PROECUADOR, La quinua, 2015)

En Ecuador, el procesamiento de la quinua se concentra en el lavado y/o escarificado (perlado) del grano para eliminar la saponina, así mismo, se realiza un proceso de clasificación tanto por tamaños y por color para garantizar la calidad del producto, entre

otros. Adicional a la quinua en grano con calidad de exportación, se realizan otros productos que brindan mayor valor agregado.

Entre la variedad de productos elaborados a base de quinua, se pueden encontrar:

- Barras energéticas
- Bebidas que incluyen quinua con sabor a frutas
- Cereales, granolas para el desayuno
- Chocolates con quinua
- Mezclas de harina de quinua
- Pop de quinua
- Hojuelas de quinua
- Quinotto
- Papillas a base de cereales con quinua
- Galletas
- Pan con porcentaje de sustitución de harina de quinua
- Pastas
- Pinol, entre otros

## **Capítulo II Marco Metodológico**

### **2.1. Metodología**

Acorde a los aportes del método empírico, se genera la intervención en el área de estudio, siendo esta la estrategia para verificar como esta evolucionado el sector productos de quinua en la región sierra, de Ecuador y su contingente en favor o perjuicio del sistema comercial actual del producto, por posible interposición de actores irregulares que estén manteniendo un tipo de monopolio en el sector comercial de la región productiva de quinua.

### **2.2. Métodos**

**2.2.1. Métodos Teóricos y Empíricos.** Método Cuantitativo: “El desarrollo de un sector productivo sin clasificar o determinar su categoría, conlleva a verificar que tipo de falencias prevalecen en el lugar, siendo el principal problema el cuantificar el daño ocasionado al sector consumidor de dichos productos” (SAMPIERI, E, 2010).

“Método de descripción: Este método conlleva a verificar los atributos del producto, tanto para la salud como para su uso variado en aspectos culinarios y otras áreas que requieren e este tipo de productos a nivel internacional y su referente del uso a nivel nacional”. (SAMPIERI, E, 2010).

“Método estructural: El método estructural conlleva a verificar como está preparada la ciudadanía para tomar el reto de producir y generar alternativa comercial del producto ya sea para un centro de acopio o por su industrialización para el comercio internacional acorde a la demanda exigida”. (MAINOR, 2014).

### 2.3. Hipótesis

Si el modelo de gestión estratégica de comercialización de hojuelas de quinua tendría éxito en el mercado canadiense, esto incidirá en el desarrollo sostenible y sustentable del micro y pequeño productor de quinua a nivel nacional.

### 2.4. Universo y muestra

El Universo se deriva de un estudio de un total de 656 productores de quinua, que han visto en el producto su sustento de vida por su producción y réditos por posible incorporación al grupo de beneficiarios por fidelidad de proveer el producto al sector industrial.

“Se utilizaron técnicas como el muestreo aleatorio de lo cual se recaba información importante para determinar la veracidad del presente plan en los aspectos de colecta de datos”. (MENDEZ, 2015)

Fórmula Muestra:

**Tabla 3. Tamaño de la Muestra**

Fórmula	96
Muestra	<b>96</b>
$n=N(p.q)$	<b>96,04</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Diana Jordán

Por lo siguiente:

$$n = \frac{N(p.q)}{(N-1)\left(\frac{e}{k}\right)^2 + p.q}$$

$$n = \frac{656(0,5,0,5)}{(656-1)\left(\frac{0,05}{2}\right)^2 + 05,05}$$

$$n = \frac{656(0,5,0,5)}{(655)0,000444 + 0,25}$$

$$n = \frac{125}{0,648305}$$

N= 96

## 2.5. Operacionalización de variables

**Tabla 4. Operacionalización de Variable Independiente**

Definición conceptual	Definición operacional	Nivel de medición	Indicadores
<b>Dependiente</b>	Región de las Américas, con múltiples atractivos turísticos y de relaciones comerciales de incremento.	Acuerdos Bilaterales, producción del cereal, relación comercial directa, relación comercial indirecta	Apuntes registrados
Mercado canadiense	Comercio interno: todo proceso comercial y productivo que se genera dentro de un territorio.		Encuesta
Comercio interno/externo	Comercio externo: Actividad comercial entre un país y otros países bajo un acuerdo comercial o múltiple acuerdo. Producto orgánico industrializado, con fines comerciales.		
<b>Independiente</b>			
Comercio internacional de hojuelas de quinua			

**Elaborado y Análisis:** Diana Jordán

## 2.6. Gestión de datos

En base a la indagación de campo, la autora, incurre a los sectores y a través del proceso de psicología adulta, en base a inducción del proyecto, para poder obtener los resultados en base a la información y así generar la tabulación de la información para verificar como se han generado planteamientos de gobierno en mejorar la calidad de vida del productor, como han evolucionado las relaciones comerciales entre PYMES y como ha crecido sustancialmente el comercio del cereal y sus derivados en el campo internacional en especial en las principales regiones de Canadá.

## Capítulo III Resultados

### 3.1. Antecedentes de la unidad de análisis o población

El resultado de la búsqueda de información en base a si se puedan o no tomar estrategias que favorezcan la situación comercial del fruto de Quinoa y su industrializado como lo es la Hojuela de Quinoa, basados en estas circunstancias, se debe entender que las PYMES están expuestas, ahora más que nunca a los efectos de la crisis económica mundial, a la influencia de otras empresas ubicadas en otros países debido al auge de tratados internacionales y a la mejora de las comunicaciones, así como a la creación de bloques económicos transnacionales, o también denominados “mercados comunes”. Todo esto ha fomentado el desarrollo y expansión del intercambio comercial entre Ecuador y países con los que mantiene acuerdos comerciales bilaterales.

La problemática anterior que afecta a los productores de quinoa y sus derivados industrializados, conllevó a intervenir en el área para desarrollar esta tesis y generar encuestas a través del problema que ellos mantienen a la hora de comercializar sus productos, de esta forma en base a la obtención de resultados se pudo determinar parámetros para elaborar una propuesta de solución en favor del comercio de hojuelas de quinoa al mercado Canadiense.

### 3.2. Diagnóstico o estudio de campo

En base a la elaboración de un cuestionario que genere resultados favorables en la investigación de campo, estos han conllevado a la investigadora a elaborar encuestas, las cuales se presentan bajo sus resultados en la tabulación correspondiente.

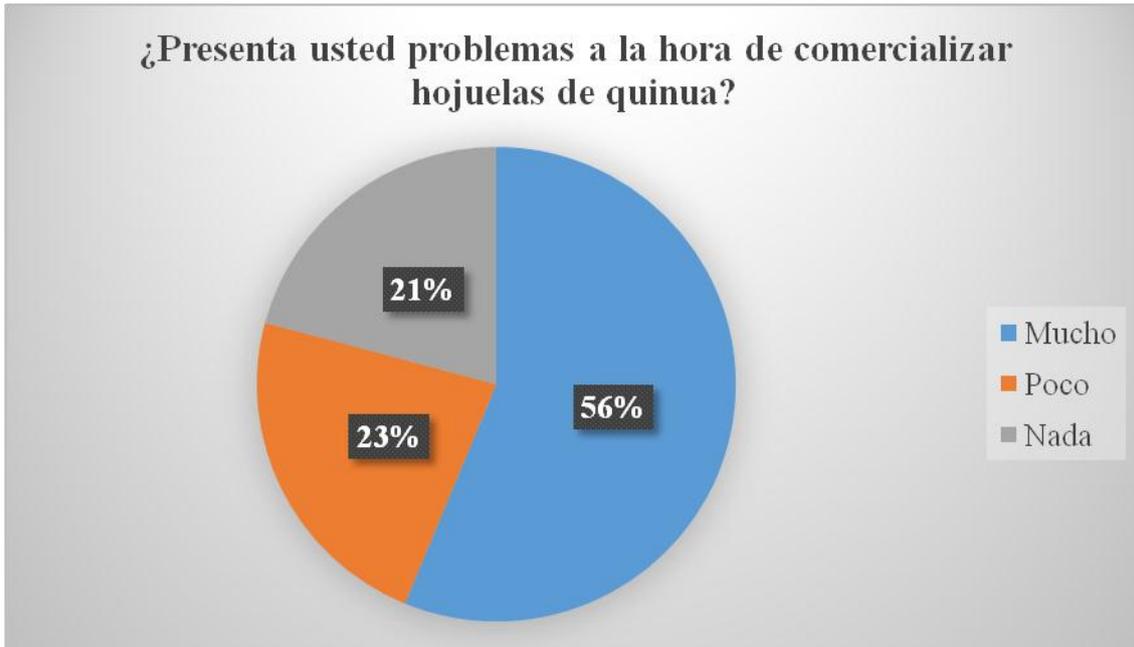
#### 1.- ¿Presenta usted problemas a la hora de comercializar hojuelas de quinoa?

Tabla 5. Problemas a la hora de comercializar hojuelas de quinoa

CATEGORÍA	PARTICIPANTE	%
<b>Mucho</b>	54	56%
<b>Poco</b>	22	23%
<b>Nada</b>	20	21%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración y Análisis: Diana Jordán



**Gráfico 5. Problemas a la hora de comercializar hojuelas de quinua**

*Fuente: Encuesta*

*Elaboración y Análisis: Diana Jordán*

**Análisis:** El problema comercial, se considera como un tipo de falencia derivada de la falta de intervención de los organismos del Estado, a pesar de que los productos o tradicionales se exportan en mayor cantidad a diversos mercados, cumpliendo de esta forma con el objetivo del gobierno nacional diversificar productos, diversificar mercados, generar divisas.

Mantenerse en los mercados internacionales requiere cumplir con normas de calidad, competir con productos sustitutivos, etc., problemas que pueden resolverse con el apoyo gubernamental, más aún en un mercado exigente como el canadiense.

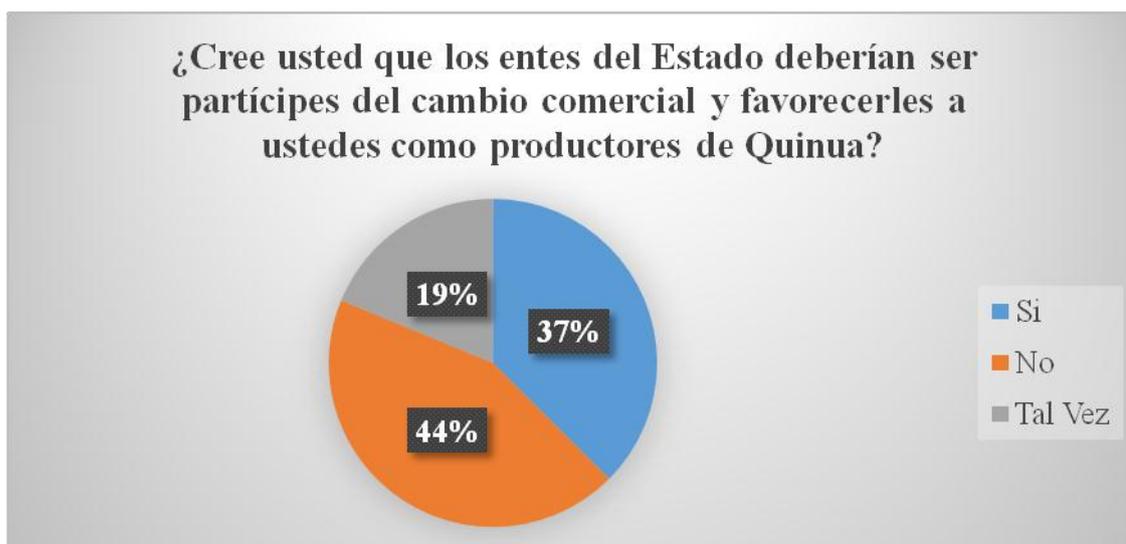
**2.- ¿Cree usted que los entes del Estado deberían ser partícipes del cambio comercial y favorecerles a ustedes como productores de Quinua?**

**Tabla 6. Entes del Estado deberían ser partícipes del cambio comercial y favorecerles a ustedes como productores de Quinua.**

CATEGORÍA	PARTICIPANTE	%
<b>Si</b>	36	37%
<b>No</b>	42	44%
<b>Tal Vez</b>	18	19%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaboración y Análisis:** Diana Jordán



**Gráfico 6. Entes del Estado deberían ser partícipes del cambio comercial y favorecerles a ustedes como productores de Quinua**

*Fuente: Encuesta*

*Elaboración y Análisis: Diana Jordán*

**Análisis:** Verificando la capacidad profesional que los entes del Estado dedicados a verificar los problemas y dar solución al sector productivo y comercial de Quinua, el 37% indican que si generan beneficios las veces que han intervenido, el 44% indican que no hay beneficios y esto es un problema ya que solo llegan a pedir firmas y promesas pero de esas promesas hasta la fecha encuentran solución ante el problema de comercialización de Quinua, el 19% indican estar indecisos, por tal razón indican que tal vez se generen soluciones si los entes del Estado llegarían al territorio productivo rural y así se obtendría el Buen vivir tan anhelado.

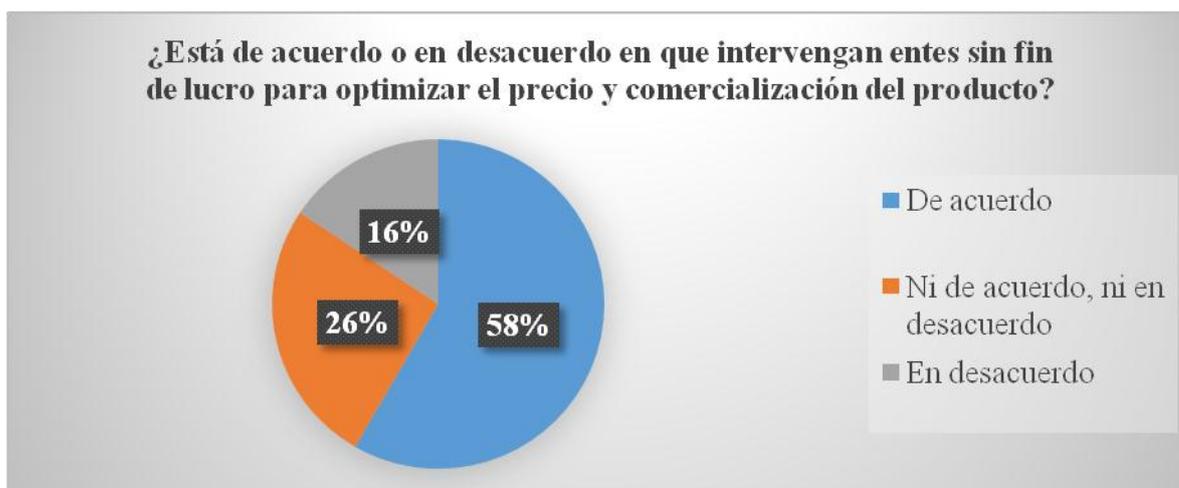
### **3.- ¿Está de acuerdo o en desacuerdo en que intervengan entes sin fin de lucro para optimizar el precio y comercialización del producto?**

**Tabla 7. Intervención de entes sin fin de lucro para optimizar el precio y comercialización del producto.**

CATEGORÍA	PARTICIPANTE	%
<b>De acuerdo</b>	56	44%
<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	25	35%
<b>En Desacuerdo</b>	15	21%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaboración y Análisis:** Diana Jordán



**Gráfico 7. Intervención de entes sin fin de lucro para optimizar el precio y comercialización del producto.**

*Fuente: Encuesta*

*Elaboración y Análisis: Diana Jordán*

**Análisis:** La expectativa de los productores y comerciantes encuestados, es muy aceptable en base a que si los entes de gobierno no pueden hacer nada por la excusa de que la situación economía interna es decreciente, se debería dar paso a otros entes extranjeros y nacionales, sin fin de lucro, para priorizar procesos logísticos y comerciales que originen un Buen Vivir ciudadano a cada familia productora y a su vez optimicen los recursos estratégicos para que la industrialización del producto sea en beneficio de todos y no de un pequeño grupo que maneja el monopolio comercial. El 58% indican estar de acuerdo con esta idea, el 26% indican no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, ya que ellos están incrédulos en primer instancia y de segunda mano, viven llegando políticas y muchas otras personas pidiendo apoyo para poder solucionar su problema y hasta ahora no reciben nada, y el 16% indican estar en desacuerdo, ya que cuentan con un gobierno que debe intervenir para así se cumplan con las políticas de Estado que beneficien de forma equitativa a todos en general.

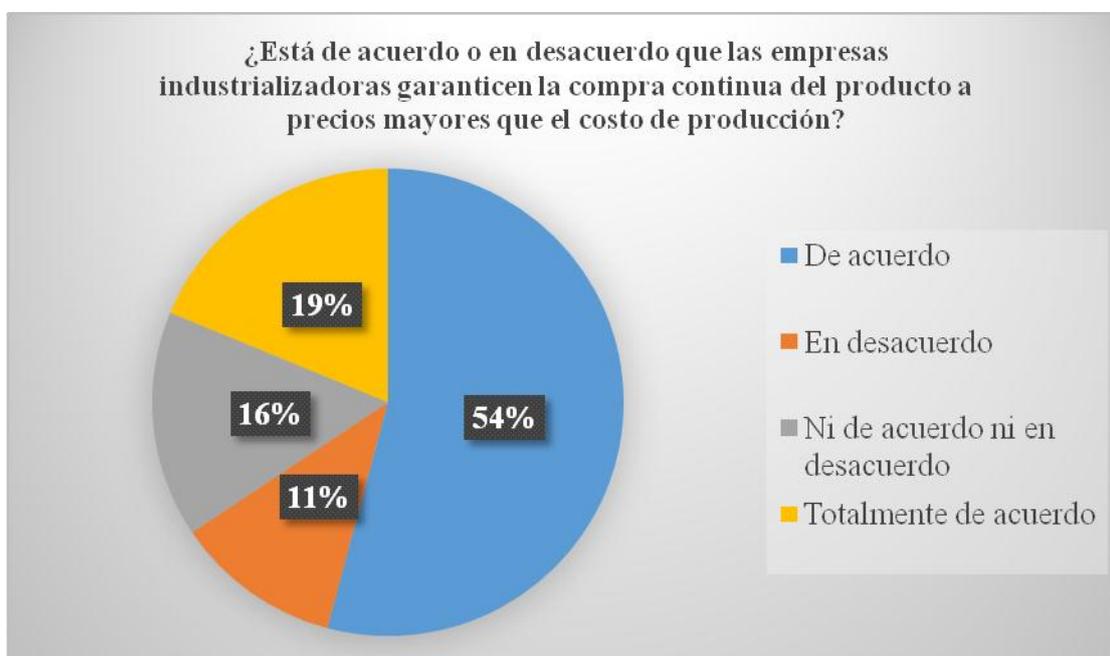
**4. - ¿Está de acuerdo o en desacuerdo que las empresas industrializadoras garanticen la compra continua del producto a precios mayores que el costo de producción?**

**Tabla 8. Empresas industrializadoras garanticen la compra continua del producto a precios mayores que el costo de producción**

CATEGORÍA	PARTICIPANTE	%
<b>De acuerdo</b>	52	54%
<b>En desacuerdo</b>	11	11%
<b>Ni de acuerdo ni en</b>	15	16%
<b>desacuerdo</b>		
<b>Totalmente de acuerdo</b>	18	19%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaboración y Análisis:** Diana Jordán



**Gráfico 8. Empresas industrializadoras garanticen la compra continua del producto a precios mayores que el costo de producción**

**Fuente:** Encuesta

**Elaboración y Análisis:** Diana Jordán

**Análisis:** La pregunta 4, conlleva a ver la reacción de si los productores de quinua se verán beneficiados por regalías a cargo de las empresas industrializadoras del producto,

esto conllevaría a originar un Buen Vivir ciudadano, en este punto el 54% indica estar de acuerdo con este tipo de ideas en base a ser parte de las ganancias y no solo ser el productor explotador con el 54% estar de acuerdo, el 11% indica estar en desacuerdo ya que esto no se dará jamás, el 16% indica no estar de acuerdo ni en desacuerdo y el 19% indica estar de acuerdo.

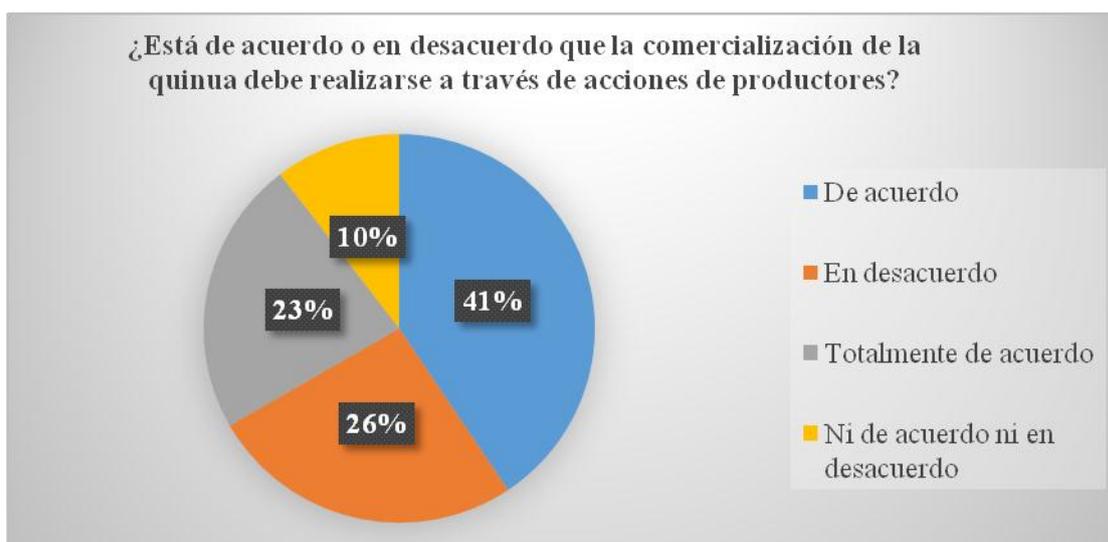
**5.- ¿Está de acuerdo o en desacuerdo que la comercialización de la quinua debe realizarse a través de acciones de productores?**

**Tabla 9. Comercialización de la quinua debe realizarse a través de acciones de productores**

CATEGORÍA	PARTICIPANTE	%
<b>De acuerdo</b>	39	21%
<b>En desacuerdo</b>	25	17%
<b>Totalmente de acuerdo</b>	22	37%
<b>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</b>	10	25%
<b>desacuerdo</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaboración y Análisis: Diana Jordán



**Gráfico .9 Comercialización de la quinua debe realizarse a través de acciones de productores**

Fuente: Encuesta

Elaboración y Análisis: Diana Jordán

**Análisis:** El optimismo presentado por los encuestados, se conlleva a verificar que ellos desean además de aprender sobre procesos logísticos comerciales, el intervenir en el campo de exportaciones de lo cual en esta idea y consulta ellos están de acuerdo con el 41%, el 26% están en desacuerdo, el 23% indican estar totalmente de acuerdo y el 10% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

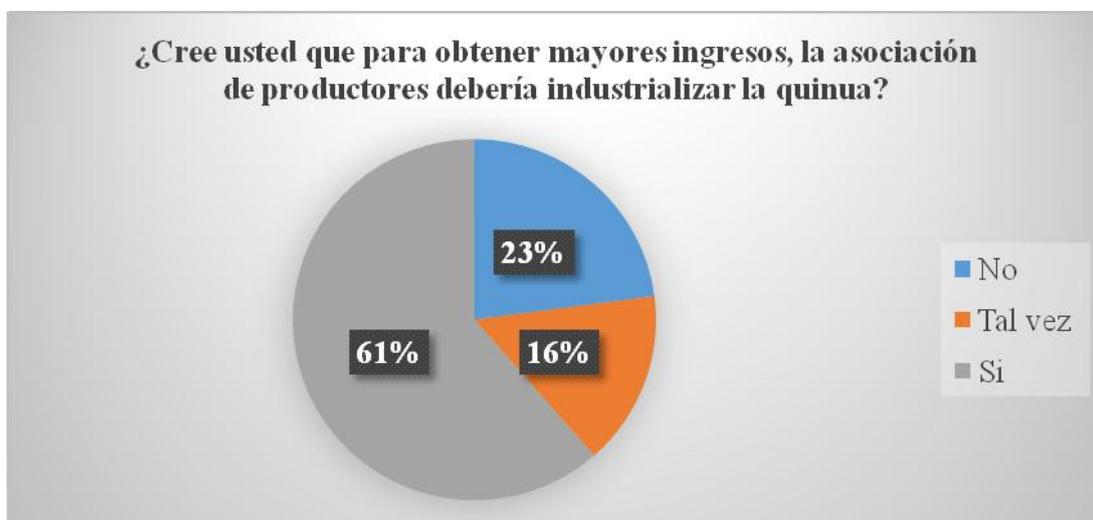
**6.- ¿Cree usted que para obtener mayores ingresos, la asociación de productores debería industrializar la quinua?**

**Tabla 10. La asociación de productores debería industrializar la quinua**

CATEGORÍA	PARTICIPANTE	%
<b>No</b>	12	23%
<b>Tal vez</b>	15	16%
<b>Si</b>	59	61%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Elaboración y Análisis:** Diana Jordán



**Gráfico 10. La asociación de productores debería industrializar la quinua**

**Fuente:** Encuesta

**Elaboración y Análisis:** Diana Jordán

**Análisis:** El 61% de los encuestados indica estar de acuerdo, que esta sería una mejor alternativa, el 16% indican que tal vez sería la solución y daría resultados y el 23% indican que no sería la solución, lo que los deja como la última opción en la cual serían los del

aspecto negativo pero que al ver soluciones y mejoras en el campo de comercio interno y del comercio externo se sumarian así como otros que no decidieron participar en el estudio.

## **Capítulo IV Discusión**

### **4.1. Contrastación empírica**

Verificando los resultados, obtenidos a través del estudio exploratorio, se concluye que el sistema comercial internacional está beneficiando al sector productivo del área rural y deja en mediana posición al sector comercial e industrializador de estos productos, una solución es generar estrategias comerciales que favorezcan la introducción del producto manufacturado al mercado canadiense; cumpliendo los objetivos básicos: diversificación de productos y mercados, reduciendo la vulnerabilidad del sector externo de la economía.

### **4.2. Limitaciones**

Favorecer al sector productor por comercializar e internacionalizar el producto industrializado como la hojuela de quinua, exige entender la dinámica comercial de las MIPYMES de establecer estrategias de comercialización, definir las características del mercado de destino, precios, competencia, calidad, etc.; es decir, que los sectores de la cadena productiva estén capacitados para actuar en un mercado imperfecto.

Ante las limitaciones serias de los productores de quinua respecto al mercado exterior y las posibilidades de obtener réditos mayores con la industrialización del cereal, la formulación de un proyecto podría encausar positivamente los emprendimientos.

### **4.3. Líneas de investigación**

Se considera que siendo los productores de quinua los proveedores del insumo básico, una nueva iniciativa; la manufactura de hojuelas de quinua, podría generar mayores ingresos, a través de la asociatividad se crearía una unidad.

### **4.4. Aspectos relevantes**

La creación de una unidad productiva que industrialice la quinua y sea el exterior el mercado de destino, es una opción válida, pues además de recuperar la inversión, se obtendrá utilidades.

## **Capítulo V Propuesta**

### **5.1. Factores para la internacionalización de las hojuelas de quinua.**

La industrialización de un producto, por sí misma no se justifica, las características del mercado de destino son importantes: tamaño, ingreso per cápita, normas sobre material de embalaje, diseño del producto, gustos y preferencias de los consumidores.

A lo anterior se agrega el hecho de considerar si el producto que se ofrece es sustitutivo o complementario. En el caso de las hojuelas de quinua, es un producto que sustituye a otros cereales la ventaja radica en su contenido nutritivo. Debe destacarse el hecho de que el cultivo de la quinua en la región andina es importante para la decisión de instalar la empresa.

## 5.2. Ventajas y desventajas de internacionalizar el producto

Tabla 11. Internacionalización Empresarial.

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>·Diversificación de riesgos comerciales.</li> <li>·Mayores ventas, mayor facturación y mayor beneficio neto empresarial.</li> <li>·Uso de las economías de escala y en consecuencia reducción de los costes unitarios de fabricación.</li> <li>·Aprendizaje de nuevos mercados y localización de nuevas oportunidades.</li> <li>· Mayor utilidad de los Productos.</li> <li>· Reconocimiento de marca y condensación de prestigio de la empresa y del producto, personal e inversores.</li> <li>·Posicionamiento respecto de la competencia.</li> <li>·Revitalización económica de la zona de influencia de la empresa.</li> <li>·Reconocimiento de la marca ecuatoriana en aquellos mercados donde el producto penetre con éxito.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>·Diferentes culturas, hábitos de consumo e idiomas que obligan a la modificación del producto.</li> <li>·Logística de transporte y distribución más compleja.</li> <li>·Contratación de nuevo personal formada en comercio exterior y de servicios externalizados (agentes de aduanas, consultores jurídicos, etc.).</li> <li>·Adaptaciones del producto por normativa (certificaciones, procesos, etc.).</li> <li>·Costes por prospección de mercados, viajes, feria, promoción y publicidad de los productos en los mercados exteriores, etc.</li> <li>·Utilización de medios de pago/cobro internacionales.</li> <li>·Mayores trámites administrativos (administrativos, fiscales, financieros, etc.).</li> <li>·Asunción de riesgos políticos, socio-económicos (evitables con coberturas de riesgos y con buena gestión).</li> </ul>

**Fuente:** Plan de internacionalización empresarial, Alfonso Ortega Giménez & Jose Luis Espinoza, 2015  
**Elaboración y Análisis:** Diana Jordán

## 5.3. Fases en la internacionalización del producto a través de la empresa

En la siguiente tabla se detallan las fases, en las que se pueden dividir la internacionalización de un producto de cualquier empresa.

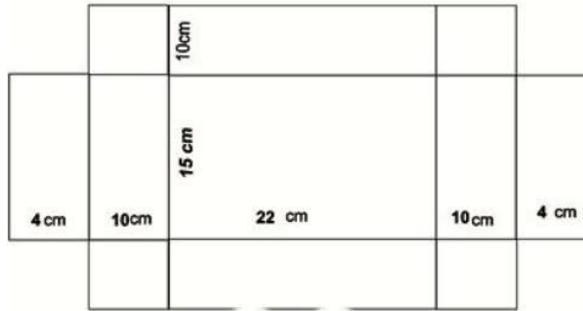
**Tabla 12. Fases de Internacionalización Empresarial.**

<p><b>Fase 1.-</b> La empresa adopta una actitud pasiva y recibe pedidos del exterior. Realiza exportaciones esporádicas no buscadas a propósito, sino que son propiciadas por agentes externos y escasos clientes. No atiende a una estrategia empresarial previamente implementada. Escasa o nula inversión por parte de la empresa.</p>
<p><b>Fase 2.-</b> La empresa adopta una actitud activa en la búsqueda de socios comerciales y clientes en los mercados exteriores. Se tiene una exportación regular a través de importadores-distribuidores locales, detallistas o pequeños mayoristas en el país de destino. En esta fase existe una inversión mínima por parte de la empresa en el fomento de comercio exterior.</p>
<p><b>Fase 3.-</b> La empresa consolida sus ventas en los mercados internacionales en los que opera. Las exportaciones son regulares y forman parte de la estrategia de la empresa suponiendo una importante contribución a la facturación de la empresa. En esta fase la empresa hace una importante inversión en viajes de prospección, departamento propio de comercio exterior, con un propio plan comercial y de marketing. Se cuenta con personal propio en los mercados exteriores o con varios agentes, distribuidores-importadores que propician el negocio.</p>
<p><b>Fase 4.-</b> La empresa tiene filiales propias, sucursales, establecimientos permanentes, almacenes, etc., en el país objetivo desarrollando recursos económicos en infraestructura y personal en los países de destino. La presencia de la empresa en el exterior es notable y duradera en el tiempo.</p>
<p><b>Fase 5.-</b> En esta fase, que supone el mayor nivel de internacionalización empresarial, la empresa posee un centro productivo propio en el extranjero con el objetivo de utilizar las economías de escala, mano de obra barata y/o cualificada y demás ventajas que supone la deslocalización industrial. En este punto se busca la adaptación al mercado local, ahorro de costes de producción y transporte, objetivos estratégicos, etc., la inversión necesaria es elevada y constante.</p>

**Fuente:** Plan de internacionalización empresarial, Alfonso Ortega Giménez & Jose Luis Espinoza,2015  
**Elaboración y Análisis:** Diana Jordán

## **5.4. Unidad Productiva de Comercialización**

**5.4.1 Presentación.** El producto se ofrecerá en hojuelas y serán enviadas en cajas cuyo tamaño será de 12 onzas, de 340 gramos. Las medidas de la caja del cereal de quinua serán las siguientes:



**Figura 1. Dimensiones del tamaño de la caja de cereal de quinua**

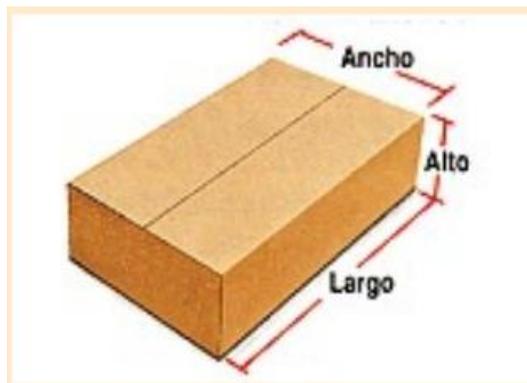
*Fuente: Elaboración propia.*

*Elaboración y Análisis: Diana Jordán*

Dentro del control de calidad, las medidas de las cajas son siempre dadas en unidades de centímetros (cm) o milímetros (mm) bajo el siguiente orden:

Ancho x Largo x Alto

Para el diseño de comercialización de quinua se lo transportará en cajas de 40x60x30



**Figura 2. Dimensiones del tamaño de las cajas para comercialización.**

*Fuente: Elaboración propia.*

*Elaboración y Análisis: Diana Jordán*

**5.4.2 Inversión.** Crear, organizar y desarrollar una unidad productiva requiere recursos que se destinan a los medios de trabajo, para lo cual se realiza inversión tanto en la parte agrícola como industrial.

**Tabla 13. Inversión agrícola**

ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
	<b><u>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</u></b>		
1	ELIMINADORA DE CÁSCARAS Y BASURAS	3.500	3.500
1	TRILLADORA	2.800	2.800
1	ESCARIFICADORA	3.100	3.100
	<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO</b>		<b>9.400</b>
<b>TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS</b>			<b>9.400</b>

Elaborado por: Diana Jordán

**Tabla 14. Inversión industrial**

ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
	<b><u>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</u></b>		
1	AMASADORA INDUSTRIAL	3.800	3.800
1	LAMINADORA EN HOJUELA	2.500	2.500
1	EMPACADORA	5.000	5.000
1	ETIQUETADORA	2.500	2.500
1	ANALIZADOR DE HUMEDAD	3.600	3.600
	<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO</b>		<b>17.400</b>
<b>TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS</b>			<b>17.400</b>

Elaborado por: Diana Jordán

**5.4.3. Depreciaciones.** La depreciación es el desgaste económico al que se enfrenta el activo fijo de una empresa, la pérdida de su valor al ser usado para la producción, es decir decrece el valor contable, tal como se indica en la tabla siguiente:

**Tabla 15. Depreciación de los activos fijos parte agrícola**

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	9.400,00	10%	78,33	940,00
<b>TOTAL</b>	<b>9.400,00</b>		<b>78,33</b>	<b>940,00</b>

Elaborado por: Diana Jordán

**Tabla 16. Depreciación de los activos fijos parte industrial**

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	17.400,00	10%	145,00	1.740,00
<b>TOTAL</b>	<b>17.400,00</b>		<b>145,00</b>	<b>1.740,00</b>

Elaborado por: Diana Jordán

**5.4.4. Costos área Agrícola.** La producción de la quinua orgánica exige cumplir con las normas de calidad, esto es, ser 100% libres del uso de pesticidas y químicos al momento de su elaboración; el insumo fundamental es, además de la semilla, el humus, sustancia de color negrozco por la gran cantidad de carbono que contiene.

**Tabla 17. Costos directos agrícolas de materia prima.**

CONCEPTO	Unidad	Precio	Cantidad	COSTO DIRECTOS DE FABRICACION				
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SEMILLA	Kg.	3	1.000	30.000	30.900	31.827	32.782	33.765
USO DE LA TIERRA				9.000	9.270	9.548	9.835	10.130
FERTILIZANTES	Lt.	21	50	12.600	12.978	13.367	13.768	14.181
HERBICIDAS ORGÁNICOS	Lt.	12	25	3.600	3.708	3.819	3.934	4.052
HUMUS	Kg.	12	25	3.600	3.708	3.819	3.934	4.052
ABONOS	Kg.	8	500	48.000	49.920	51.917	53.993	56.153
<b>COSTO DIRECTO</b>				<b>106.800</b>	<b>110.484</b>	<b>114.298</b>	<b>118.246</b>	<b>122.333</b>

Elaborado por: Diana Jordán

**Tabla 18. Costos directos agrícolas de mano de obra**

COSTOS DIRECTOS MANO DE OBRA						
CANT.	DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	AGRICULTOR	4.800	4.944	5.092	5.245	5.402
1	AYUDANTE DE AGRICULTOR	4.800	4.944	5.092	5.245	5.402
<b>2</b>	<b>TOTAL</b>	<b>9600,00</b>	<b>9888,00</b>	<b>10184,64</b>	<b>10490,18</b>	<b>10804,88</b>
	APORTE PATRONAL-SETSEL-IECE	1.166	1.201	1.237	1.275	1.313
	DECIMO CUARTO	183	754	777	800	824
	VACACIONES	97	100	103	106	109
	DECIMO TERCERO	733	824	849	874	900
	FONDO DE RESERVA	-	824	849	874	900
	<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>11.780</b>	<b>13.591</b>	<b>13.999</b>	<b>14.419</b>	<b>14.852</b>

Elaborado por: Diana Jordán

**Tabla 19. Costos indirectos agrícolas**

COSTO INDIRECTOS DE FABRICACION								
CONCEPTO	Unidad	Precio	Cantidad	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MANGUERA CON GOTERO INTEGRADO	METRO	0,31	5.000,0	18.600	19.158	19.733	20.325	20.934
SACOS	UNIDAD	600,00	0,2	1.152	1.187	1.222	1.259	1.297
HILOS	METRO	300,00	0,1	180	185	191	197	203
HERRAMIENTAS DE PLANTA	UNIDAD	200,00	1,0	200	206	212	219	225
<b>TOTAL</b>				<b>20132,00</b>	<b>20735,96</b>	<b>21358,04</b>	<b>21998,78</b>	<b>22658,74</b>

Elaborado por: Diana Jordán

**Tabla 20. Costos indirectos industriales**

COSTO INDIRECTOS DE FABRICACION								
CONCEPTO	Unidad	Precio	Cantidad	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAJAS DE CARTON PARA EXPORTAR	CAJAS	0,30	60	216	222	229	236	243
CAJAS DE CARTÓN	CAJAS	0,01	19200	2.304	2.373	2.444	2.518	2.593
CINTA DE EMBALAJE / 12 MTS	METROS	0,70	40	336	346	356	367	378
PALLET	UNIDAD	20,00	12	2.880	2.966	3.055	3.147	3.241
<b>TOTAL</b>				<b>5.736</b>	<b>5.908</b>	<b>6.085</b>	<b>6.268</b>	<b>6.456</b>

Elaborado por: Diana Jordán

**5.4.5 Gastos área Comercial.** Los gastos en los que se incurren serán: gastos administrativos, gastos de venta, gastos generales, gastos de operación, gastos de exportación.

**Tabla 21. Gastos administrativos.**

DETALLE DE GASTOS					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1 CONTADOR	9.600	9.888	10.185	10.490	10.805
1 ASISTENTE DE IMPORTACIONES	7.200	7.416	7.638	7.868	8.104
1 ASISTENTE DE BODEGA	6.000	6.180	6.365	6.556	6.753
1 CONSERJE	4.800	4.944	5.092	5.245	5.402
1 GUARDIA	4.800	4.944	5.092	5.245	5.402
<b>5 TOTAL</b>	<b>37.200</b>	<b>38.316</b>	<b>39.465</b>	<b>40.649</b>	<b>41.869</b>
APORTE PATRONAL-SETSEL-IECE	4.520	4.655	4.795	4.939	5.087
DECIMO CUARTO	458	1.885	1.941	2.000	2.060
VACACIONES	377	388	400	412	424
DECIMO TERCERO	2.842	3.193	3.289	3.387	3.489
FONDO DE RESERVA	-	3.193	3.289	3.387	3.489
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>45.396</b>	<b>51.630</b>	<b>53.179</b>	<b>54.775</b>	<b>56.418</b>

Elaborado por: Diana Jordán

**Tabla 22. Gastos de ventas**

GASTO DE VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUBLICIDAD	6.000	6.180	6.365	6.556	6.753
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>6.000</b>	<b>6.180</b>	<b>6.365</b>	<b>6.556</b>	<b>6.753</b>

Elaborado por: Diana Jordán

**Tabla 23. Gastos generales**

GASTOS DE GENERALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MANTENIMIENTO DE PLANTA	2.400	2.472	2.546	2.623	2.701
UNIFORMES	2.400	2.472	2.546	2.623	2.701
IMPUESTO PREDIAL	3.600	3.708	3.819	3.934	4.052
CUERPO DE BOMBEROS	3.000	3.090	3.183	3.278	3.377
VIÁTICOS	2.400	2.472	2.546	2.623	2.701
TELEFONO	2.400	2.472	2.546	2.623	2.701
ENERGIA ELECTRICA	3.600	3.708	3.819	3.934	4.052
INTERNET	3.600	3.708	3.819	3.934	4.052
SEGUROS	222	229	236	243	250
<b>TOTAL GASTOS GENERALES SIN DEP.</b>	<b>23.622</b>	<b>24.331</b>	<b>25.061</b>	<b>25.812</b>	<b>26.587</b>

Elaborado por: Diana Jordán

**Tabla 24. Gastos de operación**

GASTOS DE OPERACION	DETALLE DE GASTOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1 OBREROS	4,800	4,944	5,092	5,245	5,402
1 OBREROS	4,800	4,944	5,092	5,245	5,402
<b>2 TOTAL</b>	<b>9,600</b>	<b>9,888</b>	<b>10,185</b>	<b>10,490</b>	<b>10,805</b>
APORTE PATRONAL-SETSEL-IECE	1,166	1,201	1,237	1,275	1,313
DECIMO CUARTO	183	754	777	800	824
VACACIONES	97	100	103	106	109
DECIMO TERCERO	733	824	849	874	900
FONDO DE RESERVA	-	824	849	874	900
<b>TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>11,780</b>	<b>13,591</b>	<b>13,999</b>	<b>14,419</b>	<b>14,852</b>

Elaborado por: Diana Jordán

**Tabla 25. Gastos de exportación.**

<b>GASTOS DE EXPORTACION</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
AGENTE DE ADUANA	2,400	2,472	2,546	2,623	2,701
SEGURO	12,000	12,360	12,731	13,113	13,506
GASTOS DE EXPORTACION	122,400	126,072	129,854	133,750	137,762
DOCUMENTACION	3,600	3,708	3,819	3,934	4,052
MANEJO POR CONTENEDOR	5,760	5,933	6,111	6,294	6,483
EMISION DE BL ORIGEN	2,160	2,225	2,292	2,360	2,431
TRANSMISION DE ADUANAS	2,100	2,163	2,228	2,295	2,364
FLETE MARITIMO CONTENEDOR 40	86	89	91	94	97
INSPECCIÓN ANTINARCÓTICOS	10,800	11,124	11,458	11,801	12,155
GASTOS PORTUARIOS	3,000	3,090	3,183	3,278	3,377
THC E ISPS	6,012	6,192	6,378	6,569	6,767
<b>TOTAL GASTOS DE EXPORTACION</b>	<b>178,958</b>	<b>184,327</b>	<b>189,857</b>	<b>195,552</b>	<b>201,419</b>

Elaborado por: Diana Jordán

**Tabla 26. Ingresos**

<b>INGRESOS POR VENTA</b>	<b>PRESUPUESTO DE INGRESOS</b>						
	<b>UNID.</b>	<b>P.U.</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
CEREAL DE 12 OZ	19,200	2	414,720	447,898	483,729	522,428	564,222
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>19,200</b>	<b>2</b>	<b>414,720</b>	<b>447,898</b>	<b>483,729</b>	<b>522,428</b>	<b>564,222</b>

Elaborado por: Diana Jordán

**5.4.6. Cantidad a producir.** Se producirá 6528Kg, que serán enviados en 19200 cajas de cereales de 12 onzas de 340 gramos, de medida de 4x15x22; con esta dimensión entran 16 cajas de cereales de 12 onzas en cada caja, es decir se transportará en un contenedor de 40.

**5.4.7. Estado de resultados.** La inversión en esta unidad productiva, industrializadora y comercializadora de hojuelas de quinua se presentan en la tabla siguiente; se observa que a partir del segundo año de inversión la utilidad neta anual prácticamente se duplica; en 5 años estimamos del proyecto se obtendrá un beneficio neto de \$ 133.351.

**Tabla 27. Estado de resultados**

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	414.720	447.898	483.729	522.428	564.222	2.432.997
(-) COSTO DE VENTAS	118.580	124.075	128.297	132.665	137.185	640.802
(-) COSTOS INDIRECTOS	25.868	26.644	27.443	28.267	29.115	137.337
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>270.272</b>	<b>297.178</b>	<b>327.989</b>	<b>361.496</b>	<b>397.922</b>	<b>1.654.858</b>
GASTOS GENERALES	265.756	280.059	288.461	297.115	306.028	1.437.418
(-) DEPRECIACION	2.630	2.630	2.630	2.630	2.630	13.150
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>1.887</b>	<b>14.489</b>	<b>36.898</b>	<b>61.751</b>	<b>89.264</b>	<b>204.289</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS	1.052	842	631	421	210	3.156
<b>UTILIDAD ANTES PART. IMP</b>	<b>835</b>	<b>13.647</b>	<b>36.267</b>	<b>61.331</b>	<b>89.054</b>	<b>201.133</b>
PARTICIPACION EMPLEADOS	125	2.047	5.440	9.200	13.358	30.170
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPTO</b>	<b>709</b>	<b>11.600</b>	<b>30.827</b>	<b>52.131</b>	<b>75.696</b>	<b>170.963</b>
IMPUESTO RENTA	156	2.552	6.782	11.469	16.653	37.612
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>553</b>	<b>9.048</b>	<b>24.045</b>	<b>40.662</b>	<b>59.043</b>	<b>133.351</b>

Elaborado por: Diana Jordán

**5.4.8. Balance General.** En el balance general siguiente, podemos observar un incremento del patrimonio a partir del segundo año y de manera representativa a partir del tercer año; las deudas están totalmente cubiertas con los activos dentro del periodo establecido. En términos generales, los activos corrientes generan una gran liquidez y solvencia.

**Tabla 28. Balance General**

Cuentas	BALANCE GENERAL					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b><u>ACTIVO CORRIENTE</u></b>						
CAJA -BANCOS	-	1.361	15.253	47.447	97.081	165.993
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>-</b>	<b>1.361</b>	<b>15.253</b>	<b>47.447</b>	<b>97.081</b>	<b>165.993</b>
<b><u>ACTIVOS FIJOS</u></b>						
DEPRECIAC. ACUMULADA		2.630	5.260	7.890	10.520	13.150
<b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>	<b>26.300</b>	<b>23.670</b>	<b>21.040</b>	<b>18.410</b>	<b>15.780</b>	<b>13.150</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>26.300</b>	<b>25.031</b>	<b>36.293</b>	<b>65.857</b>	<b>112.861</b>	<b>179.143</b>
<b><u>PASIVO</u></b>						
<b><u>CORRIENTE</u></b>						
PRESTAMO	10.520	8.416	6.312	4.208	2.104	-
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	-	125	2.047	5.440	9.200	13.358
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	-	156	2.552	6.782	11.469	16.653
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>10.520</b>	<b>8.697</b>	<b>10.911</b>	<b>16.430</b>	<b>22.772</b>	<b>30.011</b>
<b><u>PATRIMONIO</u></b>						
APORTE CAPITAL	15.780	15.780	15.780	15.780	15.780	15.780
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	553	9.048	24.045	40.662	59.043
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	-	553	9.601	33.647	74.309
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>15.780</b>	<b>16.333</b>	<b>25.381</b>	<b>49.427</b>	<b>90.089</b>	<b>149.131</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>26.300</b>	<b>25.031</b>	<b>36.293</b>	<b>65.857</b>	<b>112.861</b>	<b>179.143</b>

Elaborado por: Diana Jordán

**5.4.9. Flujo de caja.** A continuación, presentamos la relación entre ingresos y gastos de esta unidad productiva, industrializadora y comercializadora de hojuelas de quinua.

**Tabla 29. Flujo de caja.**

<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>							
	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>TOTAL</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	<b>15.780</b>	-	<b>1.361</b>	<b>15.253</b>	<b>47.447</b>	<b>97.081</b>	<b>15.780</b>
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>							
VENTAS	-	414.720	447.898	483.729	522.428	564.222	2.432.997
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>		<b>414.720</b>	<b>447.898</b>	<b>483.729</b>	<b>522.428</b>	<b>564.222</b>	<b>2.432.997</b>
<b>OTROS INGRESOS</b>							
PRESTAMOS BANCARIOS	10.520	-					-
<b>TOTAL OTROS INGRESOS</b>	<b>10.520</b>	<b>414.720</b>	<b>447.898</b>	<b>483.729</b>	<b>522.428</b>	<b>564.222</b>	<b>2.432.997</b>
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>							
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	45.396	51.630	53.179	54.775	56.418	261.397
GASTO DE OPERACION		11.780	13.591	13.999	14.419	14.852	68.642
GASTOS GENERALES		23.622	24.331	25.061	25.812	26.587	125.412
GASTO DE VENTAS	-	6.000	6.180	6.365	6.556	6.753	31.855
GASTOS DE EXPORTACION		178.958	184.327	189.857	195.552	201.419	950.112
GASTOS DE PRODUCCION	-	144.448	150.720	155.740	160.932	166.300	778.139
UTILIDADES	-	-	125	2.047	5.440	9.200	16.812
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	156	2.552	6.782	11.469	20.959
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>-</b>	<b>410.203</b>	<b>431.060</b>	<b>448.800</b>	<b>470.268</b>	<b>492.996</b>	<b>2.253.328</b>
<b>INVERSION</b>							
INVERSION INICIAL	<b>26.300</b>	-					-
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>26.300</b>	-	-	-	-	-	-
<b>FINANCIERO</b>							
PAGO DE CAPITAL	-	2.104	2.104	2.104	2.104	2.104	10.520
PAGO DE INTERESES	-	1.052	842	631	421	210	3.156
<b>TOTAL EGRESOS FINANCIEROS</b>	<b>-</b>	<b>3.156</b>	<b>2.946</b>	<b>2.735</b>	<b>2.525</b>	<b>2.314</b>	<b>13.676</b>
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>26.300</b>	<b>413.359</b>	<b>434.005</b>	<b>451.536</b>	<b>472.793</b>	<b>495.311</b>	<b>2.267.004</b>
<b>SALDO FINAL</b>	<b>-15.780</b>	<b>1.361</b>	<b>13.892</b>	<b>32.194</b>	<b>49.635</b>	<b>68.911</b>	<b>165.993</b>
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	<b>-</b>	<b>1.361</b>	<b>15.253</b>	<b>47.447</b>	<b>97.081</b>	<b>165.993</b>	<b>181.773</b>

Elaborado por: Diana Jordán

#### 5.4.10. Financiamiento

**Tabla 30. Financiamiento**

INVERSION DEL PROYECTO	
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	26.300,00
CAJA - BANCO	
<b>TOTAL DE LA INVERSION</b>	<b>26.300,00</b>

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
<b>INVERSION TOTAL</b>		<b>26.300,00</b>
Financiado	<b>40%</b>	10.520
Aporte Propio	<b>60%</b>	15.780
		<b>26.300,00</b>

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	<b>10,00%</b>	<b>0,10</b>
		<b>0,10</b>

PRESTAMO BANCARIO		
Préstamo Bancario	<b>10.520,00</b>	<b>1.052,00</b>

Elaborado por: Diana Jordán

**5.4.11. Flujo de Caja del Inversionista.** A través del flujo de caja del inversionista, se obtendrá los resultados entre ingresos y salidas del giro del negocio para de esta manera obtener el VAN y el TIR.

**Tabla 31. Flujo de caja inversionista**

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	<b>-26.300,00</b>	1.360,52	15.252,67	47.446,53	97.081,12	165.992,59

Elaborado por: Diana Jordán

**5.4.12. Análisis de Rentabilidad.** La producción de quinua, su industrialización (en hojuelas) y la exportación y la exportación a Canadá indican a través de las variables VAN y TIR que la inversión es rentable, el proyecto es factible. En donde el TIR es 89.42% y el VAN USD \$239744,85

**5.4.13. Índice de Rentabilidad.** El índice de rentabilidad mide que por cada moneda invertida aumenta la inversión en relación a esta, la misma que debe siempre ser mayor a uno, en el caso de esta investigación es 1.11

**Tabla 32. TIR y VAN**

<b>TASA DE DESCUENTO</b>	
TASA DE DESCUENTO	5,00%

<b>TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO</b>	<b>MAYOR AL 12%</b>
SUMATORIA DE FLUJOS	327.133
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	26.300
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	249%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		266.044,85
VAN	<b>POSITIVO</b>	<b>239.744,85</b>
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1,11
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	10,97
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>		<b>89,42%</b>

**Elaborado por:** Diana Jordán

## Conclusiones

Se evidenció los aspectos generales que engloban la producción de la quinua, los problemas existentes que suscitan al momento de hacer de su cultivo una propuesta que garantice buena salud dentro la cadena alimenticia, basados en un cultivo orgánico, que beneficie no solo al ciudadano, sino al ecosistema de manera general.

La comercialización internacional del producto exige se atienda la problemática surgida en los pequeños y grande productores, con esto se podrá realizar un diagnóstico de la realidad productiva y como poder internacionalizar estos productos.

La demanda de productos orgánicos es creciente, este es un factor que podría ser aprovechado por los agricultores de quinua, evitando el uso de pesticidas, herbicidas, etc., logrando con ello un producto que en el mercado internacional tiene precios más altos.

La inversión en una unidad agroindustrial y comercializadora de hojuelas de quinua, es rentable, por lo que el proyecto es viable.

La producción de quinua orgánica se ajusta al principio básico del Buen Vivir establecido en la Constitución Política, la economía debe ser sostenible y sustentable.

La industrialización de la quinua se ajusta a los objetivos del gobierno nacional: diversificar la oferta exportable, para reducir la vulnerabilidad del sector externo.

La diversificación de mercados es una necesidad, para evitar que las externalidades no endógenas afecten sensiblemente a la economía.

### **Recomendaciones**

Es importante que los productores de quinua tengan una estructura clara de las funciones y procesos a seguir para poder obtener los resultados deseados, y cumplir con los objetivos específicos del modelo de comercialización.

Así mismo se debe tener un especial cuidado en los procedimientos de cultivo orgánico, a fin de poder entablar nexos con el mercado canadiense, al ofrecer un producto con altos estándares de calidad, cumpliendo con todas las normas impuestas para su comercialización.

Es importante poder recalcar, el uso del suelo indígena para la producción de quinua, lo cual beneficiará a los habitantes del sector, disminuyendo con esto la tasa de desempleo, y contribuye al desarrollo sostenible del país.

El Estado debe crear unidades de capacitación al pequeño y mediano agricultor, de esta manera la asistencia técnica y la asistencia financiera debe actuar paralelamente, para que el sector rural se inserte en la práctica del Buen Vivir.

### **Bibliografía**

AYALA, R. (2016). Comercio internacional.

BCE. (2015). *Banco Central del Ecuador: Estadísticas del comercio Mundial*,. Ecuador en Cifras. Quito.

BCE. (2013). *Estadísticas Macro Económicas de Ecuador*. Quito.

CASTELLANOS, R. Á. (2015). *Logística comercial internacional*. Barranquilla: UNINORTE.

CORPEI. (2014). *Plan de Mejora Competitiva de la Cadena de la Quinua*. Quito.

DOCPLAYER. (2016). Coordinadores.

FAO. (2011). *La quinea cultivo milenario para contribuir a la seguridad alimentaria mundial*. Obtenido de

[http://www.fao.org/fileadmin/templates/aiq2013/res/es/cultivo\\_quinua\\_es.pdf](http://www.fao.org/fileadmin/templates/aiq2013/res/es/cultivo_quinua_es.pdf)

GARCÍA-LOMAS, O. L. (2015). *Negociación Internacional*. New York: Global Marketing Strategies.

GestiopolisGestiopolis

JABCONSON, M. y. (06 de Julio de 2013). *www.fao.org*. Obtenido de <http://www.rlc.fao.org/es/agricultura/produ/cdrom/contenido/libro03/home03.htm>

LUNA, G. Y. (2016). Estudio y elaboracion de un diseño de un modelo de gestion logistica y suministro de productos derivados de quinua organica.

MAINOR, R. (2014). *etodologia del Analisis estructural*. Barcelona: Press Free.

MCE. (2013). *Comercializacion de Productos, expectaivas de cumplimiento del Plan Nacional para el Buen Vivir*. Quito: SENPLADES.

MELENDRES, J. A. (2016). Estudio y elaboracion de un estudio.

MENDEZ. (2015). Tecnicas de muestreo.

PAZ, D. A. (2016). Region de los Andes.

PROECUADOR. (2015). La quinua.

PROECUADOR. (2013). *Productos de interes internacional al mercado Chino, Aleman y Canadiense, como fomento de desarrollo agricola productivo de Ecuador*. Quito: SENPLADES.

SAMPIERI, E. (2010). *Metodologia de la Investigación*. Torrejon: Mc Graw Hill.

SENPLADE. (2015). *MATRIZ PRODUCTIVA. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec>

SENPLADES. (2013). *Codigo de Registro 19. Uso Indebido de quimicos en el área rural*. Quito.

THE INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE. (2012). *Guia básica internacional, Conocimientos para exportar e importar*. Madrid: Camara de Comercio Internacional.

Vaggi, Gianni, y Groenewegen, Peter. (2003). *A Concise History of Economic Thought: From Mercantilism to Monetarism* Nueva York. Palgrave Macmillan.

ZULUAGA, T. (2012). *Tendencias y perspectivas logísticas de las Pymes y procesos de exportación de productos de interes internacional*. Quito: Abya-Yala.