



FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

**DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO PARA LA EXPORTACION DE
QUINUA ORGANICA MEDIANTE EL SISTEMA DE ASOCIATIVIDAD Y
COMERCIO JUSTO.**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO
PARA OPTAR EL TITULO DE INGENIERA EN CIENCIAS EMPRESARIALES,
CONCENTRACIÓN EN COMERCIO EXTERIOR.

Autor:

SONIA FLORES LARA

Tutor:

MBA. MAURICIO RAMIREZ

Samborondón, octubre de 2012

RECONOCIMIENTO

Agradezco a Dios por la vida y la salud, a mi familia que ha sido y es mi fortaleza, a la Universidad de Especialidades Espíritu Santo por los conocimientos impartidos en mi vida estudiantil, a la Corporación de Pequeños Agricultores y Comercializadores Orgánicos Bio Taita Chimborazo, Ms. Mauricio Ramírez, Ing. Elba Calderón por su asesoría y orientación en la realización de esta tesina de pregrado.

INDICE GENERAL

Introducción	1
1 Capitulo 1	
1.1. Objetivos	3
1.1.1. Objetivo general	3
1.1.2. Objetivos específicos	3
1.2. Planteamiento del Problema	4
1.3. Justificación del Problema	6
2 Capitulo 2	
2.1. Antecedentes	8
2.2. Marco teórico	10
2.2.1. Agricultor	10
2.2.2. Economía campesina	10
2.2.3. La Vía Campesina	10
2.2.4. Fondo Indígena	12
2.2.5. Sistema productivo del campo	12
2.2.6. Agricultura orgánica	12
2.2.6.1. Rotación de cultivos	13
2.2.6.2. Bioestimulantes	13
2.2.6.3. Biocidas	13
2.2.6.4. Fertilizantes	13
2.2.6.5. Pesticidas	13
2.2.6.6. Contaminación ambiental	14
2.2.7. Negocios inclusivos	14
2.2.8. Asociatividad	14
2.2.9. CAMARI	14
2.2.10. Fondo Ecuatoriano Popularum Progressio	15
2.2.11. Sistema de Comercio Justo	15
2.2.12. Organización mundial de comercio justo	18
2.2.13. Coordinadora latinoamericana de Comercio justo.	19
2.2.14. Coordinadora ecuatoriana de comercio justo. CECJ	19
2.2.15. Fairtrade Labelling Organization	19
2.2.16. Sello Internacional de Certificación de comercio justo (Fairtrade).	19
2.2.17. Certificadora de comercio justo	20
2.2.17.1. FLO CERT	20
2.2.17.2. IMO	20
2.2.18. International Federation of Organic Agriculture Movements. IFOAM.	20
2.2.19. Certificadora de Producción Orgánica	20
2.2.19.1. BCS OKO Garantie	20
2.2.20. Exportación de productos orgánicos	21
2.2.21. Ethiquable.	21

2.2.22. Consumidor de productos agrícolas certificados _____	21
2.2.23. Certificado de origen _____	21
2.2.24. Certificado fitosanitario de exportación _____	22
2.2.25. Peso bruto _____	22
2.2.26. Peso neto _____	22
2.2.27. Productos compensadores _____	22
2.2.28. Canales de distribución _____	22
2.2.29. Estrategias de comercialización _____	22
2.2.30. Valor agregado _____	23
2.2.31. Diversificación _____	23
2.2.32. Balanza comercial _____	23
2.2.33. Divisas _____	23
2.2.34. Mercado _____	23
2.2.35. Régimen de Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo _____	24

3 Capitulo 3

3.1. El Producto: Quinoa _____	25
3.2. Beneficios de la Quinoa _____	27
3.3. Usos Alimenticios de la Quinoa Orgánica _____	28
3.4. Usos Medicinales de la Quinoa Orgánica _____	29
3.5. Otros Usos de la Quinoa Orgánica _____	30
3.6. Realidad Socioeconómica de los Productores de Quinoa Orgánica _____	32
3.7. Producción de Quinoa en Comunidades Campesinas _____	35
3.7.1. Proceso de limpieza de la Quinoa orgánica para exportación. _____	37
3.8. Comercializadoras de Quinoa en Ecuador _____	39
3.9. Proceso de Compra y Exportación de Quinoa Orgánica. _____	40
3.9.1. Facilidades para la exportación de Quinoa Orgánica _____	41
3.9.2. Ventajas del Sistema de Comercio Justo en las exportaciones _____	41
3.9.3. Desventajas del Sistema de Comercio Justo en las exportaciones. _____	42
3.10. Líneas de crédito para producción agrícola en el ecuador	
3.10.1. Financiamiento estatal y privado	
3.10.1.1. Programa Nacional de Negocios Rurales Inclusivos PRONERI. _____	42
3.10.1.2. Programa de Fomento Productivo de la Corporación Nacional de Fomento. CFN _____	42
3.10.2. Financiamiento y/o Capacitación de Organismos Internacionales	
3.10.2.1. SNV Global _____	44
3.10.2.2. VSF-CICDA _____	44
3.10.2.3. CAMARI _____	45
3.11. Triple rentabilidad: económica, social y ambiental del	

Sistema de producción agrícola de comercio justo.	
3.11.1. Rentabilidad económica _____	45
3.11.2. Rentabilidad social _____	45
3.11.3. Rentabilidad ambiental _____	46
3.12. Compradores _____	46
3.13. Países Productores de América Latina _____	48
3.13.1. Perú _____	49
3.13.2. Bolivia _____	49
3.13.3. Ecuador _____	50
4 CAPITULO 4	
4. Plan Estratégico _____	53
4.1. Análisis FODA _____	53
4.1.1. Tendencias del Mercado Internacional de la Quinoa Orgánica _____	53
4.2. Estrategias Integradas	
4.2.1. Adquisición de una Planta Procesadora para la Quinoa y otros cereales _____	55
4.2.2. Productos con valor agregado _____	56
4.2.3. Nuevas Alianzas _____	57
4.2.4. Agro Turismo _____	58
5. Conclusiones _____	59
6. Recomendaciones _____	60
7. Bibliografía _____	61

CUADROS

Cuadro No 1. Precios y Prima de Comercio Justo. _____	18
Cuadro No 2. Composición Proximal de la semilla de Quinoa. _____	26
Cuadro No 3. Comparación de los componentes de la Quinoa con otros productos. _____	31
Cuadro No 4. Comparación de los componentes de la quinoa con otros cereales. _____	31
Cuadro No 5. Incidencia de la Pobreza indígena en el Ecuador. _____	33
Cuadro No 6. Analfabetismo de los Pueblos Indígenas del Ecuador. _____	34
Cuadro No 7. Comercializadoras de Quinoa Convencional en Ecuador. _____	39
Cuadro No 8. Comercializadores de Quinoa Orgánica en Ecuador. _____	39
Cuadro No 9. Código Nandina de la Quinoa. _____	40
Cuadro No 10. Beneficios de la agricultura orgánica. _____	46
Cuadro No 11. Producción de Quinoa en América Latina. _____	49
Cuadro No 12. Exportaciones de Quinoa Boliviana del 2008 al 2011 _____	50

Cuadro No 13. Exportaciones de Quinoa Ecuatoriana desde el 2009 al 2011 _____	51
---	----

GRAFICOS

Grafico No 1. Quinoa Orgánica. _____	25
Grafico No 2 Pequeños Productores de la Comunidad de Baldaluparxillo. _____	32
Grafico No 3. Limpieza de la Quinoa en molinos caseros. _____	36
Grafico No 4. Compra – Venta entre COPROBICH y Discovery Organic _____	41
Grafico No 5. Información de COPROBICH en la página web de Discovery Organic _____	47
Grafico No 6. Información de COPROBICH en la página web de la Cooperativa Ethiquable _____	48
Grafico No 7. Firma del Convenio para la creación de la Planta Procesadora de Quinoa y otros Cereales _____	56

INTRODUCCIÓN

La economía de una familia de pequeños agricultores gira alrededor de lo que puedan producir sus tierras, generalmente estos agricultores no tienen ninguna preparación académica, sus conocimientos acerca de la forma de cultivar la quinua son ancestrales. El Comercio Convencional no ha ayudado a que estas personas puedan incrementar sus ingresos y por ende no pueden mejorar su nivel de vida.

Con el pasar de los años el mundo ha dado un giro respecto a esta problemática, organizaciones internacionales se han formado para apoyar a los pequeños agricultores, tratando de concienciar a los consumidores finales acerca de este tema, transformando a los consumidores pasivos en activos, ahora el consumidor quiere saber de dónde provienen los productos que consume, si fueron cultivados con fertilizantes y pesticidas, si el productor fue pagado correctamente y si el precio pagado por ellos es, "justo".

El Comercio Justo o Comercio alternativo fue concebido con la idea de mejorar el nivel de vida del productor, tratando de cambiar la manera tradicional de comerciar con los agricultores, quienes al final terminaban siendo la parte débil de la cadena. El sistema fue tomando mayor fuerza a partir de que este sistema exigía un mejor manejo de la tierra evitando en lo posible el uso de químicos y fertilizantes, esta necesidad de llevar prácticas más amigables con el medio ambiente.

El Comercio justo es una cadena de organizaciones, este sistema tuvo sus inicios en el en el año de 1980, con el fin de lograr una mayor equidad en el comercio local e internacional, este sistema encierra mejores condiciones comerciales, respeta los derechos de los productores y consumidores, prohíbe el trabajo infantil, igualdad entre hombres y mujeres, democracia en las organizaciones de productores, relaciones comerciales a largo plazo, respeto al medio ambiente, producto de calidad, información a los consumidores.

Muchos países latinoamericanos han visto en este sistema una fuente de ingresos que no sólo está mejorando su forma de vivir, sino también el de toda su comunidad, ya que la mayoría de ellos están organizados en asociaciones, además que les representa mayores ingresos vender sus productos por medio de Comercio Justo que de la forma tradicional, además de otros beneficios como la salud, ya que los productores no están expuestos a químicos ni fertilizantes, que con el tiempo desencadene enfermedades catastróficas como cáncer. La Prima o Premio de Comercio Justo es otro beneficio muy importante ya que este debe ir direccionado generalmente un 50% a proteger el medio y la diferencia en cubrir las necesidades de las comunidades.

Este sistema no solo es una esperanza de reparar el daño causado a la tierra por siglos, sino el seguro que permitirá mejores productos realmente saludables para quienes lo consumen, y con el pasar de los años este mismo sistema permitirá que en las generaciones posteriores no sufran de hambre porque los campos se conviertan en estériles sino que el efecto de este sistema es tan positivo en todos los aspectos que se lo mire, y lo más importante es que la tierra y la humanidad serán los más favorecidos.

En la actualidad existen muchas organizaciones en el país que exportan productos orgánicos por medio del sistema de Comercio Justo; estas son Cerro Azul (El Oro), COPROBICH (Chimborazo), Fortaleza del Valle (Manabí), Fapecafes (Loja, El Oro y Zamora Chinchipe), Nuevo Mundo (El Oro) y Jambiwika (Chimborazo), el problema radica en la falta de apoyo a estas organizaciones para poder vender a nuevos mercados, unido a la falta de tecnología, mayor inversión, infraestructura, capacitaciones, lo que produce bajas exportaciones, desencadenando un retraso en el desarrollo económico de los pequeños agricultores y del país por estos rubros.

1 CAPITULO 1

1.1. OBJETIVOS

1.1.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar las ventajas y oportunidades del Sistema de Asociatividad y el Comercio Justo para incrementar las exportaciones de quinua orgánica ecuatoriana.

1.1.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Diagnosticar la actual situación económica, social y ambiental de los productores de quinua orgánica en la provincia de Chimborazo.
2. Identificar cadenas de distribución en los mercados locales e internacionales para vender la quinua orgánica.
3. Promover un nuevo modelo y estrategias para incrementar las exportaciones de quinua orgánica por medio de Asociatividad y Comercio Justo.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En nuestro país los pequeños agricultores no han tenido un desarrollo y tampoco respaldo por parte de los gobiernos de turno para no estar a merced de las empresas que venden localmente, exportadoras, países importadores que comercializan nuestros productos en los mercados internacionales, obteniendo grandes ganancias, mientras los agricultores no reciben el pago debido a su esfuerzo de cultivar los productos, tal vez por la falta de conocimiento al momento de vender.

Al hacer una negociación con un intermediario local, exportador, importador el agricultor trata de ofrecer un precio atractivo para motivar la decisión de compra, en la mayoría de los casos este precio no es calculado adecuadamente, es posible que no se haya considerado todos los gastos que implico la siembra, cuidados, posterior cosecha y presentación del producto final del producto para la venta, como consecuencia vende su producción por un precio que sólo cubre los costos y la ganancia si llega a haber es insignificante e incluso en algunos casos por temor de quedarse con esa producción venden en precios que ni siquiera cubren los costos en un 100%.

Los pequeños agricultores de nuestro país no cuentan con una cadena de distribución fija o simplemente no pueden sacar los productos de su localidad. Además que la manera tradicional de comercializar no ha permitido un desarrollo socioeconómico en estos individuos, ni a las comunidades a las que pertenecen, manteniendo formas precarias de vida y por ende los rubros por esta actividad económica no es representativa para el país, esta realidad no solo ocurre en Ecuador sino también en muchos países. América del Sur ha sido por muchos años el proveedor de materias primas para el resto del mundo, en esta relación de compra – venta las reglas del juego no han sido adecuadas o mejor dicho no favorecen a los países productores, en el año de 1964 en la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo los países de sureños solicitaron reglas justas para la comercialización con países desarrollados.

La falta de maquinaria especializada para el proceso de limpieza del grano como producto final para la exportación denominado “maquila”, los obliga a tercerizar este proceso, lo que encarece el producto, y no le permite tener precios competitivos frente a la competencia, tampoco no les permite vender en grandes cantidades por no saber el tiempo de entrega de quinua lavada, contar. El no contar con la infraestructura adecuada no les permite almacenar la quinua.

Otra situación en contra es que solo se tiene un producto estrella en este caso es la quinua en grano sin ningún valor agregado que llame la atención de los consumidores, y no se desarrolla una gama de productos donde la quinua sea el principal ingrediente, ya que generalmente estas organizaciones se dedican a uno y máximo tres productos, cuando podrían hacerlos por más.

Las organizaciones para funcionar por medio del sistema de Comercio Justo deben obtener un Certificado de comercio Justo expedido por una

Certificadora acreditada, generalmente en el Comercio Justo también se debe obtener el certificado de Producción Orgánica, aunque dentro de este sistema también se puede comercializar productos no orgánicos, pero se trata de que poco a poco estas organizaciones lo hagan. En el caso de la quinua si se debe tener los dos certificados para poder vender la quinua a los mercados internacionales, ya que los consumidores de estos productos en el exterior son muy exigentes y sólo aceptan productos como orgánico cuando tienen el certificado que lo acredite como tal.

Nuestro país tiene tierras muy fértiles, es muy rico en productos alimenticios como las frutas, cereales, y unido al sistema de Asociatividad de los pequeños agricultores y del Comercio Justo podría convertirse en una herramienta poderosa para poder competir en los mercados internacionales, ya que estos productos certificados como orgánicos tienen un valor más elevados que los productos que no son orgánicos, además de una prima adicional que paga el comprador al agricultor, la cual va designada al mejoramiento en un 50% al cuidado del medio ambiente mediante el adecuado cuidado de la tierra y la diferencia va dirigida al mejoramiento de las comunidades donde viven los agricultores.

1.3. JUSTIFICACION DEL PROBLEMA.

El mercado nacional e internacional es cada vez más competitivo los países adoptan muchas estrategias de Comercio Exterior y Marketing para ganar nuevos mercados para sus productos.

El Ecuador es y ha sido exportador de materias primas a lo largo de años como el banano, cacao, etc., por lo cual siempre ha existido el problema del pago a los productores, también siempre ha existido la polémica del trato al campesino, ya que este siempre es el eslabón más débil de la cadena de comercialización al momento de compra-venta de un producto. En el comercio convencional no se aprecia el verdadero esfuerzo y valor del pequeño agricultor quien cultivo ese producto y del producto en sí. Ya que no se piensa en el bien común sino en el propio.

El mundo está reconsiderando esta situación por medio del Sistema de Asociatividad y Comercio Justo no solo por obtener un trato más justo para el pequeño productor, sino también por las problemáticas ambientales que están sacudiendo al mundo, estos factores están influyendo en el cambio de preferencias del mundo hacia productos más saludables y amigables con el planeta, cabe mencionar que el Comercio Justo es una alternativa que se ha convertido en un gran aliado del pequeño agricultor, el medio ambiente y es un sistema por el cual muchos agricultores han mejorado su economía y forma de vida y la economía del país por el rubro de exportaciones de este tipo de productos.

Este sistema se ha venido desarrollando en el país por muchos años, aunque no es muy conocida por la mayoría de la gente, esta alternativa está revolucionando los mercados internacionales, en los cuales los consumidores se han convertido en piezas fundamentales para el desarrollo de este tipo de sistema ya que ellos tienen el poder de elección para consumir productos saludables y que no contaminen el medio ambiente por esta razón el FAIR TRADE en su página virtual dice "*Yo tengo el poder*", refiriéndose directamente al consumidor e instándolos a ser parte de esta alternativa.

En este sistema se forman relaciones comerciales basadas en el trato directo entre el comprador y vendedor, se trata de acortar la cadena, y mantener el respeto mutuo entre las partes, se manejan criterios económicos, sociales y ambientales. En América del Sur las comunidades más pobres de agricultores o artesanos, o diferentes tipos de negocios se asocian para lograr mayores beneficios como grupo, se forman diferentes clases de cooperativas, grupo de mujeres. Todos ellos son el primer eslabón en la cadena de Comercio Justo.

El objetivo de este análisis es para promover y aplicar este tipo de comercio en diferentes productos no sólo para quinua orgánica, ya que son pocos los productos que se exportan por esta modalidad, lo que mejorará no solo el nivel de los agricultores sino también la economía del país por estos rubros, además de cambiar de cómo hacer negociaciones en las que todas las partes ganen comprador – vendedor.

Para lograr este análisis de las ventajas de exportar quinua mediante el Comercio Justo es necesario a la investigación de campo en Organización COPROBICH ya que esta organización es la principal exportadora de quinua orgánica mediante el sistema de Asociatividad y Comercio Justo en el país.

Esta investigación tiene como objetivo dar una mayor difusión acerca del sistema de Asociatividad y Comercio Justo, sus ventajas y beneficios para los pequeños agricultores y para las exportaciones del país. El presente trabajo está mentalizado también como una guía para que los estudiantes, profesionales y público en general que deseen conocer más profundamente el tema de Exportaciones por medio del Sistema de Asociatividad y Comercio Justo.

2 CAPITULO 2

2.1. ANTECEDENTES

En el Ecuador las malas prácticas comerciales con las que se ha tratado a los pequeños agricultores con respecto al pago por sus productos por parte de las grandes empresas exportadoras, esto ha sido un problema de muchos años, los gobiernos de turno han tratado siempre de regular los precios para lograr de alguna forma una mejor pago a los agricultores, pero sin mayor resultado, esta problemática no solo se desarrolla en nuestro país, sino a nivel mundial.

En la década de los 80, Max Havelaar tuvo la idea de un nuevo concepto del comercio basado en un precio justo de acuerdo a la calidad del producto, a la responsabilidad social y al cuidado del medio ambiente. Este pensamiento se extendió desde Holanda hasta varios países de Europa, Norte América, Japón generando gran impacto.

El Comercio Justo es un sistema que integra procesos de producción, distribución y consumo orientado hacia un desarrollo solidario y responsable que beneficie principalmente a los agricultores excluidos o explotados para lograr mejores condiciones de vida, mejorando su economía, las condiciones sociales, culturales, medioambientales y éticas, ya que todo debe ser transparente desde el inicio de la negociación hasta el final.

El Comercio justo se convirtió en una ruta que trata de reemplazar al comercio convencional con la finalidad de conseguir una mayor igualdad y ofrecer mejores condiciones comerciales para los productores que se encuentren en desventaja.

Además este sistema acorta en lo posible la cadena productor-consumidor, para que los consumidores tomen conciencia de la cultura, la identidad y las condiciones de los pequeños agricultores.

Los consumidores son el eslabón final en la cadena, los cuales hacen posible al Comercio Justo, el consumidor debe utilizar con responsabilidad el poder que tiene para decidir qué productos desean comprar, valorar no solo el precio de los productos, sino también las condiciones de quienes produjeron esos productos, y que procesos de cultivos utilizaron para poder desarrollar relaciones comerciales más justas.

La Corporación de Productores y Comercializadores Orgánicos Taita Chimborazo ofrece al mercado internacional Quinoa Orgánica certificada en Producción Orgánica (BCS) y en Comercio Justo (FLO), para satisfacer las necesidades de los consumidores conscientes del consumo de productos saludables y nutritivos, ya que estos no son expuestos a fertilizantes ni pesticidas, y al mismo tiempo sienten la responsabilidad de proteger el medio ambiente, y entienden que la adquisición de estos productos ayudan a mejorar el nivel socioeconómico de los pequeños agricultores que cultivan los productos.

La Organización nació el 30 de julio del 2003, su mentor fue el Monseñor Leonidas Proaño, antes de ser COPROBICH, la organización formo parte de las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador ERPE situada en la ciudad de Riobamba, al nacer jurídicamente la organización debía ser integrada por los mismos agricultores, la organización en sus inicios estuvo conformada por 110 agricultores en la actualidad son 1632 agricultores orgánicos.

La fuente principal de ingresos es la venta de quinua orgánica nacional e internacionalmente, sus principales competidores son Bolivia y Perú. La ventaja competitiva de Ecuador frente a la competencia, es que los compradores desean diversificar a sus proveedores de quinua y otros productos orgánicos.

El Mercado de COPROBICH es actualmente Francia, Alemania, Bélgica, Canadá. Actualmente la organización está en proceso de sacar nuevo producto al mercado internacional que tiene como base a la quinua, cebada, trigo perlado, su nombre es "El Trio los Andes".

Al no contar con una maquinas especializadas para procesar la quinua, este servicio es tercerizado, esto se convierte en un gasto que encarece el costo del producto final, además de no permitirles exportar en mayores cantidades por no tener la certeza del tiempo en que será entregado el producto limpio.

Con el paso de los años que construido una relación comercial fuerte con una organización francesa sin fines de lucro llamada Ethiquable Commerce Equitable. Recientemente ha estrechado lazos comerciales con otra organización dentro del Comercio Justo llamada Discovery Organic de origen canadiense.

La Misión de COPROBICH es Trabajar por la soberanía alimentaria, mejoramiento de los ingresos de los pequeños agricultores, proteger el medio ambiente, fortaleciendo la capacidad organizativa con incidencia social. Utilizando tics y sistemas propios de sostenibilidad.

La Visión es la consolidación de COPROBICH en el mercado nacional e internacional, concretando nuevas alianzas con gobiernos, ONGs y otras. Ampliación de socios y búsqueda de nuevos mercados para nuevos productos.

2.2. MARCO TEORICO

2.2.1. AGRICULTOR

Es la persona que se dedica al cultivo, cuidados y cosecha de un producto, y hace de esta actividad su medio de sustento.

2.2.2. ECONOMIA CAMPESINA

La economía del agricultor depende de muchos factores externos, el clima, capital para invertir en la siembra de un producto, si tienen cadena de

distribución y el factor más importante es la aceptación de los consumidores hacia el producto para la posterior venta.

En la familia campesina todos sus miembros participan desde el anciano hasta los niños, toda la ayuda es necesaria, ya que no podrían pagar mano de obra a terceras personas.

2.2.3. LA VIA CAMPESINA

La Vía Campesina es el movimiento internacional que agrupa a millones de campesinos y campesinas, pequeños y medianos productores, pueblos sin tierra, indígenas, migrantes y trabajadores agrícolas de todo el mundo. Defiende la agricultura sostenible a pequeña escala como un modo de promover la justicia social y la dignidad. Se contraponen sólidamente a los agro negocios y las multinacionales que están destruyendo los pueblos y la naturaleza.

La Vía Campesina comprende alrededor de 200 millones de campesinos y campesinas. Es un movimiento autónomo, pluralista y multicultural, sin ninguna afiliación política, económica o de cualquier otro tipo.

La Vía Campesina fue fundada en el año de 1993 en Mons, Bélgica. En aquel momento, las políticas agrícolas y la agroindustria se estaban globalizando y los campesinos necesitaban desarrollar una visión común y luchar por ella. Las organizaciones campesinas y de medianos productores también querían que se reconociese su voz y participar directamente en las decisiones que afectaban a sus vidas.

La Vía Campesina es considerada hoy en día como uno de los principales actores en los debates alimentarios y agrícolas. Es escuchada por instituciones como la FAO y el Consejo de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, y goza de un gran reconocimiento entre otros movimientos sociales a nivel internacional.

La Vía Campesina se fundamenta en un fuerte sentido de unidad y solidaridad entre pequeños y medianos productores agrícolas procedentes del Norte y del Sur. El principal objetivo del movimiento es hacer realidad la soberanía alimentaria. Se basa en la convicción de que las campesinas y los campesinos, incluyendo a los pequeños pescadores, pastores y pueblos indígenas, que constituyen casi la mitad de la población mundial, son capaces de producir alimentos para sus comunidades y alimentar al mundo de forma sana y sostenible.

Las mujeres juegan un papel fundamental en el trabajo de La Vía Campesina. Según la FAO, las mujeres producen el 70% de los alimentos mundiales pero están marginadas y oprimidas por el patriarcado. El movimiento defiende los derechos de las mujeres y la igualdad de género a todos los niveles y lucha contra todas las formas de violencia hacia las mujeres.

La Vía Campesina lanzó la idea de “Soberanía Alimentaria” en la Cumbre Mundial sobre la Alimentación de 1996. La idea fue creciendo y actualmente

forma un movimiento popular global promovido por una gran variedad de sectores sociales tales como pobres urbanos, grupos medioambientales, grupos de consumidores, asociaciones de mujeres, pescadores, pastores y otros muchos

La soberanía alimentaria es el derecho de los pueblos a alimentos sanos y culturalmente adecuados, producidos mediante métodos sostenibles, así como su derecho a definir sus propios sistemas agrícolas y alimentarios. Desarrolla un modelo de producción campesina sostenible que favorece a las comunidades y su medio ambiente. Sitúa las aspiraciones, necesidades y formas de vida de aquellos que producen, distribuyen y consumen los alimentos en el centro de los sistemas alimentarios y de las políticas alimentarias, por delante de las demandas de mercados y empresas.

La soberanía alimentaria da prioridad a la producción y consumo local de alimentos. Proporciona a un país el derecho de proteger a sus productores locales de las importaciones baratas y controlar la producción. Garantiza que los derechos de uso y gestión de tierras, territorios, agua, semillas, ganado y biodiversidad, para que estén en manos de quien produce alimentos y no del sector empresarial. Así, la implementación de una auténtica reforma agraria constituye una de las prioridades del movimiento campesino.

La soberanía alimentaria se presenta hoy en día como una de las repuestas más potentes a las actuales crisis alimentaria, de pobreza y climática.

2.2.4. FONDO INDIGENA

El Fondo para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas de América Latina y El Caribe “Fondo Indígena”, es el único organismo multilateral de cooperación internacional especializado en la promoción del autodesarrollo y el reconocimiento de los derechos de los Pueblos Indígenas, creado en 1992 durante la celebración de la II Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno, en Madrid, España.

Esta constituidos por un total de 22 países miembros: 19 Estados de América Latina (Argentina, Belice, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela), y 3 extra regionales Bélgica, España y Portugal.

Para ser miembro del Fondo Indígena es necesario ratificar su Convenio Constitutivo mediante instrumento legal emitido por el poder legislativo del Estado interesado. Su membresía entra en efecto una vez depositada la ratificación en la Secretaría General de Naciones Unidas.

2.2.5. SISTEMA PRODUCTIVO DEL CAMPO

El sistema productivo del campo se rige por técnicas encéntrales, donde se consideran técnicas de cuidados del suelo, mediante la rotación de cultivos, siembra de productos que enriquezcan el suelo, elaboración de abonos naturales con heces de animales propios del lugar. Dejando descansar la tierra para obtener productos de mejor calidad sin alterar el medio ambiente.

En la siembra, cuidados y posterior cosecha es fundamental la ayuda de todos los miembros de la familia, desde los niños hasta el anciano.

2.2.6. AGRICULTURA ORGANICA

En tiempos pasados la agricultura era orgánica, y junto a la ganadería formaban una sinergia entre ambas, lo cual era beneficioso mutuamente ya que la agricultura proveía de alimentos a los animales, y los animales producían los desechos que luego serían el abono que nutriría el suelo. Pero en la actualidad ambas actividades se realizan de manera aislada sin que pueda verse efectos beneficios.

Para tener una idea más clara de lo que significa Agricultura orgánica tenemos algunas definiciones sobre agricultura orgánica: “Es la forma de cultivar productos sin utilizar plaguicidas ni fertilizantes, para no afectar el medio ambiente, no erosionar el suelo, ni hacer perder los nutrientes del suelo, y de esta manera poder asegurar alimentos para las futuras generaciones”.

La IFOAM define como Agricultura Orgánica “al sistema de producción que mantiene la salud de los suelos, los ecosistemas y las personas. Se basa en los procesos ecológicos, la biodiversidad y los ciclos adaptados a las condiciones locales, en lugar de la utilización de insumos con los efectos adversos. La agricultura orgánica combina tradición, innovación y ciencia para beneficiar al medio ambiente que compartimos y promover relaciones y una buena calidad de vida de todos los involucrados”.

2.2.6.1. ROTACION DE CULTIVOS

Es el método mediante el cual no se cultivan los mismos productos en el mismo sitio. Este tipo de técnicas es muy habitual entre cereales y legumbres, es un método tradicional para no erosionar el suelo y para que no se desarrolle las plagas o enfermedades de las plantas, y es utilizado como un procedimiento efectivo de agricultura orgánica.

2.2.6.2. BIOESTIMULANTES

Los bioestimulantes orgánicos tienen la propiedad de incrementar las propiedades del suelo. Un ejemplo de bioestimulantes orgánico es el humus de lombriz.

2.2.6.3. BIOCIDAS

Los biocidas orgánicos son complejos que se usan sobre las semillas, follaje de las plantas y cultivos optimizando la producción y la calidad de las

cosechas. Un ejemplo de biocidas orgánicos es el estiércol de animales vacas, cuyes.

2.2.6.4. FERTILIZANTES

Es una sustancia que se aplica al suelo para proveer elementos para una mejor nutrición de las plantas. Los fertilizantes están compuestos de nitrógeno, fosforo y potasio.

2.2.6.5. PESTICIDAS

Los pesticidas son sustancias preparadas para controlar, matar, repeler plagas, los pesticidas pueden ser orgánicos o sintéticos, también pueden ser organismos vivos que eliminan plagas.

En nuestros hogares también encontramos pesticidas como por ejemplo: los limpiadores de los baños, desinfectantes, removedores de moho y los aerosoles para eliminar los diferentes insectos, dentro de los pesticidas también encontramos a los herbicidas los cuales son utilizados para controlar el crecimiento del monte en el césped.

2.2.6.6. CONTAMINACION AMBIENTAL

Los productos químicos pueden ocasionar una contaminación continua al ser tratados de manera industrial y provocar escapes devastadores en su transporte o manipuleo. Los gases principales que producen la destrucción de la capa de ozono son los provenientes de los aerosoles domésticos y de los vehículos también llamados Clorofluocarbonos (CFC).

La agricultura moderna aporta su parte en la contaminación ambiental por la utilización de fertilizantes y pesticidas, el abuso de ambos causa daños irreparables a la naturaleza y en los seres humanos produce en ocasiones intoxicaciones por desconocimiento de su peligrosidad.

2.2.7. NEGOCIOS INCLUSIVOS

Los Negocios Inclusivos son herramientas importantes dirigidas a disminuir la necesidad y la inequidad de mercados emergentes. Son iniciativas que adhieren a pequeños productores como proveedores. Esto genera una doble rentabilidad: Rentabilidad financiera y social, para mejorar el nivel de vida de estas personas.

2.2.8. ASOCIATIVIDAD

Es la unión formal y jurídica de personas para un fin específico.

2.2.9. CAMARI

Es una organización no gubernamental de comercialización solidaria, basado en los principios del comercio solidario. CAMARI es una palabra quechua que

significa “agrado o regalo”, es un sistema de comercialización del Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP), es una organización sin fines de lucro, auspiciada por la Conferencia Episcopal Ecuatoriana desde el año de 1970 apoya al desarrollo de los sectores más populares del país, mediante la capacitación, el crédito y la asistencia técnica.

Esta organización nació en el año de 1981 como complemento de la acción del FEPP, para enfrentar los problemas de la comercialización agropecuaria y artesanal que aquejan a los pequeños productores del campo y de sectores marginales del Ecuador. Esta organización beneficia a un total de 15,000 familias de pequeños agricultores.

2.2.10. FONDO ECUATORIANO POPULORUM PROGRESSIO FEPP

El Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP) es una fundación privada con social, sin fines de lucro y ecuménica, auspiciada por la Conferencia Episcopal Ecuatoriana.

Nació de la intención común de un grupo de laicos, sacerdotes y obispos, liderado por Mons. Cándido Rada, que buscaba dar respuesta al llamado de Pablo VI en la encíclica Populorum Progressio de crear un “fondo común” para la “asistencia a los más desheredados” en la perspectiva de un “desarrollo solidario de la humanidad”.

2.2.11. SISTEMA DE COMERCIO JUSTO

El Comercio Justo es aquel que eliminando los intermediarios innecesarios permite a los productores y sus familias recibir un precio adecuado por sus productos de parte del comprador, para lograr un mejor nivel de vida.

Este sistema implica un precio justo, financiamiento y una relación comercial a largo plazo. Además el Comercio Justo opera de acuerdo a tres criterios, económicos, sociales y ambientales.

Los objetivos generales del Comercio Justo son:

- Garantizar salarios justos.
- Mejorar condiciones del lugar de trabajo, el lugar debe prestar todas las normas de seguridad e higiene.
- Fomentar la igualdad de oportunidades para los hombres y las mujeres.
- Resguardar los derechos de los niños y las niñas.
- Proteger a las minorías étnicas menos favorecidas u objetos de discriminación.
- Conservar la naturaleza.

Los Criterios Específicos de Comercio Justo para Organizaciones de Pequeños Agricultores se aplican a pequeños productores que no dependen de trabajadores contratados todo el tiempo, sino que manejan la siembra, el cuidado y la cosecha de los productos por sus propios medios y el de los miembros de su familia.

Es muy importante que exista democracia, los beneficios deben ser distribuidos entre los agricultores, todos los miembros tienen voz y voto en la toma de decisiones de la organización.

Existen tres Criterios Específicos para la Quinoa Orgánica y son:

Desarrollo Social:

Pequeños productores que son aquellos que no dependen de un contrato permanente de trabajo, los cuales administran sus tierras principalmente con su propio trabajo y el de su familia.

Democracia, participación y transparencia.

La organización deberá tener una estructura democrática y una administración transparente que permita a los miembros y a la Junta tener un control efectivo sobre los temas de dirección. Además, no podrá existir discriminación en lo referente a participación y afiliación.

Contra la discriminación

FLO sigue el Convenio número 111 de la OIT sobre la discriminación de los trabajadores. Dicho convenio rechaza “cualquier distinción, exclusión o preferencia basada en motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional y origen social que tenga por efecto anular o alterar la igualdad de oportunidades o de trato en el empleo y la ocupación” (Art. 1). En la medida en que sea aplicable, FLO extenderá estos principios a los miembros de las organizaciones.

Desarrollo Económico

Premio de Comercio Justo

La organización debe estar comprometida a, y tener la capacidad de, administrar la prima de Comercio Justo de tal forma que sea transparente para los beneficiarios. Las decisiones sobre el uso del premio serán tomadas de forma democrática por los miembros.

Capacidad de Exportación

Los productores deberán tener acceso a los medios logísticos, administrativos y técnicos pertinentes para poder ofrecer al mercado un producto de calidad.

Desarrollo Medioambiental.

Protección del Medio Ambiente

Este sistema espera de los pequeños agricultores que respeten su entorno natural y que siempre este en primer lugar la protección del medio ambiente como parte de sus prácticas agrícolas.

Los productores deberán implementar un método de Dirección de Cultivo Integrado (DCI), con la intención de establecer un equilibrio entre la protección medioambiental y los resultados comerciales a través de un control permanente de parámetros económicos y ecológicos. De acuerdo a estos parámetros se elaborara y aplicará constantemente un plan integrado de protección y cultivo. Todas estas especificaciones deben ser seguidas al pie de la letra por los productores para obtener la certificación orgánica. DCI minimiza el uso de fertilizantes y pesticidas, reemplazándolos parcial y gradualmente por fertilizantes orgánicos y por formas biológicas de control de enfermedades.

Relación Contractual Estable y a Largo Plazo

Para que ambas partes puedan mejorar la planificación y la preparación de todos los negocios acordados, compradores y vendedores tratarán de establecer una relación a largo plazo en la cual los derechos e intereses de ambos serán respetados mutuamente. Estos acuerdos de largo plazo tendrán que ser confirmados por un intercambio de cartas de intención y compromiso, a más tardar tres meses antes de la temporada de cosecha. Las renovaciones anuales deben confirmarse por lo menos tres meses antes del vencimiento de la carta de intención previa. Fairtrade Labelling Organizations International.

Pre-financiamiento - Crédito

A petición del vendedor, el comprador debe poner a disposición un importe de hasta el 60 por ciento del valor mínimo del contrato en facilidades de crédito a favor del vendedor a la firma de una carta de intención o en cualquier fecha después, de acuerdo con las peticiones del vendedor, sin embargo por lo menos seis semanas antes del embarque. Los intereses correspondientes deben ser cubiertos por el vendedor a una tasa de interés comercial corriente (o mejor) en el país de destino. Fairtrade Labelling Organizations International.

Fijación del Precio y Prima

El precio mínimo de Comercio Justo para la quinua procedente de Ecuador, Bolivia y Perú es al nivel de Puerta de la Finca.

Además del precio mínimo de Comercio Justo, los compradores deben pagar una prima de Comercio Justo tal y como es determinada por FLO.

Si el precio del mercado estuviera por encima del precio de Comercio Justo, los compradores pagarán el precio del mercado. Fairtrade Labelling Organizations International.

Cuadro No 1: Precios y Prima de Comercio Justo

Producto	Tipo	País	Precio mínimo CJ	Premio Mínimo CJ
Quínoa	Convencional	Bolivia	711	85
Quínoa	Orgánica	Bolivia	861	85
Quínoa	Convencional	Ecuador	711	85
Quínoa	Orgánica	Ecuador	861	85
Quínoa	Convencional	Perú	711	85
Quínoa	Orgánica	Perú	861	85

Fuente: <http://www.fairtrade.net>

Pago Prima de Comercio Justo (FLO)

El Procesador Registrado FLO o el Importador Registrado FLO son responsables del pago del Precio de Comercio Justo FLO y/o la Prima de Comercio Justo FLO al Productor Certificado FLO.

Condiciones Internacionales Consuetudinarias

Regirán todas las condiciones habituales internacionales, a no ser que sean anuladas por una de las condiciones especiales de FLO especificadas en los criterios de FLO. Fairtrade Labelling Organizations International.

2.2.12. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO JUSTO

La Organización Mundial de Comercio Justo WFTO, es una red de organizaciones de Comercio Justo, nació en el año de 1980 con el objetivo de promover e interrelacionar a las organizaciones de Comercio Justo, y al mismo tiempo trabajar para lograr mayor equidad en la práctica comercial.

2.2.13. COORDINADORA LATINOAMERICANA Y DEL CARIBE DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DEL COMERCIO JUSTO CLAC.

Es una instancia de representación de las organizaciones de los pequeños agricultores, la cual fortalece a las organizaciones bases con asistencia y capacitación, en esta organización se socializan temas de precios, primas, cumplimiento de los estándares de comercio justo por parte de las organizaciones base.

2.2.14. COORDINADORA ECUATORIANA DE COMERCIO JUSTO CECJ.

En el Ecuador existe la Unión Nacional de Asociaciones de Pequeños Productores Agropecuarios Certificados en Comercio Justo CECJ, donde están incluidos las siguientes organizaciones Cerro Azul (El Oro), COPROBICH (Chimborazo), Fortaleza del Valle (Manabí), Fapecafes (Loja, El Oro y Zamora Chinchipe), Nuevo Mundo (El Oro) y Jambiwika (Chimborazo), los mismos

están distribuidos en las distintas regiones del Ecuador, el objetivo principal es consolidar y fortalecer a la Organización en Comercio Justo, y buscar nuevos espacios para colocar los productos de nuestro país, para mejorar la vida de los miembros de la organización.

2.2.15. FAIRTRADE LABELLING ORGANIZATION. FLO

FLO fue creada en el año de 1997, pero esta iniciativa se remonta al año de 1980 en Holanda cuando Max Havelaar quería que los productos de Comercio Justo se diferencien de los productos del comercio convencional.

FLO es la entidad encargada de definir los estándares de Comercio Justo para cada uno de los productos que llevan el Sello FAIRTRADE, también presta asistencia a los productores interesados en participar en el sistema de Comercio Justo.

2.2.16. SELLO INTERNACIONAL DE CERTIFICACION DE COMERCIO JUSTO (FAIRTRADE).

El Sello FAIRTRADE es miembro de la Fairtrade Labelling Organizations (FLO), desde mayo de 2005.

El sello de garantía es el que diferencia a los productos de Comercio Justo, y da la confianza al consumidor de que el producto que va a consumir es saludable, ya que fue cultivado bajo estrictas normas medioambientales, es decir por medio de la agricultura orgánica, además de normas sociales y económicas.

2.2.17. CERTIFICADORA DE COMERCIO JUSTO

2.2.17.1 FLO - CERT

La certificadora FLO es independiente, y es la encargada verificar el cumplimiento de los estándares Fairtrade por parte de los productores, importadores y comerciantes. Todas las organizaciones que participan en el sistema de Comercio Justo están registradas en los archivos de la FLO-CERT y son sometidas a controles regulares, para un mejor control del sistema y para mantener un excelente proceso.

2.2.17.2. INSTITUTE FOR MARKETECOLOGY. IMO.

El Institute For Marketecology es una agencia internacional de certificación e inspección, fue fundada en Suiza en el año de 1990. Este certificado permite que los productos bajo esta certificación puedan ingresar a los mercados de Europa, Estados Unidos, Japón y en otros más.

2.2.18. INTERNATIONAL FEDERATION OF ORGANIC AGRICULTURE MOVEMENTS (IFOAM).

Organización Mundial Para El Movimiento Orgánico, concentra a más de 750 organizaciones miembros de 116 países, la organización garantiza al mercado de la calidad de que un producto es orgánico. La IFOAM está formada por un sistema de normas denominadas Sistema de Garantía Orgánica las cuales deben ser adoptadas por las organizaciones miembros, y a su vez por dar la confianza al consumidor de la calidad de los productos que adquiere.

Los principios de IFOAM son: salud, ecología, equidad y atención.

2.2.19. CERTIFICADORA DE PRODUCCION ORGANICA

2.2.19.1. BCS OKO GARANTIE

BCS fue fundada en el año de 1990, y desde el 11 de mayo de 1992 fue autorizada como organización de control para la inspección y certificación de acuerdo con el Reglamento Europeo para productos orgánicos. Está ubicada en ciudad de Núremberg – Alemania, es una institución muy prestigiosa gracias a su labor intachable en la ejecución de las normas y requisitos para poder ser avalado por ellos.

2.2.20. EXPORTACION DE PRODUCTOS ORGANICOS.

Para la exportación de productos orgánicos existen requisitos que el exportador seguir:

- Debe estar registrado por una certificadora de Producción Orgánica, este es un requisito indispensable que debe cumplir para poder entrar a mercados internacionales.
- Regirse bajo todas las normas y demás requisitos impuestos por la certificadora.
- Todos los productos a exportarse deben estar identificados con el sello de la certificadora en lugar visible. Además de colocar la fecha de caducidad, lugar de origen del producto, quien lo produce.

2.2.21. ETHIQUABLE.

Ethiquable es organización sin fines de lucro ubicada en la ciudad de Gers-Francia, está especializada en Comercio Justo, desde el 2003 apoya a pequeños agricultores de varias partes del mundo, en especial del América del Sur, para lograr una mejora en la economía de los pequeños agricultores, además trata de preservar la agricultura campesina, promueve el valor añadido para los productores de los países en vías de desarrollo, y trata de ofrecer diferentes productos accesibles a más personas.

Ethiquable solo trabaja en la compra directa con pequeños agricultores organizados en cooperativas, asociaciones. Ethiquable en ocasiones ayuda en la elaboración de producto final en el país de origen.

Esta organización se enfoca en productos de agricultura campesina que se desarrollen mediante prácticas agrícolas sostenibles y sustentables, sus principios son la gestión participativa y democrática.

2.2.22. CONSUMIDOR DE PRODUCTOS AGRICOLAS CERTIFICADOS

Son personas conscientes de que al consumir productos orgánicos mejora su salud, y que esta opción de cultivos orgánicos ayudar a no contaminar el medio ambiente.

2.2.23. CERTIFICADO DE ORIGEN

El certificado de origen es un documento en el cual constan detalles de la materia prima nacional o importada, el proceso de producción, costos, con el objetivo que las autoridades puedan determinar si el producto cumple con los requisitos para tener origen ecuatoriano.

2.2.24. CERTIFICADO FITOSANITARIO DE EXPORTACION

Es un documento de verificación de la condición de salubridad en la que se encuentra determinados productos, los mismos que son expedidos por el MAGAP, son necesarios para cumplir con requisitos internacionales de exportación.

2.2.25. PESO BRUTO

Es el peso de las mercancías, incluido el embalaje y paletas para el transporte internacional, pero excluyendo la unidad de carga.

2.2.26. PESO NETO

Es el peso propio de la mercancía, desprovista del embalaje (materiales y componentes utilizados en cualquier operación de embalaje para envolver y proteger artículos y sustancias durante el transporte) y paletas.

2.2.27. PRODUCTOS COMPENSADORES

Los productos obtenidos como resultado de la incorporación, transformación, elaboración o reparación de mercancías cuya admisión bajo el régimen de perfeccionamiento activo o pasivo haya sido autorizada.

2.2.28. CANALES DE DISTRIBUCION

Los canales de distribución tienen una estrecha dependencia con el consumo, ya que esta interacción de ambas permite que el producto sea puesto al alcance de los consumidores y así ellos puedan conocerlo y al mismo tiempo los incite a obtener el producto.

El canal de distribución es como una cadena para lograr la venta del producto, está formado por tres eslabones la fábrica, el intermediario y el consumidor.

2.2.29. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION

Estrategia es toda acción direccionada a obtener un objetivo deseado, desarrollando formas adecuadas para ser más competitivos los productos o servicios en el mercado y que esto pueda ser percibido por los clientes.

Tipos de estrategias

Posicionamiento.- características distintivas del producto o de una marca; percepción de las marcas de la competencia, posición en el mercado, expectativas de los consumidores, medios de marketing para defender la posición.

Competitivas.- define la forma en que una empresa decide enfrentarse a sus adversarios.

2.2.30. VALOR AGREGADO

Es una característica adicional del producto que el cliente percibe y por el que se su interés de adquirirlo.

2.2.31. DIVERSIFICACION

Variedad de la gama de productos, de manera que esté de acuerdo a las preferencias y tendencias de compra de los diversos segmentos que conforman nuestro público objetivo

2.2.32. BALANZA COMERCIAL

Diferencia entre las Exportaciones y las Importaciones. La Balanza Comercial es favorable activa cuando las exportaciones, en un período dado, superan a las importaciones; del mismo modo, cuando existen saldos negativos, se habla de una balanza comercial desfavorable o pasiva.

2.2.33. DIVISAS

Cualquier tipo de documento de giro o crédito extendido en moneda extranjera y a cargo de un deudor extranjero.

2.2.34. MERCADO

Lugar en donde habitualmente se reúnen los compradores y vendedores para efectuar sus operaciones comerciales. La idea de mercado ha ido unida siempre a la de un lugar geográfico. Como consecuencia del progreso de las comunicaciones el mercado se ha desprendido de su carácter localista, y hoy día se entiende por mercado el conjunto de actos de compra y venta referidos a

un producto determinado en un momento del tiempo, sin ninguna referencia espacial concreta.

El mercado de un bien es la red de ofertas y demandas cuya confrontación conduce a formar los precios y a determinar las cantidades de bienes que han de ser objeto de intercambio. Si se da el nombre de mercado a este encuentro, es para señalar la idea de frontera (marca) que existe entre dos posiciones: la del que ofrece y la del que demanda

2.2.35. REGIMEN DE ADMISION TEMPORAL PARA PERFECCIONAMIENTO ACTIVO.

Art. 149.- Es el régimen aduanero que permite el ingreso al territorio aduanero ecuatoriano, con suspensión del pago de los derechos e impuestos a la importación y recargos aplicables, de mercancías destinadas a ser exportadas luego de haber sido sometidas a una operación de perfeccionamiento, bajo la forma de productos compensadores.

Podrán autorizarse instalaciones industriales, que al amparo de una garantía general, operen habitualmente bajo este régimen, cumpliendo con los requisitos previstos en el reglamento al presente Código. Los productos compensadores que se obtengan aplicando este régimen podrán ser objeto de cambio de régimen a importación para el consumo, pagando tributos sobre el componente importado de dicho producto compensador. Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. 2010.

3 CAPITULO 3: CUERPO DEL TRABAJO

3.1. EL PRODUCTO: QUINUA

Gráfico No 1: Quinua Orgánica



Fuente: Comunidad Baldaluparxillo-Chimborazo.

Foto: Sonia Flores.

La quinua es un pseudo cereal herbáceo anual cuyo origen estaría en el altiplano o en los Andes del norte del Perú y Ecuador. Se le denomina pseudo cereal porque no pertenece a la familia de las gramíneas como los cereales, que esta posee cualidades superiores.

La quinua, a diferencia de otros cultivos, no requiere cuidados especiales en el cultivo, además requiere de menos agua y tolera mejor los cambios de temperatura. La quinua se cultiva mayormente en los países de la región andina entre ellos se encuentra: Bolivia, Perú, Ecuador, Chile y Argentina y en algunas zonas de Colombia, siendo los mayores productores Bolivia, Perú y Ecuador.

Es importante resaltar que según la OMS (Organización Mundial de la salud) y la FAO (Food and Agriculture Organization) Organización para la Agricultura y la Alimentación de las Naciones Unidas, la quinua ha sido determinado como el alimento ideal para el ser humano debido a que contiene el mejor balance de proteínas, además por brindar tantas formas de uso.

Cuadro 2. Composición Proximal de la semilla de quinua.

Contenido	g/100 g de semilla
Calorías	331
Humedad	9,8
Proteína	13,0*
Lípidos	7,4
ENN	64,1**
Fibra cruda	2,7
Cenizas	3,0
* N x 5,7 ** Por diferencia	

Fuente: Schmidt-Hebbel y col., 1992

Luego que se realizaran análisis bromatológicos de la composición del grano y se divulgara esta información, la quinua ha adquirido importancia internacional por ser uno de los pocos alimentos de origen vegetal que es rico en proteínas y posee todos los aminoácidos esenciales para el ser humano. También contiene ácidos grasos esenciales como los ácidos grasos insaturados, destacando su alto contenido de ácido linoleico (50,2-56,1%) y oleico (22,0-24,5%), y moderado de linolénico (5,4-7%) (Walhi, 1990; Ruales y Nair, 1992). Asimismo, la quinua posee un alto contenido de vitaminas del complejo B, C y E, además de minerales tales como: hierro, fósforo, potasio y calcio. Este último se encuentra en la misma concentración que en la leche descremada, mientras que el fósforo es cuatro veces más concentrado que el de ésta (Albarrán, 1993).

Es posible clasificar la quinua según su concentración de saponina y este puede ser y este puede ser: en dulce (sin saponina o con menos del 0.11% en base al peso en fresco), o en amarga (contiene un nivel mayor al 0.11% de saponina).

Las pequeñas semillas de quinua están recubiertas de una delgada membrana o pericarpio que contiene hasta un 4% de saponina, sustancia sumamente amarga y que produce abundante espuma al agitar la semilla en agua (Junge y Cerda, 1978).

Las saponinas son sustancias orgánicas de origen mixto, ya que provienen tanto de glucósidos triterpenoides (de reacción ligeramente ácida), como de esteroides derivados de perhidro 1,2 ciclopentano fenantreno. En las formas silvestres y las variedades amargas de quinua, el contenido máximo (aproximado) de saponina es de un 2.8% (aunque el rango es variable de acuerdo a la especie y al ecotipo), valor extremadamente alto comparado con

las exigencias actuales del mercado, que fijan como valor límite 0,05% (Fontúrbel, 2003).

Además del fuerte sabor amargo, se ha descubierto que las saponinas son ligeramente tóxicas para los animales y el ser humano, y por ello deben ser eliminadas antes del consumo del grano. En el organismo, las saponinas ocasionan dolor estomacal, náuseas, ligera diarrea y problemas en la digestión, puesto que la fase jabonosa producida al mezclarse con el agua y al ser agitada por los movimientos peristálticos de las vísceras, hace que se rompan las fuerzas de tensión superficial de las fases líquidas que intervienen en el proceso de digestión (Fontúrbel, 2003).

La eliminación de esta sustancia jabonosa se puede realizar en forma manual (lavando el grano con agua y frotándolo hasta que no salga espuma) mecanizado (usando una peladora que pasa el grano por paletas friccionando contra una malla trenzada) (Sepúlveda y col., 2004).

3.2. BENEFICIOS DE LA QUINUA

La quinua ofrece un valioso valor nutritivo al consumirse. Va destinado a mercados donde actualmente lo más importante es tener una alimentación saludable.

Es rica en hidratos de carbono, que contiene todos los aminoácidos esenciales, grasas insaturadas, minerales y vitaminas, es un alimento esencial para el desarrollo de las células del cerebro, es anti cancerígeno y previene la osteoporosis y enfermedades del corazón.

La quinua posee una gran cantidad de minerales que los otros cereales y gramíneas, como el fósforo, potasio, magnesio y calcio entre otros minerales, ayuda a reducir la concentración de colesterol en el organismo, aporta fibra y no contiene gluten por lo que es recomendado a personas que sufren de celiaquía o intolerancia permanente al gluten.

La quinua se puede adaptar con facilidad a la alimentación diaria, por su agradable sabor, y puede presentarse como sustitutos de otros productos como el arroz. También es utilizado como ingrediente principal de muchos productos elaborados por alto potencial en nutrientes, lo podemos encontrar en chocolate en polvo, centro de bombones, café, pinol, galletas.

La NASA ha seleccionado entre los mejores alimentos para los astronautas, para su consumo durante los viajes espaciales, la quinua. (Universo, 2002)

En efecto este seudocereal nativo es uno de los mejores alimentos del mundo. Su balance de macronutrientes (proteínas, grasa, carbohidratos y fibra) al igual que de los micronutrientes (minerales y vitaminas) es el más aproximado a las necesidades humanas, más cercano que los de la leche, los huevos, la carne. Su valor nutritivo es tan alto como el de los alimentos de origen animal.

En un país como el nuestro, que tiene un alto índice de desnutrición de los niños, lo ideal sería alimentarlos con productos elaborados con quinua. Una ración o un plato de alguna comida con quinua puede ser equivalente a una comida con carne o un vaso de leche, pero a un precio muy inferior. La quinua debería incorporarse al almuerzo escolar y a la dieta complementaria de infantes y niños.

En 1999, en el laboratorio bromatológico del Ministerio de Salud, se hicieron varios ensayos de preparación de comida a base de quinua, para sustento de niños y además se resolvió incorporar este grano a las raciones de complemento alimentario que el Ministerio entregaba a las madres, en ese momento no hubo proveedor que vendiera por toneladas. Ahora ya existe suficiente producción que puede ser utilizada.

3.3. USOS ALIMENTICIOS DE LA QUINUA ORGANICA.

La quinua tiene una extensa variedad de preparaciones, se puede utilizar en coladas, sopas, los vegetarianos lo utilizan como sustituto del arroz.

La harina de quinua es el producto que resulta de la quinua molida sin la fina recubierta que la protege cuando está en grano, con diferentes grados de finura. La harina de quinua es muy importante para la elaboración de otros productos que la utilizan como ingrediente principal de sus productos fideos, galletas, pinol, pasteles. La quinua en grano es utilizada como relleno de exquisitos bombones.

La harina tostada de quinua resulta de la quinua sin saponina en grano tostada y es utilizada en la repostería. Las hojuelas de quinua se obtienen de la quinua en grano sin saponina laminados en forma artesanal, lo que le da la forma laminada o aplanada, este tipo de producto puede ser consumido directo o con leche.

Con la quinua se elabora también la chicha, mediante la fermentación, esta es una bebida ancestral de los pueblos andinos.

Otro uso es el expandido de quinua o pop quinua, esto se obtiene después de que el grano ha pasado por un proceso de expansión, la expansión se consigue mediante el paso brusco de temperatura y presión. La expansión ocurre cuando la humedad residual del grano se calienta a alta presión por la que ocurre la vaporización explosiva del agua al interior de material alimenticio. La quinua pop es utilizada como cereal, relleno de bombones y en las barras energéticas.

Los granos que no son pasan el control de calidad para ser exportados son denominados de segunda clase y son destinados para el mercado local y también para la alimentación de animales de rancho, aves, cerdos y rumiantes en condiciones especiales (Ccbolgroup, 2006).

3.4. USOS MEDICINALES DE LA QUINUA ORGANICA.

Las aplicaciones de la quinua en la medicina tradicional son conocidas desde tiempos remotos. En las comunidades del altiplano y los valles se menciona que los curanderos Kallawayas (en Aymara significa portadores de yerbas medicinales, Bolivia) hacen múltiples usos de la quinua para fines curativos e inclusive mágicos, utilizando por ejemplo el grano, los tallos, y las hojas para este fin. Los modos de preparación y de aplicación varían entre sus usos más frecuentes se pueden mencionar el tratamiento de abscesos, hemorragias y luxaciones.

Según la medicina tradicional, el tallo y las hojas de la quinua cocidas con aceite, vinagre y pimienta proporcionan sangre, de igual manera si se hacen cocer las hojas sólo con vinagre y se hacen gárgaras, o se coloca una cataplasma, se desinflama la garganta y se curan las anginas.

Si las hojas se hacen cocer con azúcar y canela, este cocimiento purifica el estómago, desaloja la flema y la bilis y quita las náuseas y el ardor del estómago. La infusión de las hojas se usa para tratar infecciones de las vías urinarias o como laxante.

Las hojas frescas de la quinua, consumidas ya sea en forma de sopas o de segundo, es el remedio indicado contra el escorbuto y otros males o enfermedades causadas por una avitaminosis o falta de alguna vitamina en el organismo. Es un remedio probado contra el ántrax, herpes, urticaria, 'llejti' y otras afecciones de la piel (Zalles y De Lucca, 2006). El grano de quinua tiene diversas formas de uso para combatir las afecciones hepáticas, las anginas y la cistitis. Es un analgésico dental y tiene la cualidad de ser antiinflamatorio y cicatrizante, por lo que se aplican emplastos de quinua negra, combinada con algunas otras plantas, para curar las fracturas de huesos. Su fruto contiene bastante cantidad de sustancias alcalinas y se usa como remedio en las torceduras, fracturas y luxaciones, haciendo una pasta mezclada con alcohol o aguardiente.

También se recomienda como refrigerante, diurético y preservativo para cólicos. Con especialidad emplean la quinua como remedio antiblenorrágico y en la tuberculosis. La decocción de los frutos es usada medicinalmente para aplicarla sobre heridas y golpes, y también se hacen cataplasmas de los mismos. P

or ello el agua del grano cocido cura abscesos del hígado y supuraciones internas, afecciones catarrales, es un laxante suave, es bueno para el insomnio, combate la caspa y es buen tónico para el cabello, según los curanderos Kallawayas.

De igual forma el agua de grano cocido con leche y aceite de almendras sirve para lavar los oídos ante el dolor, los ruidos y la sordera (Pinto et al., 2010). Según Zalles y De Lucca (2006), el cocimiento de 5 cucharadas de semillas de quinua en dos botellas de agua es un buen sudorífico. Este mismo cocimiento, endulzado con miel de abejas o chancaca, es un remedio probado contra las afecciones bronquiales, catarro, tos e inflamación de las amígdalas. El caldo, sopa, o graneado caliente de quinua es un tónico nutritivo, aumenta la leche materna, es reparador de fuerzas, y preserva de la tuberculosis. La sopa de







quinua con ullucu o papalisa picada o la chicha de quinua aumentan en forma inmediata la leche de las mujeres que dan de lactar. Contra la neumonía y los dolores de espalda y de cintura, se aplica a las partes afectadas, parches o emplastos preparados con el cocimiento de malva y harina de los granos de quinua (Zalles y De Lucca, 2006).

3.5. OTROS USOS.

INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia. (Enero a Junio de 2005) explica que el tallo de la quinua es utilizado para la fabricación de papel y cartón, incluso la saponina tiene una variedad de usos: detergente, champú, pasta de dental, antibióticos.






Valores Nutricionales.

Cuadro No 3 Componentes de la Quinua comparados con otros productos.

Componentes%	Quinua	Carne	Huevo	Queso	Leche Vacuno	Leche Humana
Proteínas	13.00	30.00	14.00	18.00	3.50	1.80
Grasas	6.10	50.00	3.20	-	3.50	3.50
Hidratos de carbono	71.00	-	-	-	-	-
Azúcar	-	-	-	-	4.70	7.50
Hierro	5.20	2.20	3.20	-	2.50	-
Calorías 100 Grs.	370.00	431.00	200.00	24.00	66.00	80.00
						

Fuente: www.prodiveristas.bioetica.org/quinua.htm

Cuadro No 4. Componentes de la Quinua comparados con otros cereales.

Componentes%	Quinoa	Trigo	Maíz	Arroz	Avena
Proteínas	13.00	11.43	12.28	10.25	12.30
Grasas	6.70	2.08	4.30	0.16	5.60
Fibras	3.45	3.65	1.68	VEGETAL	8.70
Cenizas	3.06	1.46	1.49	0.60	2.60
Calcio	0.12	0.05	0.01	-	-
Fósforo	0.36	0.42	0.30	0.10	-
Hidratos de Carbono	71.00	71.00	70.00	78.00	60.00
					

Fuente: www.prodiveristas.bioetica.org/quinoa.htm

3.6. REALIDAD SOCIOECONOMICA DE LOS PRODUCTORES DE QUINUA.

Gráfico 2. Pequeños productores de la Comunidad Baldaluparxillo- Provincia Chimborazo.



Fuente: Comunidad Baldaluparxillo
Foto: Sonia Flores

La vida de los agricultores es muy dura, viven en casa muy pequeñas alrededor de ocho personas, no gozan de los derechos elementales como son la salud y la educación. No tienen alcantarillado, usan letrinas, toda la familia está involucrada en las tareas del campo, desde el bisabuelo hasta los menores que puedan ayudar.

Las comunidades de la provincia de Chimborazo se encuentran asociadas bajo el nombre de COPROBICH que cuenta con más de 1632 productores de

quinua orgánica, en esta provincia la mayor parte de los campesinos son de descendencia Puruhá, son bilingües pero predomina su idioma natal, el kichwa. (Guapi, 2012)

La pobreza presente en los pueblos indígenas no sólo proviene de la inequidad económica que es una situación estructural, sino también de una exclusión histórica al no tomar en cuenta la diversidad cultural e imponerles a estos pueblos modelos de desarrollo ajenos a su realidad.

En el Ecuador la incidencia de la pobreza en los indígenas es marcada, es tal la magnitud que aproximadamente 9 de cada 10 indígenas no tienen la posibilidad de satisfacer sus necesidades básicas y por lo tanto son considerados pobres. Esta situación es más grave cuando se hace un análisis por género, puesto que los hogares con jefe mujer son los que mayor incidencia de pobreza frente a los que tienen jefe hombre.

Cuadro No 5. Incidencia de la Pobreza Indígena en el Ecuador

Incidencia de la Pobreza	89,91%
Incidencia de la Pobreza mujeres	90,12%
Incidencia de la Pobreza hombres	89,69%
Incidencia de la Extrema Pobreza	67,61%
Incidencia de la Extrema Pobreza mujer	68,22%
Incidencia de la Extrema Pobreza hombres	66,96%

Fuente: SIDENPE-FAO

Las políticas de reducción de la pobreza las cuales deben estar acordes con las metas del milenio, deberían dirigirse con especial atención hacia los indígenas puesto que este es el grupo más vulnerable.

El analfabetismo es un problema social, la tendencia internacional es a desaparecer este mal, sin embargo, en el Ecuador aun existe, y los niveles son alarmantes, uno de los grupos más afectados son los indígenas.

Cuadro No 6. Analfabetismo de los Pueblos Indígenas del Ecuador

Analfabetismo	28,16%
Analfabetismo mujeres	35,94%
Analfabetismo hombres	19,69%

Fuente: SIDENPE-FAO

El analfabetismo en los grupos y nacionalidades indígenas es de 28% aproximadamente, siendo las mujeres las más afectadas con el 36% y los hombres con el 20%.

Este indicador de educación es básico, sin embargo, es muy demostrativo al poner en evidencia la necesidad de políticas públicas que mejoren el nivel educativo de los pueblos indígenas respetando su pluriculturalidad. (CEPAL, 2005).

El impacto del Comercio Justo en esta provincia lo podemos ver representado en la capacitación que cada uno de los agricultores ha recibido, el continuo mejoramiento en los métodos para mantener una tierra más fértil y sin contaminación.

El conocimiento que han obtenido de sus derechos y obligaciones dentro del Comercio justo, les dado la confianza y el respaldo para pedir el precio adecuado por sus productos, y mantener precios estables. Gracias a su perseverancia por en la labores, el control sobre los cultivos, y de regirse por las más estrictas normas internacionales de producción orgánica los productos que ellos producen han ganado fama mundial y son muy reconocidos por su calidad.

Ellos reciben publicidad gratuita por parte de sus distribuidores. El Comercio Justo paga mejores precios que el Comercio convencional, y al acortar la cadena de agricultor –distribuidor- consumidor, no se encarece el producto, permitiéndoles poder exportar productos con precios accesibles.

Además el Comercio Justo, crea ingresos adicionales, crea puestos de trabajo locales. El impacto social que ha producido el Comercio Justo es que más campesinos no salen de sus tierras para buscar mejores días, muchos han regresado del exterior y ahora se dedican al cultivo de quinua orgánica y otros cereales.

Se revalorizado la cultura y su identidad Purahá, el propósito de este sistema es mejorar el trabajo en estas comunidades, que logren una adecuada administración de la tierra y de sus recursos, para que las generaciones futuras puedan beneficiarse de un mejor lugar para vivir y al mismo tiempo se pueda tener una seguridad alimentaria.

Los efectos medioambientales del CJ, es que se logra un excelente producto final, saludable y no perjudica al medio ambiente, la forma de cultivar es manual, como lo hicieron sus ancestros, utilizan abonos orgánicos, biocidas y bioestimulantes todo es orgánicos, estos son producidos con estiércol de animales, ramas de quinua, ceniza, compost de lombrices y otros desechos orgánicos, todos estos abonos permiten mantener la fertilidad del suelo.

La mayoría de la población en la Provincia de Chimborazo se dedican a la agricultura, en esta provincia se han especializado en el cultivo de la quinua

orgánica. Es decir que el 80% de quinua orgánica del país proviene de Chimborazo. Cada agricultor tiene un promedio de 600 m² máximo de tierras. Las gestiones que hace el gobierno para apoyar al pequeño productor no es integral, porque no es constante porque no hay un seguimiento de los proyectos. Los créditos para producción específica de la quinua orgánica son complicados por la cantidad de requisitos existentes, esto hace que busquen otras opciones de crédito en el exterior o en Organizaciones no gubernamentales.

3.7. PRODUCCION DE QUINUA EN COMUNIDADES CAMPESINAS

En la provincia de Chimborazo se ha concentrado la mayor cantidad de pequeños agricultores por medio del Sistema de Asociatividad y Comercio Justo para el cultivo de la quinua orgánica, esta organización es la Corporación de Productos y Comercializadores Orgánicos “Bio Taita Chimborazo”, cuentan con 1632 pequeños productores de 86 comunidades de los diferentes cantones: Riobamba, Colta, Guano, Penipe y Chambo.

La quinua que se cultiva en nuestro país es tipo valle o también conocida como quinua dulce, tiene 1 a 2 mm., es de color beige y blanco. Cultivar la quinua toma ocho meses desde la siembra hasta la cosecha, la siembra puede empezar desde noviembre y la cosecha en julio. En el cultivo de la quinua orgánica se deben seguir muchas normas y métodos para cuidar los nutrientes de tierra como la rotación de cultivos, es decir que en el lugar donde este año se siembra quinua el próximo no se lo hará, en su lugar se cultiva avena y vicia que es un grano para alimentar a los animales, preferentemente se siembra este tipo de productos porque no necesitan de químicos ni fertilizantes para su desarrollo y dejan muchos nutrientes en la tierra para el cultivo de la quinua.

Este proceso tiene varias etapas:

- Arar la tierra con los animales (vacas, burros).
- Verter en la tierra abonos orgánicos elaborados por los propios agricultores.
- Verter ceniza.
- Mezclar todos los abonos.
- Formar surcos y lanzar las semillas de quinua.
- Al mes que la semilla ha germinado se realiza el rascadillo, que es el proceso de sacar la maleza de entre las pequeñas plantas de quinua, proceso que se realizara varias veces durante el crecimiento del grano.
- La cosecha, al término del mes julio, el cabecilla responsable de la comunidad controla el desde el inicio hasta la cosecha mediante un “diario de campo”, el cual indica todo lo que le ha sucedido a la cosecha, cuánta agua, cuánto abono fue empleado en la producción de la quinua, o cualquier novedad que se haya presentado, solicita la visita del técnico

agrícola para la elaboración del diseño del terreno para que le dé un aproximado de lo que se va a recoger. Por el mes de agosto empiezan los campesinos a cortar las plantas de quinua.

- Moler con una piedra el grano con cuidado para no dañarlo y poder sacar la recubierta llamada saponina.
- Pisado, es el proceso en el cual mujeres con los pies brotan el grano.
- Aventado, es cuando la quinua es colocada en batea grandes y la mueven de arriba hacia abajo para tratar de eliminar restos de la planta como astillas del tallo piedrecillas, hojas.
- La mayoría de los agricultores pasan la quinua por molinos caseros para desprender la quinua de residuos de saponina, piedras y cualquier tipo impurezas, para obtener mejor precio al momento de vender a la COPROBICH.
- Luego la quinua es colocada en sacos de polietileno de 100 libras, luego son llevados al centro de acopio donde es comercializado. (COPROBICH).

Grafico 3. Limpieza de la quinua en molinos caseros.



Fuente: Baldaluparxillo-Chimborazo.
Foto: Sonia Flores



Fuente: Baldaluparxillo-Chimborazo.

Foto: Sonia Flores

3.6.1. PROCESO DE LIMPIEZA DE LA QUINUA ORGANICA PARA EXPORTACION.

El proceso de limpieza es realizado por la empresa Sumak life, ya que la organización COPROBICH no cuenta con la infraestructura, ni las máquinas para realizarlo. El tercerizar este proceso hace que el producto final se encarezca, además no permite que ellos puedan vender en mayores cantidades porque no tienen un tiempo seguro de entrega, debido a que Sumak life es una de las dos plantas que existen en el país para realizar esta actividad.

El proceso tiene 3 ciclos; primero se limpia la quinua vía seca, luego vía húmedo y para finalizar el envasado.

Limpieza por vía seca se lleva a cabo mediante dos operaciones:

- El Clasificado preliminar, en este proceso se eliminan las partes de las ramas que hayan quedado cuando fueron cortadas de mayor y menor tamaño que el grano de la quinua, también se eliminan las pequeñas hojas, piedritas, o cualquier tipo de residuo de la misma planta.
- Escarificado, en este proceso se extrae el revestimiento (saponina) del grano de la quinua.

La limpieza por vía húmeda se lleva a cabo por medio de varias operaciones:

El despedregado, en este proceso se eliminan las piedritas de mayor tamaño que en el escarificado por vía seca se haya pasado por alto.

El lavado, en esta parte se trata de eliminar la saponina que por vía seca no se desprende y lavar el grano de quinua.

- El enjuagado, es el lavado del grano, y se trata de escurrir el agua del grano de quinua.
- El centrifugado, es eliminar el agua de la superficie del grano de quinua.
- Proceso de Secado

Transporte del grano húmedo hasta las mesas de secado.

- Proceso de Clasificado, Limpieza Final, y Envasado.
- Envasado granulométrico, el fin es eliminar el grano menudo para obtener el grano del mismo tamaño.
- Eliminación de la piedrecilla remanente en el grano.
- Eliminación de la pajilla remanente en el grano.
- Eliminación de partículas de color oscuro mediante la ayuda manual de operarios.

- Embolsado del producto final.
- Envase, Embalaje y Etiquetado.

El embalaje se utiliza para agrupar la quinua en cantidades iguales, proteger el producto, facilitar la manipulación en momento de estibar, los materiales de empaque y embalaje se seleccionan de acuerdo al costo, especificaciones del comprador y condiciones ambientales.

Generalmente la quinua orgánica se envasa en sacos de polietileno de 25 y 50 kg., también se envasa en cajas de cartón biodegradables de 500 g., adicionalmente en el caso de las cajas de cartón debe detallar en un lugar visible, la marca, nombre del producto, cantidad o peso neto del producto, identidad del productor y su dirección, lista de ingredientes y lista nutricional.

3.8. COMERCIALIZADORAS DE QUINUA ECUADOR

Cuadro No 7. Comercializadores de Quinua Convencional y subproductos.

Comercializadora	Descripción Producto	Peso
Albital C. Ltda.	Tapio Quinua	400g
Alimentos Vitales C. Ltda.	Quinua Avena	500g
Alimensabor C. Ltda.	Quinua	500g
El Agricultor Chacrero	Quinua	500g
Cereales Andinos	Quinua Fácil (en polvo)	400g
Cereales La Pradera	Quinua	500g
Mi Comisariato	Quinua	500g



Cuadro No 8. Comercializadores de Quinua Orgánica y subproductos.

Comercializadora	Descripción Producto	Peso
SumakLife	Cereal de Quinua.	500g
SumakLife	Galletas de quinua.	48g
SumakLife	Barras energéticas de Quinua.	500g

SumakLife	Fideo de quinua	250g
SumakLife	Pasta de quinua	250g
SumakLife	Café de Quinua	200g
SumakLife	Pinol de Quinua	500g
SumakLife	Quinua grano	500g
SumakLife	Harina de Quinua	500g
SumakLife	Choco Quinua	200g
SumakLife	Chocolates con Quinua	200g
Maquita Cushunchic	Quinua	500g



Fuente: Investigación propia.

3.9. PROCESO DE COMPRA Y EXPORTACION DE QUINUA ORGANICA PRODUCTO.

Cuadro No 9. Código Nandina para la exportación de la Quinua Orgánica.

Código Nandina	Subpartida ARIAN	Detalle de la Mercancía
		Quinua (Chenopodium quinoa)
1008.90.11	.00	

El comprador local más importante Sumak Life, quien adquiere grandes cantidades al granel, para elaborar productos a base de quinua, como chocolates rellenos de quinua pop o quinua insuflada, barras energéticas, harina de quinua, pasta de quinua, fideos de quinua. Cuando Coprobich no puede comprar más quinua por cuestión de no tener la infraestructura para poder almacenar, los pequeños agricultores venden la quinua en el mercado local como quinua convencional, pero esta falencia está por terminar con la adquisición de la planta procesadora.

La quinua se exporta en dos presentaciones; en sacos de polietileno y en cajas de cartón de 500g, esta presentación va destinada a la Cooperativa francesa Ethiquable, con quien tienen una relación de muchos años.

La Cooperativa provee de todo el embalaje (cajas de cartón individuales, fundas plásticas, cartones para guardar 8 unidades) COPROBICH sin ningún costo, es una beneficio para la organización, el embalaje entra al país por medio de un régimen especial denominado Régimen de admisión temporal para perfeccionamiento activo estipulado en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. 2010.

Los pasos para realizar una venta se sigue los pasos:

- Los compradores buscan en páginas web de Comercio Justo el producto que necesitan, en este caso es la quinua.
- Luego contactan a la Organización de agricultores.
- El comprador visita a la organización y sus cultivos, y verifica que los productores se encuentren certificados por Comercio Justo y Producción Orgánica.

Gráfico No 4. Compra – Venta a Discovery Organic – Canadá.



Fuente: COPROBICH 2011

Foto: Sonia Flores

- Llegan a un acuerdo de compra – venta y en qué términos se realizará la negociación y la forma de pago.
- Generalmente en Comercio Justo se entrega el 60% antes del embarque y la diferencia después.
- El exportador debe obtener:
 - Certificado de Origen.
 - Certificado fitosanitario.
 - Lista de empaque (Precio Neto, Precio Bruto).
 - Factura comercial.
 - Conocimiento de embarque B/L.
- La quinua es puesta en el buque (la negociación generalmente es en términos FOB).
- Estos documentos son enviados al comprador.

3.9.1. FACILIDADES PARA LA EXPORTACION DE QUINUA ORGANICA

En el Ecuador existen todas las facilidades para exportar los diferentes productos, el MIPRO, PRO ECUADOR, LA SENAE, brindan toda información que los productores necesitan para la exportación de sus productos, los trámites para la exportación no son difíciles y no toman mucho tiempo; es decir no hay dificultades para realizar esta actividad.

3.9.2. VENTAJAS DEL SISTEMA DE COMERCIO JUSTO EN LAS EXPORTACIONES.

- El precio es mayor que en el comercio convencional.
- Claridad en el proceso compra – venta.
- Negociación ganar –ganar.

- Este sistema ofrece una triple rentabilidad (Social, Económica y Ambiental).

3.9.3. DESVENTAJAS DEL SISTEMA DE COMERCIO JUSTO EN LAS EXPORTACIONES.

No todos los productos pueden certificarse por medio de Comercio Justo, los agricultores deben acercarse contactar a una de organizaciones de Comercio Justo e investigar qué productos tienen el potencial.

Aunque una organización esté certificada en Comercio Justo no quiere decir que venda toda la producción.

3.10. LINEAS DE CREDITO PARA PRODUCCION AGRICOLA EN EL ECUADOR.

3.10.1. FINANCIAMIENTO DE ORGANIZACIONES ESTATALES.

3.10.1.1. PROGRAMA NACIONAL DE NEGOCIOS RURALES INCLUSIVOS.

El PRONERI es un programa del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, y de la Agencia Nacional para la Transformación Productiva del Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad.

El Programa Nacional de Negocios Rurales Inclusivos (PRONERI) tiene como objetivo apoyar iniciativas productivas, comerciales de los pequeños productores y empresas agroindustriales para contribuir al Buen Vivir de las comunidades, pueblos y la población en general.

El PRONERI brinda acceso al mercado, crédito, transferencia de tecnología, y fortalecimiento de las organizaciones a los cuales brindan su soporte. La idea principal de los negocios inclusivos es disminuir la pobreza y la situación difícil que viven los pequeños agricultores en los mercados locales, tratando de ubicar al productor como proveedor directo al comprador.

3.10.1.2. CORPORACION FINANCIERA NACIONAL (CFN). PROGRAMA DE FOMENTO PRODUCTIVO.

Este tipo de crédito está destinado para zonas y regiones de menor desarrollo económico pero con potencial de producción, este programa requiere de un Promotor para iniciar el proceso, el cual debe direccionar al beneficiario para que este cumpla los parámetros establecidos por la CFN, el Promotor puede ser una institución pública o privada.

Objetivos

1. Identificar necesidades de financiamiento en zonas y sectores de menor desarrollo relativo.
2. Promover Proyectos Productivos.
3. Contribuir a la inclusión social de las personas pertenecientes al del sector beneficiado.
4. Aumento del nivel competitivo del sector.
5. Contribuir a la generación de acuerdos comerciales.
6. Generar mayor producción y fuentes de empleo.

Alcance

Provincias pobres, provincias fronterizas, la región amazónica; además de aquellos sectores productivos identificados en el Plan Nacional de Desarrollo del Gobierno, las 10 apuestas productivas y el Plan de Reactivación desarrollado por el MAGAP.

Beneficios

Para el sector productivo:

- Mayor capacidad de producción.
- Mejores términos de negociación.
- Mejor posicionamiento en el mercado.
- Eficiencia en el manejo de información y tecnología.

Para el Promotor de Programas de Desarrollo:

- Generación de información real del sector.
- Contribuir al desarrollo del sector.

- Tener mayor incidencia como actor económico y social.

Promotor de Programas de Desarrollo pueden las instituciones públicas y privadas como: Gobiernos Provinciales, Municipios, ONG's, Universidades, entre otros; que tengan compromiso por el desarrollo productivo.

La esencia del Promotor de Programas de Desarrollo (PPD) se basa en el mejor aprovechamiento de los recursos endógenos de su jurisdicción, siendo un actor relevante en el desarrollo socio - económico, elevando el nivel de empleo, calidad de vida y el crecimiento económico sostenido y sustentable.

La Corporación Financiera Nacional a través de Programas de Fomento busca Promotores de Programas de Desarrollo con quienes establecer relaciones de cooperación interinstitucional y suscribir Convenios de Fomento con lo cual se establece un instrumento de promoción económica y de desarrollo productivo y empresarial.

3.10.2. FINANCIAMIENTO Y/O CAPACITACION DE ORGANISMOS NO GUBERNAMENTALES.

3.10.2.1. SNV GLOBAL

SNV es una organización internacional sin fines de lucro de origen holandés que trabaja junto con comunidades locales, empresas y organizaciones que buscan romper el ciclo de la pobreza, proporcionándoles herramientas, conocimientos y conexiones que necesitan para aumentar sus ingresos y mejorar su calidad de vida y bienestar. SNV también proporciona servicios de consultoría a empresas interesadas en crear mercados equitativos con comunidades de bajos ingresos como una estrategia de crecimiento empresarial y de contribución al desarrollo social y económico.

SNV en Ecuador funciona tanto como oficina nacional y sede la oficina regional de SNV en América Latina. La base de operaciones esta en Quito. SNV también desempeña un rol importante en la elaboración de la Política Nacional para Negocios Inclusivos para el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP). En esta oficina se coordinan iniciativas regionales. Principales clientes y socios del SNV: BID; MAGAP, Fundación Repsol, Fundación Ford, Supermaxi, Canoladina, Novacero, Floralp, Pronaca, Cervecería Nacional.

3.10.2.2. VSF-CICDA

Es una asociación francesa de cooperación técnica y de crédito, nacida en el 2004 de la fusión de dos asociaciones francesas VSF y el CICDA. Esta implementa desde hace 30 años acciones de asesorías y crédito a organizaciones campesinas de América del Sur, su misión es el desarrollo rural de una manera sustentable.

3.10.2.3 CAMARI

Es una organización no gubernamental de comercialización solidaria, basado en los principios del comercio solidario. CAMARI es una palabra quechua que significa “agrado o regalo”, es un sistema de comercialización del Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP), es una organización sin fines de lucro, auspiciada por la Conferencia Episcopal Ecuatoriana desde el año de 1970 apoya al desarrollo de los sectores más populares del país, mediante la capacitación, el crédito y la asistencia técnica.

Esta organización nació en el año de 1981 como complemento de la acción del FEPP, para enfrentar los problemas de la comercialización agropecuaria y artesanal que aquejan a los pequeños productores del campo y de sectores marginales del Ecuador. Esta organización beneficia a un total de 15,000 familias de pequeños agricultores.

3.11. TRIPLE RENTABILIDAD: ECONOMICA, SOCIAL Y AMBIENTAL DEL SISTEMA DE ASOCIATIVIDAD Y COMERCIO JUSTO.

3.11.1. RENTABILIDAD ECONOMICA.

El modelo de comercio justo beneficia económicamente a los pequeños agricultores quienes viven en la extrema pobreza, considerando la precaria forma de vida que llevan, además de carecer de los elementales servicios como son la salud, educación y vivienda. Esta forma de comerciar garantiza un precio justo, y debe llevarse a cabo entre organizaciones certificadas en comercio justo dando como resultado el mejoramiento de vida de los pequeños agricultores asociados, adicionalmente de la prima de Comercio Justo que debe, este dinero es dirigido a un fondo común para el bienestar social y económico de la comunidad de agricultores, esta prima debe invertirse exclusivamente a la educación, salud y mejoramiento agrícola que redunde en un incremento de sus ingresos.

La quinua es una semilla muy resistente a las diferentes adversidades del clima, también pueden soportar largas épocas de sequía hasta máximo de 60 días, es decir, que puede ser una acertada inversión.

3.11.2. RENTABILIDAD SOCIAL.

La extrema pobreza en la que viven, muchas veces lo fuerza a irse a otros países, o abandonar los campos para trabajar en las grandes ciudades, dejando a sus familias, produciendo más problemas sociales.

Actualmente en la ciudad de Chimborazo los agricultores viven en casas de cemento de 7 X 8 m². Donde viven más de 6 personas entre las cuales están los abuelos, hijos y nietos. Los pequeños agricultores han encontrado en el modelo de comercio y Asociatividad una solución para la pobreza en la que se encuentran, ellos manifiestan que el pago recibido por cada quintal de quinua organiza limpia es mayor por el modelo de Comercio Justo que por la forma tradicional de comerciar.

3.11.3. RENTABILIDAD AMBIENTAL.

La agricultura orgánica o como también podríamos llamarla ancestral, antes del booms de los fertilizantes. Es una opción que está dando vuelta al mundo por ser una alternativa que ayuda al medio ambiente y a la vez a preservar la seguridad alimentaria.

Algunos agricultores alternan sus cultivos de cereales como la quinua con los de legumbres para conseguir enriquecer de forma natural el suelo con nitrógeno, pues las leguminosas no llegan a consumir todo el nitrógeno que sus bacterias consiguen fijar. Como los cereales tienen una alta demanda de nitrógeno y las legumbres producen nitrógeno de más, de este modo se consigue un equilibrio a lo largo del tiempo. El comercio Justo apoya la agricultura orgánica, además de ser pilar fundamental de este modelo con el cual contribuye con la preservación del medio ambiente y bienestar de la humanidad, además de garantizar la seguridad alimentaria.

Cuadro No 10. Beneficios de la Agricultura Orgánica

Agricultura orgánica	Beneficios Ambientales	Beneficios Agrarios y Monetarios
Reemplaza los fertilizantes inorgánicos.	Menor emisión N ₂ O de los suelos	Costos de producción más bajos. Menor dependencia de fertilizantes inorgánicos
La rotación de cultivos.	Menor emisión de CO ₂	Menor deterioro del suelo.
Utilización de plantas fijadoras de nitrógeno	Sustitución de fertilizantes químicos	Incremento de productividad del suelo.

3.11. COMPRADORES

Los pueden ser organizaciones de comercio justo o no necesariamente pero al no ser una organización de comercio justo, de igual manera debe regirse por las normas del FairTrade.

Una de las ventajas del Comercio Justo, es que los compradores de la quinua orgánica en sus respectivas páginas web publican los productos (quinua), su origen, quienes la cultivan, realmente es una información completa, para que el consumidor final este en pleno conocimiento del más pequeño detalle acerca del producto.

También Organizaciones como la Coordinadora Latinoamericana de Comercio Justo, la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo, y todas las organizaciones involucradas en Comercio Justo, ponen a disposición de los asociados la ventaja de poder mostrar sus productos por estos medios.

Gráfico No 5. Información de COPROBICH en la página web de Discovery Organic.

Certified Organic

Fair Trade Quinoa



COPROBICH

Certifier: FLO Fair Trade, Organic BC3 Oka-Ganella Genral
Country: Ecuador

Cooperación de productores y Comercializadores orgánicos "Bla Talla Chimborazo" (COPROBICH)

Located between 3000 and 4000 metres above sea level, in the Andes Mountains of Ecuador, COPROBICH is a cooperative comprised of 3300 small scale quinoa producers.

The poorest and most rural province of Ecuador, Chimborazo also has the region's largest indigenous population - over 80% of the rural population are indigenous Punhuas.

The population density of the region is very high, and given the low potential of the land, often very steep and eroded, economic alternatives for creating employment in the area are very limited. Quinoa is one of the only options because it is very well suited to the natural environment: it is resistant to drought and the harsh climate of the Andes. Furthermore, quinoa is the product of an ancient ancestral know-how.

Starting from just 200 families in 1987, COPROBICH now has 3300 growers. In 2004 COPROBICH became certified Fair Trade with FLO. COPROBICH's success and growth is the result of the Punhuas people's commitment to improving their living conditions and quality of life.

How have they benefited from Fair Trade?

The survival strategy of farming families in the past few decades has been to migrate temporarily to large cities to find work in the informal economy. The income generated from quinoa production means that people don't have to leave their families in search of a better life. In the Chimborazo province, quinoa production is becoming a driving force in the fight against poverty. Having a set and guaranteed price has given COPROBICH producers financial stability that has enabled families to support themselves, and prevented rural exodus.

Fuente:

<http://www.discoveryorganics.ca/sites/all/files/Fair%20Trade%20Quinoa.pdf>

<http://www.discoveryorganics.ca/growers/coprobich-0>

Gráfico No 6. Información de COPROBICH en la página web de Cooperativa Ethiquable.



ETHIQUABLE
Commerce Équitable

QUINOA D'EQUATEUR

DESCRIPTION:
Ce produit est cultivé dans les hautes montagnes (entre 3 et 4000 mètres) d'Équateur. C'est une céréale sans gluten, riche en protéines et en fibres, très saine et très savoureuse.

IMPACT:
Les petits producteurs ont amélioré la qualité de leurs produits et obtenu un meilleur prix. Ils ont pu investir dans de nouvelles technologies et améliorer leurs conditions de vie.

EXTRAIT:
Ce produit provient de l'association COPROBICH, une coopérative de producteurs de quinoa. Elle est certifiée par le label Équitable.

LES VERTUS:
C'est un produit très sain et très savoureux. Il est riche en protéines et en fibres, très saine et très savoureuse. Il est également très résistant à la sécheresse et à la chaleur.

Organisation de producteurs:
COPROBICH - Cooperativa de Productores y Comercializadores Orgánicos de Talla Chimborazo.

ÉTHIQUABLE
ÉTHIQUABLE
ÉTHIQUABLE
ÉTHIQUABLE



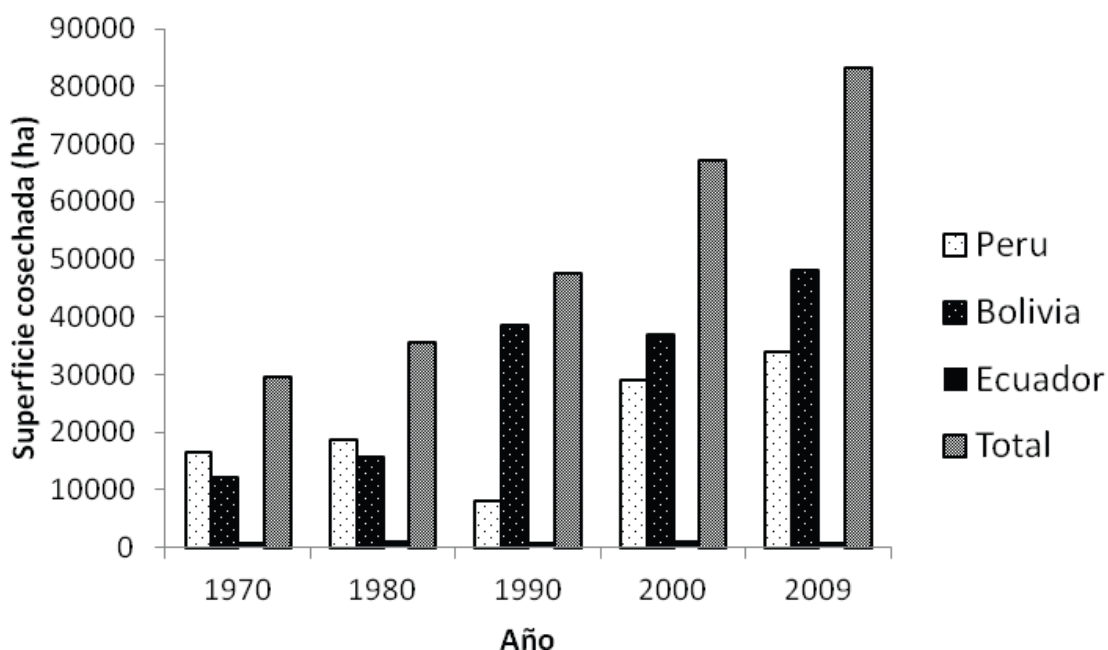
Fuente: <http://www.ethiquable.coop/fr/produits-ethiquable/cereales/quinoa-equateur.php>

3.12. PAISES PRODUCTORES DE AMERICA LATINA

Las mayores superficies de producción de quinua en la zona Andina se encuentran en Bolivia, Perú y Ecuador. Otros países como Chile reportan superficies de 1.474.

Hasta el inicio de la década de los 80' las superficies cosechadas con quinua a nivel andino no sobrepasan las 36.000 ha. Esta área productiva se reparte principalmente entre Bolivia y Perú y en menor escala (4%) con el Ecuador. Para inicios de los 90 se observa un importante incremento de la superficie producida en Bolivia: de 15.000 ha en 1980, este país incrementa su área productiva de quinua a casi 40.000 ha en 1990 debido a la implementación de la labranza mecanizada de los suelos alrededor del Salar

Cuadro No 11. Producción De Quinua en América Latina.



Fuente: FAOSTAT 2011.

3.12.1. PERU

Perú es otro fuerte oponente, posee más territorios andinos lo que les permite designar más tierras para la siembra de la quinua, y ha logrado un mayor rendimiento por hectárea que Bolivia.

La producción de quinua orgánica es manejada con mayor tecnología e infraestructura, al igual que Bolivia, Perú goza de un apoyo fuerte del gobierno y la empresa privada, también posee acuerdos comerciales con países en los cuales la demanda por productos orgánicos se está incrementando.

3.12.2. BOLIVIA

Bolivia es el segundo productor de quinua y el principal exportador a nivel mundial, la quinua es uno de los productos que produce grandes ingresos por la exportación, por esa razón este país se ha especializado en la siembra, cuidados y cosecha de la quinua.

Las exportaciones por quinua de Bolivia superan las nuestras, el gobierno y las empresa privada están involucradas en esta actividad, siempre buscando el mejoramiento continuo en los productos, el medio ambiente y tecnología, el pequeño agricultor goza de grandes extensiones de tierra, es decir que un pequeño agricultor posee siete hectáreas a diferencia que en nuestro país, apenas tienen 600 m2 promedio.

Cuadro No 12. Exportaciones de Quinua Boliviana del 2008 al 2011

BOLIVIA: EXPORTACIONES DE QUINUA
(Volumen en Kilogramos, Valor en Dólares Americanos)
(NANDINA: 1008901900 Las demás, Quinua (Chenopodium Quinoa))

PAISES DESTINO	2008		2009		2010		2011*	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
ESTADOS UNIDOS	4.099.741	10.184.637	6.451.009	19.381.362	7.645.448	23.472.058	1.253.614	3.840.052
FRANCIA	1.718.692	3.727.855	2.518.807	7.771.563	2.058.176	6.332.058	307.000	916.426
HOLANDA (PAISES BAJOS)	1.454.144	3.052.564	2.171.234	6.356.743	1.921.864	5.670.469	291.000	829.511
ALEMANIA, REPUBLICA FEDERAL DE	1.025.219	2.175.479	991.537	3.058.211	1.173.291	3.557.140	140.000	416.048
CANADA	503.611	1.087.560	394.658	1.199.808	607.718	1.929.468	158.680	430.917
BRASIL	325.515	799.253	355.496	1.050.450	467.119	1.366.602	22.500	67.234
AUSTRALIA	125.029	293.971	220.710	716.582	252.821	885.075	41.675	141.604
REINO UNIDO	130.833	233.473	244.246	787.903	253.565	784.717	61.515	184.719
ISRAEL	299.750	494.579	382.000	1.156.372	200.000	568.080	60.000	171.405
ITALIA	53.500	89.286	41.300	136.963	122.094	395.472	20.000	61.436
ARGENTINA	124.476	24.117	108.376	72.722	242.544	324.471	28.060	6.074
SUIZA	45.251	53.786	107.750	287.180	91.700	259.880	0	0
JAPON	91.000	212.343	116.000	359.469	80.500	245.466	20.000	59.736
CHILE	49.070	65.788	40.878	118.771	79.654	231.070	9.132	36.943
PERU	95.350	200.845	46.000	125.090	42.023	134.234	0	0
DINAMARCA	63.000	172.350	68.000	222.840	36.000	110.390	19.000	57.950
ESPAÑA	4.660	12.277	9.336	32.527	29.160	86.717	5.000	13.000
SUECIA	40.000	49.469	60.000	175.800	20.000	57.820	0	0
SINGAPUR	0	0	9.000	25.600	15.000	43.890	0	0
COLOMBIA	14.000	20.000	5.000	14.136	14.000	40.072	0	0
MALASIA	12.000	15.000	1.000	3.200	10.000	37.075	0	0
COSTA RICA	0	0	0	0	390	1.437	0	0
ALBANIA	0	0	10.000	29.369	0	0	0	0
MEXICO	0	0	100	310	0	0	0	0
NUEVA ZELANDIA	14.582	32.689	12.000	38.850	0	0	0	0
SUDAFRICA, REPUBLICA DE	16.000	24.000	12.000	34.488	0	0	10.000	28.580
SWASILANDIA	5.500	6.900	0	0	0	0	0	0
TOTAL EXPORTACIONES DE QUINUA	10.310.923	23.028.222	14.376.437	43.156.306	15.363.067	46.533.663	2.447.177	7.261.635

Fuente: Instituto Nacional de Estadística INE, Elaboración PROMUEVE BOLIVIA

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas INE, elaboración PROMUEVE BOLIVIA.

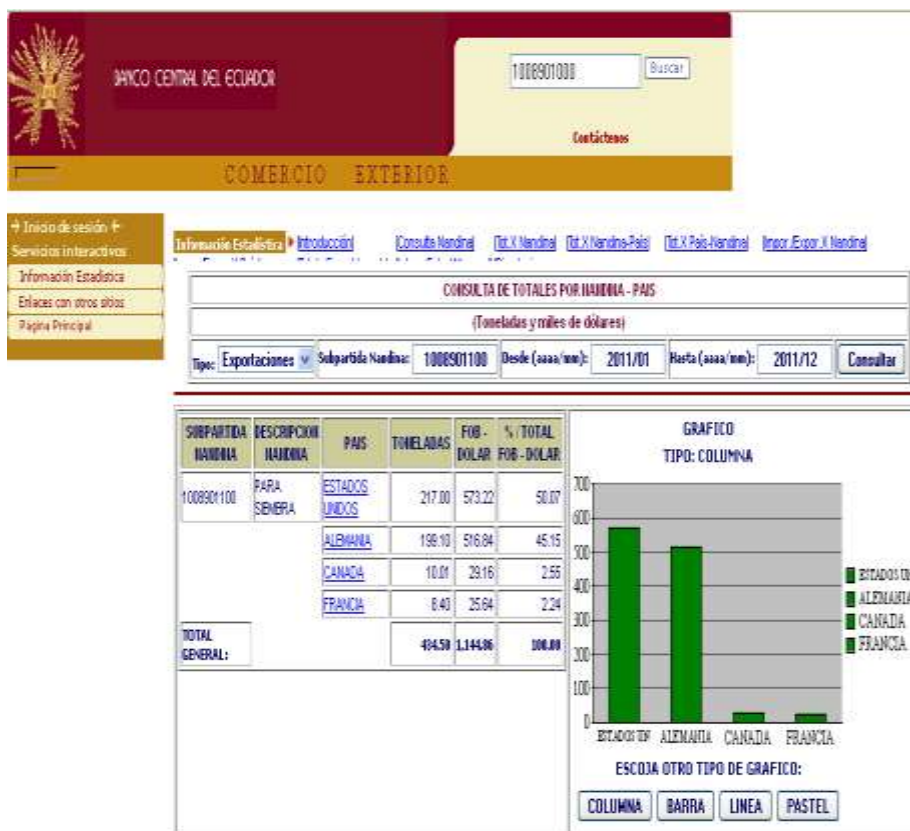
3.12.3. ECUADOR

Es el tercer productor y exportador a nivel mundial, posee menos hectáreas de cultivo en comparación con la competencia, de acuerdo con el Ing. Eduardo Peralta responsable de Cereales, leguminosas y granos andinos de la Estación Experimental Santa Catalina- Magap, la producción de la quinua agroecológica es de 2200 hectáreas y la producción de quinua orgánica 800 hectáreas.

Las zonas de producción de quinua en el país son: Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Chimborazo, Loja, Latacunga, Ambato y Cuenca. Los altos costos de producción obligan a los productores a elevar los precios en los mercados internacionales, lo que le hace perder competitividad frente a los otros productores.

Cuadro No 13. Exportaciones de Quinua Ecuatoriana desde el 2009 al 2011.





4 CAPITULO 4: PLAN ESTRATÉGICO

4.1. Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• El producto Quinoa es orgánico.• Formas de cultivo que protegen el medio ambiente.• Producto saludable para el consumidor.• Producto con certificaciones internacionales que avalan su calidad.• Agro Turismo	<ul style="list-style-type: none">• Falta de infraestructura• Falta de canales de distribución local e internacional.• No hay variedad de productos.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Adquisición de la Planta Procesadora.• Nuevos productos con valor• Nuevas alianzas.• Agro Turismo	<ul style="list-style-type: none">• Competencia.• Preferencias del consumidor.• Precios internacionales.• Variedad de productos.

4.1.1. TENDENCIAS DEL MERCADO INTERNACIONAL QUINUA ORGANICA.

Los consumidores de quinua orgánica y otros productos orgánicos se encuentran concentrados mayormente en Norte América y Europa presentan una tendencia de mayor interés hacia el cuidado de la salud, el ambiente y la equidad social. En este sentido los nichos del mercado orgánico y del comercio justo ofrecen interesantes alternativas y mejores precios al productor.

Los alimentos orgánicos son aquellos que se han producido bajo sistemas agrícolas que utilizan procesos naturales, en lugar de insumos externos, para mejorar la productividad. Además se utilizan prácticas para conservar los recursos, mejorar la biodiversidad y mantener el ecosistema en una producción sostenible.

A pesar que todos estos conceptos nacen de la necesidad de validar las formas de producción más adecuadas con las exigencias de un mundo no equilibrado y sin una conciencia ecológica, la quinua orgánica se transforma en un producto apetecido de elite con una fuerte demanda en países con altos índices de crecimiento y poder adquisitivo como la Unión Europea, Estados Unidos, Canadá y Japón.

Estos países quieren mayores controles de los productos desde la calidad de la semilla hasta el producto final, es decir que las semillas deben ser orgánicas para producir alimentos orgánicos y con ello poder acceder a la certificación orgánica exigida por las autoridades sanitarias, comercio justo y los consumidores.

En los países andinos existe una asombrosa variedad de formas de preparados para el consumo de este grano (Jacobsen et al., 2003; Astudillo, 2007) que provienen de las variadas culturas y tradiciones. Países como Perú, que importan grandes cantidades de quinua de su país vecino (Bolivia), tienen niveles elevados de consumo interno. La quinua “Real” convencional boliviana es importada al Perú principalmente para su comercialización, transformación y consumo dentro de los mercados locales.

Asimismo, se conoce que el 60% de su producción es destinada al autoconsumo de los mismos productores y el 40% se comercializa principalmente en mercados locales y en menor proporción en mercados internacionales (Suca Apaza y Suca Apaza, 2008).

En Bolivia, país que se identifica con este grano andino por su origen, tradiciones y exportaciones, son los estratos bajos quienes consumen este grano. Las zonas que producen quinua para su comercialización presentan una clara tendencia de reducción del consumo debido a la priorización de las exportaciones y a la dificultad del proceso de beneficiado en el consumo familiar (Astudillo, 2007). A nivel nacional se ha mencionado que el consumo no supera los 5 kg/persona/año; pese a ser el nivel más alto de consumo per cápita a nivel mundial, estos niveles son considerados aun bajos tomando en cuenta la población del país y los niveles de consumo de otros alimentos.

En Ecuador el consumo interno de la producción anual de la COPROBICH, solo el 5% se consume localmente el restante es exportado, o comercializado en productos a base de quinua.

En países (tales como Perú, Ecuador y Bolivia) donde los niveles de malnutrición son elevados, resulta fundamental realizar esfuerzos para impulsar el consumo de la quinua por todas las propiedades nutricionales que tiene este alimento.

4.2. ESTRATEGIAS INTEGRADAS.

4.2.1 ADQUISICION DE UNA PLANTA PROCESADORA.

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), a través del Proyecto de Competitividad Agropecuaria y Desarrollo Rural Sostenible (CADERS), firmó el martes 17 de abril del 2012 un convenio de cofinanciamiento con la Corporación de Productores y Comercializadores Orgánicos Bio Taita Chimborazo (COPROBICH), para llevar a cabo la ejecución del proyecto denominado "Implementación de una Planta Procesadora de Quinua y Otros Cereales.

El monto total del proyecto asciende a \$603.470,72 y el MAGAP, a través del CADERS, realizó un cofinanciamiento no reembolsable, contribuye también el Programa Nacional de Negocios Rurales Inclusivos (PRONERI) con asesoramiento gerencial y administrativo, y el Gobierno Autónomo Descentralizado de Chimborazo.

La Asamblea General de las Naciones Unidas declaró al año 2013 como el Año internacional de la Quinua. En este contexto, el MAGAP ha realizado las gestiones necesarias para apoyar los proyectos de los pequeños productores asociados que buscan el Buen Vivir.

El proyecto durará 12 meses, tiene el objetivo de fortalecer la cadena de valor de la quinua y contribuir a la reducción de la pobreza de los productores de quinua agroecológica de la Sierra Central del Ecuador, beneficiando directamente a 1.632 productores. La construcción de la planta procesadora se realizará en la comunidad Mishquilli-Colta.

Entre las metas productivas consideradas por COPROBICH, consta el incremento del rendimiento por hectárea, considerando que desean llegar a procesar 1.320 TM. El incremento en el rendimiento por hectárea de cultivo será de 0,5, es decir, de 1 TM a 1,55 TM por hectárea de cultivo, además de mejorar el incremento de ingresos económicos de las familias participantes.

La firma del convenio se realizó en los terrenos de COPROBICH, ubicados en el sector de Misquilli, en el cantón Colta, estuvieron presentes en el evento el Ing. Chémel Paladines, Director Ejecutivo del Proyecto CADERS, así como de autoridades provinciales y locales de Chimborazo.

Gráfico No 7. Firma del Convenio Para La Creación de la Planta Procesadora De Quinua Y Otros Cereales.



Fuente: <http://www.magap.gob.ec/mag01/index.php/prensa-boletinesprensa/3018-caders-cofinancia-proyecto-para-mejorar-comercializacion-de-la-quinua>.

4.2.2. PRODUCTOS CON VALOR AGREGADO

En la actualidad Coprobich está por lanzar al mercado internacional un producto denominado “Trío de los Andes”, pero vuelven al mismo círculo ya que es una mezcla de quinua, avena y cebada, cada uno de los elementos no tienen ningún valor agregado adicional.

Mi propuesta es lanzar dos productos al mercado adicional al Trio de los Andes. Estos productos están pensados en las exigencias del mercado de productos orgánicos y al mismo tiempo que estos productos sean saludables y deliciosos.

Producto 1: Barra energética.

Las barras energéticas es un delicioso y saludable alimento, que puede ser consumido por grandes y chicos.

Este producto es altamente nutritivo ya que está elaborado con quinua orgánica certificada, cebada orgánica certificada de COPROBICH, y miel de panela certificada proviene de la Hacienda el Pacto.

Producto 2: Barra de chocolate.

Las barras de chocolate son saludables y exquisitas ya que los ingredientes que la componen son ricos en vitaminas, minerales y son fuentes de energía.

La barra de chocolate está elaborada con chocolate orgánico certificado proveniente de la organización sin fines de lucro CRACYP, y relleno de quinua crocante certificada de COPROBICH.

4.2.3. BUSCAR NUEVAS ALIANZAS PARA CONSEGUIR NUEVOS COMPRADORES NACIONALES E INTERNACIONALES.

Para lograr comercializar la quinua y los productos elaborados a base de quinua a nivel local e internacional podríamos aliarnos con la SNV que tiene su sede en la ciudad de Quito – Ecuador, trabaja en coordinación con el Magap en lo que respecta a las políticas de negocios inclusivos, para poder promocionar a Supermercados asociados fuera del país.

Alianza con la Corporación Red Arbolizadora Campo y Progreso CRACYP es una organización sin fines de lucro, la cual abriga a más de 200 comunidades de agricultores de las fronteras de las provincias de Cotopaxi, Bolívar y Los Ríos dedicados al rescate de los bosques antiguos de cacao fino de aroma y al cuidado del medio ambiente, y al mismo tiempo esta actividad ayuda a mejorar sus condiciones de vida de los pequeños agricultores asociados y también con San José Cía. Ltda. Ubicada en la parroquia El Pacto al noroccidente de Quito, dicha empresa está asociada con pequeños agricultores de la zona en el cultivo de caña de azúcar orgánica. El trabajo en conjunto de estas organizaciones dará como resultado el nacimiento de nuevos productos que redundara en el beneficio para sus quienes participan.

VSF-CICDA Asociación francesa de cooperación técnica y de crédito para pedir un préstamo para poder visitar a potenciales compradores fuera del país, el préstamo sería para poder costear pasajes, alimentos y estadía de los delegados de la COPROBICH, quienes tendrían la misión de promocionar la quinua y los subproductos.

Elaborar folletos informativos de los nuevos productos para entregar en las visitas a los clientes.

4.2.4. AGRO TURISMO

La inclusión de la quinua en programas de desarrollo turístico que incluyan el agro como un componente (agroturismo, agro-ecoturismo) resultan alternativas interesantes para pequeñas zonas productoras para la promoción y conservación de las zonas productoras. Lo que permitiría mostrar la quinua y su diversidad dentro de los variados sistemas de producción de la zona. Incluyendo la quinua dentro de los menús que acompañen estos paseos, permitiría al visitante el descubrimiento de sabores y preparaciones tradicionales así como la valoración de identidades, culturas, saberes y tradiciones como estrategia de desarrollo local.

5. CONCLUSIONES

1. La situación de los pequeños agricultores en la provincia de Chimborazo es difícil, cuando no están sembrando quinua, siembra otros cultivos en pequeñísimos pedazos de tierra para su subsistencia, crían animales de preferencia cuy, cerdos, ovejas y vacas. Toda la familia participa de las labores del campo desde el anciano hasta el niño, tiene una situación económica precaria, viven en casas pequeñas más de ocho personas, la mayoría de ellos no ha salido de la comunidad, toda su vida es el trabajo en el campo.

Los pequeños agricultores adicionalmente se han unido para realizar turismo ecológico, utilizando sus humildes casas, para atender a los visitantes y poder brindar alimentos acompañados de la quinua orgánica, se visitan los cultivos de quinua, las casas, y la forma en que limpia la quinua para poder venderla a COPROBICH y poder lograr un buen precio al productor.

2. La organización de agricultores tienen solo un comprador fijo local Sumak life quien adquiere la quinua al granel en sacos de polietileno de 100 libras, el otro comprador es la Cooperativa Ethiquable en Francia quien distribuye la quinua orgánica en cajas de cartón de 500 gramos a algunos países de Europa, en septiembre de 2011 lograron conseguir un nuevo comprador, Discovery Organic de Canadá quien también es una organización de Comercio Justo y realizaron una venta por 10 toneladas de quinua orgánica.

Tenemos las siguientes cadenas locales: Corporación El Rosado, La Favorita, Almacenes TIA, Almacenes AKI.

3. La falta de tecnología, infraestructura les ha ocasionado la pérdida de compradores como Estados Unidos, debido a que no podían procesar el volumen de quinua que producían los pequeños agricultores en las maquiladoras y la mitad de la cosecha se quedaba sin poder venderse por la falta de capacidad de proceso para obtener quinua limpia para la exportación, lo que evidencia la falta de una planta procesadora propia.

6. RECOMENDACIONES

1. Implementar capacitación y tecnología en los procesos del cultivo desde la siembra hasta la cosecha. Perfeccionar la actividad del Agro turismo.
2. Buscar apoyo en las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales para visitar a posibles compradores.

Gestionar apoyo publicitario por parte del Gobierno dentro de sus respectivas instancias. Adicionalmente la organización debe desarrollar nuevos productos con valor agregado.

3. Implementar tecnología e infraestructura en los procesos. Buscar asesoría y capacitación para lograr nuevos acuerdos

7. BIBLIOGRAFIA

América, F. L. (15 de abril de 2012). *Criterios Genericos de Comercio Justo*. extraído el 15 de abril de 2012, de Criterios Genericos de Comercio Justo: Criterios Genericos de Comercio Justo

Boliviano, G. (2011). *Perfil de la Quinoa*. extraído el 25 de junio de 2012, de Promueve Bolivia : [http://www.promueve.gob.bo/DocPDF/PerfilProducto/QUINUA 2011.pdf](http://www.promueve.gob.bo/DocPDF/PerfilProducto/QUINUA%202011.pdf)

CAMARI. (2009). *Mapa Estrategico*. extraído el 25 de agosto de 2012, de <http://www.camari.org/index.php?id=9>

Campesina, L. V. (9 de febrero de 2011). *La voz de los campesinas y campesinos del mundo*. extraído el 9 de agosto de 2012, de La Via Campesina : http://viacampesina.org/sp/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=27&Itemid=44

CECJ, C. E. (25 de junio de 2012). *Asociaciones de Comercio Justo en el Ecuador*. extraído el 25 de junio de 2012, de COPROBICH: <http://cejecuador.org.ec/index.php/asociaciones/coprolich.html>

CEPAL. (29 de abril de 2005). *Seminario Internacional Pueblos indigenas y afrodescendientes de America Latina y el Caribe:Relevancia y pertinencia de la informacion sociodemografica para politicas y programas*. (C. J. Sistema de Indicadores de las Nacionalidades y Pueblos SIDENPE, Ed.) extraído el 25 de agosto de 2012, de <http://200.9.3.98/celade/noticias/paginas/7/21237/JCondor.pdf>

Coro, L. (13 de abril de 2012). Jefe de Departamento de Comercializacion . (S. F. Lara, Entrevistador)

CRACYP, ECUADOR. *CRACYP, PROGRESO VERDE, CACAO ORGANICO*. extraído el 7 de AGOSTO de 2012, de <http://www.progreso-verde.org/cacao-organico.html>

Economía48.com. (1 de septiembre de 2008). *La Gran Enciclopedia de Economía*. extraído el 11 de agosto de 2012, de La Gran Enciclopedia de Economía: <http://www.economia48.com/spa/d/mercado/mercado.htm>

Ecuador, A. N. (2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. En A. N. Ecuador, extraído 12 de julio de 2012 de *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones* (pág. 56). Quito: Registro Oficial del Ecuador.

Ethiquable, C. (25 de junio de 2012). *COPROBICH : Quinoa d'Equateur*. extraído el 2012 de junio de 2012, de COPROBICH : Quinoa d'Equateur: <http://www.ethiquable.coop/fr/filieres-impacts/cereales/quinoa/producteurs/coprobich.php>

Exterior, I. B. (2008-2011). *Estadísticas de Exportaciones e Importaciones de Bolivia*. extraído el 25 de junio de 2012, de Estadísticas de Exportaciones e Importaciones de Bolivia: www.ibce.org.bo

FAO, P. (1 de julio de 2011). *La Quinoa Cultivo Milenario para contribuir a la seguridad alimentaria Mundial*. extraído el 25 de Agosto de 2012, de http://www.fao.org/alc/file/media/pubs/2011/cultivo_quinoa_es.pdf

Figuerola, M. M. (2006). *OBTENCION, CARACTERIZACIÓN ESTRUCTURAL Y DETERMINACIÓN DE LAS PROPIEDADES FUNCIONALES DE UN AISLADO PROTEICO DE QUINUA ORGÁNICA (CHENOPODIUM QUINOA)*. extraído el 11 de agosto de 2012, de http://www.cybertesis.cl/tesis/uchile/2006/rivera_m/sources/rivera_m.pdf

Fomento, C. N. (2 de marzo de 2012). *Corporacion Nacioanal de Fomento*. extraído el 2 de marzo de 2012, de Corporacion Nacioanal de Fomento: <http://www.cfn.gob.ec>

Guerrón, I. *Agronegocios Ecuador, La Abeja kapira*. Extraído el 5 de agosto de 2012, de <http://agronegocioecuador.ning.com/page/panela>

Guapi, L. (13 de abril de 2012). Vida de los agricultores de Baldaluparxillo-Chimborazo. (S. Flores, Entrevistador)

Indígena, F. (10 de agosto de 2012). *¿Qué es el Fondo Indígena?* extraído el 25 de agosto de 2012, de http://www.fondoindigena.org/?page_id=2

INTERNATIONAL, F. L. (5 de DICIEMBRE de 2005). *CRITERIO DE COMERCIO JUSTO PARA QUINUA PARA ORGANIZACIONES DE PEQUEÑOS AGRICULTORES*. extraído el 23 de JUNIO de 2012, de CRITERIO DE COMERCIO JUSTO PARA QUINUA PARA ORGANIZACIONES DE PEQUEÑOS AGRICULTORES : http://econegociosagricolas.com/ena/files/Quinoa_espanol.pdf

Justo, H. d. (23 de junio de 2012). *Historia del Comercio Justo*. extraído el 23 de junio de 2012, de Historia del Comercio Justo: <http://www.elcomerciojusto.com/comerciojusto/historia>

LATINOAMERICA, S. (23 de JUNIO de 2012). *SNV LATINOAMERICA*. extraído el 23 de JUNIO de 2012, de SNV LATINOAMERICA: <http://www.snvworld.org/es/regions/latin-america/sobre-snv/organizacion>

MAGAP. (26 de ABRIL de 2012). MAGAP FIRMA CONVENIO CON COPROBICH PROYECTO CADERS. *CADERS cofinancia proyecto para mejorar comercialización de la quinua* . COLTA, CHIMBORAZO, ECUADOR: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

MAGAP. (1 de junio de 2010). *Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca* . extraído el 11 de agosto de 2012, de Programa Nacional de Negocios Rurales Inclusivos : www.gob.ec/mag01/index.php/component/content/article/119

Marketecology, I. f. (25 de abril de 2012). *about us* . extraído el 25 de abril de 2012, de about us : www.imo.ch/imo_about_us_es,23537,22157.html

Morocho, A. (13 de abril de 2012). Presidente de la Corporación de Productores y Comercializadores Orgánicos Bio Taita Chimborazo. (S. F. Lara, Entrevistador)

Mosquera, H. F. (5 de agosto de 2009). *Biblioteca Virtual Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Colombia* . extraído el 23 de junio de 2012, de Biblioteca Virtual Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Colombia : <http://bdigital.unal.edu.co/2378/1/107325.2009.pdf>

Movements, I. F. (25 de junio de 2012). *Organic Standards and Certification*. extraído el 25 de junio de 2012, de Definition of Organic Agriculture: http://www.ifoam.org/growing_organic/definitions/doa/index.html

Mundial, B. (s.f.). *Banco Mundial, Líneas de Pobreza*. extraído el 25 de agosto de 2012, de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/clacso/crop/glosario/b.pdf>

Peralta, E. (11 de junio de 2012). Ingeniero. (S. Flores, Entrevistador)

Sello Comercio Justo Fair Trade. (23 de junio de 2012). extraído el 23 de junio de 2012, de Sello Comercio Justo Fair Trade: <http://www.sellocomerciojusto.org/es/yotengoelpoder>

Tecnología, O. D. (1 de octubre de 2006). *EL FUTURO DE LOS PRODUCTOS ANDINOS EN LA REGIÓN ALTA Y LOS VALLES CENTRALES DE LOS ANDES*. extraído el 25 de junio de 2012, de INFORME GRANOS EN EL ÁREA ALTOANDINA DE BOLIVIA, ECUADOR Y PERÚ: http://web.mac.com/slgnunez/AN/News/Entries/2007/10/1_United_Nations_Study_on_Quinoa_files/Unido%20Quinoa%20study.pdf

Trade, F. (23 de junio de 2012). *Fair Trade* . extraído el 2012, de Fair Trade .

TRADE, F. (23 de junio de 2012). *Fair Trade*. extraído el 23 de junio de 2012, de Fair Trade: <http://www.sellocomerciojusto.org/es/yotengoelpoder>

trade, S. d. (23 de junio de 2012). *Sello de Comercio Justo Fair trade* .extraído el 23 de junio de 2012, de Sello de Comercio Justo Fair trade : <http://www.sellocomerciojusto.org/es/yotengoelpoder>

Trade, S. d. (2012). *Sello de Comercio Justo Fair Trade*. Obtenido de Sello de Comercio Justo Fair Trade.

Universo, E. (22 de abril de 2002). La Quinoa y la Nasa. *Diario El Universo* , pág.
<http://www.eluniverso.com/2002/04/22/0001/21/856DF91C0A4E475E81A3C38D8FCF7C0A.html>.

VICTOR ARNAIZ CORTÉS, T. G. (2 de marzo de 2009). *Comercio Justo*. extraído el 11 de agosto de 2012, de Ventajas y Desventajas del Comercio Justo en las exportaciones : <http://comercio-justo-antavi.blogspot.com/>

