



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**GENERACIÓN DE OFERTA EXPORTABLE MEDIANTE LA
SUSTITUCIÓN DE CULTIVOS DE PAPA HACIA LA
PRODUCCIÓN DE QUINUA EN LA COOPERATIVA VIRGEN DEL
CARMEN-AYACUCHO PARA SU COMERCIALIZACIÓN EN EL
MERCADO DE TORONTO-CANADÁ**

**PRESENTADA POR
CLAUDIA GIOVANNA HUAYTALLA TINEO**

TESIS

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LIMA – PERÚ

2016



**Reconocimiento - No comercial - Compartir igual
CC BY-NC-SA**

La autora permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

Facultad de
Ciencias Administrativas
y Recursos Humanos

TESIS:

GENERACIÓN DE OFERTA EXPORTABLE MEDIANTE LA
SUSTITUCIÓN DE CULTIVOS DE PAPA HACIA LA
PRODUCCIÓN DE QUINUA EN LA COOPERATIVA VIRGEN
DEL CARMEN-AYACUCHO PARA SU COMERCIALIZACIÓN EN
EL MERCADO DE TORONTO-CANADÁ

PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

PRESENTADA POR:

Bachiller: CLAUDIA GIOVANNA HUAYTALLA TINEO

Lima – Perú

2016

DEDICATORIA

La presente investigación está dedicada a mi familia (Teresa, Hilario, Maribel, Ashly y Ricardo), especialmente a mi madre Teresa por su paciencia, apoyo incondicional, y compartir mis sueños de titularme bajo la presente modalidad.

También a mis ex líderes de la empresa Odebrecht que me cedieron los permisos para poder realizar el trabajo de campo y/u otras gestiones relacionados a la investigación.

No puedo dejar de lado a los agricultores quienes trabajan en sus tierras con amor y dedicación para producir alimentos de calidad.

Finalmente a todas mis amigas(os) de la universidad, trabajo, colegio, centro de idiomas que siempre creyeron en mí para lograr este estudio.



AGRADECIMIENTOS

El presente trabajo de investigación es producto de perseverancia, pero sobre todo, del gran apoyo de mi familia, apoyo de los profesionales que entreviste, asimismo a mis amigos por creer en mi capacidad de poder titularme.

Agradezco a Dios por siempre estar conmigo, como mi fortaleza en todo momento de dificultad.

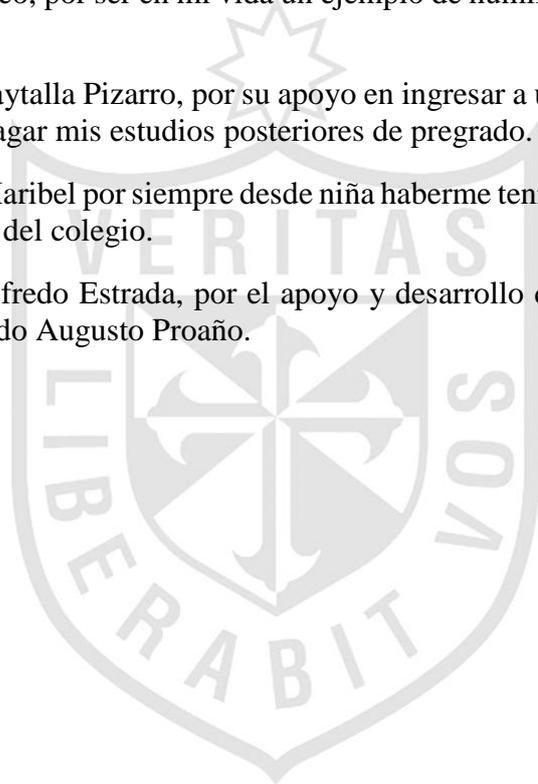
Gracias a mis padres por darme la oportunidad de estudiar una carrera universitaria.

A mi madre, Teresa Tineo, por ser en mi vida un ejemplo de humildad, cariño y fuerzas ante cualquier objetivo.

A mi padre, Hilario Huaytalla Pizarro, por su apoyo en ingresar a una empresa internacional con la cual he podido pagar mis estudios posteriores de pregrado.

Gracias a mi hermana Maribel por siempre desde niña haberme tenido el tiempo y dedicación de enseñarme las tareas del colegio.

Gracias a mi asesor, Alfredo Estrada, por el apoyo y desarrollo de la tesis, así como a mi primer asesor de pregrado Augusto Proaño.



Muchísimas gracias y bendiciones a todos.

Claudia Giovanna Huaytalla Tineo

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTOS	3
TABLA DE CONTENIDO.....	4
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	7
Índice de tablas.....	7
Índice de figuras.....	8
RESUMEN.....	9
ABSTRACT.....	10
INTRODUCCION	11
CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	13
1.1.- Planteamiento del problema	13
1.2.- Objetivos de la investigación.....	14
1.3.- Impacto potencial.....	15
1.3.1.- Impacto Teórico	15
1.3.2.- Impacto práctico.....	15
CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	16
2.1. Antecedentes	16
2.1.1.- En el ámbito nacional.....	16
2.1.2.- En el ámbito internacional	20
2.2. Bases teóricas	23
2.2.1.- Sustitución de Cultivos	24
2.2.1.1.-Definición.....	24
2.2.1.2.-Factores determinantes para la ejecución de la Sustitución de Cultivos	24
2.2.1.2.-Caso exitoso de sustitución de Cultivos de Hoja de Coca hacia la Palma Aceitera..	26
2.2.2. Oferta exportable.....	27
2.2.1.1. Definición de Oferta Exportable	27
2.2.3.1. Definición de Cooperativas.....	33
2.2.3.2. Características de las Cooperativas.....	33
2.2.3.3. Beneficios de la Cooperativa	34
2.2.3.3. Tipología de Cooperativa.....	34
2.2.4. Quinua	35
2.2.4.1. Generalidades.....	35
2.2.4.2. Variedades de quinua en el Perú.....	35
2.2.4.2.1-La quinua en los diferentes pisos altitudinales	35
2.2.4.3. Valor Nutricional	37

2.2.4.4. Usos y formas de consumo de la quinua.....	38
2.2.5. Análisis económico de la oferta de quinua en el Perú.....	39
2.2.5.1. Principales departamentos productores de quinua.....	39
2.2.5.2. Análisis de la producción nacional de Quinua.....	40
2.2.5.3. La Oferta de quinua en Ayacucho.....	40
2.2.5.4. La Quinua en Ayacucho.....	41
2.2.5.6. La cadena productiva de quinua en Ayacucho.....	42
2.2.6. Análisis Económico de la Oferta exportable de quinua peruana.....	44
2.2.6.1. Exportaciones de quinua	44
2.2.6.2. Peso neto de las exportaciones peruanas de quinua.....	44
2.2.6.3. Análisis del precio promedio de la quinua en el Perú.....	45
2.2.6.4. Principales mercados de destino de la quinua.....	46
2.2.6.5. Exportaciones de quinua, según sus principales presentaciones (2009-2015).....	46
2.2.7. Criterios a considerar para la sustitución de cultivos de papa hacia quinua.....	47
2.2.7.1.- Razones en relación a la quinua.....	48
2.2.7.2.- En relación a la papa.....	52
2.2.8.- El Mercado de Canadá.....	55
2.2.8.1.- Ubicación Geográfica.....	55
2.2.8.2.- Indicadores Económicos.....	55
2.2.8.4.- Condiciones de la demanda de quinua en el mercado de Canadá.....	61
2.2.8.5.- Requisitos de acceso al mercado de Canadá.....	62
2.2.8.6.- Distribución y transporte de mercaderías.....	66
2.3. Hipótesis.....	67
2.3.1. Hipótesis General.....	67
CAPÍTULO III. MÉTODO.....	68
3.1. Diseño.....	68
3.2. Población y Muestra.....	68
3.3. Instrumentación.....	74
3.3.1. Guía de entrevista aplicada a Estructurada a las empresas exportadoras.....	75
3.3.2. Guía de entrevista Estructurada a las Asociaciones de Papa en Ayacucho.....	76
3.3.3. Guía de entrevista Estructurada a especialistas de instituciones públicas.....	77
3.4.- Proceso de Recolección de Datos.....	79
3.5.- Procesos de Análisis de Datos.....	81
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	82
4.1 PRIMER OBJETIVO: Condiciones de la demanda internacional de quinua en el mercado de Toronto-Canadá.....	82

4.2.- SEGUNDO OBJETIVO: Condiciones de la oferta exportable de quinua peruana	85
4.3.- TERCER OBJETIVO: Condiciones para la sustitución de cultivos de papa hacia quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen	86
4.5.- CUARTO OBJETIVO: Identificar el análisis comparativo entre la quinua y la papa.	88
4.5.1. Precios de la Quinua y de la Papa.....	88
4.5.1.1. Precio de la Papa	88
4.5.2. Rentabilidad de papa Vs Rentabilidad de producir quinua	90
4.5.2.1. Rentabilidad de producir papa	90
4.5.2.2. Rentabilidad de producir papa	92
4.5.3. Beneficios nutricionales de la quinua y la papa.....	93
4.6. Discusión de resultados	94
4.6.1.-Validez	94
4.6.2.- Comparación con antecedentes, bases teóricas y resultados.....	94
4.6.3.-Generalización	97
4.6.4.- Contrastación de hipótesis.....	98
4.6.5.- Nuevas Interrogantes.....	100
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	102
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y ELECTRÓNICAS	106
APÉNDICE	111

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Índice de tablas

TABLA 1: PRINCIPALES VARIEDADES DE QUINUA SEMBRADAS EN EL PERÚ	37
TABLA 2: VALOR NUTRICIONAL DE LA QUINUA COMPARADO CON OTROS CEREALES	38
TABLA 3: RENDIMIENTO DE QUINUA EN AYACUCHO (KG/HA), AÑOS 2008-2015	41
TABLA 4: PRECIO DE LA QUINUA EN CHACRA POR KILOGRAMOS (2008-2015).	41
TABLA 5: CARACTERÍSTICAS DE LA QUINUA EN AYACUCHO.....	42
TABLA 6: ACTORES DE LA CADENA PRODUCTIVA DE QUINUA EN AYACUCHO.	43
TABLA 7: VALOR DE LAS EXPORTACIONES, SEGÚN VALOR FOB (2008-2015).....	44
TABLA 8: PESO NETO DE LAS EXPORTACIONES DE QUINUA (2007-2013)	45
TABLA 9: EXPORTACIONES DE QUINUA, SEGÚN SUS PRINCIPALES PRESENTACIONES	47
TABLA 10: PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS DE QUINUA.....	49
TABLA 11: COSTOS DE INVERSIÓN POR CADA TIPOLOGÍA (2014)	50
TABLA 12: RENTABILIDAD ECONÓMICA DE LA PAPA.....	52
TABLA 13: RENTABILIDAD ESPERADA DE PAPA	53
TABLA 14: INDICADORES DE CRECIMIENTO DE CANADÁ (2010-2016).....	56
TABLA 15: INGRESO PROMEDIO DEL CONSUMIDOR CANADIENSE	57
TABLA 16: ÍNDICES DE PRECIO AL CONSUMIDOR EN CANADÁ (2008-2016)	58
TABLA 17: DIRECTORIO DE LA QUINUA- SIERRA EXPORTADORA	69
TABLA 18: FICHA TÉCNICA MUESTRAL.....	73
TABLA 19: INSTRUMENTOS A APLICAR	78
TABLA 20: ESTRUCTURA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN DE PAPA EN LA ASOCIACIÓN DE VIRGEN DEL CARMEN (1 HECTÁREA).....	91
TABLA 21 : RENTABILIDAD DE PRODUCIR PAPA (01 HECTÁREA).....	91
TABLA 22 : ESTRUCTURA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN DE QUINUA EN LA ASOCIACIÓN DE VIRGEN DEL CARMEN (1 HECTÁREA).	92
TABLA 23 : RENTABILIDAD DE SEMBRAR QUINUA (1 HECTÁREA).	93
TABLA 24 : RENTABILIDAD DE PRODUCCIÓN DE PAPA VS RENTABILIDAD DE SEMBRAR	93
TABLA 25 : CONTRASTACIÓN DE ANTECEDENTES, BASES TEÓRICAS Y RESULTADOS.....	95

Índice de figuras

GRÁFICO 1: FACTORES DETERMINANTES PARA LA EJECUCIÓN DE LA SUSTITUCIÓN DE CULTIVOS.....	24
GRÁFICO 2: PANORAMA DEL CULTIVO DE PALMA ACEITERA, ANTES DE LA SUSTITUCIÓN DE CULTIVOS.	26
GRÁFICO 3: FACTORES DE ÉXITO PARA EL DESARROLLO DE LA PALMA ACEITERA	27
GRÁFICO 4: PRODUCCIÓN NACIONAL DE QUINUA, EN TN	40
GRÁFICO 5: PRECIO DE LA QUINUA, SEGÚN MERCADO DE DESTINO (AÑO 2015).....	46
GRÁFICO 6: EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DEL PRODUCTO QUINUA, SEGÚN SUS PRINCIPALES MERCADOS 2000 – 2013	46
GRÁFICO 7: EXPORTACIONES DE QUINUA, SEGÚN SUS PRINCIPALES PRESENTACIONES	47
GRÁFICO 8: COMPONENTE NUTRICIONAL DE DIFERENTES VARIEDADES DE QUINUA DE LA REGIÓN ANDINA ⁵¹	
GRÁFICO 9: RENDIMIENTO PROMEDIO (KG/HA).....	54
GRÁFICO 10: POBLACIÓN POR GRUPO DE EDAD- AÑO 2015 (MILLONES DE PERSONAS).....	57
GRÁFICO 11: PRINCIPALES DEMANDANTES MUNDIALES DE QUINUA-2015	62
GRÁFICO 12: EXPORTACIONES PERUANAS DE QUINUA POR PAÍS DE DESTINO: 2015.....	62
GRÁFICO 13: TRATAMIENTO ARANCELARIO DE LA QUINUA (CHENOPODIUM QUÍNOA)	63
GRÁFICO 14: DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE DE MERCANCÍAS EN CANADÁ	66
GRÁFICO 15: CONDICIONES DE LA DEMANDA INTERNACIONAL DE QUINUA EN CANADÁ.....	82
GRÁFICO 16: PRINCIPALES COMPRADORES DE QUINUA EN CANADÁ	83
GRÁFICO 17: MERCADOS DE DESTINO DE LA QUINUA PERUANA	83
GRÁFICO 18: PRINCIPALES COMPETIDORES DE PRODUCCIÓN DE QUINUA EN EL MUNDO.....	84
GRÁFICO 19: TENDENCIAS DE LA QUINUA PERUANA.....	84
GRÁFICO 20 : DETERMINANTES PARA QUE EL CONSUMIDOR CANADIENSE SOLICITEN QUINUA PERUANA... 84	
GRÁFICO 21: OFERTA EXPORTABLE DE QUINUA PERUANA.....	85
GRÁFICO 22: PRODUCTOS EN BASE A QUINUA	85
GRÁFICO 23: CONDICIONES PARA MIGRAR DE CULTIVOS DE PAPA HACIA QUINUA (AGRICULTORES)	86
GRÁFICO 24: PORCENTAJE DE AGRICULTORES QUE ESTARÍAN DISPUESTOS A CAMBIAR SUS CULTIVOS DE PAPA HACIA QUINUA	87
GRÁFICO 25: RAZONES PARA MIGRAR DE CULTIVOS DE PAPA HACIA (ESPECIALISTAS DEL ESTADO)	88
GRÁFICO 26: EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE LA PAPA CANCHAN EN LOS ÚLTIMOS AÑOS EN PAMPACANGALLO –AYACUCHO	89
GRÁFICO 27: EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE LA PAPA CANCHAN EN LOS ÚLTIMOS AÑOS EN PAMPACANGALLO –AYACUCHO	90

RESUMEN

En los últimos quince años (2000-2015), el Perú ha incrementado la producción, la superficie cosechada, los rendimientos y los precios de la quinua. El periodo 2008-2015 ha sido más dinámico en cuanto a la producción, con respecto al periodo 2000-2007. Por tanto, el denominado boom de la quinua se evidencia en la producción creciente y los mejores precios recibidos por el productor, y en el aumento del volumen de exportaciones en 9.5 veces, 21 veces en el valor FOB, y 2.2 (US\$/t) veces de los precios, evidenciándose una demanda de quinua, tomando en cuenta que el Perú tiene aún acceso a pocos mercados, y se pronostica su ingreso a nuevos mercados.

Precisamente, en esta investigación se las condiciones para la sustitución de cultivos de papa hacia producción de quinua, para lo cual se trabajó con la Cooperativa Virgen del Carmen, localizada en Ayacucho, el mercado a exportar es Toronto – Canadá.

Se aplicó un diseño exploratorio cualitativo, ya que posee características inherentes que deben ser identificadas en un trabajo de campo. Para poder obtener las condiciones de la demanda y oferta de quinua en el mercado de Toronto – Canadá se aplicó una guía de entrevista a expertos en el mercado de la exportación de quinua, asimismo para identificar las condiciones para que el agricultor de la Cooperativa Virgen del Carmen de Ayacucho sustituya sus cultivos de papa hacia los cultivos de quinua en Ayacucho se entrevistó a los agricultores de la mencionada Cooperativa.

Se concluyó, que el principal factor para sustituir los cultivos de papa hacia quinua para la generación de oferta exportable en la Cooperativa Virgen del Carmen es la existencia de una demanda internacional, el segundo factor es que se posea una oferta exportable sólida, adicionalmente para que el agricultor sustituya sus cultivos de papa por quinua debe de existir mayor rentabilidad, haber pactado con un comprador un precio y cantidad para una campaña de siembra, asimismo debe de existir apoyo por parte del Estado en capacitación técnica y comercial para los agricultores. La quinua es un producto de demanda creciente, tiene una rentabilidad de 35.32%, con respecto a su inversión.

Palabras clave:

Sustitución de cultivos, oferta y demanda de quinua, expertos en el mercado.

ABSTRACT

In the last fifteen years (2000-2015), Peru has increased production, harvested area, yields and prices quinoa. The period 2008-2015 has been more dynamic in terms of production, over the period 2000-2007. Therefore, the so-called boom of quinoa is evident in the increased production and better prices received by the producer, and increasing export volume by 9.5 times, 21 times in the FOB value , and 2.2 (US \$ / t) times the prices , showing a demand for quinoa , considering that Peru still has access to few markets , so many are left to enter.

Precisely in this research you want to increase the exportable supply of quinoa by replacing potato crops to production of quinoa, for which worked with the Cooperative Virgen del Carmen , located in Ayacucho , the market to export is Toronto - Canada.

A qualitative exploratory design was applied, as it has inherent characteristics that must be identified in a field work . In order to obtain the conditions of demand and supply of quinoa in the market in the Toronto market - Canada an interview guide was applied to experts in the export market quinoa also to identify the conditions for the farmer Cooperativa Virgen del Carmen de Ayacucho replace their potato crops to crops of quinoa in Ayacucho interviewing farmers in the cooperative.

It was concluded that the main factor to replace potato crops to quinoa for generating exportable supply in the Cooperative Virgen del Carmen is the existence of an international demand , the second factor is that a strong export supply is held, in addition to the farmer replace their potato crops quinoa must be higher return , having agreed with a buyer at a price and quantity for a campaign, should also be supported by the state in technical and business training for farmers, quinoa is a product of growing demand , has a yield of 35 % with respect to its investment .

Keywords:

Crop substitution, supply and demand for quinoa, market experts.

INTRODUCCION

En los últimos años se ha venido desarrollando un boom exportador de los alimentos producidos en el Perú, lo cual trajo como consecuencia el crecimiento y desarrollo económico que se tradujo en la formación de empresas exportadores de calidad internacional. El mundo está enfocándose cada vez más en el sector alimenticio en Perú, y ofrecer en materia de minería, agricultura, servicios profesionales, etc.

La quinua es considerada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) como uno de los alimentos más completos de la naturaleza por su alto contenido alimenticio. La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) sostiene que “sus granos son altamente nutritivos; con una importante cantidad de proteínas y compuestos bioactivos, la quinua representa un alimento nutricionalmente bien balanceado, con múltiples propiedades funcionales relevantes para la reducción de factores de riesgo de enfermedades crónicas atribuibles a su actividad antioxidante, antiinflamatoria, inmunomodulatoria y anticarcinogénica, entre otras (Quinoa.pe, 2013).

El Perú es uno de los países con mayor potencial para el desarrollo de oferta exportable de quinua, esto se debe a la demanda del mercado internacional, existencia de oferta exportable, la existencia de las condiciones climáticas, condiciones técnicas, y las empresas exportadoras que han logrado introducirse en el mercado exterior, logrando su participación en ferias internacionales (AGRODATA PERU, 2016).

Por segundo año consecutivo el Perú se consolidó como el principal exportador mundial de quinua tanto en volumen exportado como en monto de negocios en el año 2015 (Cámara de Comercio de Lima, 2016).

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, a través de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo, viene brindado apoyo y capacitación a los distintos sectores de agricultura con el objetivo de incrementar la oferta exportable de quinua y otros productos, por lo cual ha mantenido su presencia a través de los distintos talleres, capacitaciones, cursos, así como la participación en ferias internacionales (SIICEX, 2014).

Lo que se busca investigar en la presente tesis es determinar los factores que podrían llevar a la Cooperativa de Virgen del Carmen-Ayacucho a una sustitución de cultivo de papa hacia quinua para la generación de oferta exportable para su comercialización al mercado de Toronto –Canadá.

La investigación desarrolla en seis capítulos. El capítulo I, titulado “Problema de investigación”, en el cual se presenta una definición del problema central de la investigación desarrollado, los objetivos y la justificación (teórica y práctico) de la tesis.

En el capítulo II se describen de manera detallada los antecedentes y las bases teóricas del tema a tratar con una definición de términos que permiten aclarar los puntos claves de la investigación. Asimismo, se desarrollan las hipótesis tanto generales como específicas del trabajo, tomando en cuenta los objetivos del proyecto en el acápite anterior.

En el capítulo III se desarrolla la metodología que se siguió para la obtención de los resultados deseados en el proyecto. Se explica el diseño utilizado en la investigación y se

determina la muestra donde se aplicaron los instrumentos elaborados en el mismo apartado. Luego, se presenta el procedimiento que se empleó durante el trabajo de campo.

En el capítulo IV se establecen los resultados y la discusión de los mismos. Todos ellos tomando en cuenta lo planteado en los objetivos del proyecto. Asimismo, se realiza la contrastación de los resultados con lo realizado en la hipótesis general y específica.

Finalmente, las conclusiones y recomendaciones del tema tratado que corresponden a lo determinado en el problema de investigación, y las referencias bibliográficas utilizadas y consultadas.

Esta investigación incluye apéndices y anexos que soportan lo presentado a lo largo de la misma y están relacionadas al levantamiento de la información.



CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.- Planteamiento del problema

Al cierre del año 2015 las exportaciones de quinua se valorizaron en US\$143 millones y los envíos en volumen sumaron cerca de 42.000 toneladas, logrando un crecimiento en 13%, es decir 4.743 toneladas más que el año anterior (Cámara de Comercio de Lima, 2016).

La tendencia de los productos naturales y alimentos funcionales, han hecho que la demanda de quinua aumente tanto a nivel nacional como nivel internacional. En los últimos años las cifras muestran un crecimiento de la demanda externa de quinua en torno al 10% anual, lo que de mantenerse en el futuro inmediato significaría duplicar la demanda agregada en un plazo de 5 o 6 años (Documento Conjunto FAO – ALADI, 2014).

Actualmente, en Ayacucho se poseen cultivos tales como papa, habas, mashua, maíz amiláceo, trigo, cebada grano; estos productos tienen precios muy bajos, en comparación de la quinua. Sin embargo los campesinos continúan sembrando los productos con baja demanda, por la falta de semilla, por falta de financiamiento, asimismo se evidencia la falta de un comprador consolidado, siembran por costumbre, y por ser un alimento básico para su dieta diaria. A pesar que Ayacucho es la tercera región productora del Perú con un 14 % (SOLID PERU, 2007).

Si en el Perú todas las personas consumieran quinua, la producción local no lograría cubrir la demanda. Incluso detalló que hoy lo que produce Perú y Bolivia solo satisface el 10% de la demanda de quinua en Estados Unidos, por lo que en este país se ha optado por realizar investigaciones para comenzar a cultivar el grano, señaló también que el 80% de la producción nacional de la quinua se concentra en Puno, teniendo muchas oportunidades los otros departamentos con las mismas condiciones climatológicas. (GOMEZ PANDO, 2013)

Debido a sus propiedades, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), denominó el año 2013 como "El Año Internacional de la Quinua", en homenaje a su revaloración, lo cual multiplicó estratosféricamente sus precios en el mercado interno y externo (Año internacional de la quinua, 2013).

La presente investigación busca lograr una oferta exportable de quinua en la Cooperativa de Virgen del Carmen Ayacucho, mediante la sustitución de sus cultivos actuales de papa por la siembra de quinua, en base a la investigación de la oferta exportable peruana y la demanda existente y potencial de quinua en el mercado de Canadá, la mayor rentabilidad de la siembra de quinua en base a una menor inversión, asimismo se consideró la disposición del agricultor por cambiar los cultivos.

En el sector agrícola, donde se desarrolla el mercado de quinua, existe poco conocimiento con respecto a la suplantación de productos actuales por otros alternativos que generen mayores niveles de rentabilidad al campesino. (Ministerio de Comercio Exterior y Comercio, 2006).

A continuación, se detalla la formulación del problema general y los problemas específicos:

➤ **Formulación del problema**

1.- ¿Cuáles son los factores que podrían llevar a la Asociación de Virgen del Carmen-Ayacucho hacia una sustitución de cultivo de papa hacia quinua para la generación de oferta exportable de quinua y su comercialización hacia mercado de Toronto - Canadá?

➤ **Problemas Específicos**

- ¿Cuáles son las condiciones de la demanda internacional de quinua en el mercado de Toronto-Canadá?
- ¿Cuáles son las condiciones de la oferta internacional de quinua en el mercado de Toronto-Canadá?
- ¿Cuáles son las condiciones para que el agricultor de la Cooperativa Virgen del Carmen de Ayacucho sustituya sus cultivos de papa hacia los cultivos de quinua en Ayacucho?
- ¿Cuál es el análisis comparativo entre la quinua y la papa?

1.2.- Objetivos de la investigación

El **objetivo principal** de la investigación es:

Determinar los factores que podrían llevar la Asociación de Virgen del Carmen-Ayacucho a una sustitución de cultivo de papa hacia quinua para la generación de oferta exportable para su comercialización al mercado de Toronto –Canadá.

Los **objetivos específicos** de la investigación son los siguientes:

- Determinar las condiciones de la demanda internacional de quinua en el mercado de Toronto-Canadá.
- Determinar las condiciones de la oferta de quinua en el mercado de Toronto-Canadá.
- Identificar las condiciones para que el agricultor de la Cooperativa Virgen del Carmen de Ayacucho sustituya sus cultivos de papa hacia los cultivos de quinua en Ayacucho.
- Identificar el análisis comparativo entre la quinua y la papa.

1.3.- Impacto potencial

Somos conocedores de que nuestro país posee la capacidad de poder adaptar sus productos agrícolas a diferentes áreas de cultivo, por lo tanto, el impacto potencial es conocer la gestión de cultivos alternativos de la oferta peruana, logrando así optimizar el uso productivo de las tierras y poder brindar una mejor calidad de vida al agricultor andino.

1.3.1.- Impacto Teórico

Mediante el presente estudio se busca redefinir el concepto de oferta exportable alternativa, entendiéndose por este la sustitución de productos tradicionales y desventajados por otros que generen mejores beneficios al agricultor andino, en base al aprovechamiento de las tierras.

1.3.2.- Impacto práctico

El aporte que desea alcanzar la presente investigación, es lo siguiente:

- Ampliación de las hectáreas de producción de quinua para poder aumentar el volumen de exportación en el mercado peruano, por la creciente demanda del mercado internacional.
- Buenas prácticas en el sector, debido al cambio de cultivos de papa hacia quinua.
- Contribuir al desarrollo de la Cooperativa Virgen del Carmen en base a conocimientos básicos de administración, negocios, determinación de objetivos, análisis FODA.
- Reconocimiento de la quinua como un producto con capacidad de exportación en el Perú en base a un desarrollo equilibrado entre el agricultor, medio ambiente y Estado.

CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Antecedentes

2.1.1.- En el ámbito nacional

1. EL COMERCIO (2016). El Perú se sitúa como primer productor y exportador de quinua a nivel mundial, después de Bolivia. Al cierre del 2015 las exportaciones de quinua se valorizaron en US\$143 millones y los envíos en volumen sumaron cerca de 42.000 toneladas, logrando un crecimiento en 13%, es decir 4.743 toneladas más que el año anterior. En este contexto, es importante que el Perú se posicione como el gran productor ancestral de este grano andino, ofreciendo un alto estándar de calidad, variedades únicas y también que se desarrolle una denominación de origen para la quinua peruana.
2. TERRY ALVA, JOSE (2015). Coordinador de Agroexportaciones en la Cooperativa de Exportadores (ADEX) realiza un análisis actual de la situación del mercado de quinua en el Perú indica que las cantidades han aumentado, sin embargo los precios han descendido, debido a una sobreoferta en el mercado, pues se debe tener en cuenta que la producción de la Costa ha dado un aporte para el aumento, todavía sabe señalar que los contenedores que fueron rechazados en Estados Unidos de América han perjudicado el prestigio a nivel mundial, sin embargo se están coordinando una reunión para poder fijar los límites de pesticidas en este cereal andino.
3. IICA- Instituto Interamericano de Cooperación para la agricultura (2015). En este marco, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) financió al Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), la consultoría RG-T2238 para evaluar de manera rigurosa las condiciones de producción de la quinua, las potenciales innovaciones que conducirían a un incremento en el ingreso campesino, los riesgos ambientales y sociales presentes en el país y la estrategia para mitigarlos en Perú.
4. PROMPERU (2015). El presente informe realiza un resumen y los logros alcanzados por los empresarios peruanos en su participación en una feria reconocida en Canadá "SIAL 2015", donde se concluyó que existen nichos de mercado para productos derivados de la quinua con valor agregado, dándole una orientación hacia el consumo de lo ecológico y natural.
5. GESTION (2015). Actualmente a nivel mundial Perú lidera las exportaciones del grano de quinua con una tasa de incremento de 96% en los últimos cinco años; sin embargo, tenemos conocimiento que países como Estados Unidos, Dinamarca, España, Inglaterra y Finlandia, gracias a sus investigaciones científicas, han obtenido nuevas variedades de quinua adaptadas a los climas de su país. En el primer semestre del 2015, los principales destinos de exportación de quinua fueron: Estados Unidos (US\$ 31.6 millones), Canadá y Países bajos (ambos con US\$ 5.1 millones) y, en

cuarto lugar, Reino Unido (US\$ 4 millones) haciendo entre los cuatro el 68% del mercado peruano de exportación.

6. Ministerio de Agricultura (2014). El presente documento evalúa los principales Aspectos Agroeconómicos de la Cadena Productiva de Papa en los departamentos de Lima, Cajamarca, Ayacucho y Huancavelica donde realiza la rentabilidad esperada en la campaña del año 2014, los costos de producción y la determinación de ingresos. Donde califica a Ayacucho con una ganancia neta de S/. 894.00 al sembrar una hectárea.
7. Agronoticias (2014). PROQUINUA es un programa en el cual se busca promover el cultivo de quinua en la Costa Peruana, el cual es incentivado por el Ministerio de Agricultura del Perú, su objetivo es sustituir los cultivos de arroz por los cultivos de quinua, debido a que el primero demanda demasiados recursos hídricos, lo que representa una generación de 30 toneladas de sal al campo, originando la salinización de las tierras. Este desplazamiento resulta sumamente apropiada para promover el aumento de la oferta de quinua, basándose en la demanda nacional e internacional, además la quinua es un producto más rentables y menos dañinos para el agro. El programa se encuentra actualmente en desarrollo solo en los departamentos de Lambayeque y Piura.
8. Ministerio de Agricultura (2014). La investigación de las Intenciones de Siembra de la Campaña 2014-2015 de los 22 cultivos transitorios seleccionados ejecutada mediante la ENIS (Encuesta Nacional de Intenciones de Siembra) arroja 2 178 489 hectáreas, que representan un incremento de 82, 9 mil hectáreas más (4,0%) con respecto a lo ejecutado en la campaña agrícola 2013 – 2014 que finaliza al término del mes de julio. Este incremento se sustenta en la dinámica de rotación de cultivos o en el incremento de áreas con cultivos más rentables, de manera que en cada región aumentan o disminuyen las áreas sembradas.
9. Ministerio de Agricultura y Riego (2013). Una publicación muy completa que nos brinda un panorama de la quinua y su producción, rendimiento promedio, precios a nivel chacra, precios a nivel consumidor, cadena agroproductiva, coyuntura nacional e internacional del Año Internacional de la Quinua, requisitos para el ingreso a los principales mercados y sus costos de producción.
10. GUZMAN BAUTISTA, JORGE (2013). El presente estudio señala un estudio de la Quinua en Puno, para lo cual realiza un Análisis FODA donde señala que una de las debilidades del agricultor de quinua es la alta intermediación, lo cual ocasiona una dispersión de precios. El primer eslabón de comercialización lo conforman las comunidades andinas, integradas por pequeños agricultores sin poder de negociación, Escasa asistencia técnica. La mayor parte de la quinua convencional es procesada en forma artesanal, Poca difusión de los beneficios nutricionales en el mercado local, baja diversificación de productos exportados, Escaso nivel de organización de los productores ante las exigencias del mercado internacional de calidad estandarizada.
11. Gobierno Regional Ayacucho Dirección Regional Agraria Oficina de Planificación Agraria Área de Inversiones y Cooperación Técnica Internacional (2012). El presente proyecto propone técnicas y estrategias de producción, para aumentar la productividad y articular la cadena productiva de la quinua, toda la investigación se

realizará desde el año 2012 hasta el año 2015, en base a objetivos específicos que buscan elevar los ingresos de los campesinos de quinua de Ayacucho, a través de una mejor articulación de todos los actores de la cadena de valor de la quinua.

12. Programa de Cereales de la Universidad Nacional Agraria de la Molina (2012). Esta entrevista hace hincapié en el problema de la demanda existente y la problemática de poder cubrir dichos mercados, por lo cual se busca aumentar el rendimiento de la quinua en los actuales departamentos de producción e introducirlos en otros departamentos potenciales. Por otro lado, toma en cuenta la posibilidad de procesar la quinua en sus derivados, el aumento de sus precios de exportación y los estudios que se vienen realizando en la actualidad.
13. Falcón y Riveros (2011). La presente tesis realiza una comparación de las exportaciones de Bolivia y Perú, a través de una evaluación de los factores de éxito en el caso boliviano, por poseer una estrategia más enfocada en la asociatividad a través ANAPQUI, la cual la articula toda su cadena de valor con el objetivo de promocionar y desarrollar el sector.
14. LIVANO VARGAS, MARIA (2011). La presente investigación tiene el objetivo de determinar la viabilidad técnica y comercial de la stevia como una alternativa a los cultivos ilícitos en la zona de Aucayacu y reducir la producción de la hoja de coca. Se llegó a la conclusión que el proyecto es técnicamente y comercialmente factible, ya que el cultivo se adapta a la zona propuesta, asimismo se observa un crecimiento de la demanda de productos dietéticos en el mercado de alimentos y bebidas.
15. PROEXPANSION (2011). El proyecto Innovación y Competitividad de la Papa (INCOPA) del Centro Internacional de la Papa (CIP), se elaboró en cooperación con la Agencia Suiza para el Desarrollo y Cooperación (COSUDE) y articula a una serie de asociados públicos y privados, quienes se orientan a mejorar la competitividad de la cadena de la papa, con énfasis en pequeños productores, aprovechando las nuevas circunstancias del mercado y fomentando el uso de la papa peruana que favorezca la innovación del sector. A través de su labor, ha confirmado que la investigación y el desarrollo tienen que ir de la mano para obtener impactos efectivos a nivel de los pequeños agricultores, así mismo la evaluación final es realizada a INCOPA que propone poner en AGENDA NACIONAL A LA PAPA con el objetivo de mejorar su competitividad. En paralelo menciona que se empezaron a mostrar los resultados del trabajo realizado con las papas nativas, que fueron incorporadas con nombre y apellido en un proceso de articulación con el mercado donde encontraron un espacio para diferenciarse.
16. Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito –UNODC (2011). La presente investigación relata un estudio de caso acerca del “Modelo de Desarrollo Alternativo de la Región San Martín” la cual ha reducido significativamente sus cultivos de coca hacia la producción de cacao, stevia, palmera aceitera de manera armoniosa con sus agricultores. Paralelamente, se reducción la presencia del narcotráfico en la región, se redujo la pobreza en la región y se mejoró la situación de violencia y narcoterrorismo en la zona.
17. SOLID – OPD (2010). El presente estudio es la elaboración de un Programa modular para el manejo técnico del cultivo de quinua a través de una tecnología productiva. El documento se encuentra dividido en 04 unidades (preparación del terreno, manejo

del cultivo, evaluación de plagas y enfermedades por etapa fenológica y cosecha y post cosecha).En base a este estudio minucioso podemos conocer la parte técnica y agrónoma de la quinua.

18. SUCA & SUCA (2008). El presente estudio realiza la formulación del Diamante del Agronegocio de la Quinua, en base a las teorías y modelos de Michael Porter. Referente a la competitividad en el sector del agronegocio de la quinua, se implementó el modelo de las cinco fuerzas del mismo autor, resultando atractivo este sector para los actores del agronegocio.
19. Solid Perú (2007).Este documento nos habla acerca de la cadena productiva de la papa, con el objetivo de poder conocer sus potencialidades y oportunidades, se indica la descripción de la papa, presentaciones a partir de este insumo, proceso productivo, demanda nacional e internacional, así como los precios que ofrecen los diferentes actores de la cadena, todo para lograr identificar los actores de dicha cadena.
20. Bereniz Tello (2007).El presente video realiza un informe de la quinua, habla de la antigüedad de 10000 años antes de los incas, nos da a conocer las propiedades de la quinua, tal como la licina, sus orígenes, busca incentivar su consumo, menciona también la connotación cultural para rituales, asimismo, habla del movimiento Manuela Ramos y su incentivo en el desarrollo de la quinua para el consumo interno.
21. Solid Perú (2007). En este estudio se presenta una visión global de la cadena productiva de Quinua en el departamento de Ayacucho, nos señala las acciones dadas, los participantes, las relaciones entre los actores de la cadena, usos de la quinua, sus procesos, mercado interno, mercado externo, precios, políticas y normas, demanda nacional e internacional, así como los factores externos que se dan a lo largo de la cadena y se establece actividades claves para el fortalecimiento de la cadena productiva de quinua en Ayacucho.
22. Mujica & Ortiz (2006).Este estudio perteneciente a Perú, Bolivia y Colombia; con el apoyo de diversas instituciones tales como: universidades, Ong's, entidades del estado. Tuvo una duración de 4 años desde el año 2002 hasta el 2006.Con el objetivo de mejorar el uso comercial de la quinua en la región andina, para lograr un incremento en los ingresos familiares, seguridad alimentaria e ingresos para pequeñas empresas, utilizando la diversidad genética de los tres países. Todo hecho a partir de la adaptación de los diversos cultivares, así como la identificación de los problemas en la cosecha de quinua, rentabilidad de la quinua, transformación de la quinua y mejorarla a partir de la capacitación de los campesinos, técnicos y estudiantes, y docentes.
23. Plan Operativo de la quinua Región Puno(2006).Este estudio nos hace referencia acerca de la situación que tiene la quinua ,realiza un diagnóstico de su cadena de valor, así como las exportaciones, su mercado nacional e internacional, se hace un análisis FODA, y el desarrollo del diamante de competitividad de la quinua, en la región Puno, este estudio nos servirá como un ejemplo de la manera como ha desarrollado su cadena productiva a lo largo de los años y para compararlo con la región Ayacucho.
24. Instituto Nacional de Investigación y Extensión Agraria Estación Experimental Agraria Illpa (Puno). (2006).El presente estudio nos explica acerca de la nueva

variedad desarrollada por INIA en Puno, dicha variedad rinde más en comparación de otras variedades, y soporta las más altas temperaturas, es decir, es más resistente.

25. Ministerio de Agricultura (2005). Este informe detalla un diagnóstico, en el cual se analiza a los actores directos e indirectos de la cadena de la papa, nos habla acerca de la estacionalidad de los precios, costos de producción, su comercialización, los márgenes de comercialización de la papa, procesos, usos de la papa, su consumo interno, propiedades, este estudio nos servirá para poder conocer más acerca de la papa en la región Ayacucho.
26. Murillo, Alipio et al (2003). El presente estudio perteneciente a la ONG's Solid-Perú abarca temas tales como: características de la quinua y kañiwua, beneficios nutritivos de estos dos cereales, perspectivas de la quinua y kañiwua, formas de consumo y recetario.

2.1.2.- En el ámbito internacional

1. LA RAZÓN – LA PAZ (2016). Perú desplaza a Bolivia como primer exportador de quinua a Estados Unidos. A noviembre de 2015, las ventas peruanas al país del norte destacaron en 3,67% a los envíos nacionales. El director general ejecutivo del Centro Internacional de la Quinua (CIQ) del Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras, Édgar Soliz, afirmó que bajaron los envíos del cereal boliviano a Estados Unidos y otros países por una mayor producción de quinua en el Perú pues tiene dos cosechas al año, mientras el país solo tiene una.
2. PERSPECTIVAS 2015 Y BALANCE 2014 (2015). Realiza un Análisis del Sector de la Quinua donde señala que una de las debilidades del Sector de la quinua son los siguientes: Falta de tecnología para la siembra y la cosecha, al realizarse manualmente se pierde mucha producción, falta de comercialización de la quinua con valor agregado, Perú exporta su producción natural y otros países, como EE.UU y la reexportan con valor agregado.
3. PROCOLOMBIA (2015). El mercado mundial de quinua se encuentra en proceso de crecimiento. Un mercado interesante es el de los canadienses que tienen un alto interés por el consumo de comida orgánica, saludable y unida a esta tendencia, uno de los alimentos que cuenta con una demanda creciente es la quinua. Mientras en 2012 este mercado importó US\$17 millones, en 2014, las compras al mundo de este producto alcanzaron los US\$54 millones y se espera que sigan aumentando.
4. PROCHILE (2015). Hasta la fecha, la chía y la quinua representaron el 81,9% de los nuevos lanzamientos de alimentos con granos antiguos en los EE.UU. Eso se compara con el 55% de lanzamientos en 2010 que los incluían. Estos dos antiguos granos tienen historias interesantes que ayudan a las empresas a comercializarlos como ingredientes 'premium'. Los dos granos también tienen propiedades para la salud que los hacen atractivos como adiciones a los productos alimenticios envasados.
5. USAID (2014). En el presente informe dirigido por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), realizó un estudio acerca de la

demanda potencial de la Palma Aceitera en los países de Colombia, Ecuador y Perú , realizándose un análisis de los tres mercados y su participación a nivel nacional e internacional, teniéndose como principal objetivo sustituir los cultivos de hoja de coca en la región San Martín y optar por la siembra de palma aceitera en los bosques amazónicos de Colombia, Ecuador y Perú, a través de la identificación de la demanda existente dentro y fuera del país, así como un análisis de los motores que explican el crecimiento de esta agroindustria, sus impactos sociales y ambientales, los marcos políticos y regulatorios que intentan ordenar o prevenir la deforestación derivada.

6. ALADI y FAO (2014). El presente estudio nos presenta las tendencias y perspectivas del comercio internacional de quinua de los principales productores Bolivia, Perú y Ecuador, explicando la evolución de la producción, la evolución de las exportaciones, evolución de los principales importadores, evolución del precio de la quinua, análisis de los agentes comerciales que participan, así como tendencias de la demanda nacional e internacional.
7. Hispan TV Nexo Latino (2013). A raíz de la declaración del Año Internacional de la Quinua se ha ampliado el interés por parte de los mercados internacionales por lo cual este Canal de Tv realizó un reportaje acerca de la actual situación de la quinua en Perú y Bolivia los mayores productores en el mundo, la importancia de este cereal para terminar con la desnutrición en el mundo por sus propiedades y la consecuencia de su producción en el ciclo natural de las tierras, por otro lado nos indica que actualmente se encuentra cultivando en distintos países de Europa y Estados Unidos recomendando así a Perú y Bolivia a fortalecer su posicionamiento actual.
8. TFO CANADA (2013). El presente estudio es una guía para la exportación hacia el mercado de Canadá , la cual muestra información general, su economía, su mercado interno, el perfil del consumidor, las tendencias del mercado, las importaciones , las reglas comerciales , análisis de la cadena de distribución , y finaliza con consejos para los exportadores.
9. ICEX (2013). La Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Toronto realiza una investigación del mercado de alimentos en Canadá, resaltando su crecimiento constante y potencial, las regulaciones comerciales, las tendencias de consumo, la cadena de distribución entre los estados canadienses. Así mismo realiza un estudio de la oferta a través de un análisis de los competidores, análisis de la demanda en base a la tendencia del consumo y los factores sociodemográficos. Finalmente, brinda información práctica para conocer las ferias, y lista de direcciones de interés y webgrafía.
10. Planes de Negocio Agropecuarios en Potosí (2011). El desarrollo de la producción de quinua ha traído consigo un desarrollo de la industria a base de este producto, en la presente revista se menciona dos casos exitosos acerca del control de calidad para la quinua en un centro de control y la fabricación de malta y jugos de quinua blanca y roja en Bolivia.
11. Oficina Regional para América y el Caribe –FAO (2011). El presente documento nos detalla más acerca de la quinua y su diversidad genética, adaptabilidad de la

quinua, potencial industrial de la quinua, así como su expansión a países fuera de la región andina los cuales son nuestra futura competencia a mediano o largo plazo, puesto que la quinua posee la capacidad de adaptarse a diversos climas. Por lo tanto nuestra competitividad no solo está presente en América del Sur, más no obstante en los otros continentes tales como Norte América, Europa, África, Asia y Australia.

12. FAO (2009-2011). El presente es el desarrollo de un programa de apoyo a la agricultura familiar campesina en Perú, Bolivia y Ecuador para mejorar la disponibilidad, el acceso y el uso de semilla de calidad en las zonas Alto Andinas.
13. Beatriz Muriel & Tania Evia S. (2010). En el presente documento de Bolivia, se habla acerca de la importancia de la siembra de quinua orgánica en este país como una fuente de ingresos y reducción de la pobreza en el Altiplano Sur, debido al potencial que posee en áreas de producción, por otro lado menciona temas tales como: exportación, los niveles de ingresos y costos etc.
14. Ministerio de Agricultura de Chile (2010). Resultados y Lecciones de Modelo de Gestión para Producción y Comercialización de Quínoa. Este libro busca dirigir a las familias campesinas de Chile, idóneos de producir quinua a poseer una gestión de producción, de comercialización y poder aprovechar las tendencias de este cereal andino en el mercado externo, a través de los proyectos Precursores, y menciona temas como producción orgánica y slow food.
15. Salines, Fernando (2009). Esta tesis doctoral nos da un panorama de la importancia de la quinua y la maca en el mercado español como un producto andino y natural, también se destaca: descripción de la quinua, usos, importancia para el Perú, mercado español de la quinua, cadena de valor de la quinua, mercado peruano de quinua, todo esto e base a una guía de entrevista aplicada a los diferentes actores de la cadena productiva de quinua, hacia el mercado español.
16. Birbuet & Machicado (2009). El presente documento hace referencia acerca de la innovación tecnológica para el desarrollo del rendimiento de quinua Real de Bolivia, y como se han integrado y beneficiado los actores de la cadena productiva de la quinua, todo esto realizado en un programa llamado “Alianza Quinua”, lo cual ha hecho que 8 empresas se vean beneficiadas y produzcan el 80% de las exportaciones de quinua real de Bolivia.
17. Fundación Fautapo (2008). El presente informe realiza un análisis del avance que tuvo el cultivo de la quinua en el transcurso de los cuatro años con el apoyo de la Embajada del Reino de los Países Bajos para el Fortalecimiento de la Cadena de la Quinua. El principal objetivo principal fue posicionar la Quinua Real Orgánica en mercados nacionales e internacionales, como un producto altamente nutritivo, con alta capacidad de transformación, permitiendo la expansión racional y ordenada de la frontera agrícola, recuperando y conservando los suelos para su producción sostenible.
18. Cámara de exportadores de La Paz-Bolivia (2007), en el presente estudio se resalta la potencialidad que posee la quinua como producto actual de exportación en Bolivia, se enfoca en un estudio de mercado internacional para conocer las tendencias, es un estudio cualitativo y cuantitativo, para poder analizar las ventas,

precios, así como los acuerdos y preferencias que posee para los mercados de destino principales.

19. Universidad de los Andes de Venezuela. (2006). El presente estudio tiene por objetivo detallar y examinar el avance de las formas de la calidad orgánica y del comercio justo de la cadena global «sur-norte» de valor de la quinua real del país de Bolivia, todo en base a la demanda que viene a partir de los clientes extranjeros. Se hace énfasis en las cadenas agroalimentarias, a partir de la articulación que existe con los mercados internacionales, y la valorización de los productos andinos que son brindados por los campesinos, los cuales obtienen mejorías económicas y personales.
20. Estudio de la quinua (2003). El presente estudio es para adquirir conocimientos sobre los mercados donde se desarrollan estos productos tales como la quinua, chocho, y asegurar la sostenibilidad del mismo. Nos habla asimismo, de una descripción general de la quinua, producción, usos, variedades, formas de transformación, exportaciones, superficie y rendimiento, principales mercados de destino, precios de exportación, análisis de las importaciones, y la oferta exportable de la quinua. Toda esta investigación se realizó en el país de Ecuador.
21. CAF (2001). En el presente informe se realiza una investigación básica y análisis sobre la situación de la industria de la quinua en el país de Bolivia, una caracterización del clúster de quinua, y un análisis de los factores que favorecen u obstaculizan la competitividad del clúster. Tanto la investigación como el análisis fueron realizados dentro del modelo conceptual que Michael Porter y sus colaboradores construyeron en la Universidad de Harvard (Porter, 1990). Asimismo, en la segunda fase del subproyecto se llevó a cabo un taller de trabajo en el que participaron 40 representantes de instituciones públicas y organizaciones de productores que de distintas maneras están relacionados con la industria.

2.2. Bases teóricas

Con respecto, a las bases teóricas se desarrollaron los conceptos básicos, para lo cual se definió los conceptos de sustitución de cultivos, los factores que determinan la sustitución de cultivos, acompañado de casos exitosos de migración de cultivos a nivel nacional e internacional.

Posteriormente se definió el concepto de oferta exportable de diferentes expertos en el tema e instituciones del Estado, de páginas Web confiables. Asimismo se estudió las condiciones técnicas de la quinua y conocer sus variedades, su adaptación a los climas, sus usos, sus variedades, sus principales productores, sus precios, sus rendimientos, los participantes en la cadena productiva de quinua, y un análisis de la oferta exportable de quinua en el mercado internacional, adicionalmente se mencionó los criterios que deben de existir para sustituir los cultivos de quinua hacia papa. Se citó también investigaciones del mercado de Canadá.

2.2.1.- Sustitución de Cultivos

2.2.1.1.-Definición

El origen de este tipo de estrategia se encuentra en las regiones productoras de amapola del Sureste asiático. La metodología inicial basada en la sustitución por cultivos alternativos, intentó promover cultivos que generarían al agricultor un ingreso similar al ingreso producido por los cultivos ilícitos. Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (2010).

A continuación, los enfoques donde se encuentra orientado la sustitución de cultivos:

- La sustitución de cultivos está orientada hacia el desarrollo rural mediante el desarrollo de infraestructura y mejoramiento de la calidad de vida de los agricultores y la correspondiente satisfacción de sus necesidades básicas.
- La sustitución del ingreso para generar mayores beneficios económicos para el agricultor en base a la evaluación de factores socio-económicos del agricultor.
- Impulsar el desarrollo alternativo, el cual busca contribuir a la eliminación de cultivos ilícitos, mediante la creación de una estructura social capaz de generar una producción lícita y procesos sostenibles.

Podemos globalizar estos enfoques en el siguiente gráfico:

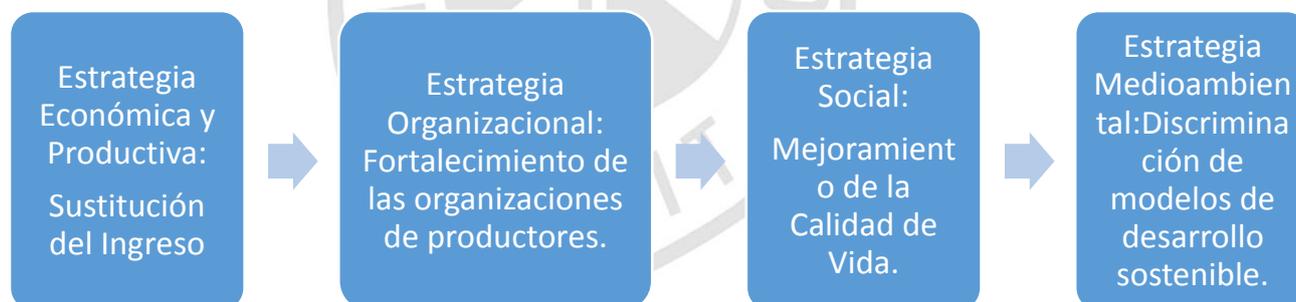


Gráfico 1: Factores determinantes para la ejecución de la Sustitución de Cultivos

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito.

2.2.1.2.-Factores determinantes para la ejecución de la Sustitución de Cultivos

- **Asegurar la competitividad.-** Además, es muy importante considerar que los productos alternativos promocionados, las tecnologías y las agroindustrias deben ser capaces de asegurar que las zonas de intervención se vuelven competitivas en los mercados regionales, nacionales e internacionales, sobre la base de la productividad mejorada y los requisitos de calidad necesarios.

- **Efectos rápidos.-** Las actividades de los programas de Desarrollo Alternativo generalmente deben producir resultados rápidos, a fin de superar los conflictos y desconfianza que enfrentan.
- **Instituciones Gubernamentales.-** Por lo menos algunas instituciones gubernamentales para garantizar la sostenibilidad de las actividades. Es necesario establecer y mantener las infraestructuras económicas, sociales y educativas, brindando campañas de información, manejando problemas forestales y medioambientales, todo en el marco de la planificación local y regional, y del desarrollo de las áreas intervenidas. Las instituciones gubernamentales descentralizadas como las municipalidades y gobiernos regionales son por consiguiente agentes activos e indispensables.
- **Organización de agricultores.-** Son los protagonistas para la intervención de la sustitución de cultivos, la cual se centra en cambios y mejoramiento de sistemas de producción, por consiguiente es necesario trabajar directamente con los agricultores y sus organizaciones. Sin embargo esto no se restringe específicamente a las actividades productivas. La organización debe de poseer las siguientes características:
 - Tienen en su parcela agrícola de cultivos tradicionales, que generan un ingreso bajo en comparación al cultivo a sustituir.
 - Residan permanentemente en sus chacras y están comprometidos a trabajar su parcela agrícola todo el año, contando con el apoyo del resto de la familia que también debe residir permanentemente. No es factible trabajar con poblaciones inestables que cambian de lugar, siguiendo los cambios en el mercado.
 - Trabajan de una manera organizada en su comunidad o están dispuestos a hacerlo.
 - Tienen una propiedad de tamaño suficiente para el sistema de cultivo alternativo que será establecido.
- **Disposición de los Productores.-** Agricultores con voluntad de salir de la economía de subsistencia, la cual responde a la necesidad de aumentar el conocimiento de los cultivadores y su compromiso de sustituir sus actuales cultivos tradicionales por otros más rentables, y de hacer de ellos los protagonistas reales del cambio.
- **Las condiciones agro-medioambientales.-** Para el desarrollo rápido de la producción alternativa, en base a un cambio de cultivos que no deteriore el medio ambiente.
- **Sustitución de los ingresos.-** Otra razón fundamental es el aspecto económico, puesto que para la Cooperativa de productores es importante generar valor agregado en las áreas intervenidas (sistemas de transformación y comercialización), y de esta manera ser una fuente alternativa de ingreso para el resto de los agricultores, facilitando su ingreso al proceso de sustitución de cultivos.
- **Financiamiento.-** En la mayoría de proyectos de sustitución de cultivos existe aún una escasa participación financiera de los beneficiarios. Un sistema basado esencialmente en organizaciones de agricultores puede ser absolutamente compatible con la existencia de inversionistas privados dedicados a comercializar productos promovidos a través de Desarrollo Alternativo, siempre y cuando se prevenga la formación de un monopolio que conlleve precios desventajosos para los productores.

- **Asistencia Técnica.-** Se necesita un soporte de asistencia técnica y seguimiento del proceso de post-cosecha, con el consecuente efecto en los precios recibidos por los agricultores. Asimismo, se necesitan ciertas características específicas de las áreas productoras del otro cultivo.

2.2.1.2.-Caso exitoso de sustitución de Cultivos de Hoja de Coca hacia la Palma Aceitera

La región San Martín era considerada un departamento donde el terrorismo y los narcotraficantes habían tomado control de las principales áreas de cultivo a través de la siembra de hojas de coca, acompañado asimismo de una violencia y dependencia económica por parte de los agricultores de la zona a una economía de subsistencia.

El Estado peruano decidió conjuntamente con organismos nacionales e internacionales llevar a cabo el modelo de desarrollo sostenible donde se tenía como principal objetivo sustituir los cultivos de hoja de coca hacia los cultivos de palma aceitera, café, cacao o palmito, empezando con la presentación del plan a los agricultores y mostrarles los beneficios económicos que iban a obtener, se buscó asimismo orientar la producción hacia el mercado internacional, debido a la creciente demanda y a la potencialidad de poder desarrollar dichos cultivos.

Para el éxito de esta sustitución se necesitó apoyo del gobierno central y regional, de la población dispuesta a apostar por el cambio, financiamiento, capacitación y asistencia técnica, etc.

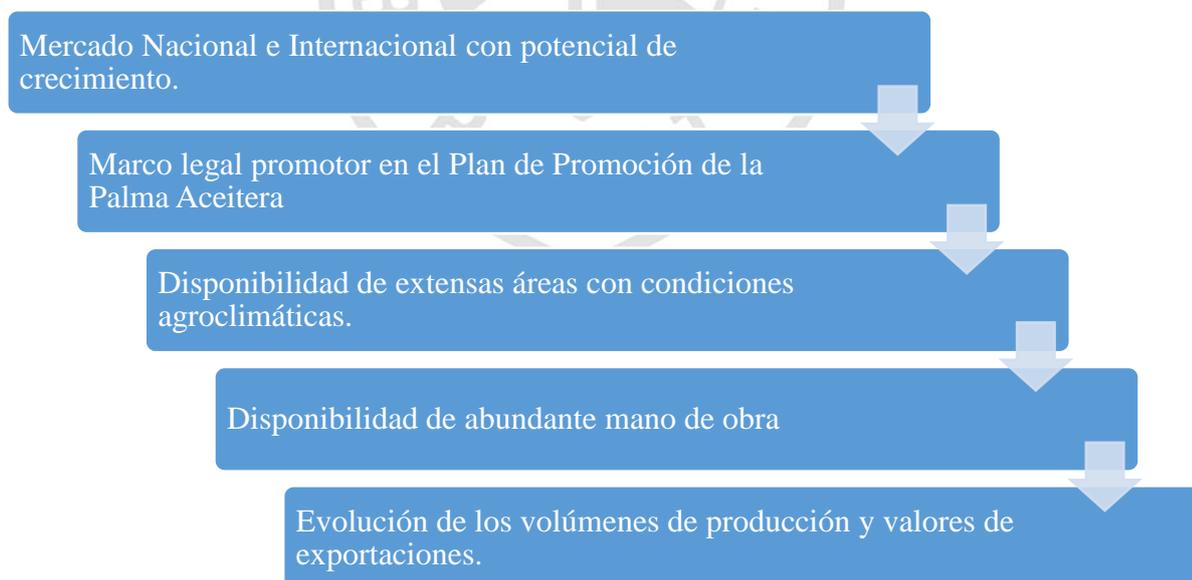


Gráfico 2: Panorama del cultivo de Palma Aceitera, antes de la sustitución de cultivos.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito.

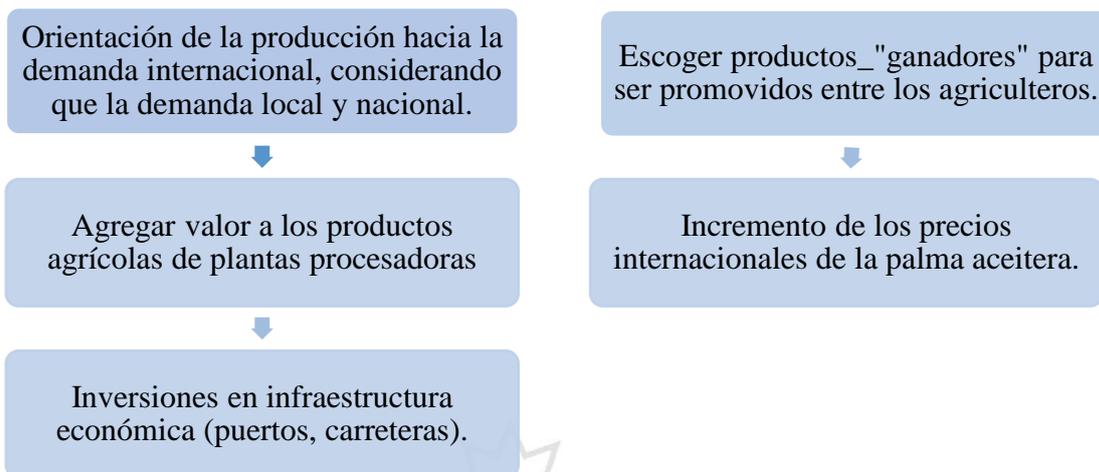


Gráfico 3: Factores de éxito para el desarrollo de la Palma Aceitera

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito.

2.2.2. Oferta exportable

2.2.1.1. Definición de Oferta Exportable

a) Ministerio de Agricultura (MINAG)

La oferta exportable de una empresa no solo es asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente, la oferta exportable también tiene que ver con los otros puntos, tales como:

- **Disponibilidad de producto:** La empresa debe determinar el volumen que tiene disponible para el mercado externo y poder abastecer a sus órdenes de compras, la disponibilidad debe de ser de manera estable o continúa.
- **Capacidad económica y financiera de la empresa:** Es decir, se debe de poseer los recursos necesarios para solventar los gastos de exportación, en caso no los posea deberá contar con capacidad de endeudamiento y conseguir financiamiento de fuentes internas o externas.
- **Capacidad de gestión:** La empresa debe desarrollar una cultura exportadora en su administración, poseer objetivos claros y conocer su capacidad y debilidades.

b) PROMPERU 2003 -2013

Consecuentemente el **PROMPERU**, considera los siguientes componentes para el Desarrollo de la Oferta Exportable en su Plan Estratégico Nacional de Exportaciones (PENX), correspondiente al año 2013 al 2013.

La **Oferta Exportable** tiene el propósito de desarrollar acciones orientadas a lograr una oferta estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad y volúmenes que permitan tener una presencia competitiva en los mercados internacionales. **PROMPERU (2003).**

Consecuentemente, los resultados esperados es poseer una mayor oferta de exportación estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad y volúmenes que permitan tener mayor presencia competitiva en los mercados internacionales.

Para dicho objetivo se trabajó con los siguientes indicadores desde el año 2003 al año 2013:

- Incremento del monto anual de las exportaciones no tradicionales.
- Cumplimiento de las acciones realizadas en el marco de la implementación del PENX y sus instrumentos.
- Incremento de productos ofertados y mayores volúmenes medidos entre 2003 y 2007.
- Crecimiento del número de ítem arancelario con registro de exportación.
- Incremento del comercio exterior de las regiones seleccionadas. Participación de las exportaciones de las Regiones (excluyendo el área metropolitana de Lima-Callao) en las exportaciones totales. Incremento del número de empresas exportadoras de las regiones seleccionadas.

c) PROMPERU (PLAN ESTRATEGICO NACIONAL DE EXPORTADORES 2015 – 2025) Hacia la internacionalización de la empresa peruana

La actualización del PENX se ha convertido en una necesidad fundamental para el sector comercio exterior. Como esfuerzo de largo plazo, se ha considerado oportuno actualizar el PENX nuevamente con un horizonte de 10 años: PENX 2025. Adaptándose al

El PENX tiene 04 pilares principales

Con respecto a la presente investigación solo desarrollaremos el siguiente pilar:

PILAR 1: Desarrollo de oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible

El desarrollo de oferta exportable competitiva se logra con la suma de esfuerzos institucionales que coadyuvan a la concepción de un entorno adecuado y sostenible para la generación de negocios que produzcan bienes y servicios con la capacidad de competir globalmente.

Este pilar fija las directrices para el desarrollo de las exportaciones. De esta manera, se propone trabajar sobre los factores que limitan el desarrollo competitivo de la oferta exportable nacional con la finalidad de incrementar su competitividad y productividad mediante la articulación interinstitucional, impulso de alianzas público privada, mejoramiento de los estándares de calidad, investigación e innovación, entre otros.

Componente 1.1. Desarrollo de negocios de exportación de servicios.

En la última década, el crecimiento del comercio internacional de servicios se ha acelerado, impulsado en gran medida por los avances de la tecnología, en especial transportes y telecomunicaciones, así como las innovaciones en los procesos productivos (fragmentación

y deslocalización internacional), y por la liberalización y creciente participación de las economías en desarrollo, particularmente China e India. Es así que los servicios explican en promedio el 60% de la economía global y la tasa de crecimiento anual del comercio mundial de servicios se ha incrementado de 5%, entre 1993 y 2002, a 11% entre 2003 y 2012, duplicando a su vez la tasa de crecimiento anual del comercio mundial de bienes.

De esta manera, el comercio de servicios se ha convertido en un factor clave para impulsar el crecimiento económico, por las externalidades positivas derivadas de sus efectos difusores del conocimiento, la información y la innovación. Para un creciente número de países en desarrollo, la exportación de servicios permite generar una gran cantidad de empleos de calidad, lo que, a su vez, tiende a incentivar una oferta educativa terciaria de calidad, al involucrar actividades demandantes de recursos humanos especializados. Incluso para los países en desarrollo que aún no han ingresado a la exportación de servicios, éstos representan una proporción alta de su economía e impactan en toda ella y en el potencial de su población.

Línea de acción 1.1.1: Promoción y marco normativo para el desarrollo de la exportación de servicios.

Incluye los siguientes programas:

- a) Desarrollo y fortalecimiento de la exportación de servicios.
- b) Fortalecimiento del marco normativo para el desarrollo de la exportación de servicios

Línea de acción 1.1.2: Herramientas de soporte para la exportación de servicios.

Incluye los siguientes programas:

- a) Investigación e innovación para el desarrollo de una oferta de servicios competitiva y descentralizada, con énfasis en el uso de nuevas tecnologías orientadas hacia la promoción de empresas born global.
- b) Desarrollo y consolidación del tejido empresarial de servicios, clúster e integración a cadenas globales de valor.
- c) Certificación de calidad y buenas prácticas de gestión para empresas de exportación de servicios, particularmente intensivas en el uso de capital humano, conocimientos y tecnología.
- d) Desarrollo de estadísticas nacionales de servicios bajo estándares internacionales e implementación de un sistema de información para el monitoreo de negocios de exportación de servicios. Empresas que nacen globalmente haciendo uso intensivo de tecnologías de información y no siguen el proceso tradicional de internacionalización.
- e) Fondos concursables para empresas exportadoras de servicios, particularmente intensivas en el uso de capital humano, conocimientos y tecnología.

Componente 1.2. Diversificación de la oferta exportable.

La política comercial del Perú ha permitido integrar al país a los grandes flujos del comercio mundial. Los acuerdos comerciales brindan un mecanismo diferenciador para las empresas peruanas y su correcto aprovechamiento genera oportunidades de desarrollo a largo plazo, por lo que sus beneficios deben ser maximizados para llegar en condiciones de competitividad al mercado internacional.

El aprovechamiento de los acuerdos comerciales se da a través del impulso de la actividad empresarial, en donde el Estado brinda las condiciones necesarias para el desarrollo de negocios competitivos, y el sector privado genera bienes y servicios con la capacidad de competir en costos, tiempos y calidad en el mercado global.

La innovación ayuda a que las empresas mejoren sus resultados por medio de la creación de ventajas competitivas y/o comparativas, y de diferenciación del producto. Por lo tanto, es necesario examinar los procesos que intervienen para la creación, difusión y uso del conocimiento, a través de la revisión de las condiciones, normativas y políticas que influyen en el mercado y su funcionamiento. Además, cabe resaltar la creciente importancia de las tecnologías de la información y telecomunicaciones (TIC), para que las empresas vayan más allá en la generación de información y su manejo básico, sino que logren analizarla para la toma de decisiones y actividades de innovación.

El desarrollo de negocios internacionales es un campo que demanda mucha atención de las organizaciones que se encuentran en el proceso de internacionalización, por lo tanto, es necesario el análisis de variables del entorno interno y externo que determinan la competitividad del producto previo a su ingreso al mercado global.

Para tales efectos, el presente apartado propone el diseño e implementación de instrumentos que permitan mitigar los riesgos de fracaso durante el proceso de inserción de las empresas y de su oferta exportable en los mercados internacionales, mediante la mejora del nivel asociativo, de la débil gestión productiva, de la limitada competitividad y de la baja calidad de los bienes y servicios exportables.

Línea de acción 1.2.1: Investigación e innovación para la exportación orientada a mantener una posición competitiva en el mercado global. Incluye los siguientes programas:

- a) Aprovechamiento del sistema nacional de innovación para el desarrollo de la oferta exportable.
- b) Fortalecimiento y desarrollo de los Centros de Innovación Tecnológica de Exportación (CITEXPOR), públicos y privados.
- c) Adecuación de la oferta exportable a la demanda internacional. □ Cooperación con socios comerciales.

Línea de acción 1.2.2: Gestión de la calidad y de estándares internacionales de la oferta exportable.

Incluye los siguientes programas:

- a) Modelo de excelencia de la gestión empresarial.
- b) Aseguramiento de calidad, inocuidad, requisitos técnicos y estándares internacionales.
- c) Certificación y buenas prácticas de gestión sostenible para negocios de exportación.

Línea de acción 1.2.3: Implementación de instrumentos de asistencia técnica y perfeccionamiento de gestión asociativa para la diversificación exportadora e internacionalización de empresas.

Incluye los siguientes programas:

- a) Gestión asociativa para la exportación.
- b) Gestión de diferenciación de la oferta exportable.
- c) Clínicas de asesoría especializada para la mejora de la gestión de las Pymes exportadoras y con potencial exportador.

Línea de acción 1.2.4: Desarrollo de la oferta exportable de productos de la biodiversidad

Incluye los siguientes programas:

- a) Gestión sostenible de productos de la biodiversidad.
- b) Banco de proyectos para la investigación y desarrollo de oferta exportable potencial de la biodiversidad.
- c) Fondos concursables para impulsar el desarrollo de oferta exportable de productos de la biodiversidad.

Línea de acción 1.2.5: La sostenibilidad en el desarrollo de la oferta exportable

Incluye los siguientes programas:

- a) Implementación de la gestión sostenible en empresas o asociaciones exportadoras.
- b) Fomento de la Responsabilidad Social Empresarial en empresas exportadoras.

Componente 1.3. Generar un entorno favorable para las inversiones en el desarrollo de oferta exportable

La promoción de inversiones es uno de los principales ejes para el desarrollo de la oferta exportable, dado que el incremento de las unidades productivas y el volumen de exportación, diversifican la producción, favorece la innovación e investigación y acelera el acceso a la información y el conocimiento.

Sin embargo, las inversiones se han concentrado en el desarrollo de grandes proyectos para infraestructura básica y logística, mientras que la oferta productiva es atomizada, hace poco uso de tecnología, mantiene recursos humanos poco capacitados y una escasa coordinación interinstitucional debilitando las organizaciones productivas.

En tal sentido, este componente propone promover la Cooperativa público-privada para formular, atraer y facilitar proyectos de inversión para el desarrollo de la oferta exportable de bienes y servicios.

Línea de acción 1.3.1: Cooperativa público-privada e inversión para el desarrollo de la oferta exportable de bienes y servicios, y posicionamiento del Perú como plataforma productiva de exportación regional.

Incluye los siguientes programas:

- a) Formulación y promoción de proyectos de inversión para el desarrollo de oferta exportable de bienes y servicios.
- b) Atracción de inversiones y fomento de encadenamientos productivos para el aprovechamiento de acuerdos comerciales y el posicionamiento como plataforma regional de exportación.

- c) Mecanismos de coordinación interinstitucional descentralizada para facilitar las inversiones en proyectos de exportación.
- d) Desarrollo y sistematización de Planes Estratégicos Regionales de Exportación (PERX) que identifique las potencialidades y establezca las estrategias de cada Región, incluyendo el seguimiento a su implementación en los instrumentos de gestión regional y/o local correspondiente.

d) JUAN CARLOS MATHEWS (Revista Semana Económica)

¿Qué implica una oferta exportable competitiva?

En términos prácticos, una oferta exportable competitiva involucra tres elementos claves: **precio, calidad y oportunidad de entrega.**

No contar con alguno de estos factores en estándares internacionales cancela las posibilidades de competir, y eso justamente es lo que sucede con muchos productos peruanos. Algunos productos de la sierra o de la selva cuentan con un valor intrínseco importante, como es el caso del camu camu, por citar un ejemplo, pero sus posibilidades de competir se reducen y en algunos casos desaparecen cuando se trata de trasladarlos hasta un puerto de embarques internacionales.

- **Precio competitivo**

Poder cotizar un producto peruano en forma competitiva implica dos cosas principales: contar con información de mercado confiable y actualizada (competencia, volúmenes comerciados, estacionalidad, patrones de consumo, etc.) y manejo eficiente de costos (financiamiento, incentivos aplicables, alternativas de suministro, etc.).

La apertura comercial por la que el Perú ha apostado desde los noventa, la implementación del 70% de las 1,215 medidas incluidas en el Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) y el permanente esfuerzo de PROMPERU en coordinación con las diferentes instituciones públicas y privadas ligadas a la exportación han contribuido a mejorar nuestra capacidad para lograr precios más competitivos en el mercado.

Se necesita consolidar la apertura comercial (TLC con Rusia e India), identificar nichos de mercado para nuevos productos y servicios peruanos (ej. suplementos nutricionales, software, etc.) ahora con la red fortalecida de consejerías comerciales coordinadas por PROMPERÚ/MINCETUR siempre articulados con Cancillería y los demás organismos del Estado, los gremios empresariales y el sector académico.

- **Estándares de calidad**

Hoy los aranceles están tendiendo a desaparecer. Las principales barreras de acceso a los mercados se refieren a estándares de calidad de los productos, de los procesos y de sus presentaciones.

Las certificaciones se han ido convirtiendo en una condición para competir globalmente: ISO 9000, ISO 14001, GMP, Euregap, TQM, HACCP, etc.

Ha sido muy positivo el avance en el desarrollo de normas técnicas para productos como la lúcuma, entre otros, pero se requiere implementar un sistema nacional integrado de calidad.

○ Oportunidad de entrega

Un producto de buena calidad a un precio competitivo solo tiene valor si se puede entregar cuando el cliente lo necesita. Lograr este simple enunciado implica una logística eficiente, infraestructura descentralizada y proceso bien estructurados dentro de la compañía y dentro del país.

Se han logrado progresos a través del Plan de Facilitación de Comercio del PENX y del trabajo del Consejo Nacional de Competitividad (CNC): avances en la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE), Exportafácil, seguro para la Pyme Exportadora (Sepymex), etc., pero se requieren mayores recursos y mayor esfuerzo colectivo en infraestructura (puertos, aeropuertos, carreteras, energía, irrigaciones, etc.), más simplificación administrativa, desarrollo de alianzas estratégicas empresariales, posicionamiento de marcas peruanas que le den mayor sostenibilidad a nuestra oferta, etc.

2.2.3. Cooperativa

2.2.3.1. Definición de Cooperativas

Una cooperativa es una Cooperativa autónoma de personas que se reúnen de forma voluntaria para satisfacer sus aspiraciones económicas, sociales y culturales, mediante una organización de propiedad conjunta y de gestión democrática sin fines de lucro. Las cooperativas representan un modelo empresarial en el que los objetivos económicos y empresariales se integran con otros de carácter social, consiguiendo de esta forma un crecimiento basado en el empleo, la equidad y la igualdad. MINISTERIO DE LA PRODUCCION (2010).

Una Cooperativa autónoma de personas que se han unido de forma voluntaria para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales en común mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática. La Alianza Cooperativa Internacional (2012).

"Las cooperativas se basan en los valores de ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad. Siguiendo la tradición de sus fundadores, los miembros de las cooperativas creen en los valores éticos de honestidad, transparencia, responsabilidad social y preocupación por los demás". CAF BANCO DE DESARROLLO DE AMERICA LATINA (2015).

La cooperativa es una organización que agrupa a varias persona con la finalidad de realizar una actividad empresarial; en donde todos “cooperan” para beneficiarse de forma directa para obtener un bien, un servicio o trabajo en las mejores condiciones. Las cooperativas se encuentran reguladas por una Ley especial denominada “Ley General de Cooperativas” aprobada por el D.L. 085-1981.

2.2.3.2. Características de las Cooperativas.

- Número de integrantes es ilimitado.
- Predomina la igualdad de derechos y obligaciones de sus asociados sin considerar sus aportes.

- El ingreso de un socio es voluntario, así como su retiro.
- El capital social puede ser en: dinero, bienes muebles, bienes inmuebles y servicios.
- La reserva es una cuenta del patrimonio que le permite a la cooperativa cubrir pérdidas o cualquier contingencia imprevista.

2.2.3.3. Beneficios de la Cooperativa

- Mayor poder de negociación en la compra de insumos como en la venta de productos.
- Los bienes aportados a la cooperativa se mantiene en propiedad y posición de las MYPE.
- En el caso de existir excedentes la cooperativa restituye ese exceso en función a las operaciones realizada.
- En el caso de existir una deuda la cooperativa se hará cargo con su patrimonio.
- La tributación se mantendrá como cuando las MYPE operan de manera directa.
- Mayor y mejor aprovechamiento de las oportunidades de mercado.

2.2.3.3. Tipología de Cooperativa

- **Cooperativas agrarias.** Se integran por diversos productores del agro que se organizan para cumplir objetivos comunes, como la compra de semillas, fertilizantes, maquinarias, en la administración de obras y cuidado de los animales entre otros quehaceres propios de la actividad.
- **Cooperativas de producción.** Los miembros son dueños de sus establecimientos productivos, a través de la propiedad común de elementos de producción (instalaciones, maquinaria, etc) y de asumir los miembros técnicos y comerciales de su actividad. El objetivo de este tipo de cooperativa es asegurar el trabajo de los socios.
- **Cooperativa de servicios.** Tienen por objeto realizar toda clase de prestaciones, servicios, con el fin de facilitar, promover, garantizar, extender o completar la actividad o los resultados de las explotaciones independientes de los socios, o los constituidos por profesionales y artistas que desarrollen su actividad de modo independiente y tengan

como objeto la realización de servicios y ocupaciones que faciliten la actividad profesional de sus socios.

- **Cooperativa de transporte.** Conformada por un grupo de conductores o choferes, pilotos que deciden trabajar directamente en forma organizada y conjunta para prestar un servicio eficiente a la comunidad: el transporte de personas o cargas.
- **Cooperativa escolar.** Las cooperativas escolares son “sociedades de alumnos” administradas por ellos con el concurso de los maestros con objetivos comunes. Tiene propósito educativo, con la finalidad de desarrollar capacidades cooperativas y hacer que los estudiantes se familiaricen con las prácticas de ayuda mutua, de toma

de decisiones, a trabajar en equipo, a ser respetuosos de los derechos de las otras personas; es decir en conocer y practicar los valores y principios cooperativos.

- **Cooperativa de servicios educativos.** Tiene por objeto brindar servicios educativos a todo nivel.

2.2.4. Quinua

2.2.4.1. Generalidades

La quinua (*Chenopodium quínoa*) es un pseudo-cereal oriundo del altiplano andino, se consume desde muchos años atrás (3000–5000 años AC) en la dieta de la población campesina de Perú, Bolivia, Chile, Ecuador. Su cultivo fue ancestral en los andes, hasta los años de los 90. Luego, en dicho año se presentó la posibilidad de ingresar este producto a Europa y EE.UU. (Estudio de Quinua MAG / IICA, citado en Estudio de la Quinua, 2003).

La quinua “*es un excelente sustituto de cualquier carne y se asemeja a las cualidades de la leche*”; así mismo la quinua presenta un precio más atractivo en los mercados regionales y

nacionales en comparación a otros cereales producidos en la región (FAO, 1996, citado en Apaza & Apaza).

2.2.4.2. Variedades de quinua en el Perú.

2.2.4.2.1-La quinua en los diferentes pisos altitudinales

La quinua es una planta típica de la Puna, su cultivo se extiende entre los 3,000 y 4,000 m.s.n.m., y entre los granos andinos es el que crece a mayor altura, soportando heladas y sin exigir mucha agua. Por estas características climáticas la superficie cultivada de este pseudo-cereal se encuentra en la Sierra peruana. (Mujica, 1983, citado en Chachi, Kathy, 2009).

La amplia variabilidad genética de la quinua le permite adecuarse a diversos pisos ecológicos (valles interandinos, altiplano, yungas, salares, nivel del mar) con diferentes entornos de humedad relativa, altitud (desde el nivel del mar hasta las 4.000 metros de altura) y está preparada de hacer frente a cambios de temperatura que oscilan entre -8° C hasta 38° C. De acuerdo a la información del Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA) coexisten cerca de 100 cultivares de quinua, cuyos granos son preparados de diversas maneras para su consumo directo y transformados en múltiples derivados. El Perú posee 3 mil ecotipos de las cuales el INIA conserva el material genético de aproximadamente 2 mil ecotipos.

El INIA ha puesto a trabajado con productores agrarios a nivel nacional con 7 variedades de Quinua lo cual responde a la demanda tecnológica de las regiones productoras del Perú, en cuanto a rendimiento, calidad de grano, resistencia a enfermedades y plagas, así como cualidades agroindustriales:

- Quinoa Salcedo INIA
- Quinoa INIA 415 – Pasankalla
- Quinoa Illpa INIA
- Quinoa INIA 420 – Negra Collana
- Quinoa INIA 427 – Amarilla Sacaca
- Quinoa INIA Quillahuamán
- Quinoa INIA Altiplano (próxima a liberarse)

2.2.4.2. 2.- Categorías de Quinoa

- Quinuas de valle

La quinoa de Valle crecen en los valles entre los 2.000 y 3.000 metros de altitud. Estas quinuas son de gran volumen y tienen un largo periodo de crecimiento. Esta variedad alcanza gran desarrollo vegetativo (hasta 3.5 metros de altura), tales como en Urubamba (Perú) y Cochabamba (Bolivia).

Dentro de este grupo adquirimos a las variedades Rosada de Junín, Nariño, Amarilla de Maranganí, Dulce de Quitopampa y otras. Pueden crecer en valles secos (Junín) y en valles húmedos (Cajamarca).

- Quinuas de altiplano

Por su mismo nombre este tipo de quinoa se halla cerca del lago Titicaca y son resistentes a las bajas temperaturas, es decir las heladas.

Las plantas son de bajo volumen, carecen de ramas y se caracterizan por un corto periodo de desarrollo. Este grupo de quinuas también se localizan en las pampas altas.

Las principales variedades se consideran Blanca de Juli, Kancolla, Cheweca y Witulla.

Pueden ser quinuas blancas alrededor del lago Titicaca y de colores en la región agroecológica de Suni.

- Quinuas de terrenos salinos o salares

Se labran en las llanuras del altiplano boliviano (salar de Uyumi y Mendoza) y toleran terrenos salinos y alcalinos. Tienen semillas amargas con alto contenido proteico. Están adecuadas a condiciones xerófitas extremas. En este grupo se encuentran las variedades Kellu, Michka y Real Blanca.

- Quinuas del nivel del mar

Se desarrolla en Chile (Concepción y Valdivia) coexisten plantas de volumen mediano, ordinariamente sin ramas, con semillas amargas y de color amarillo. Estas quinuas están más

adecuadas a climas húmedos y con temperaturas más normales, sobre todo en latitudes más allá de los 30° LS. Las variedades Baer, Litu, y Pichaman pertenecen a este grupo.

- Quinuas de yungas

Se localizan en los valles interandinos de Bolivia. Las plantas de este grupo tienen una pigmentación verde oscura a la floración y se tornan naranja en plena madurez. Además, tienen pequeñas semillas blancas o amarillas. Su adaptación a climas subtropicales les permite adecuarse a niveles más altos de precipitación y de calor.

Tabla 1: Principales variedades de quinua sembradas en el Perú

Nº	Variedades o Ecotipos	Altitud (m.s.n.m)	Color de grano	Sabor	Período Vegetativo (d)
1	Blanca Junín	1500-3500	Blanco	Dulce	160-180
2	Rosada Junín	2000-3500	Blanco	Dulce	160-180
3	Nariño Amarillo	800-2500	Blanco	Dulce	180-200
4	Marangani	800-3500	Amarillo	Amarga	60-180
5	Quillahuaman INIA	800-3500	Blanco	Semidulce	160-180
6	Tahuaco	1500-3900	Blanco	Semidulce	150
7	Kancolla	800-4000	Blanco	Dulce	140-160
8	Cheweca	1500-3500	Amarillo	Dulce	150-180
9	Chupapaca	800-3900	Blanco	Semidulce	150-160
10	Camiri	800-4000	Blanco	Semidulce	150-160
11	Camacan III	800-4000	Blanco	Semidulce	150-160
12	Rosada de Cusco	800-3500	Blanco	Semidulce	160-180
13	Real	500-4000	Blanco	Semidulce	110-130
14	Boliviana Jujuy	500-3500	Blanco	Semidulce	150-170
15	Sajama	>3500	Blanco	Dulce	150-170
16	Mantaro	1500-3500	Blanco	Semidulce	-----
17	Hualhuas	1500-3500	Blanco	Semidulce	-----

Fuente: Revista Técnica Agropecuaria

2.2.4.3. Valor Nutricional

Gran poder nutricional, provee las proteínas y los aminoácidos esenciales para el ser humano, como la metionina, fenilalanina, treonina, triptófano y valina. La concentración de lisina en la proteína de la quinua es casi el doble con relación a otros cereales y gramíneas. Contiene las vitaminas del complejo B, vitaminas C, E, tiamina, riboflavina y un alto contenido de potasio y fósforo, entre otros minerales. (Mesa de trabajo de Quinua en Puno, citado en Plan Operativo de la Quinua región Puno, 2006).

Tabla 2: Valor nutricional de la quinua comparado con otros cereales.

Valor energético	Quinua	Trigo	Arroz	Maíz
Kcal	350,00	305,00	353,00	338,00
Proteínas	13,81	11,50	7,40	9,20
Grasa	5,01	2,00	2,20	3,80
Hidratos de Carbono	59,74	59,40	74,60	65,20
Agua	12,65	13,20	13,10	12,50
Ca	66,60	43,70	23,00	150,00
P	408,30	406,00	325,00	256,00
Mg	204,20	147,00	157,00	120,00
K	1040,00	502,00	150,00	330,00
Fe	10,90	3,30	2,60	-
Mn	2,21	3,40	1,10	0,48
Zn	7,47	4,1	-	2,5

Fuente: "Quinua el Grano de los Andes". Comité de Exportación de Quinua. La Paz-Bolivia.

2.2.4.4. Usos y formas de consumo de la quinua

Hasta la atención reciente de un mayor interés comercial, la quinua fue típicamente un fruto destinado al autoconsumo de los campesinos y pequeños productores de los países andinos que mantuvieron su cultivo como parte de sus estrategias productivas y de sobrevivencia, siendo muchas veces marginado por las áreas urbanas y siendo considerada alimento sólo para campesinos.

Dadas las particulares de su grano, con alto contenido de saponina, su consumo ha estado subordinado a la adopción de diversas formas más o menos rudimentarias de eliminación de la saponina, lo cual ha llevado a la adopción de técnicas mecánicas para la eliminación de impurezas y la mencionada saponina, y al mismo tiempo ha promovido la transformación de sus usos, los que pueden ser clasificados de la siguiente manera:

2.2.4.4. 1. Alimenticios

Sin duda, el principal uso de la quinua es la compra para el consumo humano, lo que es coherente por su alto valor nutricional y propiedades.

Si bien no existen datos o investigación estadística detallada, tanto la producción destinada al autoconsumo como aquella orientada a los mercados de exportación tienen este destino.

La principal forma de manejo es el grano de la quinua bajo diversas particularidades, tostado o molido, o convertido en harina e incluido en diversas fusiones y preparaciones alimenticias. Esta es la forma más común de uso de la quinua para aquellos que la incorporan como autoconsumo.

En el caso de la producción exportada, ésta se envía ordinariamente en grano a los mercados de destino, donde seguramente es sometida a diversos procesos de transformación agroindustrial,

para incluir el producto en preparados alimenticios basados en harina de quinua, tales como galletas y masas de diversa índole.

El tipo de posicionamiento que ha venido consolidando la quinua en los mercados internacionales, como producto funcional, de características especiales orientado a mercados de nicho, es bastante probable que sus formas de consumo evolucionen hacia preparados alimenticios en que su alto contenido nutricional contribuya a agregarles valor.

2.2.4.4. 2. Medicinal e industria farmacéutica

Las localidades andinas le han otorgado tradicionalmente propiedades medicinales al consumo de granos y harinas de quinua, afirmados en sus características de contenido vitamínico y de sales minerales y microelementos como magnesio.

Investigaciones recientes (Zeballos, 2012 y Thompson, 2011) han confirmado su uso como opción para pacientes que padecen de trastornos derivados de su condición de celíacos, basándose al hecho de que la quinua puede sustituir sin problemas a las harinas y derivados de trigo cuyo consumo afecta a dichos pacientes, asegurando al mismo tiempo los exigencias nutricionales que su consumo cubre.

Por otro lado, hay investigaciones en marcha que expondrían positivos efectos del empleo de quinua y procedidos en relación a pacientes que sufren de diabetes, lo que estaría asociado a sus contenidos de fibra y a la presencia de hidratos de carbono de fácil digestibilidad. Sin duda, de ratificar estas propiedades, y de avanzar su transformación en medicinas específicas para el tratamiento de esta enfermedad, se abriría un nuevo mercado de enorme desarrollo.

2.2.4.4. 3. Cosmética

Otro uso sobre el que se están desarrollando investigaciones son los emanados de la industria de cosmética, artículos de belleza y cuidado personal. Se han empezado a desarrollar bienes tales como jabones o cremas de uso corporal, basados en algunas de las propiedades bioquímicas de la quinua que le innovarían competitiva con otros productos de similar utilización y con menor valor orgánico natural.

2.2.5. Análisis económico de la oferta de quinua en el Perú

2.2.5.1. Principales departamentos productores de quinua.

En el 2015, la producción total de quinua bordeó las 120.000 toneladas, registrando de esta manera un crecimiento del 5% con respecto al periodo anterior. En el país se produce quinua convencional y orgánica, siendo de tipo blanca, roja y negra. CAMARA DE COMERCIO DE LIMA (2016).

Asimismo, las principales regiones de producción de quinua son: Puno, que representa el 37% de la producción nacional de este grano, le sigue Arequipa (20%), Ayacucho (14%) y Junín (8%), con una área total de cultivo de alrededor de 65.000 hectáreas, según el Ministerio de Agricultura. CAMARA DE COMERCIO DE LIMA (2016).

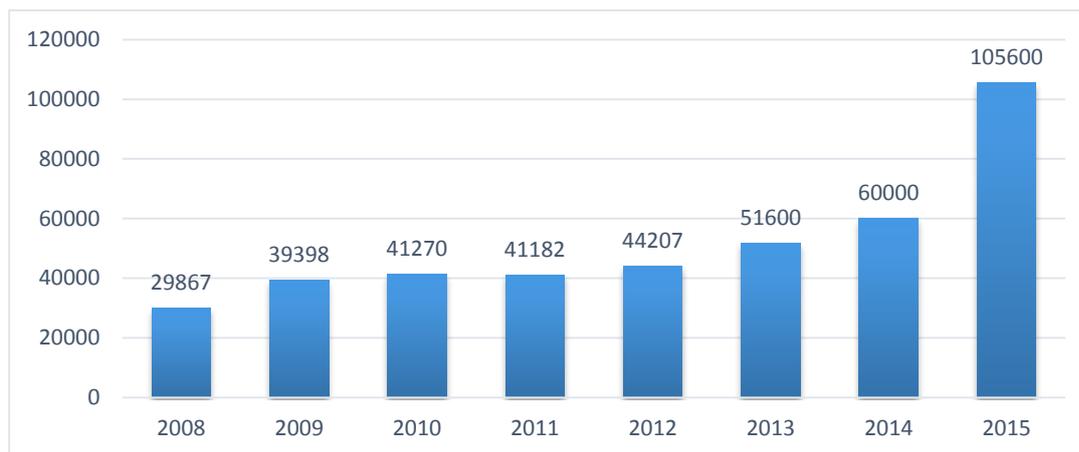
La quinua es una planta típica de la puna, su cultivo se extiende entre los 3,000 y 4,000 m.s.n.m., y entre los granos andinos crece a mayor altura, soportando heladas y sin exigir

mucho agua. Por estas características climáticas la superficie cultivada de este pseudo cereal se encuentra en la sierra peruana. SUCA &SUCA (2008).

2.2.5.2. Análisis de la producción nacional de Quinua

El incremento de la producción local de quinua desde el 2013 cuando se produjeron 52.000 toneladas, ya en el 2014 la producción aumentó a 114.000 toneladas de quinua, es decir, un incremento superior al 100%. CAMARA DE COMERCIO DE LIMA (2016).

Gráfico 4: Producción Nacional de Quinua, en TN



Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos de Ministerio de Agricultura.
Año 2014 es proyectado.

2.2.5.3. La Oferta de quinua en Ayacucho.

En Ayacucho la quinua se caracteriza por desarrollarse en zonas de altas temperaturas, alrededor de 2,900 a 3,800 msnm, las primeras lluvias comienzan en setiembre - octubre, con mayor concentración de enero a marzo, destaca también sus precipitaciones anual de 700 a 900 mm/año, el cual es favorable para el cultivo de quinua. Solid-Perú (2007).

Otro factor de importancia son las heladas que se presentan entre junio a setiembre, aunque en ocasiones en los meses de noviembre y febrero, cabe destacar que las heladas no perjudican el cultivo de quinua en la etapa de crecimiento. Solid Perú (2007).

A continuación, se presentan dos tablas con el rendimiento de la quinua por hectárea en el departamento de Ayacucho, expresada en Kilogramos.

Tabla 3: Rendimiento de Quinoa en Ayacucho (Kg/ha), años 2008-2015

Quinoa-Rendimiento (kg/ha)	
Años	AYACUCHO
2008	979
2009	947
2010	915
2011	740
2012	1150
2013	1100
2014	1150
2015	1200

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Ministerio de Agricultura

Asimismo, la siguiente tabla explica el precio promedio que reciben los agricultores por Kilo, pero específicamente en la chacra, es decir, tal y como se extrae de la planta, pero no por realizar algún proceso, se le conoce en bruto.

Tabla 4: Precio de la quinoa en chacra por kilogramos (2008-2015).

PRECIO EN CHACRA (S./Kg)	
Años	AYACUCHO
2008	1.73
2009	2.96
2011	2.00
2012	3.32
2013	3.51
2014	4.50
2015	4.00

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Ministerio de Agricultura

2.2.5.4. La Quinoa en Ayacucho

La quinoa es un producto de exportación en los departamentos de Puno, Junín y Ayacucho, nos centraremos en este último, a continuación se presenta un resumen de las características de la oferta de quinoa en Ayacucho, los cuales se expresan, en la siguiente tabla:

Tabla 5: Características de la Quinua en Ayacucho

Criterios	Criterios Ayacucho
Rendimiento* Promedio	1100 kh/ha
Característica del producto:	<ul style="list-style-type: none"> ○ La variedad más representativa: Blanca de Junín, con bajo contenido de saponinas. ○ Se siembra en terrenos, donde se cultivaron en la campaña anterior productos como papa, cebada, trigo; aprovechando la fertilización utilizada para dichos cultivos. ○ No existe ninguna extensión certificada como orgánico, la producción es vendida como quinua convencional. ○ Las zonas productivas son relativamente pequeñas: Acocro, Chiara, Cangallo, Morochucos, Vilcas Huamán.
Perspectivas	<ul style="list-style-type: none"> ○ Tiene una tendencia creciente, aunque su participación entre los productos más cultivados, es relativamente baja. ○ No se han presentado iniciativas de desarrollar quinua certificada, su producción se basa en la quinua convencional ○ No se ha observado indicios de tecnificación. ○ Algunas entidades de apoyo y promoción, están desarrollando iniciativas de procesamiento e incursión en nuevos mercados.
Costos de Producción	S/. 0.90 por kilogramo
Costo de Inversión por Hectárea	S/. 1,800 (Medianos)
Precios de Venta	<ul style="list-style-type: none"> ○ Promedio: S/.3.30 ○ Máximo S/. 3.51 ○ Mínimo S/. 3.00 (al productor)
Época de Siembra /Cosecha	<ul style="list-style-type: none"> ○ Épocas de Siembra: hasta 25 noviembre; ○ Épocas de cosecha: Abril-Junio
Estrategia comercial	Las zonas de venta de los productos son las ferias semanales en los distritos, en el caso de los medianos y grandes productores ellos se contactan con empresas transformadoras o acopiadores mayoristas, para transar los precios.
Instituciones de asistencia técnica y/o investigación	PRA, Agencias Agrarias Huata, Vilcas Huamán, Sucre, PRONAMACHCS.

Fuente: Elaboración propia en base de datos de Solid Perú

2.2.5.6. La cadena productiva de quinua en Ayacucho.

La cadena productiva de la quinua, es de reciente formación a partir del ingreso de este producto al hábito de consumo del poblador peruano y extranjero, entre esta cadena podemos encontrar a determinados agentes, los cuales cumplen un rol esencial en que este producto llegue de a mejor manera al consumidor final.

La Cadena Productiva de quinua en Ayacucho, tiene un potencial para su desarrollo a futuro, esta contiene alrededor de 44,704 jornales. Destacan asimismo 75 acopiadores y 260 detallistas, enfocados al acopio y venta de quinua lavada / molida y combinados con otros cereales; se señala también la existencia de 35 molineras que obtienen entre otros productos, los derivados de la quinua. Solid-Perú (2007).

A continuación, en la tabla siguiente, podemos apreciar algunas características peculiares de todos los actores propios de la cadena productiva de quinua en el Perú.

Tabla 6: Actores de la Cadena productiva de Quinua en Ayacucho.

Eslabones	Actores Directos	Detalles
Producción	Micro productores	Manejan menos de $\frac{3}{4}$ Hectárea. Destinan buena parte de su producción para el consumo familiar, Tienen una inversión promedio a S/. 750 por campaña
	Pequeños productores	Manejan de $\frac{3}{4}$ a 3 ha. Su producción, lo hacen con fines más comerciales Realizan una inversión promedio de S/ 1,1540. Por campaña por ha.
	Medianos Productores	Manejan más de 3 ha Tienen un enfoque emprendedor Su inversión es alrededor de S/ 1,880 por campaña /ha (considerando su dedicación)
Comerciantes	Acopiadores eventuales	Venden a precio de S/. 2.30 en Ayacucho S/. 2.50 en Lima. No cuenta con movilidad propia, solo usa los servicios de transporte. Cuentan con puestos de venta en las ferias semanales,
	Acopiadores medianos	Cuenta con movilidad propia para el transporte del producto Acopia productos agrícolas: papa, trigo, cebada, haba, quinua, maíz.
Transformación	Procesadores locales	Cuentan con plantas de procesamiento básico, a partir del cual obtienen quinua perlada (o lavada). Su capacidad de acopio de quinua es de 40 toneladas anuales
	Molineras Agroindustriales	Ubicados en Arenales, León Pampa, Puente Apurímac, mercadillo, playa Grau, Santa Elena, entre los más representativos, se encuentran alrededor de 8 empresas. proveedoras de los programas sociales, incluyendo entre sus insumos: Kiwicha, Trigo, Soya, Arvejas, Habas y quinua.
Mercado	Mercado local (detallistas)	Ubicados en los mercados de Playa Grau y Nery Gracia básicamente, se calcula alrededor de 260 detallistas en la región de Ayacucho. Se dedican a acopiar quinua entera sin lavar, el cual proveen a los transformadores.
	Mercado Nacional	Integrado por familias consumidoras de la quinua, ubicadas generalmente en Lima, Cañete e Ica. Familias domésticas, vendedores de desayunos al paso.

Exportadores	Existen algo más de 20 exportadores de quinua a nivel nacional. Pero el 80% de los volúmenes de exportaciones, se concentran solo en 5 exportadores.
Programas Sociales	Entre los Programas Sociales, tenemos a las municipalidades, con los programas de Vaso de Leche, Programa de Complementación Alimentaria para grupos de mayor riesgo (PACFO) del Ministerio de Salud, los desayunos escolares (QALI WARMA), Desayuno Escolar y PRONOIS (Programa No Escolarizado de Nivel Inicial) del PRONAA.

Fuente: Solid-Perú

2.2.6. Análisis Económico de la Oferta exportable de quinua peruana

2.2.6.1. Exportaciones de quinua

Por segundo año consecutivo el Perú se consolidó como el principal exportador mundial de quinua tanto en volumen exportado como en monto de negocios, indicó el Centro de Comercio Exterior (CCEX) de la Cámara de Comercio de Lima.

Al cierre del año 2015 las exportaciones de quinua fueron US\$143 millones y los envíos en volumen sumaron cerca de 42.000 toneladas, logrando un incremento de 13%, es decir, 4.743 toneladas más que el año anterior. Cámara de Comercio de Lima (2016).

Tabla 7: Valor de las Exportaciones, según valor FOB (2008-2015).

Año	Subpartida nacional	TOTAL FOB (Millones US\$)
2008	1008901900	4,993,439
2009	1008901900	7,249,360
2010	1008901900	12,909,620
2011	1008901900	25,375,174
2012	1008901900	31,923,000
2013	1008901900	72,200,000
2014	1008901900	143,000,000
2015	1008901900	96,700,000

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Aduanas Perú.

2.2.6.2. Peso neto de las exportaciones peruanas de quinua

Al cierre del 2015 las exportaciones de quinua se valorizaron en US\$143 millones y los envíos en volumen sumaron cerca de 42.000 toneladas, logrando un crecimiento en 13%, es decir 4.743 toneladas más que el año anterior, manifestó Carlos García, gerente del CCEX-CCL.CAMARA DE COMERCIO DE LIMA (2016).

Asimismo, el peso neto de las exportaciones de Perú han tenido una tendencia creciente, el cual se explica mejor en el siguiente cuadro:

Tabla 8: Peso Neto de las Exportaciones de Quinua (2007-2013)

Año	Sub partida Nacional	Descripción	TOTAL Peso (TM)
2008	1008901900	Quinua, los demás (chenopodium quínoa) excepto para siembra	2.035,931
2009	1008901900	Quinua, los demás (chenopodium quínoa) excepto para siembra	2. 692,083
2010	1008901900	Quinua, los demás (chenopodium quínoa) excepto para siembra	4.680,694
2011	1008901900	Quinua, los demás (chenopodium quínoa) excepto para siembra	7.991
2012	1008901900	Quinua, los demás (chenopodium quínoa) excepto para siembra	10.700
2013	1008901900	Quinua, los demás (chenopodium quínoa) excepto para siembra	18.250
2014	1008901900	Quinua, los demás (chenopodium quínoa) excepto para siembra	30.200
2015	1008901900	Quinua, los demás (chenopodium quínoa) excepto para siembra	42. 000

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Aduanas Perú.

2.2.6.3. Análisis del precio promedio de la quinua en el Perú

El precio es un indicador de que la quinua se ha desarrollado positivamente en el mercado tanto nacional como internacional, por sus características propias, cabe resaltar que por ser un producto nuevo, sus precios son de tendencia ascendente, por estar en pleno auge.

El siguiente gráfico indica que el precio de las exportaciones regionales de quinua se mantuvo relativamente constante entre 2008 y 2015, ubicándose en el rango de 1,1 a 1,3 dólares por kilogramo. En los dos años siguientes se distinguió un fuerte aumento que lo llevó a ubicarse en 2,9 dólares el kilogramo. Posteriormente, se volvió a consolidar y finalizó el período con 4 dólares por kilogramo.

Los diferentes precios de exportación según mercado de destino muestran que existen diferencias estimables entre algunos de los mismos. En un extremo se recalcan las colocaciones en Australia en el año 2014 con valores unitarios (3,4 dólares por kilogramo) significativamente superiores al promedio (3 dólares por kilogramo).

Por otro lado, los restantes principales mercados de destino –Canadá, Estados Unidos y la Unión Europea- presentan valores unitarios muy equivalentes al promedio. Dentro de Europa los precios son también homogéneos: Francia (3dólares por kilogramo); Alemania (2,9 dólares por kilogramo); y Holanda (3 dólares por kilogramo).

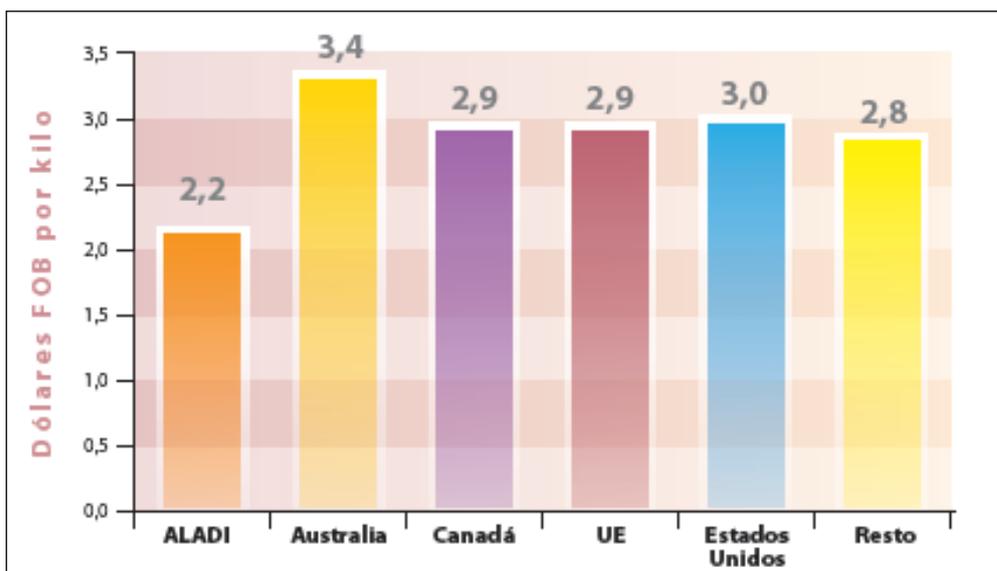


Gráfico 5: Precio de la quinua, según mercado de destino (Año 2015)

Fuente: Aladi

2.2.6.4. Principales mercados de destino de la quinua

Respecto a los principales mercados de destino, Estados Unidos representa el 44% del total exportado por el Perú, seguido de Canadá (8%), Holanda y Reino Unido con 7% para ambos casos e Italia con 5%.

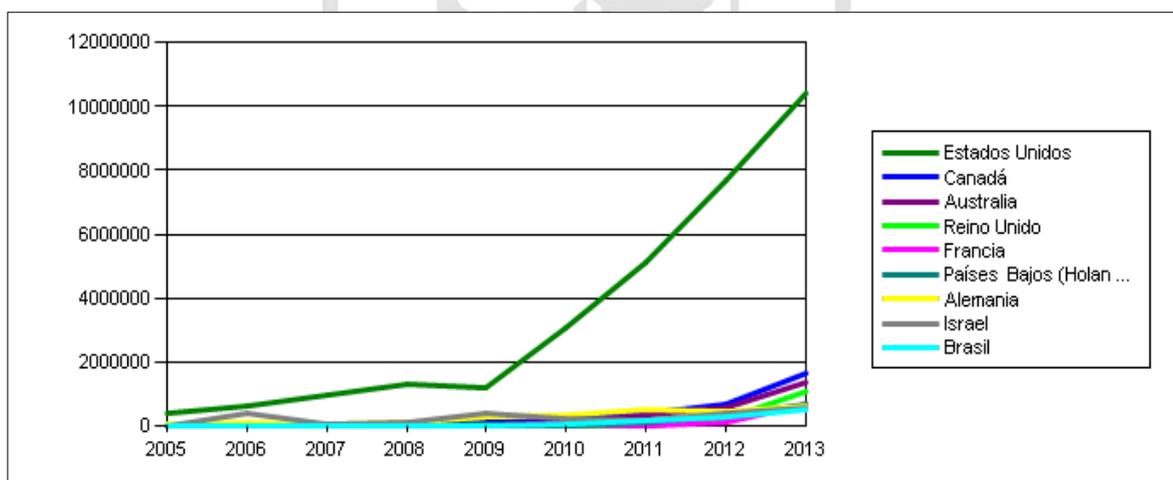


Gráfico 6: Evolución de las exportaciones del producto quinua, según sus principales mercados 2000 – 2013

Fuente: PROMPERU

2.2.6.5. Exportaciones de quinua, según sus principales presentaciones (2009-2015)

La quinua posee diversas presentaciones de exportación, desde natural el cual es su mayor manifestación con 84.12%, dándose a conocer que aún al Perú requiere mayor desarrollo de sus otras presentaciones como hojuelas, cápsulas u otros con valor agregado.

A continuación, se presenta un resumen didáctico de las presentaciones de la quinua.

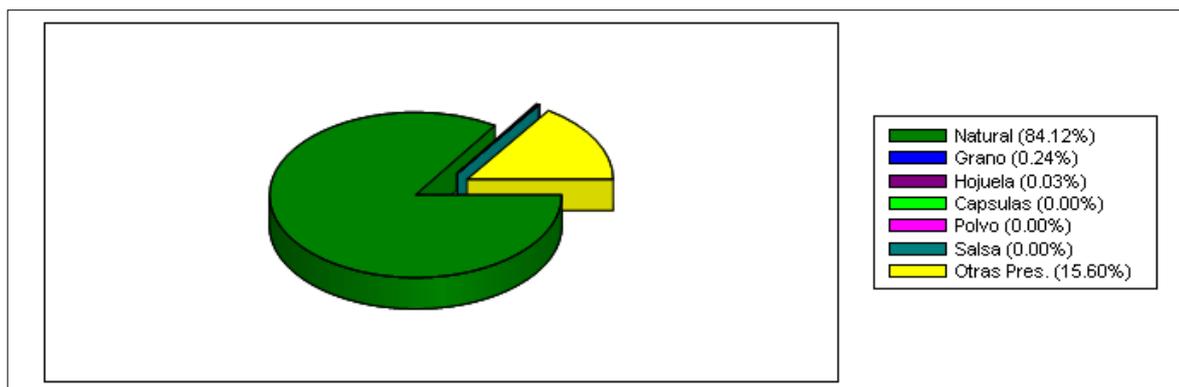


Gráfico 7: Exportaciones de quinua, según sus principales presentaciones

Fuente: Siicex

Tabla 9: Exportaciones de quinua, según sus principales presentaciones (2011-2015)

Detalle	2011	2012	2013	2014	2015
Natural	11,787,523.95	23,494,746.48	30,268,632.96	68,479,408.15	62,063,773.78
Grano	0.00	0.00	2,452.25	197,953.99	7,005.60
Hojuela	36.00	40.00	173.60	21,745.00	59,034.00
Capsulas	0.00	0.00	0.00	3,320.00	0.00
Polvo	0.00	5,104.74	0.00	1,022.37	0.00
Salsa	0.00	0.00	0.00	1.80	0.00
Cosmético	0.00	0.00	1,093.27	0.00	0.00
Perlado	0.00	0.00	0.00	0.00	25,390.00
Otras Presentaciones	1,631,695.08	2,201,032.28	3,890,399.71	12,698,614.88	11,308,885.53
Total	13,419,255.03	25,700,923.50	34,162,751.79	81,402,066.19	73,464,088.91

Fuente: SIICEX

2.2.7. Criterios a considerar para la sustitución de cultivos de papa hacia quinua

Si bien es cierto, la sustitución de cultivos es una tendencia que se está dando año tras año, en diferentes partes del Perú, a partir de diferentes productos, en especial en lo que concierne a la sustitución de cultivos ilícitos, tales como la coca; para lo cual se están insertando cultivos tales como: el cacao, la palma aceitera u otros, sin embargo, en Ayacucho no se poseen cultivos ilegales, actualmente, se optan por los productos tradicionales como la papa, notándose aún una desconfianza por incursionar en nuevos cultivos como la quinua.

Entre los criterios importantes para migrar los cultivos convencionales de papa, hacia la producción de quinua, cabe mencionar lo siguiente:

2.2.7.1.- Razones en relación a la quinua

- Precios de la quinua más cotizados

El precio es un factor determinante al momento de decidir que producto se sembrará en determinada campaña, estos se deciden normalmente por los precios que se presenten en el mercado y la demanda existente, es por esta razón que los campesinos optan en su mayoría por cultivos en los cuales obtengan mayores beneficios económicos.

Los precios de la quinua han tenido una tendencia creciente a partir del boom de exportaciones de cereales andinos, y de la cantidad de tratados firmados por nuestro país.

El precio de la quinua en los diferentes departamentos del Perú, han tenido un crecimiento sostenido en los últimos años, si lo comparamos con el precio de la papa pagado en chacra, este se encuentra en promedio entre 0.50 y 0.56 céntimos el kilo, organizados en sacos de 50 kilos, dependiendo de la clasificación por tamaño.

En lo que respecta al precio de la quinua, esta varía según la temporada, normalmente en época de cosecha se localiza entre 3.50 y 4.20 (constatado en el trabajo de campo), depende asimismo, de la demanda del producto, y de la oferta que se esté dando en el mercado, ya que si esta es escasa sus precios subirán, y si es abundante su precio bajará.

- Producto con demanda creciente

Existe una demanda interna y externa por parte de los principales compradores, que no puede ser satisfecha por la producción de Perú, Bolivia, Ecuador, por dicha razón actualmente se importa quinua de Bolivia hacia nuestro país, que es nuestro principal socio comercial de este producto.

García Jerí dijo que de esta forma se logró el incremento de la producción local de quinua desde el 2013 cuando se produjeron 52.000 toneladas, ya en el 2014 la producción aumentó a 114.000 toneladas de quinua, es decir, un incremento superior al 100%. En tanto, Bolivia produjo alrededor de 70.000 toneladas en el último año. Cámara de Comercio de Lima (2016).

En este contexto, es importante que el Perú se posicione como el gran productor ancestral de este grano andino, ofreciendo un alto estándar de calidad, variedades únicas y también que se desarrolle una denominación de origen para la quinua peruana", anotó finalmente Carlos García. Cámara de Comercio de Lima (2016).

Chacchi, Kathy (2009). A través de su estudio, señala que existe una demanda actual de quinua por parte de las empresas procesadoras, exportadoras, empresas comercializadoras, así mismo concluye que existe una demanda insatisfecha de quinua en nuestro país, ya que la producción interna, no logra abastecer y que solo el 3.8% de producción nacional es dada por Ayacucho.

SUCA & SUCA (2008). El crecimiento de la demanda nacional de quinua está en ascenso, por esa razón los productores de Bolivia ven actualmente como un mercado atractivo al Perú para la quinua.

SUCA & SUCA (2008). En la actualidad, la quinua tiene aceptación en los países de los Estados Unidos, Canadá y Japón, debido a su calidad proteínica está considerada como uno de los mejores cereales del mundo.

La demanda del mercado local se sustenta en las familias urbanas, consumo de vivanderas (desayunos al paso), consumo nacional (demandado por los intermediarios), demanda de los vasos de leche, y el PRONAA.SOLID PERÚ (2007).

Otro sector importante y demandante de quinua son las empresas exportadoras, que están en constante búsqueda de proveedores y relación con los diferentes productores y asociaciones que les puedan proveer determinadas cantidades de quinua. José Zorrilla, gerente general de Exportadora Agrícola Orgánica señala que

Tabla 10: Principales empresas exportadoras de Quinua.

EXPORTADORA AGRÍCOLA ORGÁNICA
GRUPO ORGÁNICO NACIONAL S.A
GREENEXPORT S.A.C
SUN PACKERS S.R.LTDA
INTERAMSA AGROINDUSTRIAL S.A.C
VÍNCULOS AGRÍCOLAS E.I.R.L
ALTPEZ INTERNACIONAL S.A.C
ALISUR S.A.C.
APLEX PERÚ E.I.R.L.
OTRAS EMPRESAS (67)

Fuente: Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (Siicex).

○ Viabilidad Técnica

SUCA & SUCA (2008), la quinua está adaptada para una altitud entre los 3000 a 4000 m.s.n.m; este cultivo es inferior a cero grados centígrados; adaptables a suelos áridos y semiáridos; lo cual es considerado una ventaja comparativa en comparación con otros países.

“El terreno más recomendable para la siembra de quinua es aquél donde se produjo papa en la campaña anterior”. Solid-OPD Programa Modular para el manejo técnico del cultivo de la quinua (2010).

Con la anterior información podemos extraer que no es necesario realizar algún tratamiento especial a la tierra, ni dejarla descansar por un periodo de tiempo determinado, pues como se menciona es mejor aún, sembrar quinua luego de que esa tierra fue utilizada para la siembra de papa.

La provincia de Cangallo es una zona tradicionalmente productora de cereales, asimismo, se destacan su producción agropecuaria en dos productos principales: ganado vacuno y papas. CIES& COPLA (2009).Asimismo, se cultiva: maíz, trigo, cebada, quinua, habas y arveja, que son comercializadas en las distintas ferias locales y en el mercado de la ciudad de Huamanga. CÍES& COPLA (2009).

2.2.7.5.- Inversión para producir quinua

La inversión para poder producir una hectárea de quinua se encuentra en promedio entre S/. 1540.00 (Mil quinientos cuarenta nuevos soles), según se observa en la Tabla Nro.11 Presentado por Solid-Perú (2014).

Normalmente, el agricultor no cuenta con una fuente de financiamiento segura que pueda sustentar su producción en una campaña, por lo cual muchas veces recurre a bancos agrarios o recibe adelantos por parte de un comprador que receptiona la quinua directamente en el campo, de esta manera el agricultor no posee la capacidad de poder negociar.

Los productores de quinua tratan de utilizar poca tecnología, pues poseen técnicas ancestrales que son en su mayoría manuales y de fácil acceso, bajo costo e inversión. Beatriz Muriel & Tania Evia S (2014).

Cabe mencionar que los costos de materia prima para las beneficiadoras podrían reducirse en un 20% a 30% con la mejora de los caminos existentes y la apertura de rutas alternativas. (Birbuet y Machicado, 2009, citado en Muriel & Evia, 2010).

De los 60 proyectos quinua en Bolivia, un 80 % solicitó ayuda financiera para mejorar la producción, a través de la inversión en maquinarias de cosecha y post cosecha, tales como: Segadoras, trilladoras, venteadoras, seleccionadoras y centros de acopio, el restante 20 % solicitaron apoyo para equipos de procesamiento, transformación y comercialización de quinua.

Tabla 11: Costos de inversión por cada tipología (2014)

Detalle	Micro productor	Productor pequeño	Productor mediano
Semilla(Kg)	7	13	68
Extensión(has)	0.5	1	4
Producción (Kg total)	650	1500	7200
RUBROS	Total S/.	Total S/.	Total S/.
Preparación del terreno	S/. 255.00	S/. 440.00	S/. 1,515.00
Siembra y abonamiento	S/. 80.00	S/. 80.00	S/. 979.17
Labores culturales	S/. 75.00	S/. 135.00	S/. 680.00
Cosecha	S/. 180.00	S/. 500.00	S/. 1,085.00
Insumos	S/. 166.00	S/. 389.00	S/. 726.03
Otros			S/. 2,562.00
TOTAL COSTOS	S/. 756.00	S/. 1,544.00	S/. 8,001.25

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Solid Perú

- Valor Nutricional

Muchas personas conocen las bondades de la quinua como alimento de la dieta humana, este ha sido considerado un producto muy por encima del trigo y otros cereales.

La quinua posee un gran poder nutricional, provee las proteínas y los aminoácidos esenciales para el ser humano, como la metionina, fenilalanina, treonina, triptófano y valina. (Mesa de trabajo de Quinua en Puno, citado en Plan Operativo de la Quinua región Puno, 2006). En el departamento la variedad más sembrada es la quinua blanca de Junín, la cual posee una serie de propiedades, los cuales las detallo a continuación en el siguiente Grafico.

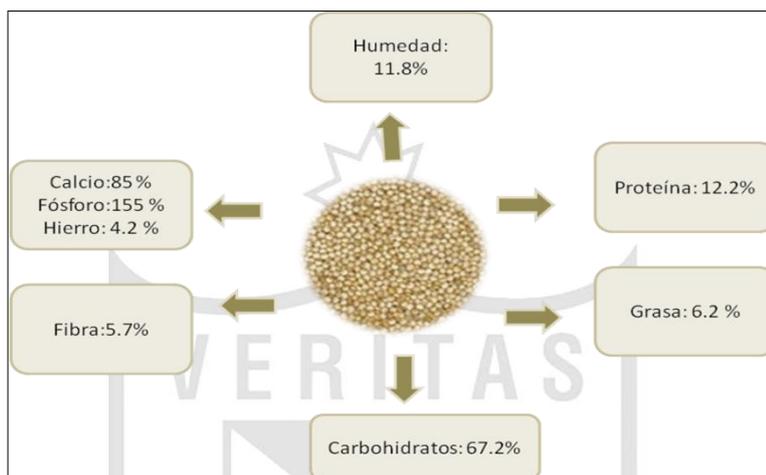


Gráfico 8: Componente Nutricional de diferentes variedades de quinua de la región andina

Fuente: Elaboración propia, en base a datos de artículo de Investigación científica y tecnológica de Reyes & otros.

Numerosos estudios muestran la riqueza nutricional de la quinua, tanto en términos absolutos como en comparación con otros alimentos básicos, destacándose el hecho de que las proteínas de la quinua reúnen todos los aminoácidos esenciales en un buen balance, al mismo tiempo que sus contenidos grasos están libres de colesterol (ALADI & FAO 2014).

La quinua y el amaranto son cereales saludables, ya que no contienen gluten, son conocidos por su alto valor nutricional, son una excelente fuente de proteínas (siendo una alternativa para vegetarianos). Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2007).

La composición de aminoácidos de la quinua la hace comparable con la leche y el huevo. A la lisina se le atribuye la capacidad de mejorar el desarrollo de las células del cerebro y por ende la evolución de la inteligencia, aprendizaje y los reflejos. Ministerio de Agricultura de Chile (2010).

La FAO ha catalogado a la quinua como uno de los alimentos con mayor futuro en el mundo y un importante aporte a la solución de los problemas de nutrición de la población. Ministerio de Agricultura de Chile (2010).

La quinua constituye un buen sustituto de cualquier carne, además de poseer cualidades semejantes a las de la leche. Ministerio de Agricultura de Chile (2010).

La quinua es fácil de digerir, excelente sabor, así como fácil preparación, es un alimento favorito de aquellas personas preocupados de la salud y que no pueden consumir alimentos de origen animal o alimentos que aumenten el nivel de colesterol (Landauer, 2001, citado en Ministerio de Agricultura de Chile, 2010).

2.2.7.2.- En relación a la papa

○ Baja rentabilidad de producción de papa

Los agricultores de papa tienen una alta vulnerabilidad en su rentabilidad, originadas por poseer una pequeña producción. Por ello, CEPES refiere que la papa se ubica en el grupo de cultivos de costa con rentabilidad neta media-baja, y posee una tasa anual promedio de 9% de retribución a la inversión. La baja rentabilidad es originada por los costos de inversión, por la sobreoferta de papa en el mercado, por el bajo rendimiento en la sierra, por la falta de accesos a compradores, etc. Revista Agronegocios de la Universidad Nacional Agraria La Molina (2014).

A nivel del eslabón de la producción se tiene una rentabilidad entre el 6 y 73% con ingresos que van desde S/. 30.58 a S/. 845.83 Nuevos Soles y corresponden a los pequeños y grandes productores; en tanto que los productores medianos tienen una rentabilidad del 46% con ingresos de S/. 422.33 Nuevos Soles. Si bien es cierto en la presente Cooperativa no se posee grandes hectáreas. SOLID (2014).

Tabla 12: Rentabilidad económica de la papa

Nivel de Precios	S/. X kg	kg	VPP	Costo	Diferencia	Rentabilidad
Menor precio	0,35	15.000	5.250	5.514	-264	-4.78%
Precio normal	0,5	15.000	7.500	5.514	1.986	26.48%
Buen precio	0,6	15.000	9.000	5.514	3.486	38.73%

Fuente: Ministerio de Agricultura

Como se puede observar en el siguiente cuadro, la rentabilidad esperada en Ayacucho no es positiva, teniendo en cuenta que la tecnología aplicada es baja, la cual es aplicada en la Cooperativa Virgen del Carmen.

Tabla 13: Rentabilidad Esperada de Papa

Ingresos por Venta	Lima		Cajamarca		Huánuco		Ayacucho		Huancavelica	
	Tecnología									
	Alta	Media	Media	Baja	Media	Baja	Media	Baja	Media	Baja
Precio de Venta Chacra (S/. x Kg)	0.67	0.67	0.58	0.58	0.56	0.56	0.67	0.67	0.46	0.46
Rendimiento Promedio (Kg/ha)	27,488	23,903	12,287	11,170	14,927	13,570	14,345	13,041	12,100	11,000
Ingreso por Venta (S/.)	18,417	16,015	7,126	6,479	8,359	7,599	9,611	8,737	5,566	5,060
Costos de Producción										
Costos Directos	11,058	11,899	8,222	5,233	13,148	9,036	10,295	6,276	5,947	4,192
Insumos	7,970	7,555	6,085	2,692	8,505	5,618	7,094	3,746	3,140	1,571
Mano de Obra	1,465	2,003	671	1,234	2,646	2,029	1,840	858	1,795	1,429
Maquinaria	845	1,325	891	1,117	1,265	833	853	1,276	621	982
Transporte y envases	779	1,016	575	190	732	555	507	395	392	211
Costos Indirectos	2,138	2,828	201	128	2,330	780	987	239	362	98
Alquiler de terreno	1,663	2,253	-	-	1,581	395	547	-	-	-
Asistencia técnica	264	265	201	128	283	203	253	142	140	98
Gastos de administración y financieros	211	309			466	182	187	97	222	-
Otros Gastos			1,160	223	1,165	865	2,054	948	1,079	-
Costo Total (S/.)	13,196	14,727	9,583	5,585	16,643	10,681	13,335	7,462	7,388	4,909
Utilidad Promedio (S/. x ha)	5,221	1,288	-2,457	894	-8,284	-3,082	-3,724	1,275	-1,822	151

Fuente: Ministerio de Agricultura

○ **Sobreoferta de papa en el mercado nacional**

Por su parte, la ingeniera Celfia Obregón, presidenta de Aders Perú, que elabora el proyecto Propapa Perú en seis regiones, conmemora que en el país la siembra de papas con semillas certificadas apenas llega al 0.19% de todo lo sembrado. “Ello genera un bajísimo rendimiento y que nuestros agricultores altoandinos renuncien la siembra tradicional de papas, entre ellas las papas nativas, ya sea para su consumo o venta.

Mientras en la sierra se siembre el 90 % de la producción de papa y siga sembrando solo bajo lluvia siempre estará la estacionalidad que reúne las siembras en el segundo semestre y las cosechas en el primer semestre que promueve la **sobreoferta** y el constante peligro de la caída del precio en chacra. Es necesario continuar con la planificación de las siembras esencialmente en las regiones de sierra central (Huánuco, Pasco, Junín, Huancavelica y Ayacucho), producciones y abastecimientos a Lima que generan el precio referencial a nivel nacional. Es urgente constituir un programa más agresivo de reservorios y riego tecnificado en sierra que permita un periodo más amplio de siembras y cosechas y evitar la sobreoferta en los meses de abril a junio.

○ **Rendimiento de papa**

Los rendimientos dependen del nivel de tecnología usada, principalmente por el empleo de semilla certificada, variedades mejoradas, fertilizantes, nivel de mecanización, adecuadas prácticas agronómicas, riego tecnificado, ocurrencia de factores abióticos y el control efectivo de plagas y enfermedades. MINISTERIO DE AGRICULTURA (2012).

Ayacucho, posee una baja rentabilidad en comparación de otros departamentos como Arequipa con 32,765 Kg/ha, seguido por Lima 23,570 (Kg/ha). Ayacucho se ubica en el puesto 14 con un rendimiento de 9,448 (Kg/ha), siendo uno de los más bajos del país.

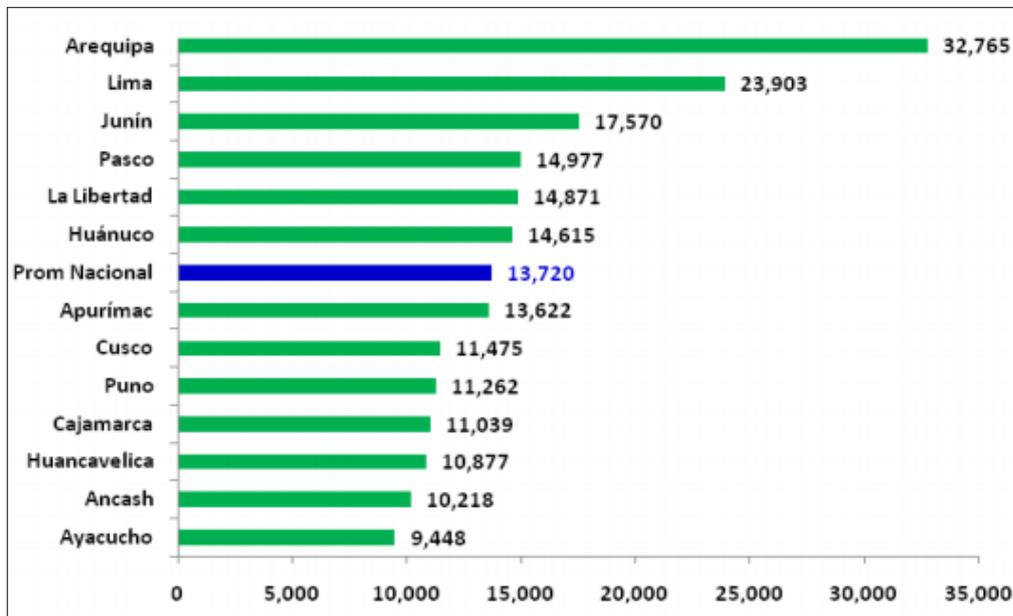


Gráfico 9: Rendimiento Promedio (Kg/ha)
Ministerio de Agricultura (2014)

- Otras razones :
 - ✓ La resistencia al cultivo de papa tampoco obtiene protección adicional, lo que se fundamenta. Revista Agronegocios de la Universidad Nacional Agraria La Molina (2008).
 - ✓ La falta de fijación de contratos anticipados y/o precios refugio por venta de cosechas;
 - ✓ Ausencia de leyes especiales o subsidios por parte del Estado (como ocurre con el trigo, maíz amarillo duro, caña de azúcar, arroz y algodón); dado que es un cultivo trabajado bajo una agricultura extensiva, principalmente por pequeños agricultores, no se suele obtener acceso a fuentes de información y orientación para una siembra oportuna; y no hay planificación de cultivos en las organizaciones de productores.
 - ✓ Revista Agronegocios de la Universidad Nacional Agraria La Molina (2008). Estas razones llevan a la reflexión para un cambio radical hacia cultivos de mayor rentabilidad y menor enlace tradicional con el mercado interno. Es urgente vislumbrar un abanico de alternativas con mejores condiciones de ganancia para el agricultor: muchas inversiones agrícolas están aseguradas por apoyo estatal, fijación de precios y un ámbito geográfico próspero para inversiones de alto margen de ganancia y con conexiones a mercados extranjeros.
 - ✓ En la última movilización de los paperos de Andahuaylas en 2005 argumentaron tres factores que habían producido la reducción del precio de la papa: la existencia de monopsonios en la comercialización, el efecto que sobre el precio tienen otros productos sustitutos como el trigo y el arroz y la ya conocida sobreoferta.

- ✓ Uno de los problemas que contribuyen a agudizar esos ciclos ha sido la falta de sistemas de información que permitiera a los agricultores tomar decisiones sobre qué sembrar; escaso desarrollo de la agroindustria que tenga a la papa como principal insumo; una brecha de infraestructura que limita las posibilidades de acceso a los mercados; falta de organización en la oferta para conseguir mejores mercados y bajos niveles de productividad. De alguna manera, esos problemas eran el reflejo de la existencia de una cadena que operaba con muchos problemas estructurales.
- ✓ Las rotaciones de cultivos en la región central y sur de los Andes en el Perú y en el altiplano boliviano, se práctica en terrenos que son comunales, que están definidos geográficamente y donde se respetan períodos de descansos variables entre tres a siete años. Estos terrenos son denominados aynoqa (en aymara) y layme, «suertes» o muyuy (en quechua). Algunas de las plagas son las mismas que atacan a la papa, sin embargo, el control más efectivo es la adecuada rotación de cultivos, de esta manera se podrá reducir la aparición de plagas más resistentes. Intensiones de siembra Campaña Agrícola Agosto 2014 – Julio 2015 (Ministerio de Agricultura).

2.2.8.- El Mercado de Canadá

2.2.8.1.- Ubicación Geográfica

Canadá, es una monarquía parlamentaria federal de América, localizada en el extremo norte de América del Norte. Se amplifica desde el océano Atlántico al este, el océano Pacífico al oeste, y hacia el norte hasta el océano Ártico. Posee como frontera a Estados Unidos al sur, y al noroeste con su Estado Alaska. Es considerado el segundo país más extenso del mundo después de Rusia. Asimismo, ocupa cerca de la mitad del territorio de América del Norte.

La federación canadiense consta de diez provincias y 3 territorios. Está presidida como una democracia parlamentaria y monarquía constitucional con Isabel II como jefe de estado. Sus principales idiomas son el inglés y el francés, las cuales son consideradas como oficiales en el ámbito federal.

Canadá es una nación industrial y tecnológicamente pionera y avanzada, ampliamente autosuficiente en energía gracias a sus relativamente extensos depósitos de combustibles fósiles y a la amplia generación de energía nuclear y energía hidroeléctrica. Siendo uno de los países más desarrollados, tiene una economía diversificada, que la hace independiente por sus grandes yacimientos y abundantes recursos naturales así como del comercio, particularmente con los Estados Unidos y México. Actualmente es miembro de la OEA, G-8, el G-20, la OTAN, la OCDE, la OMC, la APEC, la Mancomunidad de Naciones, la Francofonía y de la Organización de las Naciones Unidas. Es considerado uno de los países con mejor calidad de vida.

2.2.8.2.- Indicadores Económicos

La economía Canadiense se encuentra estable, es decir, no presenta síntomas de recesión pero tampoco está creciendo exponencialmente. El crecimiento de la economía desde el 2009 ha sido lento, pero consistente con una tasa de crecimiento alrededor de 2% anual.

Canadá es un país rico con una buena calidad de vida. La tasa de desempleo, que aumentó con la recesión, se estabilizó desde 2015 (en torno a 7%). Sin embargo, el país afronta el incremento de las desigualdades de salarios, y el aumento de conflictos laborales. Por último, la explotación de arenas petroleras tiene un impacto medioambiental desastroso, que corre el riesgo de contrarrestar los objetivos de reducción de gas con efecto de invernadero.

A continuación, se presenta los indicadores de crecimiento, proyectados al año 2016.

Tabla 14: Indicadores de crecimiento de Canadá (2010-2016)

Indicadores de crecimiento	2012	2013	2014	2015	2016 (e)
PIB (miles de millones de USD)	1.832,72	1.838,96	1.785,39	1.572,78e	1.592,35
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	1,9	2,0	2,4	1,0e	1,7
PIB per cápita (USD)	52.818	52.393	50.304	43.935e	44.095
Saldo de la hacienda pública (en % del PIB)	-2,5	-2,2	-1,6	-1,0e	-0,7
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	87,9	87,7	87,9	90,4e	89,4
Tasa de inflación (%)	1,5	1,0	1,9	1,0e	1,6
Tasa de paro (% de la población activa)	7,3	7,1	6,9	6,8	6,8
Balanza de transacciones corrientes (miles de millones de USD)	-59,96	-54,63	-37,50	-45,82e	-36,01
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)	-3,3	-3,0	-2,1	-2,9e	-2,3

Fuente: IMF - World Economic Outlook Database.

Nota: (e) Datos estimados

2.2.8.3.- Perfil del cliente canadiense

a) Población

Las 12 ciudades más grandes de Canadá alojan cerca del 54% de la población del país, estando Toronto, Montreal y Vancouver juntas las que cuentan con más de la mitad del subtotal:

Toronto: Posee una población de 35,6 millones de habitantes, Toronto es considerado el mayor centro urbano de Canadá, la capital de Ontario, el punto central de la base industrial de la provincia es la existencia de inmigrantes, debido a lo cual cuenta con la mezcla étnica de todas partes del mundo. La ciudad es el centro financiero e industrial de Canadá, así como la sede de más de la mitad de las empresas más grandes del país, bancos líderes y otras instituciones financieras. Dado que un gran número de importadores y departamentos de compra para los minoristas canadienses más importantes están ubicados en Toronto, esta ciudad debe ser una parada obligatoria para proveedores interesados en penetrar el mercado canadiense.

La población en Canadá continúa siendo cada vez de mayor edad y más urbana, principalmente como resultado de la baja tasa de fertilidad en la nación y el incremento de la expectativa de vida. Esto ya tiene un impacto dramático en la demanda de bienes y servicios, ya que los canadienses mayores representan un mercado atractivo, de rápido crecimiento y altamente especializado.

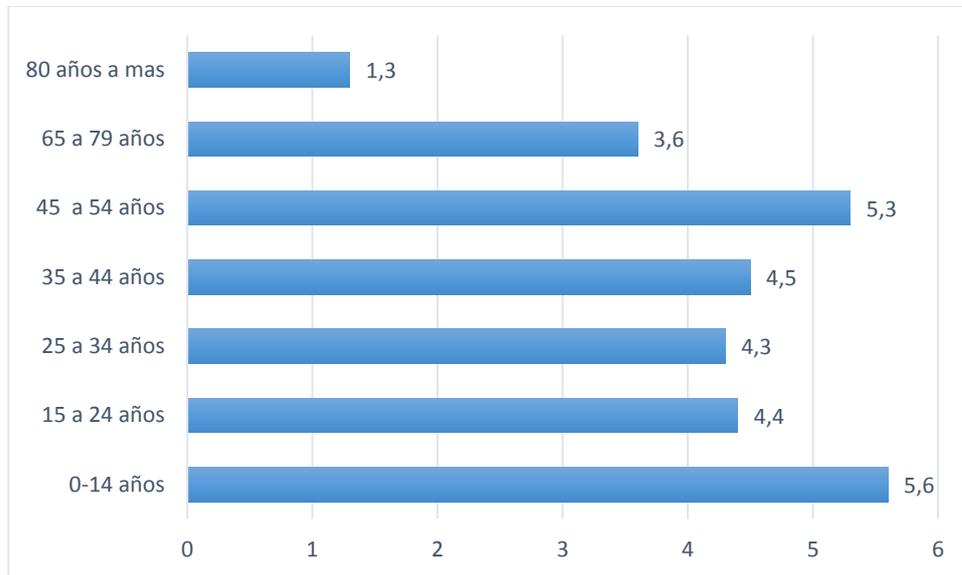


Gráfico 10: Población por Grupo de Edad- Año 2015 (Millones de personas)

Fuente: TFO Canadá

b) Ingresos del consumidor canadiense

Los canadienses divisan buenos ingresos para gastar tanto en servicios como en productos nacionales e importados. Los precios al consumidor continúan su tendencia a subir en Canadá.

Tabla 15: Ingreso promedio del consumidor canadiense

Edad	Personas (Millones)	% de la Población	Ingreso Promedio
15 - 24	9.8	31	\$16,364.00
25-44	8.8	28	\$36,586.00
45-64	8.7	27	\$37,375.00
65 +	4.3	14	\$29,660.00

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Tabla 16: Índices de Precio al Consumidor en Canadá (2008-2016)

PERIODO	INFLACION
Enero 2016	2,011 %
Enero 2015	0,975 %
Enero 2014	1,484 %
Enero 2013	0,497 %
Enero 2012	2,462 %
Enero 2011	2,346 %
Enero 2010	1,858 %
Enero 2009	1,073 %
Enero 2008	2,194 %
Enero 2007	1,109 %

Fuente: Global Rates (2016)

Los servicios alimenticios en Canadá fueron testigos de una recuperación más lenta de lo esperado, y el preparar alimentos en la casa continua siendo una mejor opción para muchos canadienses. GUIA PARA EXPORTACION A CANADA (2015).

- El ingreso neto promedio anual de una familia de dos o más miembros es de \$64,800 anual (aprox).
- La Alimentación ocupa el tercer lugar en la distribución de gastos.
- Los componentes que influyen en la disposición de compra son salud (66%), sabor (38%), seguridad (30%) y medio ambiente (26%).

c) Comportamiento del Consumidor canadiense

Un estudio realizado en España realizo el análisis y las tendencias y el perfil del consumidor medio canadiense, podemos establecer una serie de preferencias o características. España Exportación e inversiones (2015).

Debido a la carencia de fuertes costumbres culinarias propias y de las condiciones limitantes de la producción nacional los consumidores canadienses buscan productos de importación. Los consumidores indagan productos que ostenten un contexto histórico tradicional y cultural que los identifique y les permita aproximarse culturalmente a otras nacionalidades o grupos étnicos.

El ciudadano canadiense no posee tiempo para cocinar, y tiene como necesidad encontrar soluciones sanas y rápidas, por lo cual es necesario ofrecer conveniencia y comodidad a los consumidores canadienses.

El consumidor canadiense se encuentra en la constante búsqueda de productos con una presentación exterior excelente, con envases fáciles y cómodos, al mismo tiempo que ecológicos, con el objetivo que no dañen el medio ambiente.

Entre los más demandado se encuentran: salsas, mezclas de vegetales, fruta lista para tomar, guarniciones y acompañamientos ya sazonados y listos para servir son la clase de productos

que resultan atractivos para el consumidor medio y que le aportan un valor añadido frente a los productos frescos por su rapidez. TFO CANADA (2009).

El precio de los productos de importación, debe guardar una relación razonable con el precio de los productos locales, ya que el consumidor medio se guía en gran medida en base al precio del producto.

Asimismo, existe un creciente interés por los productos orgánicos y libres de gluten, que son la actual tendencia, pues se les considera mucho más beneficiosos para la salud y empiezan a crecer en importancia dentro del sector agroalimentario. El consumo de productos naturales seguirá aumentando por la importancia que se les da por contener vitaminas y otras propiedades antioxidantes.

Con respecto a los gustos, podemos afirmar que el consumidor canadiense está familiarizado con los sabores exóticos y étnicos. En general, responde bien a las mezclas de varios sabores y a la fusión de cocinas de distintas culturas.

Entre los motivadores de compra, podemos mencionar: salud y nutrición, comodidad, frescura, sabor, precio, medio ambiente sano, variedad/innovación, información, mercado étnico/internacional. TFO CANADA (2009).

Los canadienses son consumidores exigentes más interesados en productos confiables y durables antes que artículos de poca calidad. GUIA PARA EXPORTACIÓN A CANADÁ (2013).

La mano de obra y los productos que ahorran tiempo como los alimentos de fácil preparación, los electrodomésticos se encuentran en mayor demanda para servir a estas unidades familiares muy ocupadas.

Los compradores canadienses son exigentes y la mayoría de los productos vendidos en Canadá tienden a ser de calidad relativamente alta. Debido a que los importadores son legalmente responsables por productos defectuosos, es improbable que ellos compren un producto si está fabricado deficientemente o si la reputación del proveedor es cuestionable. Se debe prestar mucha atención a la fabricación, en general, y a la calidad de los detalles.

El incumplimiento con la reglamentación para productos importados puede resultar en multas y posible decomiso de los productos, declarándolos inadecuados para venta en Canadá. Las garantías ampliadas para muchos productos de consumo duraderos tienen una demanda creciente de los consumidores. GUIA PARA EXPORTACIÓN A CANADÁ (2013).

d) Tendencias de consumo del mercado de Canadá

Canadá es un país accesible a conocer nuevos sabores ya que existe una diversidad de culturas que genera mayores oportunidades de negocio. En el caso de la quinua, hay un marcado interés por productos en base a este grano andino, ten sus presentaciones de quinua pre-cocida, fideos de quinua, sopas, hamburguesas etc. PROMPERU (2014).

El hábito de consumo en Canadá sigue una tendencia hacia el consumo de lo ecológico y natural así como aquellos productos que cumplen como objetivo mejorar la salud, se

demanda también productos funcionales; atendiendo incluso al mercado de las personas celiacas con productos libre de gluten. PROMPERU (2014).

En el año 2012 se realizó la Feria Sial – Montreal 2014, llegándose a las siguientes conclusiones:

- Los participantes peruanos en la Feria Sial – Montreal 2014 resaltaron el interés del público asistente por la quinua, café, frijol castilla, gandules, mango y espárrago procesado. PROMPERU (2014).
- Hay mucho interés por la quinua, en la mencionada feria se presentaron 6 empresas peruanas que contaban con este producto, pero todas la tenían en grano. Se tomaron sugerencias de visitantes que Perú debería agregar valor a la quinua para poder diferenciar el producto. PROMPERU (2014).
- En el caso de los productos agroalimentarios, las tendencias culturales tienen un gran impacto en las preferencias por degustaciones exóticas y étnicas, la gran cantidad de productos importados que estructuran el mercado y la positiva imagen del producto extranjero. No existe ningún tipo de rechazo hacia la producción extranjera. Incluso se valora muy positivamente cuando se asocia a productos de gran calidad o producción gourmet. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Toronto (2014).
- El mercado de Canadá brinda oportunidades para los productos peruanos no solo procesados sino también frescos, resaltándose la quinua, el frejol castilla, pallar, gandules, mango y espárrago envasado, café son los que concitaron mayor interés. PROMPERU (2014).
- Debido a su preocupación por la salud social del país, el consumidor canadiense busca alimentos sanos y nutritivos, que no genere el aumento de peso y que pueda ser asimilado fácil y rápidamente en su dieta cotidiana, en la actualidad, el mercado está identificando estas necesidades con los llamados productos orgánicos que están experimentando un gran desarrollo.
- La tendencia está dirigida hacia la demanda por productos saludables, innovadores y de calidad.
- Se está incrementando la demanda por los “convenience foods”, es decir comida preparada o alimentos procesados, los cuales han sido diseñados para facilitar su consumo.
- Los alimentos étnicos han desarrollado un fuerte crecimiento, especialmente los congelados.
- La presencia de productos agroalimentario peruanos en el mercado de Toronto se han incrementado en los últimos años, encontrándose espárragos, mangos, paltas, café, aceitunas, ají y rocoto en diferentes presentaciones.

e) Mercado Interno de Alimentos

Canadá es un país capaz de autoabastecerse de productos agroalimentarios básicos. Sus amplios recursos naturales y extensa prolongación territorial, facilitan una agricultura extensiva que compite a escala internacional, particularmente en los mercados de cereales, sin embargo el consumidor canadiense tiene cierta tendencia a consumir productos alimenticios importados. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Toronto (2014).

En Canadá, los mayores centros urbanos del país han evolucionado rápidamente al multiculturalismo. Toronto (con más del 50% de su población compuesta de “minorías visibles”) es considerada la ciudad culturalmente más diversa del mundo, ya que dicta hábitos culinarios a sus habitantes, lo que ha generado la diversidad gastronómica, la cual es la divisa de cambio de las grandes ciudades canadienses. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Toronto (2014).

Según, la revista especializada Canadian Grocer, “los precios de los alimentos son la principal preocupación de los canadienses por detrás de la deuda y la economía”. Consecuentemente, los vendedores se ven en la necesidad de ofrecer más artículos en oferta y precios promocionales. Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Toronto (2014).

Hoy en día todo tipo de productos de importación se han generalizado en Canadá debido a la presencia de diversas culturas en el país, lo cual ha llevado a la formación de una dieta diaria del consumidor canadiense urbano medio, capaz de pagar un buen precio por obtener productos alimenticios.

2.2.8.4.- Condiciones de la demanda de quinua en el mercado de Canadá

Según información de Nielsen Research Group la preferencia del consumo de quinua en países del hemisferio Norte ha aumentado considerablemente. En un periodo de 52 semanas (agosto 2012 – agosto 2013), las ventas de productos que contienen quinua aumentaron 127% en Canadá, 33% en Israel, 196% en Holanda y 64% en Estados Unidos. FAO Y ALADI (2014)

Por otro lado, más de la mitad del comercio mundial de quinua tiene como destino los Estados Unidos (53%). En segundo lugar, se ubica Canadá con un 15% de las compras mundiales. Finalmente le siguen Francia (8%), Holanda (4%), Alemania (4%), ALADI (3%), Australia (3%) y Reino Unido (2%).

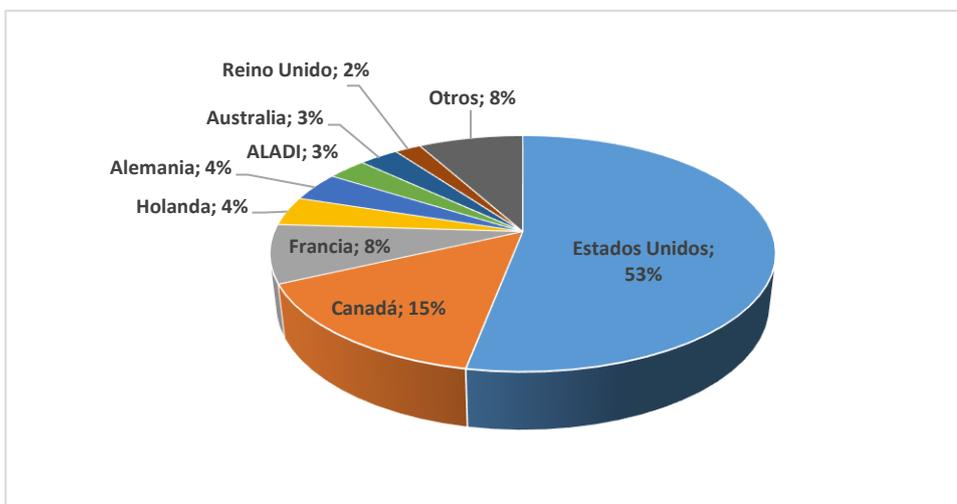


Gráfico 11: Principales demandantes mundiales de quinua-2015

Fuente: FAO y ALADI

Por otro lado, en el año 2015, Estados Unidos de América fue el principal país de destino de las exportaciones peruanas de quinua, seguido de Canadá, Australia y Reino Unido.

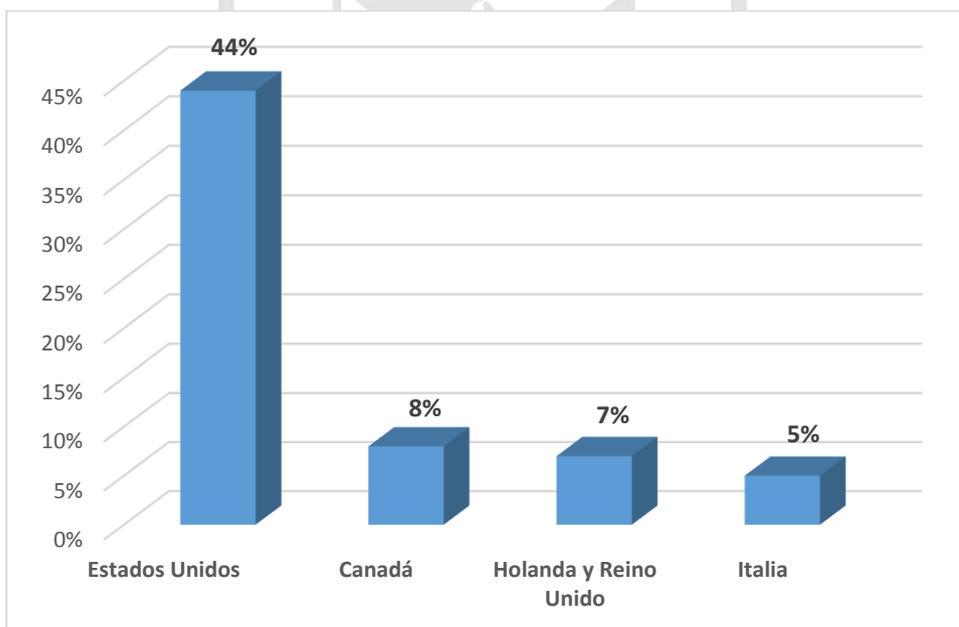


Gráfico 12: Exportaciones peruanas de quinua por país de destino: 2015

Fuente: Cámara de Comercio de Lima

2.2.8.5.- Requisitos de acceso al mercado de Canadá

a) Procedimiento de Importación y requerimientos administrativos para la exportación a Canadá

Las importaciones y exportaciones de Canadá deben verificar con los requerimientos de la **Ley de Permisos para la Exportación e Importación**, la cual regula los permisos y

licencias que deberán tramitar los exportadores e importadores canadienses para sus procedimientos de comercio exterior. SIICEX PERU (2014).

Asimismo, el comprador debe adquirir el **permiso de importación de la Oficina de Controles de Importaciones y Exportaciones (Export and Import Controls Bureau EICB) del Ministerio de Asuntos Exteriores y Comercio Internacional de Canadá**, los cuales se realizan por embarque y tienen validez por 30 días. Se puede acceder al ICL y IIC a través de http://www.international.gc.ca/controls-controles/about-a_propos/impor/importing-importation.aspx

b) Aranceles

Desde el 1° de agosto de 2009 se encuentra vigente el acuerdo de libre comercio entre Canadá y Perú, que otorga grandes ventajas arancelarias a la industria peruana. **Este TLC otorga arancel cero al 100% de las exportaciones peruanas.**

El importador debe utilizar la información del proveedor, el cual debe brindar una descripción detallada de los productos, incluyendo los Códigos del Sistema Armónico de diez dígitos, y saber su valor y origen. Para acceder al Arancel de Canadá deberá revisar la web del CBSA.

Como se observa en el siguiente gráfico, la quinua no paga arancel, este es libre.

1008.40.00 00 -Fonio (Digitaria spp.)	KGM	Free	CCCT, LDCT, GPT, UST, MT, CT, CRT, IT, PT, COLT, JT, PAT: Free
1008.50.00 00 -Quinoa (Chenopodium quinoa)	KGM	Free	CCCT, LDCT, GPT, UST, MT, CT, CRT, IT, PT, COLT, JT, PAT: Free
1008.60.00 00 -Triticale	KGM	Free	CCCT, LDCT, GPT, UST, MT, CT, CRT, IT, PT, COLT, JT, PAT: Free
1008.90.00 -Other cereals		Free	CCCT, LDCT, GPT, UST, MT, CT, CRT, IT, PT, COLT, JT, PAT: Free
10 ---- -Wild rice.....	KGM		
90 ---- -Other.....	KGM		

Gráfico 13: Tratamiento Arancelario de la Quinoa (Chenopodium quinoa)

Fuente: Customs Tariff Departmental Consolidation – 2014

c) La Reglamentación para Productos Procesados de la Ley de Productos Agrícolas de Canadá

Todos los productos alimenticios que se comercian en Canadá deben cumplir con los estándares de salud y seguridad de alimentos establecidos por la CFIA, que prohíben el comercio de suministros adulterados o mal etiquetados y regula los aditivos y colorantes que pueden ser utilizados.

La Reglamentación para Productos Procesados de la Ley de Productos Agrícolas de Canadá, y se puede acceder a ella a través de: http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/regulations/C.R.C.%2C_c._291/

La CFIA, puede inspeccionar arbitrariamente cualquier producto alimenticio para garantizar que los requerimientos mínimos, el producto que no cumpla será retenido hasta que satisfaga los requerimientos de la reglamentación, o puede ser sacado del país o destruido.

d) Grados y requisitos de calidad

Los productos deben ser seguros, saludables, aptos para el consumo humano, y empacados bajo condiciones sanitarias. En la Reglamentación para Productos Procesados de Canadá <http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/C.R.C.-c.291/index.html> se establecen los grados y estándares que deben cumplir los productos procesados.

La reglamentación para productos procesados prohíbe la importación de productos alimenticios procesados que no cumplan con los requerimientos, particularmente para:

- Grados mínimos que reflejen la composición, pureza, calidad y medida del contenido;
- Empaquetado en contenedores prescritos, incluyendo tipos y tamaños, niveles de llenado, composición y resistencia de medios de empaque como ser agua, jugo, sal y jalea liviana o pesada.

La calidad bacteriológica del agua utilizada en el producto, procesamiento y limpieza de los contenedores y los equipos deben ser monitoreados ya que todos afectan los estándares del producto final y etiquetado correcto.

e) Registro del establecimiento o registro de la planta de proceso

Este registro aplica solo a las empresas del Canadá. Los establecimientos que preparen o procesen alimentos normados bajo la Regulación de Productos Procesados deberán registrarse ante la Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos – CFIA. La inspección de los establecimientos registrados permitirá evaluar los equipos, las operaciones y condiciones ambientales con las que cuentan para el procesamiento de los alimentos, de tal manera que se pueda garantizar la inocuidad y salubridad de los alimentos.

f) Declaración de Importación

La Declaración de Importación es obtenido de la CFIA antes de la importación y debe ser solicitado por el importador o agente autorizado, para el cual deberá llenar el Formulario CFIA/HACIA 4560.

g) Inocuidad y Seguridad de los Alimentos

La CFIA monitorea la inocuidad y la seguridad del suministro de alimentos a Canadá por medio de su Programa de Mejoramiento de Inocuidad de los Alimentos:

www.inspection.gc.ca/english/fssa/polstrat/haccp/haccepe.shtml

Los exportadores podrían considerar el uso de estas directrices para controlar la producción y monitorear los sistemas para frutas y verduras procesadas, incluyendo, jugos de frutas y verduras asépticamente empaquetadas, frutas y verduras congeladas, y verduras enlatadas bajas en ácido.

h) Etiquetado

La Reglamentación para empaquetado y etiquetado de la Ley Consumer Packaging and Labelling Act <http://laws-lois.justice.gc.ca/eng/C.R.C.-c.417>

La Ley de Empaquetado y Etiquetado para el Consumidor (Consumer Packaging and Labelling Act; R.S. 1985, c. C-38) define los requisitos de etiquetado para los productos procesados que se comercializan en Canadá.

Etiquetado General. Toda la información presente en las etiquetas debe ser fácil de leer y presentarse de manera clara y visible. Dado que Canadá reconoce al francés y al inglés como sus idiomas oficiales, toda la información deber estar escrita en ambos idiomas. En lo que a las unidades de medición se refiere deben responder al sistema métrico internacional.

Los elementos por considerar en el etiquetado general son los siguientes:

- Nombre común del producto.
- Declaración de la cantidad neta.
- Nombre y dirección del fabricante, envasador o distribuidor.
- Lista de ingredientes, enumerados en orden descendente según la cantidad presente en el alimento.
- Vida útil. Se requiere una declaración “Best-before”, para aquellos productos que tienen una vida útil igual o menor a 90 días.
- País de origen.
- Tabla nutricional.

Etiquetado Nutricional. Las enmiendas realizadas a ley de medicamentos y alimentos (Food and Drug Act) establecieron que a partir del 12 de diciembre del 2005, la presencia de información nutricional en las etiquetas de los alimentos preempacados será obligatoria. Los componentes que se deben indicar en esa información son los siguientes: Porción, Calorías, Grasa, Grasa saturada, Ácidos grasos trans, Colesterol, Sodio, Vitaminas, entre otros.

Afirmaciones del Contenido Nutricional. Son afirmaciones o expresiones que describen directa o indirectamente, el nivel de un nutrimento en un alimento o en un grupo de alimentos. Se aplican tanto para los alimentos vendidos al detalle como para aquellos vendidos en restaurantes o en otros servicios de alimentación. En Canadá, el uso de las afirmaciones de contenido nutricional está limitado a las que están aprobadas por la CFIA por medio de las regulaciones para alimentos y medicamentos (Food and Drug Regulations, FDR).

i) Documentos de Importación

- Conocimiento de Embarque o Guía Aérea de Carga
- Certificado de Origen
- Factura Comercial
- Certificados de Inspección
- Lista de Empaque

2.2.8.6.- Distribución y transporte de mercaderías

Para la distribución de productos los exportadores se dirigen principalmente hacia los distribuidores/importadores. A intermedio de ellos, entran en contacto con las cadenas de supermercados y tiendas gourmet. La importación directa no se suele originar con mucha continuidad y se domina a cadenas de supermercados (a través de sus agentes), pequeñas tiendas gourmet y otros establecimientos independientes. ICEX (2014).

Estos son los principales tipos de formatos y puntos de venta de los productos agroalimentarios en Canadá:

Supermercados: pueden ser cadenas (4 o más establecimientos) o de carácter autónomo, cuentan con un variedad de productos adaptado a las necesidades de la comunidad a la que satisfacen. Por lo general, los independientes no poseen marcas propias, no obstante se asocian en centrales de compra. Las grandes cadenas por lo contrario cuentan con marcas propias y brindan productos adicionales, conjuntamente de contar con un tamaño, por lo general privilegiado. Loblaws, Sobeys, Metro y Canadá Safeway son las primeras cadenas operantes en Canadá.

Gran Distribución/mass merchandisers: agrupan toda la oferta de gran consumo, alimentación, menaje del hogar, droguería, ropa y electrodomésticos (Walmart).

Cash & Carry: Poseen, por lo general, con grandes formatos y proporcionan especialmente al canal Horeca. Habitualmente distribuyen mercancías de segmentos bajos y medios (Costco).

Otros: tiendas de descuento (Dollarama), tiendas de conveniencia (Alimentación Couche-Tard), drugstores o “droguerías” (Shoppers Drug Mart), estaciones de servicio, tiendas especializadas o tiendas gourmet y tiendas tradicionales.

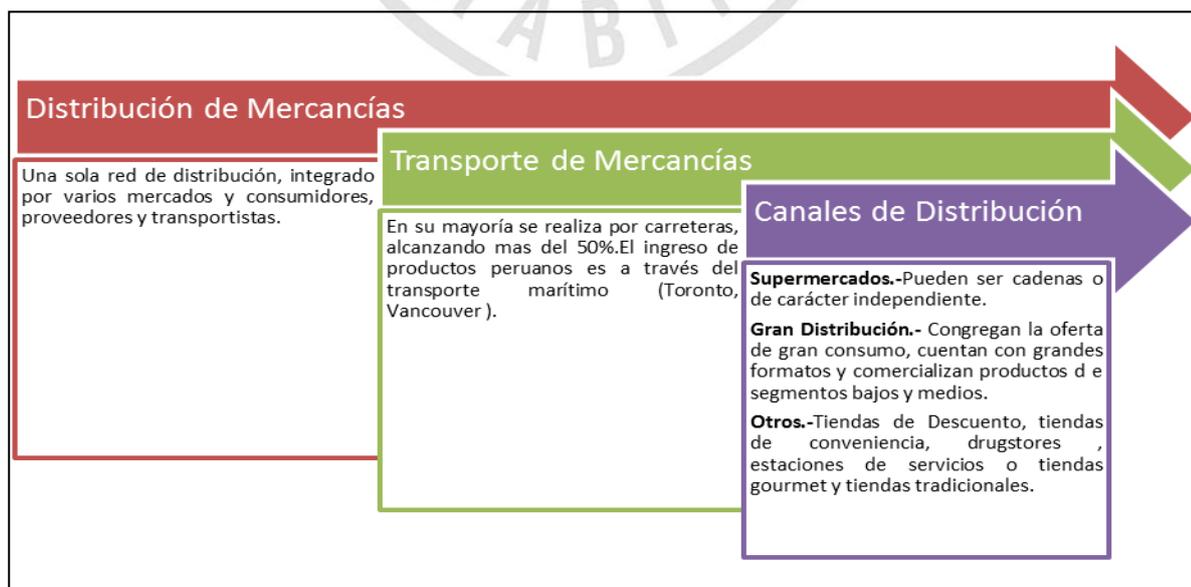


Gráfico 14: Distribución y Transporte de mercancías en Canadá

Fuente: Elaboración propia en base a información de ICEX

2.3. Hipótesis

2.3.1. Hipótesis General

1.- Los factores que deben existir para la sustitución de cultivos de papa hacia la quinua, para la generación de oferta exportable de quinua en el mercado de Toronto – Canadá, son los siguientes: la demanda internacional de quinua, la oferta internacional de quinua, la disposición del agricultor de sustituir sus cultivos de papa por quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen y la identificación de análisis comparativo de papa y quinua.

2.3.2. Hipótesis Específicas

Hipótesis 01: El factor que debe existir para la sustitución de cultivos de papa hacia la quinua, para la generación de oferta exportable de quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen es la existencia de demanda internacional de quinua en el mercado de Toronto Canadá.

Hipótesis 02: El factor que debe existir para la sustitución de cultivos de papa hacia la quinua, para la generación de oferta exportable de quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen es la existencia de oferta internacional de quinua en el mercado de Toronto Canadá.

Hipótesis 03: La condición que debe de existir para la sustitución de cultivos de papa hacia la quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen de Ayacucho para sustituir sus cultivos de papa por quinua es la disposición del agricultor para cambiar sus cultivos de papa por quinua.

Hipótesis 04: Las condición que debe de existir para la sustitución de cultivos de papa hacia quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen de Ayacucho es el análisis comparativo entre la quinua y la papa.

CAPÍTULO III. MÉTODO

3.1. Diseño

La presente investigación utiliza un diseño exploratorio cualitativo para el objetivo general los factores que podrían llevar a la Cooperativa de Virgen del Carmen-Ayacucho hacia una sustitución de cultivo de papa hacia quinua para la generación de oferta exportable de quinua y su comercialización hacia el mercado de Toronto – Canadá, ya que aún no existe un estudio acerca de las razones a tomar en cuenta para sustituir el cultivo de papa hacia la producción de quinua enfocado al mercado de Toronto –Canadá, este diseño es el más adecuado para conocer la manera de pensar del agricultor de quinua, ya que este posee características inherentes que deben de ser identificadas como sustento para cambiar su perspectiva de sustitución de cultivos, y así logre una oferta exportable de quinua.

Por otro lado, para el estudio internacional de las condiciones de la demanda de quinua y las condiciones de la oferta exportable de quinua en el mercado de Toronto-Canadá, el modelo a utilizar es también el exploratorio cualitativo, donde se entrevistara a los expertos en el Sector, los cuales darán su opinión acerca de cómo es la actual situación de las características de la demanda de quinua en el mercado canadiense, tomando en cuenta su experiencia y participación en eventos que han venido suscitando a nivel nacional. Es relevante los datos y opiniones que ellos puedan dar, pues en el estudio cualitativo todo tipo de opinión es un aporte y sustento para la investigación.

Con respecto al siguiente objetivo que buscan identificar las debilidades del Sector de Producción de quinua para su exportación al mercado de Canadá es considerado también exploratorio debido a que se trabajará con la opinión de los especialistas del Estado, tales como PROMPERU, MINAG , CCL y UNALM.

Finalmente, para el objetivo para determinar un análisis comparativo de la rentabilidad de la papa y la quinua en la Cooperativa de Virgen del Carmen en Ayacucho, se aplicó un estudio descriptivo comparativo, puesto que se desea comparar dos productos la papa y quinua, para lo cual se recolectará información relevante en varias muestras con respecto a un mismo fenómeno y luego comparar los datos recogidos.

3.2. Población y Muestra

En esta investigación, para conseguir los datos e información requeridos, se utilizarán 03 poblaciones. Esto es debido a la rigurosidad que el tema de investigación amerita en cuanto a la obtención de información.

Estas poblaciones están conformadas por:

- Empresas exportadoras hacia el mercado de Canadá
- Cooperativa Virgen del Carmen en Ayacucho
- Especialistas de Quinua de MINCETUR, Ministerio de Agricultura, de la Cámara de Comercio de Lima.

➤ **Empresas Exportadoras**

La presente población está constituida por 39 empresas exportadoras peruanas con participación en el mercado internacional, estos datos se obtuvieron del Directorio 2013 de la Cadena Productiva de la Quinua, por ser una población amplia se utilizarán criterios de inclusión y exclusión, a continuación el listado de las empresas exportadoras:

Tabla 17: Directorio de la Quinua- Sierra Exportadora

1.	3RM Corp (Carsi Corporation 3RM)
2.	Cooperativa de Productores de Cultivos Orgánicos de la Provincia de la Unión – Cotahuasi – Apco
3.	Amazon Exports
4.	Agroindustrias Cirma SCRL LTDA
5.	Agroindustrias El Altiplano SAC
6.	Agroindustrias OFVI
7.	Agroworld SAC
8.	Alisur
9.	De Guste Group SAC
10.	Exandal S.A.
11.	Exportadora Agrícola Orgánica S.A.C.
12.	Fundo El Embrujo
13.	Globe Natural Agro Company SAC
14.	Green Export Sac
15.	Green Tambo
16.	Grupo Grano Selecto E.I.R.L
17.	Grupo Orgánico Nacional Sagronsa
18.	Importadora Y Exportadora Doña Isabel E. I.R.L
19.	Industrial Comercial Holguin e Hijos S A
20.	Industrias Alimenticias Cusco SA- Incasur
21.	Inka Natural & Organic Food Sac
22.	Inkasur
23.	Interamsa Agroindustrial S.A.C.
24.	Interloom S.A.C.
25.	Productos Del Valle S.A.C
26.	S & M Foods S.R.L.
27.	Sun Packers S.R.L
28.	Wiracocha del Perú SAC

Fuente: Directorio 2013 – Cadena Productiva de la Quinua en el Perú

○ **Criterios de inclusión y exclusión :**

- La empresa exportadora debe de ubicarse en Lima para mejor acceso a la entrevista.
- La empresa debe de exportar por lo menos tres años consecutivos quinua al mercado exterior.

- La empresa exportadora debe de haber exportado al mercado de Canadá.

En cuanto al muestreo, para la presente investigación mi muestra luego de especificados los criterios de inclusión y exclusión serán 05 empresas exportadoras:

1. ALISUR
2. APLEX TRADING
3. DE GUSTE GROUP
4. AVENDAÑO TRADING COMPANY
5. INKASUR
6. GREEN TAMBO
7. GLOBE NATURAL AGRO COMPANY SAC
8. INTERAMSA AGROINDUSTRIAL SAC

La muestra seleccionada se encuentra dentro de las empresas principales empresas exportadoras dentro del Ranking de SIICEX, estas exportadoras mantienen un constante flujo de comercio con Canadá, y tienen miras a seguir aumentando su volumen de exportación y dar valor agregado a sus productos.

➤ **Cooperativa Virgen del Carmen de Ayacucho**

Para poder definir esta muestra se utilizará como población a la Cooperativa Virgen del Carmen en Ayacucho, se escogió Ayacucho porque es un departamento que necesita desarrollar su actividad productiva en comparación con otros departamentos que son considerados exportadores y poseen una mayor gama de oferta, se consideró dicha Cooperativa debido a la flexibilidad que brindó para el otorgamiento de la información y disposición de los asociados para poder entrevistarlos.

Se escogió la presente cooperativa, debido a que:

- La Cooperativa tiene una antigüedad de 05 años.
- Los agricultores trabajan por sí mismos sus tierras para beneficio propio y no arrienden a terceros.
- Disponibilidad para colaborar con el desarrollo de la oferta exportable de quinua, puesto que algunos no muestran su disposición para poder colaborar con la entrevista.
- Solo se dispuso de una semana de tiempo para poder aplicar el instrumento.

La **Cooperativa de Virgen del Carmen**, la cual está localizada en el distrito de Cangallo y cuenta con 25 hectáreas de tierras, asimismo ha sembrado en la campaña del año 2015 cerca de 05 hectáreas de quinua.

El procedimiento para calcular el tamaño de muestra, será:

Unidad de análisis: Los integrantes de la Cooperativa de Virgen del Carmen

Población: Estará constituida por los 15 integrantes y un dirigente de la Cooperativa de agricultores de Virgen de Carmen.

Muestra: De los 15 asociados, solo se pudo contactar con **09 agricultores** debido a que por la distancia y lejanía de la ubicación de estos. Conjuntamente se buscó el compromiso de los 09 y no tener la ausencia de los mismos.

Los entrevistados fueron:

1. Eugenia Flores
2. Pedro Ayala
3. Sergio Gómez
4. Sergio Sulca Canchari
5. Ricardo Delgado
6. Hilario Condori
7. Damiana Quispe Quispe
8. Juan Neyra
9. Daniel Huaranca

➤ **Especialistas de Mercado de Quinua de Instituciones del Estado**

Especialistas en Comercio Exterior en las instituciones tales de PROMPERU, Ministerio de Agricultura, Sierra Exportadora, Universidad Nacional Agraria de La Molina, Cámara de Comercio de Lima que se encuentren, actualmente, laborando en el sector. No se tiene una data de cuántos especialistas existen, pero se indago en las páginas web de dichas instituciones. Ellos deben de estar ubicados en Lima para mayor acceso.

Unidad de Análisis: Especialistas de quinua de instituciones del Estado

Criterios de Inclusión y Exclusión

- Conocedores de exportación de quinua.
- Tienen que pertenecer a alguna institución del Estado Peruano.
- Más de un año en el Sector.

Muestra: Para adquirir esta muestra se tuvo que tener en cuenta la disponibilidad de colaborar, por lo cual se trabajó con 07 especialistas.

Los entrevistados serán los siguientes:

1. Ing. Iván Serpa Cárdenas
2. Ing. Arturo Zevallos
3. Ing. José Luis Rabines Alarcón
4. Ing. Luis Paz Silva
5. Lic. John André Rodríguez Minaya
6. Ing. Miguel Quevedo Bacigalupo
7. Ing. José Falconi
8. Ing. Juan De Dios Pomares Bances

A continuación, información de cada especialista:

1.-Ing. Iván Serpa Cárdenas

Ingeniero en Industrias Alimentarias de la Universidad Agraria de la Molina
Marketing y Publicidad en PROMPERU.
Participación en Ferias y Misiones Internacionales
Actualmente es Especialista en Regulaciones y Acceso de Mercado del Departamento de Gestión de Calidad de PROMPERU.

2.- Ing. Arturo Zevallos

Economista de la Universidad Agraria de La Molina y licenciado en Educación por la Universidad Federico Guzmán y Valle de La Cantuta, asimismo, egresado de la maestría de Administración de Negocios de Universidad de San Marcos y cuenta con 20 años de experiencia profesional orientada fundamentalmente al comercio exterior, inteligencia de mercados internacionales y programas de promoción de productos naturales peruanos, ha participado en Ferias y Misiones Internacionales
Actualmente, es coordinador de Biocomercio de PROMPERU

3.- José Luis Rabines Alarcón

Ingeniero Agrónomo egresado de la Universidad Nacional Agraria La Molina, profesional técnico en contabilidad, con estudios de Maestría en Ciencias Ambientales con mención en Ingeniería. Cuenta con un Diplomado en Proyectos de Inversión Pública en la Universidad Nacional de Ingeniería, estudios en nuevas tecnologías para el desarrollo de frutas y hortalizas en la Universidad Nacional de Kyungpook - Corea del Sur y diversos estudios vinculados con el Sector Agrario.

Amplia experiencia profesional en el Sector Agrario (20 años), ocupando cuadros técnicos y directivos; ha desarrollado, promovido y evaluado proyectos productivos, en costa, sierra y selva; últimamente más ligado a cultivos andinos con énfasis en estrategias para el desarrollo agrario de los cereales, granos andinos, maca y tara.

Actualmente, se encuentra a cargo de la Dirección de Negocios Agrícolas Cultivos Andinos del Ministerio de Agricultura.

4.- Luis Paz Silva

Egresado de la Escuela Nacional de Agricultura – La Molina (actualmente Universidad Nacional Agraria la Molina), Máster en economía agrícola de la Universidad de Cornell, New York – USA, especialista en administración pública del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, diplomado en planificación urbana y regional de la Universidad de Yale (USA) y en Comercialización de Productos Agrícolas por el gobierno de Holanda.

Entre sus cargos más recientes se encuentran: Gerente de Agroexportación de la Comisión para la Promoción de las Exportaciones (PROMPEX 1996 – 2000), Jefe del Gabinete de Asesores de la Alta Dirección del Ministerio de Agricultura del Perú (2000 – 2001), Asesor del Ministerio de la Producción (2007 – 2008), Miembro del Consejo Consultivo de la Facultad de Economía de la Universidad del Pacífico (actualmente) y asesor de proyectos productivos para Sierra Exportadora (Actualmente).

5.- John André Rodríguez Minaya

Licenciado en Administración de Negocios Globales en la Univ. Ricardo Palma. Con experiencia en consultoría de exportación, importación y promoción comercial del sector logístico, agro y pesca. Conocimiento de herramientas de inteligencia comercial para la correcta gestión logística del comercio exterior.

Actualmente, es coordinador del Sector Alimentos y Bebidas

6.- Miguel Quevedo Bacigalupo

Ingeniero Agrónomo egresado de la Universidad Nacional Agraria de La Molina con estudio de Postgrado de Producción Agrícola en la UNALM. Con 34 años de experiencia en el sector agrario. Especialista Nacional de la Cadena Productiva de Papa del Ministerio de Agricultura y Riego de Perú-Dirección General de Negocios Agrarios del año 2002 a la actualidad. Autor de varias publicaciones científicas, técnicas y guías de orientación para productores referidas a la competitividad y promoción del cultivo de papa, especialmente de las papas nativas.

7.- José Santiago, Falconi Palomino

Ingeniero Agrónomo de la Universidad Nacional Agraria la Molina, Investigador del programa de cereales y granos nativos de la UNALM, ha colaborado en proyectos de investigación aprobados por CONCYTEC como "Identificación de Fuentes Genéticas de Resistencia a Sales en el Banco de Germoplasma de Chenopodium quinoa de la Universidad Nacional Agraria La Molina".

8.-Ing. Juan De Dios Pomares Bances

Ingeniero Agrónomo, Sanidad Vegetal UNPGR

Actualmente es especialista en cereales y granos andinos en Ministerio de agricultura.

Tabla 18: Ficha Técnica Muestral

Aspectos Clave	Empresas Exportadoras	Cooperativa Virgen del Carmen en Ayacucho	Especialistas de Granos Andinos
Población	Está compuesta por empresas exportadoras que tengan como uno de sus mercados a Canadá, que se encuentren ubicadas en Lima para mejor acceso a aplicar guía de entrevista, se tiene en cuenta un total de 39 empresas exportadoras que fueron consideradas en el Directorio de la Quinoa en el año 2013, dicho listado fue evaluado previamente por el Ministerio de	En primera instancia se decidió trabajar con la Cooperativa Virgen del Carmen en Ayacucho, debido a su acceso Se encuentra localizada en el distrito de Cangallo y cuenta con 25 hectáreas de tierras, así mismo ha sembrado en la campaña del año 2015 cerca de 05 hectáreas de quinua. Asimismo posee 15 asociados o agricultores.	Especialistas en Comercio Exterior en las instituciones tales de PROMPERU, Ministerio de Agricultura, Sierra Exportadora que se encuentren actualmente laborando en el sector. No se tiene una data de cuantos especialistas existen, pero se indago en las páginas web de dichas instituciones. Ellos deben de estar ubicados en Lima para mayor acceso.

	Comercio Exterior y Turismo.		
Criterios de Inclusión y Exclusión	<p>- La empresa exportadora debe de ubicarse en Lima para mejor acceso a la entrevista.</p> <p>- La empresa debe de exportar por lo menos tres años consecutivos quinua al mercado exterior.</p> <p>- La empresa exportadora debe de haber exportado al mercado de Canadá.</p> <p>- Acceso hacia la empresa.</p>	<p>Para poder elegir a que asociados tomar en cuenta , se aplicaron los siguientes criterios de inclusión y exclusión:</p> <p>- Los agricultores deben de trabajar por sí mismos sus tierras para beneficio propio y no arrienden a terceros.</p> <p>-Disponibilidad para colaborar con el desarrollo de la oferta exportable de quinua, puesto que algunos no muestran su disposición para poder colaborar con la entrevista.</p> <p>-Nivel de Educación primaria.</p> <p>-Que se encuentren ubicados alrededor de Cangallo.</p>	<p>-Especialistas con experiencia en cereales andinos.</p> <p>- Conocedores de exportación de quinua.</p> <p>- Tienen que pertenecer a alguna institución del Estado Peruano.</p> <p>- Más de un año en el Sector.</p>
Tipo de Muestreo	Muestreo No Probabilístico Intencional o por criterio	Muestreo No Probabilístico Intencional o por criterio	Muestreo No Probabilístico Intencional o por criterio
Tamaño de la Muestra	En cuanto al muestreo, para la presente investigación mi muestra luego de especificados los criterios de inclusión y exclusión serán 05 empresas exportadoras.	De los 15 asociados, solo se pudo contactar con 09 agricultores debido a la ubicación de estos.	Para adquirir esta muestra se tuvo que tener en cuenta la disponibilidad de colaborar , por lo cual se trabajó con 07 especialistas
Marco Muestral	<ul style="list-style-type: none"> • Alisur • Aplex Trading • De Guste Group • Avendaño Trading Company • Inkasur 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Eugenia Flores 2. Pedro Ayala 3. Sergio Gómez 4. Sergio Sulca Canchari 5. Ricardo Delgado 6. Hilario Condori 7. Damiana Quispe 8. Juan Neyra 9. Daniel Huaranca 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ing. Iván Serpa Cárdenas 2. Ing. Arturo Zevallos 3. Ing. José Luis Rabines Alarcón 4. Ing. Luis Paz Silva 5. Lic. John André Rodríguez Minaya 6. Ing. Miguel Quevedo Bacigalupo 7. Ing. José Falconi

Fuente: Elaboración Propia

3.3. Instrumentación

En la presente investigación se utilizaron 03 instrumentos, esto es debido al diseño mixto elegido y al hecho que en algunos aspectos del sector existe poca información.

Se utilizó 03 guías de entrevista estructurada aplicada a las empresas exportadoras, a la Cooperativa Virgen del Carmen y a 02 especialistas de PROMPERU.

3.3.1. Guía de entrevista aplicada a Estructurada a las empresas exportadoras

Este instrumento fue elegido debido a la cantidad de preguntas en una misma persona. Además es distinguido que este instrumento es de gran provecho para este tipo de investigaciones, ya que permite elaborar una tabulación y buena interpretación de los resultados por medio de cuadros y gráficas que proporcionen el entendimiento del investigador.

Es por esta razón, que para la recolección de datos de la presente investigación, aplicaré una guía de entrevista a profundidad, con preguntas estructuradas abiertas enfocadas en el tema de investigación, buscando siempre utilizar términos compatibles con la experiencia del entrevistado.

La fiabilidad y validez será analizada mediante:

La validez de contenido se determinó mediante la opinión de expertos en el tema, para lo cual se consultó con Inés Santi Huaranca, Felix Reaño y Patricia Martínez, los cuales conocen el rubro de comercio internacional.

En lo que concierne a la **fiabilidad** se utilizó fidelidad a las fuentes y publicidad en el registro. (Triangulación), pues a través de esto se pudo presentar las grabaciones de audio de dichas entrevistas.

Luego de realizar, la validez de la guía de Entrevista se obtuvo, finalmente, el formato para aplicar la entrevista:

Instrumento: Guía de entrevista a profundidad-estructurada aplicada a Empresas que han Exportado a Canadá.

Estimados Señores,

Les presento el Proyecto de Tesis que lleva como Título “Generación de oferta exportable mediante la sustitución de cultivos de papa hacia la producción de quinua la Cooperativa Virgen del Carmen-Ayacucho para su comercialización en el mercado de Toronto-Canadá”.

Les pido, por favor, respondan con la mayor sinceridad, debido a que sus respuestas nos permitirán resolver nuestras hipótesis y un mejor resultado.

Empresa:

Cargo:

1. ¿Consideran el mercado de Canadá con demanda potencial de quinua peruana? ¿Por qué?
2. ¿Cuáles son las limitaciones para el ingreso al mercado de Canadá?
3. ¿Cuál es el canal de distribución por el cual exportan quinua al mercado de Canadá?
4. ¿Cuáles son los mercados objetivos para los próximos años?
5. ¿Cuáles son sus volúmenes de exportación de quinua? ¿Cuáles son sus períodos de exportación?

6. ¿Cómo fue la variabilidad de los precios de la quinua en los últimos cinco años?
7. ¿Cuál es la proyección para el próximo año hacia el mercado de Canadá?
8. ¿Qué tipo de quinua demanda el consumidor canadiense, y si deseamos darle un valor agregado? ¿Cuáles serían las presentaciones que solicitarían?
9. ¿Qué países consideran ustedes su competencia? ¿Por qué?
10. ¿Qué otros cultivos andinos en los países internacionales se encuentra como posible oferta?

3.3.2. Guía de entrevista Estructurada a las Asociaciones de Papa en Ayacucho

Este instrumento es la más indicada debido a la cantidad de preguntas a cuestionar a los agricultores de Papa en Ayacucho, buscando un lenguaje sencillo que pueda ser entendido a los entrevistados.

Este instrumento servirá para conocer la disposición de los agricultores a cambiar sus cultivos actuales de papa hacia quinua para poder enfocarlo en el mercado canadiense.

La fiabilidad y validez será analizada mediante:

La validez de contenido se determinó mediante la opinión de expertos en el tema, para lo cual se consultó con Inés Santi Huaranca, Felix Reaño y Patricia Martínez, los cuales conocen el rubro de comercio internacional.

En lo que concierne a la **fiabilidad** se utilizó fidelidad a las fuentes y publicidad en el registro. (Triangulación), pues a través de esto se pudo presentar las grabaciones de audio de dichas entrevistas.

Instrumento: Guía de entrevista a profundidad-estructurada aplicada a Cooperativa de Virgen del Carmen –Ayacucho

Estimados Señores,

Les presento el Proyecto de Tesis que lleva como Título “Generación de oferta exportable mediante la sustitución de cultivos de papa hacia la producción de quinua la Cooperativa Virgen del Carmen-Ayacucho para su comercialización en el mercado de Toronto-Canadá”.

Les pido, por favor, respondan con la mayor sinceridad, debido a que sus respuestas nos permitirán resolver nuestras hipótesis y un mejor resultado.

- 1.- ¿Estarían dispuestos a cambiar sus cultivos de papa hacia quinua? ¿Por qué?
- 2.- ¿Cuál es la cantidad de hectáreas disponibles para sembrar papa?
- 3.- ¿A cuánto asciende el precio de chacra de la papa /Kg?
- 4.- ¿A cuánto equivale la inversión para sembrar papa/?
- 5.- ¿A cuánto equivalen los ingresos de sembrar papa por cada hectárea?
- 6.- ¿De qué tamaño es la oferta de papa en la Cooperativa Virgen del Carmen?
- 7.- ¿Cuáles son los meses con mayor demanda y oferta de papa en el mercado de Ayacucho?
- 8.- ¿Quiénes son los principales clientes su Cooperativa?

- 9.- ¿Quiénes son sus principales competidores de papa en la zona?
- 10.- ¿Cuánto es el autoconsumo de papa?
- 11.- ¿Cómo es el sistema de producción de papa? ¿Cuáles son las mayores limitaciones del sistema productivo?
- 12.- ¿Cuál es la importancia de sembrar papa?
- 13.- ¿A cuánto asciende la cantidad de hectáreas disponibles para sembrar quinua?
- 14.- ¿A cuánto asciende el precio por kilo de quinua en el mercado?
- 15.- ¿A cuánto asciende la inversión por cada hectárea de quinua?
- 16.- ¿A cuánto equivalen los ingresos por cada hectárea de quinua?
- 17.- ¿Cuáles son los meses con mayor demanda y oferta de papa en el mercado de Ayacucho?
- 18.- ¿Quiénes son los principales compradores de quinua en la zona?
- 19.- ¿Quiénes son los principales competidores de quinua en la zona?
- 20.- ¿Cómo es el sistema de producción de papa? ¿Cuáles son las mayores limitaciones del sistema productivo?
- 21.- ¿Por qué es importante sembrar quinua?
- 22.- ¿Cuáles son las condiciones que se deberían dar para sustituir los cultivos de papa hacia quinua?
- 23.- ¿Cuáles son las perspectivas de sustituir sus cultivos de papa hacia quinua?

3.3.3. Guía de entrevista Estructurada a especialistas de instituciones públicas

Este instrumento servirá para medir las condiciones de la demanda y las condiciones de la oferta de Canadá con respecto a la quinua, en base a información proporcionada por las empresas exportadoras de quinua ubicadas en Lima, y que cuenten con experiencias de envíos de quinua al mercado de Canadá.

Para la elaboración de la presente entrevista, se trabajó con dos variables: condiciones de la demanda de quinua hacia Canadá y las condiciones de la oferta de quinua hacia Canadá

La fiabilidad y validez será analizada mediante:

La validez de contenido se determinó mediante la opinión de expertos en el tema, para lo cual se consultó con Inés Santi Huaranca, Felix Reaño y Patricia Martínez, los cuales conocen el rubro de comercio internacional.

En lo que concierne a la **fiabilidad** se utilizó fidelidad a las fuentes y publicidad en el registro. (Triangulación), pues a través de esto se pudo presentar las grabaciones de audio de dichas entrevistas.

A continuación se señala, la guía de entrevista a aplicar:

Instrumento: Guía de entrevista a profundidad-estructurada aplicada a Especialistas en Mercados Internacionales de Quinua Peruana

Estimados Señores,

Les presento mi Proyecto de Tesis que lleva como Título “Generación de oferta exportable mediante la sustitución de cultivos de papa hacia la producción de quinua la Cooperativa Virgen del Carmen-Ayacucho para su comercialización en el mercado de Toronto-Canadá”.

Les pido por favor respondan con la mayor sinceridad, debido a que sus respuestas nos permitirán resolver nuestras hipótesis y un mejor resultado.

- 1.- ¿Cuáles son las principales características del consumidor canadiense con respecto al consumo de quinua?
- 2.- ¿Cuáles son las determinantes en las decisiones de compra de quinua peruana del cliente canadiense?
- 3.- ¿Cuáles son las características de la cultura de consumo de quinua del cliente canadiense?
- 4.- ¿Cuáles son las tendencias de consumo del mercado canadiense con respecto al consumo de quinua?
- 5.- ¿Demandan los canadienses quinua orgánica peruana?
- 6.- ¿Cuáles son los factores de diferenciación de la quinua peruana en el mercado de Canadá?
- 7.- ¿Qué acciones se deben seguir para posicionar la quinua peruana en los mercados internacionales?
- 8.- ¿Qué valor agregado sugieren Uds. a la quinua?
- 9.- ¿Cómo es la presencia de la quinua peruana en el mercado canadiense?
- 10.- ¿Cuáles son los requisitos arancelarios y técnicos de la quinua para su ingreso a Canadá? ¿Cuáles son sus limitaciones?
- 11.- ¿Cuáles son las debilidades del sector de producción de quinua peruana para su exportación?

Tabla 19: Instrumentos a aplicar

Aspectos Clave	Instrumento 1	Instrumento 2	Instrumento 3
Instrumento	El título es Guía de entrevista aplicada a Estructurada a las Empresas Exportadoras su objetivo es conocer las condiciones de la demanda en el mercado de Canadá y fue elaborada en base a las variables a investigar.	El título del instrumento es Guía de entrevista aplicada a Cooperativa Virgen del Carmen, y su objetivo es conocer las razones por las cuales los agricultores cambiarían sus cultivos de papa hacia quinua.	El título es Guía de Entrevista Estructurada aplicada a especialistas de quinua en instituciones públicas y su objetivo es conocer las debilidades del sector de quinua, así mismo conocer la oferta y la demanda de la quinua peruana.
Contenido	La variable que estudiara será la demanda y oferta de quinua en Canadá.	La variable que estudiaras serán razones para cambiar de papa hacia quinua y rentabilidad.	La variable es debilidades del sector de quinua, oferta de quinua y demanda de quinua.
Tipo de Instrumento	Es cualitativa y es una Guía de Entrevista Estructurada	Es cualitativa y es una Guía de Entrevista Estructurada	Es cualitativa y es una Guía de Entrevista Estructurada
Fiabilidad y Validez	La validez de contenido se determinara mediante la opinión de expertos en el tema, para lo cual consultó con Inés Santi Huaranca, Félix Reaño y Patricia Martínez los cuales conocen el rubro de comercio internacional. En lo que concierne a la fiabilidad utilizaré fidelidad a las fuentes y publicidad en el registro. (Triangulación),	La validez de contenido se determinara mediante la opinión de expertos en el tema, para lo cual consultó con Inés Santi Huaranca, Félix Reaño y Patricia Martínez los cuales conocen el rubro de comercio internacional. En lo que concierne a la fiabilidad utilizaré fidelidad a las fuentes y publicidad en el registro. (Triangulación), pues a través de esta podre presentar mis	La validez de contenido se determinara mediante la opinión de expertos en el tema, para lo cual consultó con Inés Santi Huaranca, Félix Reaño y Patricia Martínez los cuales conocen el rubro de comercio internacional. En lo que concierne a la fiabilidad utilizaré fidelidad a las fuentes y publicidad en el registro. (Triangulación), pues a través de esta podre presentar mis

	pues a través de esta podre presentar mis grabaciones de audio de dichas entrevistas.	grabaciones de audio de dichas entrevistas.	grabaciones de audio de dichas entrevistas.
Muestra de Aplicación	Las empresas Exportadoras peruanas hacia Canadá	Cooperativa Virgen del Carmen en Ayacucho	Especialistas en quinua de Instituciones Públicas

Fuente: Elaboración Propia

3.4.- Proceso de Recolección de Datos

a) Empresas Exportadoras

El procedimiento para recolectar los datos primarios de investigación fue el siguiente:

1. Se ingresó a la Página web de Sierra Exportadora/ Directorio de la Quinua – Sierra Exportadora, para obtener información de las empresas más reconocidas que exportan quinua, donde se obtuvo nombre de contacto, teléfonos, mercados de destino de cada empresa.
2. Seguidamente se procedió a aplicar los procedimiento de inclusión y exclusión en base a un muestreo No Probabilístico Intencional o por criterio. Descartando así a empresas que no cumplían con el objetivo de la investigación.
3. Luego se realizó llamadas telefónicas y se envió correos electrónicos para contactarme con la persona indicada a entrevistar, las respuestas no fueron del todo positivas, no obstante se coordinó con los interesados para una cita en sus oficinas.
4. Coordinada las visitas con las personas contactadas de las empresas exportadoras se procedió a realizar las entrevistas, la cual tiene una duración de 25 a 30 minutos.
5. Las entrevistas fueron registradas a través de video-grabaciones.
6. La recolección de datos e información fue llevado a cabo por la investigadora Claudia Huaytalla Tineo.
7. Una vez obtenida la información se elaboró una base de datos registrada en un documento de Microsoft Office Word para proceder a la depuración de los mismos y posteriormente se realizó el análisis correspondiente de la información.

b) Cooperativa Virgen del Carmen

El procedimiento para recolectar los datos primarios de investigación será el siguiente:

1. Se entabló contacto telefónico con la Cooperativa Virgen del Carmen para concretar las entrevistas con los asociados, coordinando con el Sr. Pedro Ayala el cual es el coordinador general.
2. Después de acordar el día, hora y lugar, se procedió a trabajar con la lista de 15 asociados brindada por el coordinador, luego se aplicó un Muestreo No Probabilístico Intencional o por criterio, quedando con 09 agricultores a entrevistar.
3. Luego se procedió a viajar a la Ciudad de Ayacucho para entrevistar a cada uno de los participantes, empleando el tiempo necesario para recabar suficientes datos e información para su respectivo análisis.
4. Las entrevistas fueron registradas a través de video-grabaciones.
5. La recolección de datos e información fue llevado a cabo por la investigadora Claudia Huaytalla Tineo.
6. Una vez obtenida la información se elaboró una base de datos registrada en un documento de Microsoft Office Word para proceder a la depuración de los mismos y, posteriormente, se realizó el análisis correspondiente de la información.

c) Especialistas de Mercado de Quinua de Instituciones del Estado

El procedimiento para recolectar los datos primarios de investigación será el siguiente:

1. Se ingresó a las diferentes páginas: PROMPERU, SIERRA EXPORTADORA, MINISTERIO DE AGRICULTURA.
2. Se indago acerca de especialistas de quinua, tanto en mercado, comercio, exportación, expertos. Se selecciona los que cumplen el perfil en base a los criterios de inclusión y exclusión, y se procede a realizar llamadas telefónicas.
3. Al realizar las llamadas telefónicas, y teniendo el compromiso del especialista se procede a coordinar la fecha y hora para realizar la entrevista, la cual tiene una duración de 25 a 30 minutos.
4. Las entrevistas fueron registradas a través de video-grabaciones.
5. La recolección de datos e información fue llevado a cabo por la investigadora Claudia Huaytalla Tineo.
6. Una vez obtenida la información se elaboró una base de datos registrada en un documento de Microsoft Office Word para proceder a la depuración de los mismos y, posteriormente, se realizó el análisis correspondiente de la información.

3.5.- Procesos de Análisis de Datos

Para las 03 guías de entrevista estructurada serán analizados de manera cualitativa. A continuación se explica el procedimiento:

1. Lo primero que considere es archivar en un USB las entrevistas realizadas, asimismo, una copia digital en CD para evitar la pérdida de información.
2. Luego procedí a aperturar un documento en Ms Word, el cual usé para transcribir las grabaciones. Al igual que las grabaciones, grabé una copia de respaldo.
3. Use la herramienta “mapa del documento” y los “estilos” para organizar la información e individualizar las grabaciones, debidamente ordenadas y organizadas.
4. Para el orden de la información y presentación de gráficos usé la herramienta SmarArt.



CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 PRIMER OBJETIVO: Condiciones de la demanda internacional de quinua en el mercado de Toronto-Canadá.

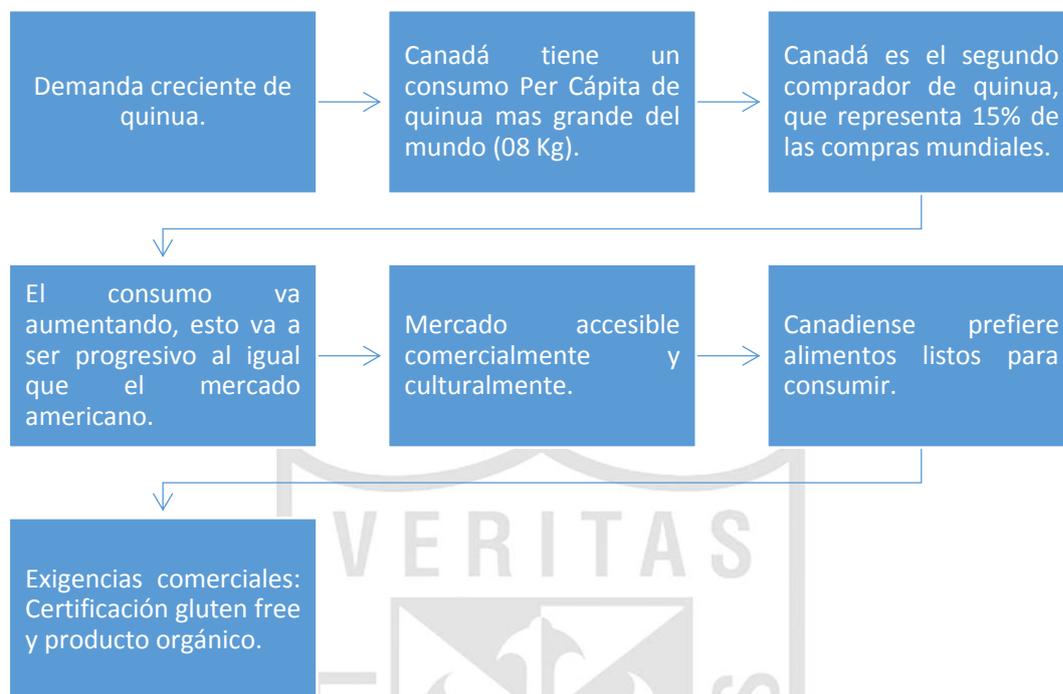


Gráfico 15: Condiciones de la Demanda Internacional de quinua en Canadá

Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas

Para conocer la Demanda Potencial de quinua en el Mercado de Canadá se entrevistó a empresas exportadoras, de los cuales se obtuvo el siguiente resultado:

Canadá es uno de los más importantes mercados a los cuales se abastece quinua. En los últimos 2-3 años han incrementado sus compras representativamente, por el alto valor nutritivo de la quinua.

El mercado de Canadá es uno de los principales mercados, es el país consumidor Per Cápita más grande de quinua en el Mundo. Un canadiense consume entre 8 Kg al año. Es un país muy potencial a pesar de tener la misma cantidad de pobladores del Perú.

El mercado de Canadá es interesante debido a su población que recibe de buena manera los productos nativos y naturales. Desde la firma del TLC con Canadá las exportaciones aumentaron a este país y han ido creciendo la demanda de nuevos productos tales como la quinua, y otros productos frescos tales como espárragos, brócoli, zanahoria.

Asimismo, los exportadores indicaron que la quinua peruana viene siendo exportada a través de mayoristas, distribuidores y representantes comerciales.



Gráfico 16: Principales compradores de quinua en Canadá

Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas

Con respecto a los Mercados Objetivos que desea ingresar señala que por ahora prefiere mantener sus principales mercados de Europa, Estados Unidos de América y Canadá, asimismo, también señalaron los exportadores que se encuentran Hong Kong, Taiwán, Chile, ingresando a Corea y posiblemente se pueda manejar China. La quinua ha ingresado a los mercados más deseables. Medio Oriente, Los Emiratos Árabes, Australia, Kuwait, Rusia, India. Ellos conocen de productos orgánicos. China es un mercado interesante por la cantidad de población y no tiene acceso para ese producto

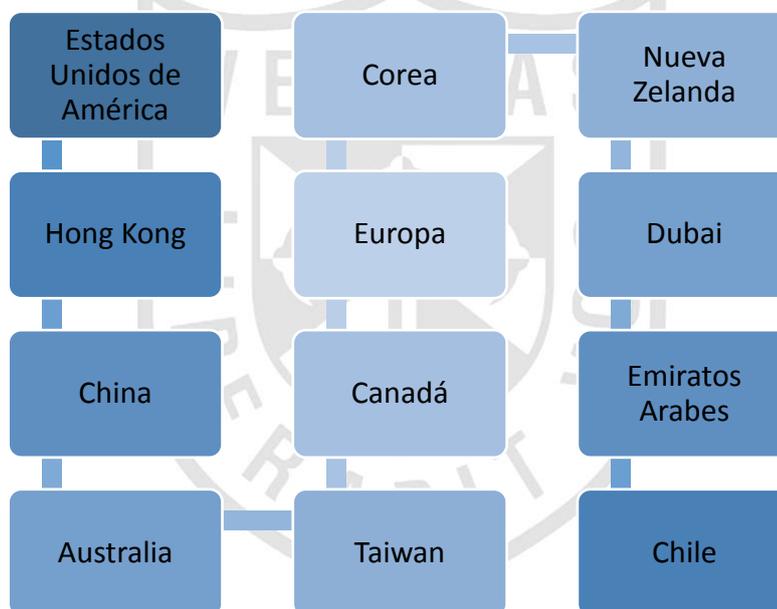


Gráfico 17: Mercados de Destino de la Quinua Peruana

Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas

Bolivia es el competidor más fuerte que tiene es Perú, debemos tener en cuenta que la quinua está aumentando en Francia en Anjou 2000 Hectáreas, España 2000 HA y Canadá. Otros países que se encuentran produciendo quinua son la India, España, Finlandia y Francia.



Bolivia

Ecuador

Francia

India

Gráfico 18: Principales competidores de Producción de Quinoa en el Mundo

Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de Campo.

En el gráfico anterior se puede observar el detalle de los principales países que compiten con Perú con respecto a la producción de quinua.



Gráfico 19: Tendencias de la quinua peruana

Fuente: Elaboración propia en base a Guía de Entrevista a Profundidad

La quinua canadiense requiere que este producto tenga Certificación de Comercio Justo, Gluten Free y sobre todo sea orgánica y tiene más aceptación si tiene valor agregado opinión de los especialistas de mercado.

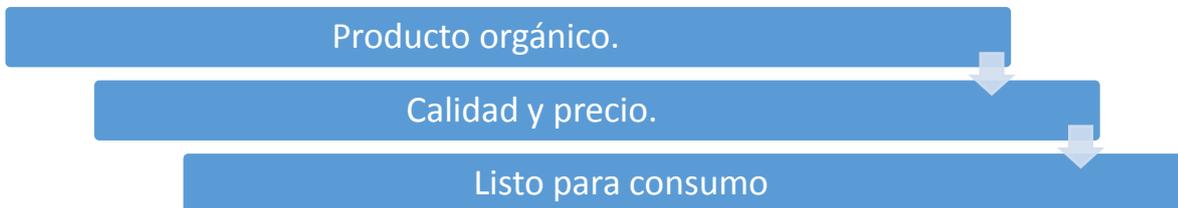


Gráfico 20 : Determinantes para que el consumidor canadiense soliciten quinua peruana

Fuente: Elaboración propia en base a Guía de Entrevista a Profundidad

Entre las principales determinantes para la compra de quinua peruana los canadienses consideran que es sumamente importante una quinua orgánica, ya que su mercados está

orientado hacia los vegetarianos los cuales están en las búsquedas constantes de productos que sustituyan su falta de consumos de carnes. Otro punto importantes es la relación calidad y precio, pues los canadienses a pesar de tener un buen poder adquisitivo y buena calidad de vida toman en cuenta que el precio este en relación al producto.

4.2.- SEGUNDO OBJETIVO: Condiciones de la oferta internacional de quinua peruana en el mercado de Toronto-Canadá.



Gráfico 21: Oferta exportable de quinua peruana

Fuente: Elaboración propia en base a Guía de Entrevista a Profundidad

Con respecto a la oferta exportable de quinua en el mercado se observa una gama de empresas que están desarrollando un buen producto con valor agregado, y ellos se encargan de velar por la calidad del producto desde el agricultor hasta que es vendida a algún intermediario y /o consumidor.

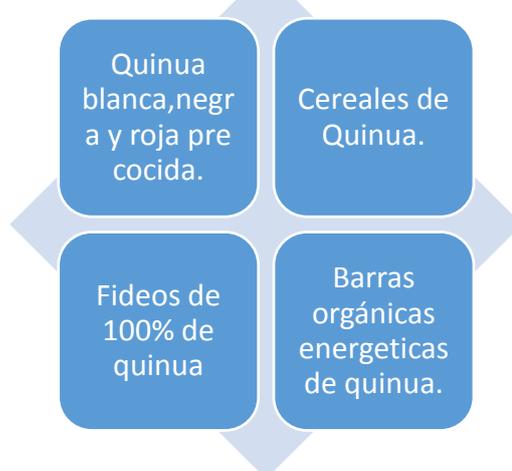


Gráfico 22: Productos en base a quinua

Fuente: Elaboración propia.

En el mercado existen empresas que se encuentran posicionadas en el Mercado Internacional, tales como ALISUR, Exportadora Agrícola Orgánica, Wiracocha del Perú, Aplex Trading, Inkasur, estas manejan el mercado de quinua en el Perú. También existen empresas no reconocidas que son las llamadas “Golondrinas”, las cuales sólo aparecen para sacar provecho de algún mercado en crecimiento, sin embargo no son especialistas y muchas veces no logran progresar.

Si hubo un incremento de precios, han variado entre quinua convencional y quinua orgánica. Al inicio la quinua orgánica fue la más cara. Luego los compradores optaron por quinua convencional es la cual se exporta más.

El consumidor canadiense es bastante informado, entre las presentaciones que mencionaron los exportadores tenemos: White Quinoa, red Quinoa y black Quinoa, Pizza Mix, Burguer Mix, Cookies, Quinoa. Mediterranean and Fettucinne and Spaguetti de Quinoa, fideos 100 % de quinua, preparaciones “ready to eat” elaborados por la empresa Agrícola Virú.

La cantidad de hectáreas que posee cada agricultor es vital para poder producir cualquier tipo de producto, en la Cooperativa Virgen del Carmen cada asociado posee pequeñas hectáreas de cultivo, pues en su mayoría son de subsistencia, pero buscan obtener el máximo provecho. Asimismo, cabe señalar que la cantidad promedio de hectáreas que ellos poseen es de 5 a 7 hectáreas (44%), sin tener en cuenta que fuera de esta cantidad muchas veces optan por alquilar más tierras para aumentar su capacidad de producción.

En PROMPERU se trabaja con programas que apoyan a los exportadores a fortalecer su gestión exportadora, a mejorar su imagen corporativa, apoyar en los requisitos, certificaciones, herramientas para que puedan salir con éxito a conquistar el mercado, tenemos Ruedas comerciales, reuniones, ferias internacionales para presentar las ofertas que son interesantes, pero antes los preparamos.

4.3.- TERCER OBJETIVO: Condiciones para la sustitución de cultivos de papa hacia quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen

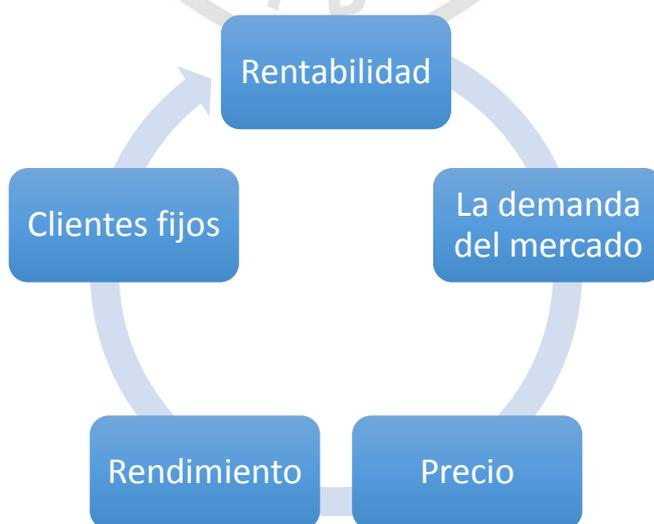


Gráfico 23: Condiciones para migrar de cultivos de papa hacia quinua (Agricultores)

Fuente: Elaboración en base a trabajo de campo.

Para la realización del gráfico anterior, se dio una introducción a los agricultores con respecto a los beneficios de poder sembrar quinua en base a las bases teóricas estudiadas. Ante lo cual se obtuvieron respuestas positivas, negativas y otros consideraban enfocarse en ambos cultivos.

En base a la Guía de Entrevista Estructurada aplicada a los Agricultores se obtiene como resultado que el 67% de ellos no estaría dispuesto a cambiar de cultivos de papa hacia quinua, seguido por un 11% que si estaría dispuesto a sustituir sus cultivos de papa hacia quinua, y finalmente el 22% estaría dispuesto a sembrar ambos cultivos.

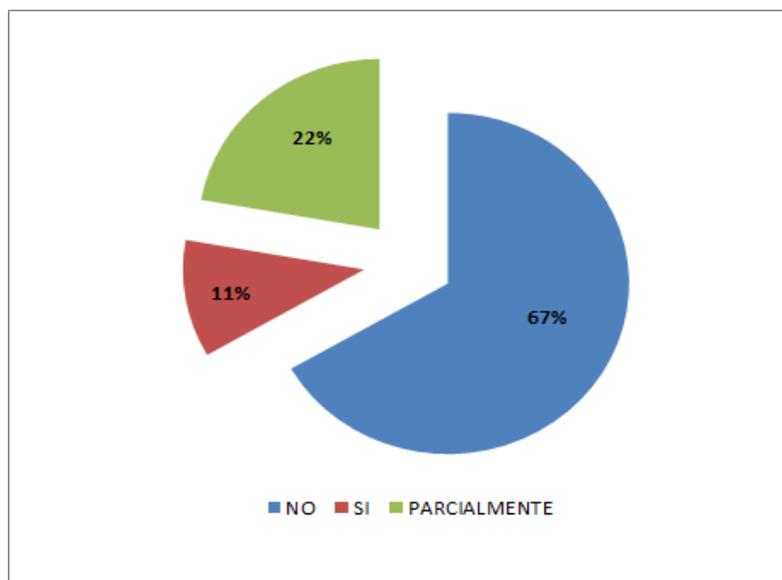


Gráfico 24: Porcentaje de agricultores que estarían dispuestos a cambiar sus cultivos de papa hacia quinua.

Fuente: Elaboración en base a trabajo de campo.

La **rentabilidad** es una de las principales razones por las cuales los agricultores cambiarían sus cultivos de papa hacia quinua, puesto que se mueven en base a las ganancias que puedan obtener en el mercado.

La **demand**a del mercado es otra razón por la cual los agricultores se ven dispuestos a sembrar quinua, si bien es cierto existen muchas empresas exportadoras que compran, así como comercializadores o intermediarios, los integrantes de la AVC, se encuentran en constante comunicación con ellos para poder abastecerlos, hay que mencionar además que el **precio** es una determinante, el mercado se alinea a los precios más altos ofrecidos en el mercado.

El **rendimiento** es otra de las variables, si se posee mayor rendimiento se obtendrán más ingresos en las ventas.

Mantener **clientes fijos** es relevante para realizar las ventas en un mercado específico, no obstante muchas veces estos no se encuentran de manera regular en la zona, por lo cual los agricultores se ven obligados a llevar sus productos a Ayacucho.

Se debe de agregar que se realizó la misma pregunta a los Especialistas de Mercado de Quinua de Instituciones del Estado, opinan lo siguiente con respecto a la migración de cultivos de papa hacia quinua:



Gráfico 25: Razones para migrar de cultivos de papa hacia (Especialistas del estado)

Fuente: Elaboración Propia

Una de las razones que consideran importante los agricultores para cambiar los cultivos de papa hacia quinua es que se recomienda la **migración de cultivos** para el mejor control de las plagas, la rotación de cultivos es recomendable para poder cambiar la resistencia de plagas y variar la aparición de plagas. Si se realiza la rotación de cultivos se requiere menos uso de pesticidas, debido a que las plagas se hacen menos resistentes, así mismo se tendría que analizar el suelo, la calidad y viabilidad.

Asimismo, otro especialista indica que no existe problema sembrar quinua luego de haber sembrado papa (**viabilidad técnica**), porque son distintas especies, porque las plagas y enfermedades que tiene la papa (Los insectos polilla, gorgojo y una enfermedad que es la ranca son distintas). Esas enfermedades no las tiene la quinua. Son diferentes especies. La ventaja de la quinua es menos cantidad de pesticidas (05 sacos de fertilizantes y 05 aplicaciones para las enfermedades). En cambio la papa (05 a 10 aplicaciones y necesitas 20 sacos de fertilizantes).

Los especialistas consideraron conjuntamente que el aumento de los **precios** de un producto es un gran incentivo para poder incursionar en un cultivo, resaltaron también la riqueza y **disponibilidad de tierras** en los andes peruanos, otra razón indiscutible es la demanda que tiene la quinua como grano andino a nivel internacional.

4.5.- CUARTO OBJETIVO: Identificar el análisis comparativo entre la quinua y la papa.

4.5.1. Precios de la Quinua y de la Papa.

4.5.1.1. Precio de la Papa

El precio es una de las variables más impactantes por el cual el mercado puede salir beneficiado o simplemente fracasar una campaña entera, puesto que varía en su mayoría de la cantidad disponible en el mercado en el momento exacto, por la oferta y demanda para cuando se requiere por cualquier tipo de comprador, ya sea mayorista, minorista, consumidor final. Luis Paz Silva - Asesor de Presidente Ejecutivo de Sierra Exportadora.

Los agricultores consideran que el precio actual de esta campaña ha sido muy positiva para ellos, puesto que el precio se sitúa en un S/1.00 lo cual es un precio similar al cual se vende la papa en Lima, una de las causas que señalan los agricultores es que este año

la mayoría de las persona invirtió en sembrar quinua, dejando de lado el cultivo de papa, lo cual redujo su oferta en el Mercado. José Luis Rabines Alarcón de Dirección de Negocios Agrícolas Cultivos Andinos del Ministerio de Agricultura.

En comparación del año pasado donde la papa presentó precios por debajo de 1.00, lo cual si permitía obtener un margen de ganancia, pero no lo suficiente. No obstante los agricultores señalan que aprovecharan al máximo la presente campaña.

Un agricultor señaló “Este año se ha sembrado más quinua que papa, la papa te da más cantidad que la quinua. La papa ha subido el precio este año.”

A continuación se presenta un Gráfico donde se observa la Evolución del precio de la papa, desde el año 2009 hasta la actualidad.

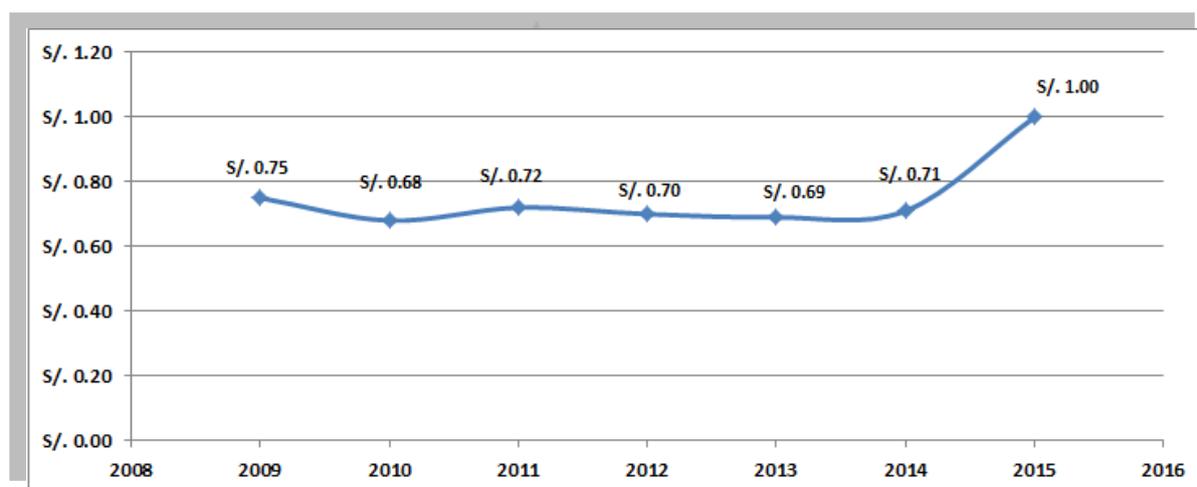


Gráfico 26: Evolución de los precios de la Papa Canchan en los últimos años en Pampacangallo –Ayacucho

Fuente: Elaboración en base a trabajo de campo.

Si , bien es cierto el precio que se paga en el mercado es en parte determinante para poder optar por sembrar un producto en general, y más aún cuando no existe muchos vendedores, el mercado optará por abastecer esta demanda insatisfecha.

El precio de la quinua no ha sido nada alentador en el presente año, debido a que los precios han disminuido en comparación con los años anteriores, debido a la sobreoferta de quinua en el Mercado.

Un agricultor señaló lo siguiente: Antes la quinua el precio estaba el año pasado 13.00 soles. El año pasado ha habido 50% menos. La quinua está bajo el precio. SERGIO SULCA CANCHARI (2015).

Las empresas no dan buenos precios en la quinua. Falta mayor difusión de este cereal en el mercado nacional, no comen en el campo. EUGENIA FLORES (2015).

La variabilidad del precio fue sumamente variable debido a las alzas de precios del año 2014 “Año internacional de la quinua” debido a que el agricultor especulaba con su producto y lo guardaba para el mejor postor, en el año 2013-2014 la quinua estaba con precios de 6,7 y hasta 8 soles por kg, posteriormente de una semana a otra vario significativamente de precio subiendo S/. 1.00 nuevo sol por semana... llegando a precios de S/.15.00, S/.16.00 y S/.17.00

soles x kg. Por el contrario en este año 2015 hay una tendencia a la baja considerable y regreso a precios del 2013 (Cesar Ruiz, Aplex Trading).

Camila Podesta señala que el precio de la quinua de hoy a comparación de los años anteriores han bajado considerablemente.

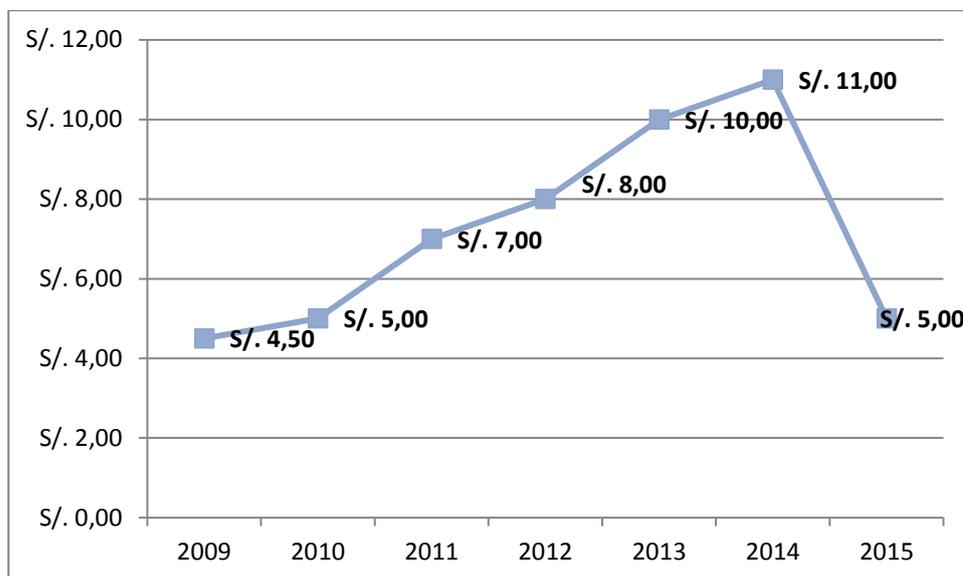


Gráfico 27: Evolución de los precios de la Quinua en Pampacangallo –Ayacucho

Fuente: Elaboración en base a trabajo de campo.

4.5.2. Rentabilidad de papa Vs Rentabilidad de producir quinua

4.5.2.1. Rentabilidad de producir papa

La presente estructura de costos presentado, nos explica la producción de la variedad de papa canchan, la cual es la más comercializada por la asociación debido a la demanda existente por parte de los intermediarios u otros compradores.

La mayor inversión radica en su mayoría, se da en los jornales de la mano de obra, puesto que todo el proceso productivo de papa demanda mano de obra no cualificada, aunque cabe mencionar que hay personas que son parte de la asociación que ayudan voluntariamente, a través de “ayni”, por la cual se apoyan mutuamente, pero en ocasiones por falta de tiempo, cada agricultor se encarga de hacer trabajar sus tierras teniendo que contratar personal de la zona necesariamente.

Los ingresos promedios que reciben los agricultores por la siembra de papa equivale a S/. 9630.00 por hectárea, según se observa en Tabla anterior, el rendimiento por hectárea de terreno es de 9000 kg aproximadamente, sin contar los kilos de papa que se desperdician por ser cortadas casualmente al momento de extraerlas, o aquellas que se dañan por las bajas temperaturas.

Se evaluó la rentabilidad de los cultivos actuales de los asociados de la Cooperativa Virgen del Carmen.

Tabla 20: Estructura de Costos de Producción de Papa en la Asociación de Virgen del Carmen (1 Hectárea).

Detalle de Costos	Cant.	Med	Costo	Costo Total
Costos Directos				
Limpieza de las tierras (campo).	12	Jornal	S/. 45.00	S/. 540.00
Arado y surcado	12	Jornal	S/. 45.00	S/. 540.00
Tractor c /Operador	12	Hrs	S/. 80.00	S/. 960.00
Diversos gastos alimentación	15		S/. 10.00	S/. 150.00
Siembra 1				
Sembrar la papa	15	Jornal	S/. 45.00	S/. 675.00
Semilla	120	Kg	S/. 0.80	S/. 96.00
Diversos gastos alimentación	18		S/. 5.00	S/. 90.00
Pesticidas 1	52	litro	S/. 15.00	S/. 780.00
Mantenimiento de Cultivo de Papa.				
Limpieza de mala hierba (Mujeres)	10	Jornal	S/. 45.00	S/. 450.00
Segundo abonamiento (Mujeres)	15	Jornal	S/. 45.00	S/. 675.00
Control fitosanotario.(pesticida 2)	23	Litro	S/. 12.50	S/. 287.50
Limpieza de canales y acequias.	10	Jornal	S/. 45.00	S/. 450.00
Jornal de fumigador.	4	Jornal	S/. 60.00	S/. 240.00
Cosecha.				
Corte y eliminación de planta de la papa. Así como de mala hierba.	15	Jornal	S/. 45.00	S/. 675.00
Sacos y rafas	50	Unidad	S/. 1.80	S/. 90.00
Ensamado de papa.	15	Jornal	S/. 45.00	S/. 675.00
Clasificar, cargar.	10	Jornal	S/. 25.00	S/. 250.00
Total Costos Directos				S/. 7,623.50
Costos Indirectos				
Hoja de Coca	10	Lg	S/. 12.00	S/. 60.00
Tragos cortos	12	Litros	S/. 6.00	S/. 48.00
Transporte de Papa a Mercado	3000	Kg	S/. 0.10	S/. 300.00
Total Costos Indirectos				S/. 408.00
Costo Total de Producción				S/. 8,031.50

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la guía entrevista estructurada.

Tabla 21 : Rentabilidad de Producir papa (01 Hectárea)

Ingreso de Ventas (9000 Kg*1.07)	S/. 9.630,00
Inversión para sembrar papa	S/. 8.031,50
Total de Ingreso	S/. 1.598,50
Rentabilidad	19,90%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la guía entrevista estructurada.

El precio promedio que ofrecen los compradores por la papa es de 0.90, no obstante se está considerando 1.10 céntimos, debido a que el precio por oferta y demanda varía día a día y es mejor proyectarse un precio bajo siempre en cuando se negocie como asociación y/o cooperativa , si los agricultores venden individualmente recibirán un precio menor.

La rentabilidad de producción de papa es de 19.90%, la cual es inferior a la rentabilidad de la quinua.

4.5.2.2. Rentabilidad de producir papa

Se realizó un análisis acerca de la rentabilidad de sembrar quinua en base a los precios y respuestas que fueron proporcionando los asociados, si bien es cierto ellos no son expertos en sembríos de quinua, algunos han emprendido en este nuevo cultivo por lo cual obtuvimos los siguientes datos:

Tabla 22 : Estructura de Costos de Producción de quinua en la Asociación de Virgen del Carmen (1 Hectárea).

	Cant.	Und	Precio Unit.	Costo Total
COSTOS DIRECTOS				
Limpieza de las tierras(campo).	10	Jornal	S/. 40	S/. 400
Arado y surcado	10	Jornal	S/. 40	S/. 400
Diversos gastos alimentación	15		S/. 6	S/. 90
Siembra 1				
Plantio de quinua	10	Jornal	S/. 40	S/. 400
Semilla	15	Kilo	S/. 11	S/. 158
Diversos gastos alimentación	18		S/. 6	S/. 108
Pesticidas	25	litro	S/. 3	S/. 63
Mantenimiento de Cultivo de Quinua				
Podar de la mala hierba.	10	Jornal	S/. 40	S/. 400
Segundo abonamiento	10	Jornal	S/. 40	S/. 400
Limpieza de canales y acequias.	10	Jornal	S/. 40	S/. 400
Sulfato de Potasio	8		S/. 14	S/. 108
Diversos gastos alimentación	12		S/. 6	S/. 72
Jornal de fumigador.	1		S/. 45	S/. 45
Cosecha.				
Corte y eliminacion de mala hierba	10	Jornal	S/. 15	S/. 150
Sacos y rafas	120	Unidad	S/. 2	S/. 216
Ensayado de quinua	1	Jornal	S/. 18	S/. 18
Post Cosecha.				S/. 0
Clasificar, cargar.	10	Jornal	S/. 17	S/. 170
Total Costos Directos				S/. 3,597
COSTOS INDIRECTOS.				
Hoja de Coca	10	Kilos	S/. 15	S/. 150
Tragos cortos	10	Litros	S/. 6	S/. 60
Transporte	2500	Kilos	S/. 0	S/. 250
TOTAL COSTOS INDIRECTOS				S/. 460
COSTO TOTAL DE PRODUCCION				S/. 4,057

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la guía entrevista estructurada.

El rendimiento promedio por hectárea es de 1800 Kg y el precio de quinua en chacra es de S/. 3.05 céntimos.

Tabla 23 : Rentabilidad de sembrar quinua (1 Hectárea).

Ingreso de Ventas (1800 Kg* S/. 3,05)	S/. 5.490,00
Inversión para sembrar quinua	S/. 4.057,00
Total de Ingreso	S/. 1.433,00
Rentabilidad	35,32%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la guía entrevista estructurada.

En la tabla anterior se puede observar que la quinua se puede observar que a pesar que el precio de quinua ha disminuido, se ha posee una rentabilidad de 35.32 %.

Finalmente se deduce que la quinua tiene una rentabilidad de 35% en comparación de la papa que posee una rentabilidad de 20%.

A continuación se explica en la siguiente tabla resumen:

Tabla 24 : Rentabilidad de producción de papa vs rentabilidad de sembrar quinua (1 Hectárea).

Detalle	Papa	Quinua
Ingreso de Ventas	S/. 9,630.00	S/. 5,490.00
Inversión	S/. 8,031.50	S/. 4,057.00
Ingresos	S/. 1,598.50	S/. 1,433.00
Rentabilidad	19.90%	35.32%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la guía entrevista estructurada.

4.5.3. Beneficios nutricionales de la quinua y la papa

4.5.3.1. Beneficios nutricionales de la quinua

Lo que caracteriza a la quinua es su valor proteico elevado, donde la calidad de sus proteínas y balance son superiores en ésta que en los demás cereales, fluctuando entre 12.5 a 16.7%. El 37% de las proteínas que posee la quinua está formado por aminoácidos esenciales. (QUINUA.PE, 2016).

Los aminoácidos esenciales son aquellos que no los produce el organismo, por lo que necesitan ser ingeridos a través de la dieta; la carencia de estos aminoácidos en la dieta limita el desarrollo del organismo, ya que no es posible reponer las células de los tejidos que mueren o crear nuevos tejidos, en el caso del crecimiento. Para el ser humano, los aminoácidos esenciales son: Valina, Leucina, Treonina, Lisina, Triptófano, Histidina, Fenilalanina, Isoleucina, Arginina y Metionina (QUINUA.PE, 2016).

La quinua posee un alto contenido de vitaminas del complejo B, C y E, donde su contenido de vitamina B y C es superior al del trigo. Es rica en caroteno y niacina (B3). Contiene sustancialmente más riboflavina (B2), tocoferol (vitamina E) y caroteno que el trigo y el arroz (QUINUA.PE, 2016).

4.5.3.2. Beneficios nutricionales de la papa

La papa cuyo nombre científico es *Solanum tuberosum*, es un tubérculo de consumo masivo en el Perú y el mundo. Es el tercer cultivo más importante a nivel mundial después del arroz y el trigo y especialmente importante en la nutrición peruana (Abu Sabbah 2016).

La papa es baja en grasa pero rica en almidones que aportan energía, 100 gramos de papa aportan 84 calorías aproximadamente aunque puede variar según el tipo de papa (Abu Sabbah 2016).

De las variedades de papa nativa tenemos aquellas de pulpa blanca, crema, amarilla donde su principal antioxidante son los carotenoides, mientras que las variedades, roja, morada hasta azulina contienen antocianinos. Las investigaciones señalan que ambos antioxidantes tienen un rol preventivo en algunos tipos de cáncer y enfermedades relacionadas al envejecimiento (FAO, 2008).

Este tubérculo es también fuente de vitamina C y carotenoides como la luteína y zeaxantina, según algunas investigaciones, estas últimas reducirían el riesgo de aparición de catarata y degeneración de mácula en los ojos. Entre los minerales, destaca el potasio y en menor cantidad hierro, zinc, calcio y fósforo (FAO, 2008).

4.6. Discusión de resultados

4.6.1.- Validez

En esta investigación se empleó el método de análisis cualitativo donde los resultados fueron obtenidos a través de entrevistas a profundidad no estructurada y revisión documentaria.

Las actividades realizadas en el trabajo de campo fueron registradas a través de fotografías y filmaciones, estableciendo la validez de contenido se determinara mediante la opinión de expertos en el tema, para lo cual se solicitó la validación de los instrumentos a los docentes: Inés Santi Huaranca, Felix Reaño y Patricia Martínez quienes cuentan con experiencia el rubro de comercio internacional.

La principal limitación de la investigación fue el acceso hacia los coordinadores de PROMPERU, debido a que el personal de atención se niega a poder dar un contacto referente a los expertos con respecto a los cereales andinos, sin embargo se obtuvo acceso a dos coordinadores. Lastimosamente no se pudo obtener una entrevista de un Coordinador de ADEX, debido a lo misma situación de PROMPERU, negatividad del personal de recepción de poder derivar la solicitud de concedernos una entrevista.

4.6.2.- Comparación con antecedentes, bases teóricas y resultados

Para la metodología planteada se realizó una investigación bibliográfica para la obtención de las bases teóricas. Éste fue un paso previo al trabajo de campo, en el cual se recolectó información contrastable con el marco teórico del trabajo.

En este apartado se observa que existen algunas similitudes entre lo recogido en el capítulo de antecedentes y bases teóricas con los resultados de la investigación y lo observado durante el trabajo de campo.

Un aspecto resaltante en el cual se encuentra una gran concordancia es en la investigación realizada por PROCOLOMBIA (2015). Los canadienses tienen un alto interés por el consumo de comida orgánica y saludable, unida a esta tendencia, uno de los alimentos que cuenta con una demanda creciente es la quinua. Mientras en el año 2012 este mercado importó US\$17 millones, en 2014, las compras al mundo de este producto alcanzaron los US\$54 millones. La cual es el segundo mercado peruano, según lo señalado por las empresas exportadoras.

Por otra parte, el Ministerio de Agricultura (2014) indica en su investigación de las Intenciones de Siembra de la Campaña 2014-2015 de los 22 cultivos transitorios seleccionados ejecutada mediante la ENIS (Encuesta Nacional de Intenciones de Siembra) arroja 2 178 489 hectáreas, que representan un incremento de 82, 9 mil hectáreas más (4,0%) con respecto a lo ejecutado en la campaña agrícola 2013 – 2014 que finaliza al término del mes de julio. Este incremento se sustenta en la dinámica de rotación de cultivos o en el incremento de áreas con cultivos más rentables, de manera que en cada región aumentan o disminuyen las áreas sembradas. Lo cual es afirmado con mayor veracidad por un especialista del Ministerio de Agricultura.

Es importante mencionar que en el Perú se cuenta con respecto a la migración de cultivos, mucho menos investigaciones. Sin embargo las noticias son un punto de partida muy importante para poder plantear hipótesis debido a que son informacional actual y de profesionales que resaltan en el sector.

En la siguiente Tabla se muestra detalladamente los antecedentes, bases teóricas del trabajo, los resultados relacionados obtenidos durante el trabajo de campo y el contraste existente entre ellos.

Tabla 25 : Contratación de antecedentes, bases teóricas y resultados.

Antecedentes y Bases Teóricas	Resultados	Contraste
Condiciones de la Demanda de Quinua peruana en Canadá		
<p>1. PROCOLOMBIA (2015). Los canadienses tienen un alto interés por el consumo de comida orgánica y saludable, unida a esta tendencia, uno de los alimentos que cuenta con una demanda creciente es la quinua.</p>	<p>La quinua es valorada en Canadá por sus propiedades nutricionales. Canadá tiene el mayor consumo Per Cápita (8 kg) en el mundo.</p> <p>Las características del consumidor canadiense son consumir: alimentos saludables, alimentos orgánicos y certificados.</p>	<p>Los canadienses consumen quinua orgánica y nutritiva. No obstante el precio y la publicidad también es elemental para poder dar a conocer la quinua en el mercado internacional.</p>
<p>2. PROMPERU (2015). En la feria “SIAL Canadá 2015”, se noto nichos de mercado para productos derivados de la quinua con valor agregado, dándole una orientación hacia el consumo de lo ecológico y natural.</p>	<p>Canadá no tiene demanda potencial, es un mercado que ya está desarrollado.</p>	<p>Se extrae que Canadá tiene ya un mercado desarrollado y que la demanda solo debe de seguir fortaleciéndose en base a la oferta de productos con valor agregado.</p>

Condiciones de la Oferta Exportable de Quinua		
TERRY ALVA, JOSE (2015). Señala que el mercado de quinua en el Perú indica que las cantidades de exportación han aumentado, sin embargo los precios han descendido, debido a una sobreoferta en el mercado, pues se debe tener en cuenta que la producción de la Costa ha dado un aporte para el aumento.	En el año 2015 el precio de la Quinua tuvo un retroceso con respecto a los años anteriores, debido al aumento de la oferta en el mercado nacional e internacional, y porque mucha quinua fue rechazada por los exportadores nacionales hacia los agricultores por no ser una quinua orgánica o tener exceso de pesticidas.	Podemos deducir que el precio de la quinua ha tenido un descenso, a pesar de haber aumentado la cantidad de exportaciones este se ha visto disminuido en el mercado nacional, por dos principales razones uno de ellos es el aumento de la oferta de quinua en la región de la Costa (Lambayeque, La Libertad, Cañete, Ica, entre otros).
Ministerio de Agricultura (2014). La investigación de las Intenciones de Siembra de la Campaña 2014-2015 de los 22 cultivos transitorios, donde menciona el incremento de cultivo de quinua se sustenta en la dinámica de rotación de cultivos.	La rotación de cultivos es recomendable para poder cambiar la resistencia y variar la aparición de plagas. Si se realiza la rotación de cultivos se requiere menos uso de pesticidas, debido a que las plagas se hacen menos resistentes. José Luis Rabines Alarcón de Dirección de Negocios Agrícolas Cultivos Andinos del Ministerio de Agricultura (2015).	La rotación es una práctica ancestral donde se deja descansar al terreno de siembra a través de la introducción de un cultivo diferente al trabajado en los últimos años. Estos cambios ayudan a que las plagas que formaron un hábitat en un cultivo desaparezcan.
Condiciones en la Cooperativa Virgen del Carmen para la sustitución de papa hacia quinua		
Ministerio de Agricultura (2014). El presente documento evalúa los principales Aspectos Agroeconómicos de la Cadena Productiva de Papa en los departamentos de Lima, Cajamarca, Ayacucho y Huancavelica donde realiza la rentabilidad esperada en la campaña del año 2014, los costos de producción y la determinación de ingresos. Donde califica a Ayacucho con una ganancia neta de S/. 894.00 al sembrar una hectárea.	Para que el agricultor sustituya sus cultivos de papa por quinua debe de existir mayor rentabilidad, haber pactado con un comprador un precio y cantidad para una campaña, asimismo debe de existir apoyo por parte del Estado en capacitación técnica y comercial para los agricultores.	Para que el agricultor sustituya sus cultivos de papa por quinua debe de existir mayor rentabilidad, haber pactado con un comprador un precio y cantidad para una campaña, asimismo debe de existir apoyo por parte del Estado en capacitación técnica y comercial para los agricultores.
Análisis Comparativo entre la quinua y la papa		

<p>Ministerio de Agricultura (2014). El presente documento evalúa los principales Aspectos Agroeconómicos de la Cadena Productiva de Papa en los departamentos de Lima, Cajamarca, Ayacucho y Huancavelica donde realiza la rentabilidad esperada en la campaña del año 2014, los costos de producción y la determinación de ingresos. Donde califica a Ayacucho con una ganancia neta de S/. 894.00 al sembrar una hectárea.</p>	<p>Por otro lado en el presente año el precio de la papa en chacra se encuentra oscilando entre S/ .0.90 y S/. 1.00 , lo cual se dio debido a la reducción de hectáreas de producción de papa y el aumento de otros cultivos tales como la quinua, el mercado de papa fue muy provechoso este año para los agricultores. Por lo cual su rentabilidad de ascendió a 19.90% en base a una inversión de S/. 8031.50</p>	<p>El Ministerio de Agricultura señala que la rentabilidad en el año 2014 fue de S/ 894.90, cuando oscilaba en promedio S/. 0.67 precio en chacra. Sin embargo luego de la aplicación de instrumentos se concluyó que en el año 2015 la campaña chica en Ayacucho fue muy beneficiosas, debido a un aumento del precio de papa en el mercado, oscilando en promedio S/. 0.90 céntimos y S/.1.00, lo cual genero una ganancia de S/.8031.50 en promedio por cada hectárea.</p>
<p>Ministerio de Agricultura y Riego (2013). Una publicación muy completa que nos brinda un panorama de la quinua y su producción, rendimiento promedio, precios a nivel chacra, precios a nivel consumidor, cadena agroproductiva, coyuntura nacional e internacional del Año Internacional de la Quinua, requisitos para el ingreso a los principales mercados y sus costos de producción.</p>	<p>La quinua es un producto de demanda creciente, tiene una rentabilidad de 35% , con respecto a su inversión, se proyecta que sus precios aumentarían en nuevos mercados y se caracteriza por tener la mayor cantidad de aminoácidos y una de ellas es la lisina, la cual ayuda al crecimiento y la defensa del sistema inmunológico, de manera opuesta la papa posee una rentabilidad de 20%, con respecto a su inversión, no tiene potencial exportador, su precio tiene tendencia a reducirse y sus propiedades nutritivas son solo de aportar energía.</p>	<p>Se reitera que el análisis de costos la quinua es más rentable que sembrar papa, la quinua es un producto con propiedades alimenticias que pueden sustituir el consumo de leche.</p>

Fuente: Elaboración Propia.

4.6.3.-Generalización

En la presente investigación se realizó una investigación con respecto a la generación de oferta exportable mediante la sustitución de cultivos de papa hacia la producción de quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen-Ayacucho para su comercialización en el mercado de Toronto-Canadá para lo cual se trabajó con 3 muestras: las empresas exportadoras de quinua peruana hacia el mercado de Canadá, los expertos profesionales de la quinua en MINCETUR y MINAG, los agricultores de la Asociación de Virgen del Carmen en el Departamento de Ayacucho.

Los resultados de la investigación sobre cada uno de los puntos mencionados pertenecen específicamente al sector de cereales andinos (quinua convencional) enfocado en las condiciones de la demanda de quinua en el mercado de Canadá , las condiciones de la oferta exportable en el mercado peruano, así como las razones para poder migrar los cultivos de papa hacia quinua, y finalmente realiza una análisis de las debilidades del mercado de quinua en el Perú en base a la opinión de expertos en el sector.

Sin embargo, se puede considerar una generalización en cuanto al perfil del consumidor canadiense debido a que su comportamiento, gustos y preferencias en cuanto al consumo de productos de alimentación es igual para cualquier producto de consumo. Más aún para la elaboración de la Estructura de costos se ha evaluado ciertos temas de importancia como precios, inversión, ganancia, rentabilidad de la papa y la quinua. Podría aplicarse dicha información para poder comparar su rentabilidad con otro tipo de cultivos o tomarlo como modelo para comparar otros productos.

La contrastación de mi hipótesis con los resultados del trabajo de campo fueron son las siguientes:

4.6.4.- Contrastación de hipótesis

Para analizar y discutir el contraste entre los principales resultados y las hipótesis planteadas en el trabajo se iniciará con las hipótesis específicas para que luego, con dichos pilares, se pueda examinar la hipótesis general.

La primera hipótesis específica hace referencia “El factor que debe existir para la sustitución de cultivos de papa hacia la quinua, para la generación de oferta exportable de quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen es la existencia de demanda internacional de quinua en el mercado de Toronto Canadá.”.

Para poder analizar esta hipótesis con los resultados obtenidos se dividirá según los puntos que contiene:

La quinua es un cultivo que posee una demanda latente en el Mercado de Canadá, y se encuentra siendo exportada hacia dicho mercado a través de importadores mayoristas, y que su demanda ha aumentado en los últimos 2 años representativamente por sus propiedades nutricionales, así mismo cabe mencionar que Canadá tiene el mayor consumo Per Cápita (8 kg) en el mundo, consecuentemente este mercado seguirá creciendo y se esperan buenos resultados en los próximos años indicó el gerente de una empresa exportadora.

La quinua peruana se encuentra desarrollada en el mercado de Estados Unidos de América, Europa, Canadá y que estos mercados siempre serán los principales compradores, no obstante se encuentran buscando nuevos importadores en distintos mercados, tales como: China, Australia, Taiwán, Dubái y Nueva Zelanda. El mercado canadiense demanda productos que puedan orgánicos y libres de gluten, existe una tendencia de consumir productos naturales en base a alimentos nutritivos. Prefieren un producto que no tenga químicos. El mercado Canadiense demanda Quinua Orgánica, el 100% de nuestras exportaciones a ese país fue orgánico.

Entre las principales determinantes para la compra de quinua peruana los canadienses consideran que es sumamente importante una quinua orgánica, ya que su mercado está orientado hacia los vegetarianos los cuales están en las búsquedas constantes de productos que sustituyan su falta de consumos de carnes. Otro punto importantes es la relación calidad y precio, pues los canadienses a pesar de tener un buen poder adquisitivo y buena calidad de vida toman en cuenta que el precio este en relación al producto.

El mercado canadiense demanda productos que puedan orgánicos y libres de gluten, existe una tendencia de consumir productos naturales en base a alimentos nutritivos. Prefieren un

producto que no tenga químicos. El mercado Canadiense demanda Quinoa Orgánica, el 100% de nuestras exportaciones a ese país fue orgánico.

Seguidamente se tiene la hipótesis N°2: El factor que debe existir para la sustitución de cultivos de papa hacia la quinua, para la generación de oferta exportable de quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen es la existencia de oferta internacional de quinua en el mercado de Toronto Canadá.

Las empresas exportadoras han empezado a desarrollar una oferta con valor agregado, tales como: White Quinoa, red Quinoa y black Quinoa, Pizza Mix, Burguer Mix, Cookies, Quinoa Mediterranean, Fettucinne and Spaguetti de Quinoa.

La quinua peruana está empezando a innovar con venta de fideos de 100% quinua. La empresa Interamsa Agroindustrial que esta desarrollando este tipo de producto. Tenemos a la empresa Agrícola Viru con su nueva línea “ready to eat”. También se exporta en harinas, galletas. Hay mucha diversidad para poder desarrollar muchos productos innovadores.

La **cantidad de hectáreas** que posee cada agricultor es vital para poder producir cualquier tipo de producto, en la Cooperativa Virgen del Carmen cada asociado posee pequeñas hectáreas de cultivo, pues en su mayoría son de subsistencia, pero buscan obtener el máximo provecho. Asimismo, cabe señalar que la cantidad promedio de hectáreas que ellos poseen es de 5 a 7 hectáreas (44%), sin tener en cuenta que fuera de esta cantidad muchas veces optan por alquilar más tierras para aumentar su capacidad de producción señala un agricultor.

Con respecto, a la oferta exportable de quinua en el mercado se observa una gama de empresas que están desarrollando un buen producto con valor agregado, y ellos se encargan de velar por la calidad del producto desde el agricultor hasta que es vendida a algún intermediario y /o consumidor. La oferta es de calidad y estamos compitiendo a nivel mundial, pues tenemos un grano muy apreciado y reconocido.

En el mercado existen empresas que se encuentran posicionadas en el Mercado Internacional, tales como Alisur, Exportadora Agrícola Orgánica, Wiracocha del Perú, Aplax Trading, Inkasur, estas manejan el mercado de quinua en el Perú.

También existen empresas no reconocidas que son las llamadas “Golondrinas”, las cuales sólo aparecen para sacar provecho de algún mercado en crecimiento, sin embargo no son especialistas y muchas veces no logran progresar. Las empresas mencionadas anteriormente exportan de manera continua y experiencia para poder colocar sus productos en el extranjero.

El año 2013 ha sido declarado por la FAO como Año Internacional de la quinua, el Perú no es un país ajeno a ser parte del mercado internacional. El gobierno ha venido impulsando el aumento de la producción de quinua para el aumento de su participación en el mercado internacional, para lo cual se ha optado por la reconversión de ciertos cultivos en la Costa, donde se está produciendo quinua y suplantando los cultivos de arroz. En el presente año se prevé que las exportaciones sobrepasen los \$ 200 millones. Dicho cambio se observa en el mercado y este año inclusive se ha notado una sobreoferta de quinua.

Seguidamente explicaremos la tercera hipótesis: La condición que debe de existir para la sustitución de cultivos de papa hacia la quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen de Ayacucho para sustituir sus cultivos de papa por quinua es la disposición del agricultor para cambiar sus cultivos de papa por quinua.

Viabilidad técnica, el agricultor indica que para la sustitución de cultivos de papa hacia quinua es posible desde el aspecto técnico, puesto que es recomendable sembrar quinua luego de una campaña de papa.

El financiamiento propio o externo, es importante para poder generar el ingreso a una campaña de cosecha, para lo cual el agricultor solo se apoya de su propio dinero en algunos casos, del crédito de la compra de algunos insumos y para la mano de obra existe el apoyo sin retribución económica entre compañeros, vecinos y amigos.

La existencia de compradores estratégicos, es una de las condiciones más solicitadas para generar mayor seguridad en el éxito de la sustitución de cultivos, puesto que a través de esta estrategia se puede tener una alianza con un comprador fijo, lo cual disminuye el riesgo de generación de stock del producto de la campaña.

Con respecto a la capacitación por parte del Estado, se tiene que el apoyo del mismo es de vital importancia al inicio de una campaña de un producto nuevo, puesto que al sustituir un cultivo tradicional (papa) donde se tiene de manera clara el proceso de producción a otro nuevo (quinua), se requiere de apoyo técnico y el debido seguimiento para su óptimo desarrollo.

Finalmente se tiene la cuarta hipótesis, “Las condición que debe de existir para la sustitución de cultivos de papa hacia quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen de Ayacucho es el análisis comparativo entre la quinua y la papa”. Donde se afirma que la rentabilidad de producir quinua es superior a la rentabilidad de producir papa, quedando demostrado en base a un análisis de costos de ambos productos con información proporcionada por la Asociación virgen del Carmen.

Luego de realizado el cuadro comparativo se determinó que la rentabilidad de la quinua es de 35.00%, la cual es mayor a la rentabilidad que ofrece la siembra de papa 19.90 %.

La quinua se caracteriza por tener la mayor cantidad de aminoácidos y una de ellas es la lisina, la cual ayuda al crecimiento y la defensa del sistema inmunológico, de manera opuesta la papa posee una rentabilidad de 20%, con respecto a su inversión, no tiene potencial exportador, su precio tiene tendencia a reducirse y sus propiedades nutritivas son solo de aportar energía.

4.6.5.- Nuevas Interrogantes

Como toda investigación, a medida que se avanza más aparecen nuevas interrogantes que permiten profundizar la investigación y generar nuevas e innovadoras alternativas. Durante el trabajo de campo fueron apareciendo nuevas incógnitas que se incluyeron paulatinamente en la investigación; sin embargo, otras que merecerían una investigación independiente y pormenorizada se mencionaran a continuación.

En primer lugar, existe un gran interés, por parte de la cantidad de agricultores de quinua por la exportación de sus productos. Algunos, incluso, realizan esta actividad de manera independiente y esporádica por la dificultad que para ellos representa el proceso integral de poder vender a una empresa que pague un precio justo. Sin embargo, se dá la exportación de quinua a otros países por parte de cooperativas en el Departamento de Puno, no obstante en Ayacucho aún no existe el apoyo integral para incentivar dichos procesos. Así que la interrogante que surge es la factibilidad de realizar un replanteamiento del programa con una

mayor cantidad de agricultores de quinua (otras asociaciones) a los que se les permita la continuidad del mismo.

En segundo lugar, la investigación fue realizada aplicando la guía de entrevista a los agricultores de papa del Departamento de Ayacucho. Sin embargo, durante el desarrollo del trabajo de campo se despertó interés por otros departamentos ubicados en distritos diferentes a los estudiados, que también cuentan con las mismas características de los agricultores ayacuchanos. Entonces, se cuestionó la existencia de alternativas de solución para aquellos otros departamentos como Abancay, Huancayo, La libertad, etc.

En tercer lugar, se deben de investigar otros cultivos que no sean rentables y poder sustituirlos por cultivos andinos emergentes, tales como tarwi, cañihua, Kiwicha u otros.

Finalmente se debe estudiar cuál es el reto para poder seguir conservando el liderazgo como principal exportador y productor de quinua en el mundo, a través de una alineación de agricultores, empresarios, Estado, exportadores, instituciones privadas, ONG. etc.

Los agricultores consideran que el precio actual de esta campaña ha sido muy positiva para ellos, puesto que el precio de la papa se sitúa en 0.90, lo cual es un precio similar al que se vende la quinua en Lima, una de las causas que señalan los agricultores es que este año la mayoría de las persona invirtió en sembrar quinua, dejando de lado el cultivo de papa, lo cual redujo su oferta en el Mercado.

Este año se ha sembrado más quinua que papa, la papa te da más cantidad que la quinua. La papa ha subido el precio este año.

Aproximadamente de S/. 5000 a S/. 6000 es la inversión por una hectárea. La quinua se puede almacenar, no se malogra fácilmente. La demanda es de Enero a Julio. Este año no ha sido bueno sembrar quinua, los precios han bajado, aunque se puede almacenar y vender. Los principales compradores son Wiracocha que es de la zona, existen varias empresas. La forma de pago es pronta no existe mucho margen de espera.

El precio promedio que ofrecen los compradores por la papa es de S/. 0.90 en chacra, no obstante se está considerando S/. 0.80 céntimos, debido a que el precio por oferta y demanda varía día a día, siempre en cuando se negocie como asociación, si los agricultores venden individualmente recibirán un precio menor.

La presente estructura de costos analizado, nos explica la producción de la variedad de papa canchan, la cual es la más comercializada por la asociación debido a la demanda existente por parte de los intermediarios u otros compradores.

En conclusión, la rentabilidad de sembrar papa en una hectárea, que tiene un rendimiento de 3000 Kg y vendiendo a un precio de S/. 0.80 ($S/. 3000.00 * S/. 0.80$). Se obtendrá un ingreso de S/. 24000.00. Para lo cual se necesita una inversión de S/. 8031.50. Lo cual se obtendrá una rentabilidad de S/. 18968.50, lo cual se traduce en **236.18%** de rentabilidad. A pesar de que este año los precios de la quinua han disminuido se ha obtenido una rentabilidad de 199.00 %.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

1. El principal factor para sustituir los cultivos de papa hacia quinua para la generación de oferta exportable en la Cooperativa Virgen del Carmen es la existencia de una demanda internacional que crece a 10% anual, teniendo en cuenta que Perú tiene como principales clientes a los países de Estados Unidos de América, Canadá, Francia, Japón, China y otros. No obstante hay muchos mercados atractivos como Sudáfrica, Emiratos Árabes, Australia, Kuwait, otros países del medio oriente, se concluye que existe la oportunidad de aumentar la exportación a Canadá con un Per Cápita de 8 Kg por año, el cual es un mercado donde se cuenta con un TLC y los gustos y preferencias de los canadienses está enfocado en consumir alimentos naturales y nutritivos.
2. El segundo factor para sustituir los cultivos de papa hacia quinua para la generación de oferta exportable en la Cooperativa Virgen del Carmen es la existencia de un mercado de quinua peruana en proceso de desarrollo , la cual se proyecta a unos años una cadena sólida y con articulación entre los participantes de la cadena productiva, por ejemplo actualmente se cuentan con empresas exportadoras que vienen dirigiendo productos de quinua con valor agregado a los mercados internacionales, tales como Wiracocha del Perú, Exportadora Agrícola Orgánica, Aplex Trading, Inkasur, entre otros.
3. Para que el agricultor sustituya sus cultivos de papa por quinua debe de existir mayor rentabilidad, haber pactado con un comprador un precio y cantidad para una campaña, asimismo debe de existir apoyo por parte del Estado en capacitación técnica y comercial para los agricultores.
4. La quinua es un producto de demanda creciente, tiene una rentabilidad de 35.32 % , con respecto a su inversión, se proyecta que sus precios aumentaran en nuevos mercados y se caracteriza por tener la mayor cantidad de aminoácidos y una de ellas es la lisina, la cual ayuda al crecimiento y la defensa del sistema inmunológico, de manera opuesta la papa posee una rentabilidad de 19.90 % , con respecto a su inversión, no tiene potencial exportador, su precio tiene tendencia a reducirse y sus propiedades nutritivas son solo de aportar energía.
5. Las características del consumidor canadiense son consumir: alimentos nutritivos, alimentos saludables, alimentos orgánicos, alimentos que beneficien su salud y existe un mercado de quinua orgánico, celíacos que consumen productos libre de gluten, esta tendencia se da debido a la gran variedad de nacionalidades (chinos, árabes, no hay muchos latinos, japoneses) que se pueden encontrar en el mercado de Canadá. Este mercado es igual o mucho mejor que el mercado norteamericano en la alimentación, puesto que en el mercado canadiense se toman en serio su salud.
6. De acuerdo a los resultados de la investigación, se afirma que el Perú se encuentra en condiciones favorables para poder exportar quinua al mercado de Canadá debido a cantidad de hectáreas, la reconversión de los cultivos, la demanda del mercado, las ganancias al sembrar quinua, el valor agregado y éxito que han tenido las empresas exportadoras en el mercado canadiense.

7. La quinua es un cultivo que posee una demanda latente en el Mercado de Canadá, y se encuentra siendo exportada hacia dicho mercado a través de importadores mayoristas, y su demanda ha aumentado en los últimos 2 años representativamente por sus propiedades nutricionales, asimismo, cabe mencionar que Canadá tiene el mayor consumo Per Cápita (8 kg) en el mundo, no obstante, este mercado seguirá creciendo y se esperan buenos resultados en los próximos años.
8. La quinua peruana se encuentra desarrollada en el mercado de Estados Unidos de América, Europa, Canadá y estos mercados siempre serán los principales compradores, no obstante, se encuentran buscando nuevos importadores en distintos mercados, tales como: China, Australia, Taiwán, Dubái y Nueva Zelanda.
9. La Cooperativa Virgen del Carmen no cuenta con un plan de gestión, donde se pueda plasmar sus objetivos, misión y visión. En la Cooperativa Virgen del Carmen si se posee un presidente, secretario y un tesorero solo para casos puntuales. Son escasas las reuniones que realizan, aún sigue existiendo el individualismo por parte de cada asociado.
10. Para evitar problemas con los clientes extranjeros se debe de pasar por un Análisis de laboratorio, muchas veces las empresas exportadoras se evitan esos análisis y es asumir un riesgo como mayorista y como país, porque el mercado pierde prestigio. El problema radica que por atender el mercado se dejas de lado la trazabilidad. No se tiene una reguladora que sustente la Calidad del Producto y filtrar los productos para que no sean comercializados en mal estado.
11. El futuro de la quinua se proyecta con un competencia fuerte con Bolivia, USA, China y otros debido a la adaptación de dicho cultivo y el valor agregado que ellos aportan para la venta final al público, medida que el Perú aún no desarrolla en su máxima capacidad.

Recomendaciones

Científicas:

1. Los diferentes agentes involucrados en la cadena productiva de quinua deben organizarse con objetivos comunes e ideas claras. Es necesario que tanto el Estado como los productores administren correctamente sus actividades y recursos para concatenar ideas de forma adecuada y mejorar en conjunto, siguiendo un proceso ordenado.
2. Se debe promover la integración de los productores, impulsando estrategias y fortalecimiento de los productores. Sólo con el trabajo en conjunto podrán incrementar el poder de negociación como vendedores, logrando mejores condiciones en los créditos financieros y apertura de nuevos mercados (inicialmente mediante intermediarios y posteriormente de forma directa). Asimismo, la asociatividad permitirá el incremento y estandarización de la oferta explotable, logrando así obtener una producción de calidad acorde a los estándares demandados por el mercado internacional y nacional. Cabe mencionar que la asociatividad permite acceder de manera más rápida y eficaz a una certificación orgánica.

3. Orientar a los agricultores en la importancia del cultivo de quinua y los beneficios que conlleva adecuarse a esto. Esta capacitación debe ser constante y varias veces al año como responsabilidad como asociación y como parte del rol del Estado.
4. Incentivar la cultura de la especialización adecuada a los procesos de producción para reducir la merma al momento de desaponización.

Académicas

1. Promover la búsqueda y aplicación de estudios científicos donde se obtengan resultados que contribuyan con el desarrollo y promoción de la producción de quinua orgánica a nivel nacional, así como la creación de nuevas variedades de semilla.
2. Creación de un libro donde se plasme las estrategias necesarias para seguir manteniendo el liderazgo en exportaciones través de toda la cadena de valor.
3. Incentivar el estudio de nuevos mercados internacionales para el ingreso y presencia de quinua peruana.

Gubernamentales

1. Organizar el apoyo que se otorga a las asociaciones de productores de quinua orgánica, de tal manera que no haya una desarticulación de actividades y/o duplicidad de apoyo. Asimismo se debe esquematizar el apoyo para que este sea continuo.
2. Diseñar un mecanismo de interacción y comunicación con los productores y agroindustrias más eficiente para que tengan una noción real de la situación y coordinen en unidad la realización proyectos, planes de desarrollo y mejoramiento de procesos, así como estrategias de promoción de la producción.
3. El gobierno debe de hacerse de un rol de apoyo y promover la producción de quinua, a través de la difusión y promoción de las bondades y cualidades altamente nutritivas del grano impulsando su consumo y producción en otras zonas.
4. Formalizar las mesas de trabajo de la quinua para que las reuniones mensuales no sean simples conversatorios, sino centros de decisión que presenten soluciones con resultados medibles a corto mediano y largo plazo.
5. Crear un ente supervisor de la producción de productos orgánicos, y una base de datos que lleve un adecuado registro de la información de la producción orgánica y control de calidad e inocuidad de los productos producidos de todo el país y con detalle de cada región.
6. Revisar los límites máximos de las tasas financieras que cobran las entidades financieras a los productores y empresas MYPE, con el fin de mejorar las condiciones actuales de crédito.
7. Creación de una partida específica de la producción orgánica de quinua, debido a que hasta el momento se exporta la quinua orgánica bajo la partida 1008901900; si se tuviera una partida arancelaria específica se podría llevar una mejor estadística de evoluciones de venta, conocer de una manera más directa los mercados de destinos de la quinua

orgánica y así mismo también permitiría el acceso a información directa y accesible para la realización de investigaciones.

Para los agricultores

1. Fomentar la formación empresarial y de liderazgo en los agricultores con planes de capacitación constantes orientados a difundir los conocimientos en materias como administración y gestión de empresas, comercialización, gestión de calidad, entre otros.
2. Crear conciencia en los productores de la relación beneficiosa que existe entre brindar productos con mayor valor agregado e ingresos económicos, mediante charlas y testimonios de líderes de opinión en la comunidad.
3. Formar alianzas estratégicas entre las asociaciones para perseguir fines comunes de comercialización y desarrollo. Esto derivará en una mejora de la competitividad, capacidad y oportunidades de negociación, reducción de costos, acceso a información de mercados, facilidades de acceso, obtención directa de información climática y a una mayor oferta exportable.
4. Es necesario reforzar el concepto de uso responsable de los recursos como suelos, semillas, abonos, recursos hídricos, etc. para evitar su sobre explotación.

Para las empresas exportadoras

1. Realizar mayor participación en ferias y misiones internacionales para mayor posicionamiento de su marca.
2. Compartir los productos que venden en el mercado extranjero con el mercado peruano.

A terceros

1. Fomentar la creación de proyectos con responsabilidad social de las empresas privadas que laboran en la región.
2. Incentivar el concepto de productor-socio entre las empresas para perseguir objetivos comunes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y ELECTRÓNICAS

1. Amachi, Felipe (2001). Comercialización de quinua pasankalla. Proyecto Waru Waru II. [ref.1 de junio del 2011]. Disponible en Web: ftp://ciat.cgiar.org/ipgri/Canihua/Libros,%20posters,%20resumenes/Beneficios%20nutritivos_Canahua&.pdf
2. Apaza & Apaza (2008). COMPETITIVIDAD DE LA QUINUA. Una Aplicación del Modelo de Michael Porter. [ref.21 de abril del 2011]. Disponible en Web: <http://www.eumed.net/libros/2010b/706/>
3. Beatriz Muriel & Tania Evia S (2010). La Quinoa: Una Opción para Mejorar los Ingresos Rurales en Bolivia (2010). [ref.31 de mayo del 2011]. Disponible en Web: http://www.inesad.edu.bo/bcde2010/contributed/e22_49.pdf
4. Bereniz, Tello (2007). El grano de Oro-Quinoa. [ref.08 de junio del 2011]. Disponible en Web: <http://www.youtube.com/watch?v=q58FmwIkyFc&feature=related>
5. Biblioteca Virtual de Cooperación Internacional (2008). [ref.15 de marzo del 2011]. Disponible en Web: http://www.2020dc.com/press/2001_04_PRA_Quinoa.pdf
6. Birbuet & Machicado (2009). Technological Progress and Productivity in the Quinoa Sector. [ref.15 de mayo del 2011]. Disponible en Web: <http://www.inesad.edu.bo/bcde2009/B1%20Birbuet%20Machicado.pdf>
7. Cámara de exportadores de la Paz-Bolivia (2007). Perfil del mercado de la Quinoa [ref.29 de marzo del 2011]. Disponible en Web: www.cebem.org/cmsfiles/articulos/Perfil_mdo_quinoa.pdf
8. Catholic Relief Services -CRS-, el Centro Internacional de la Papa CIP, y la FAO (2003). Estudio de la Quinoa. [ref.15 de marzo del 2011]. Disponible en Web: infoagro.net/shared/docs/a5/cproandinos5.PDF
9. Cazar & Alava (2004). Producción y Comercialización de Quinoa en el Ecuador. [ref.22 de mayo del 2011]. Disponible en Web: <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/3622/1/6149.pdf>
10. Chacchi, Kathy (2009). Demanda de la quinua (chenopodium quinoa Willdenow) a nivel industrial. (tesis de maestría). Universidad Nacional Agraria de la Molina. Lima-151pp.
11. CIES & COPLA (2009). Consorcio de Investigación económica y social & Programa de Comercio y pobreza en Latinoamérica. [ref.15 de abril del 2011]. Disponible en Web: www.cop-la.net/es/system/files/Espinosa_estudio+de+caso+COPLA+2.pdf
12. Componente nutricional de diferentes variedades de quinua de la región andina (2006). Universidad Libre. [ref. 08 de mayo del 2011]. Disponible en Web: www.revistaavances.co/objects/docs/Avances_5/a5_art12_quinoa.pdf

13. Condori, María & Arapa, Percy (2008).Ciencia y tecnología de la quinua. Perú: Estado Público.
14. Conociendo la cadena productiva de la Papa en Ayacucho (2007). Solid Perú (2007).[ref.29 de marzo del 2011].Disponible en Web: <http://www.solidperu.com/upl/1/default/doc/Conociendo%20la%20cadena%20productiva%20de%20la%20papa%20en%20Ayacucho.pdf>
15. Cuarto Poder (2010).[ref.05 de enero del 2014].Disponible en Web: <https://www.youtube.com/watch?v=XeeGo5GkXV4>
16. Diario El Comercio (2011). Quinoa revalorada: su precio se ha triplicado en el extranjero.Lima.15 de marzo del 2011.P.15.
17. Diario Gestión (2010). Brasil aprueba ingreso de quinua peruana a su mercado.[ref. 31 de mayo del 2011]. Disponible en Web: <http://gestion.pe/noticia/691242/brasil-aprueba-ingreso-quinua-peruana-su-mercado>
18. Egoávil Arce, Mario René (1949).Comercialización de la quinua en el altiplano peruano. Primera Edición. Perú: Universidad nacional mayor de San Marcos. UNMSM.
19. El clúster de quinua en Bolivia: Diagnóstico competitivo y recomendaciones estratégicas (2001). Instituto Centroamericano de Administración de Empresas (INCAE).[ref. 05 de junio del 2011]. Disponible en Web: http://www.envase.org.bo/trainingmat/view_doc.asp?noid=ELCL36622
20. El diario decano de la prensa nacional (2011). Al menos 50% de quinua sale de contrabando al Perú.). [ref. 09 de junio del 2011]. Disponible en Web: http://www.eldiario.net/noticias/2011/2011_04/nt110414/3_03ecn.php
21. FAO(2009-2011). Programa de apoyo a la agricultura familiar campesina en Perú, Bolivia y Ecuador para mejorar la disponibilidad, el acceso y el uso de semilla de calidad en las zonas Alto Andinas. [ref. 15 de mayo del 2011]. Disponible en Web: http://www.rlc.fao.org/fondo/proyectos/183_resumen.htm
22. Fundación Autapo (2008).Programa quinua altiplano Sur Municipios productores de quinua real del altiplano sur de Bolivia. [ref.31 de mayo del 2011].Disponible en Web: <http://es.scribd.com/doc/39405638/linea-base-2008-fundacion-autapo-programa-quinua-altiplano-sur-r-m>
23. Hispano TV nexa latino (2013).La Gran historia. La quinua una gran alternativa para acabar con el hambre en el mundo.[ref. 05 de enero del 2014].Disponible en Web: <https://www.youtube.com/watch?v=36M9ZT-PkpY>
24. Instituto Nacional de Investigación y Extensión Agraria Estación Experimental Agraria Illpa (Puno). (2006). Quinoa INIA 415 pasankalla: variedad para agroindustria, exportación y consumo nacional / Instituto Nacional de Investigación y Extensión Agraria, Estación.Puno.6 p.

25. La Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.(2011). Semillas Andinas. [ref. 25 de mayo del 2011]. Disponible en Web: <http://www.rlc.fao.org/fondo/documentos/semandinas/default.html>
26. Medrano & Torrico (2009). Consecuencias del incremento de la producción de quinua (*Chenopodium quinoa* Willd.) en el altiplano sur de Bolivia Cienciagro.[ref.31 de mayo del 2011].Disponible en Web: http://www.ibepa.org/index-Dateien/117-123_Medrano_y_torrico.pdf
27. Ministerio de Agricultura de Chile (2010). Resultados y Lecciones de Modelo de Gestión para Producción y Comercialización de Quínoa.[ref.29 de mayo del 2011].Disponible en Web: http://www.indap.gob.cl/sites/default/files/gestion_para_produccion_y_comercializacion_de_quinoa.pdf
28. Ministerio de Agricultura (2005).Plan estratégico de la Cadena productiva de Papa nativa en tambo La mar– Ayacucho.Ayacucho.24 p.
29. Ministerio de Comercio Exterior y Comercio. (2006). Plan Operativo de la quinua Región Puno. [ref.29 de mayo del 2011].Disponible en Web: http://www.dirceturpuno.gob.pe/wp-content/uploads/2011/05/pop_quinoa.pdf
30. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2007).Estudio de Mercado para la Quínoa y la Kiwicha en Alemania.Lima.46 p.
31. Mujica & Ortiz (2006). Informe final del proyecto quinua: cultivo multipropósito para los países andino.[ref.02 de abril del 2011].Disponible en Web: <http://www.g77.org/pgtf/finalrpt/INT-01-K01-FinalReport.pdf>
32. Murillo, Alipio et al (2003). Beneficios Nutritivos y formas de consumo de la Quinua (*chenopodium quinoa wild*) y de la Kañihua (*Chenopodium pallidicaule* Aellen).). [Ref. 09 de junio del 2011]. Disponible en Web:ftp://ciat.cgiar.org/ipgri/Canihua/Libros,%20posters,%20resumenes/Beneficios%20nutritivos_Canahua&.pdf
33. Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Caribe (2000). Cultivos andinos subexplotados y su aporte a la alimentación.[ref.5 de junio del 2011]. Disponible en Web: <http://www.fitoica.com/Biblioteca/Libros/Alimentos/A3.pdf>
34. Olivera, Arturo & Arrascue, Walter. (1970).Proteínas de la harina de quinua : I. estudio electroforético en el gel de poliacrilamida. Sociedad Química del Perú.Lima.180 p.
35. Perfil del mercado de la Quinua (2007).Cámara de exportadores de la Paz-Bolivia.[ref.29 de marzo del 2011].Disponible en Web: www.cebem.org/cmsfiles/articulos/Perfil_mdo_quinoa.pdf
36. Planes de Negocio Agropecuarios en Potosí. Proyecto Identificación de Ideas Innovadoras de Negocios. [Ref. 5 de mayo del 2011].Disponible en Web: <http://delap.nuevaeconomia.com.bo/documentos/Sep.%20Planes%20de%20Neg%20DELAP.pdf>

37. Promueve Bolivia (2010). Perfil producto quinua y derivados [ref.19 de marzo del 2011]. Disponible en Web: <http://www.promueve.gob.bo/DocPDF/PerfilProducto/QUINUA Y DERIVADOS.pdf>
38. Revista Hábitat (2008). El cultivo de la quinua en Bolivia: oportunidades y amenazas [ref.25 de mayo del 2011]. Disponible en Web: <http://www.lidema.org.bo/habitat/habitat75.pdf>
39. Salines, Fernando (2009). Cadena Agroalimentaria de la Quinua y la Maca Peruana y su Comercialización en el Mercado Español. [ref.1 de junio del 2011]. Disponible en Web: http://oa.upm.es/3085/1/FERNANDO_SALCINES_MINAYA.pdf
40. Solid Perú (2007). Conociendo la Cadena productiva de Quinua en Ayacucho. [ref.15 de abril del 2011]. Disponible en Web: <http://es.scribd.com/alarc%C3%B3na/documents>
41. Solid-Perú (2010). Tecnología productiva de la Quinua (2010). [Ref. 09 de junio del 2011]. Disponible en Web: <http://www.solidperu.com/upl/1/default/doc/Quinua%20-%20Marco%20Referencial.pdf>
42. Universidad de los Andes de Venezuela (2006). Del altiplano sur boliviano hasta el mercado global: coordinación y estructuras de gobernación en la cadena de valor de la quinua orgánica y del comercio justo. [ref.1 de junio del 2011]. Disponible en Web: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/17905/1/articulo5.pdf>
43. Universidad del Pacífico (2000). Seminario de agronegocios de la quinua [ref.12 de abril del 2011]. Disponible en Web: <http://www.upbusiness.net/Upbusiness/docs/mercados/14.pdf>
44. Universidad Nacional de Colombia (2005). Cadena agroalimentaria de la Quinua. [ref. 05 de junio del 2011]. Disponible en Web: <http://www.misionrural.net/observatorio/alianzas/productos/quinua/cucaita-samaca/PreInversionQuinuaBoyaca.pdf>
45. YouTube (2010). Entrevista-"Exportadora Agrícola Orgánica SAC". [ref.30 de mayo del 2011]. Disponible en Web: http://www.youtube.com/watch?v=NeC_pFuW0CE
46. Ministerio de Agricultura (2014). [ref.16 de julio del 2015]. Disponible en Web: http://agroaldia.minag.gob.pe/biblioteca/download/pdf/agroeconomia/2014/papa_2014.pdf
47. PRO COLOMBIA (2015). [ref.16 de julio del 2015]. Disponible en Web: <http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/agroindustria/mayor-consumo-de-quinua-en-canada-aumenta-oportunidades-para-colombia>
48. TERRY ALBA, JOSE (2015). [ref.16 de julio del 2015]. Disponible en Web: <http://quinua.pe/exportaciones-de-quinua-sufren-caida-debido-a-bajos-precios/>

49. CONSULTORA MY PERU GLOBAL (2014). [ref.25 de julio del 2015].
<http://myperuglobal.com/blog/mercados-y-oportunidades-de-la-quinua-peruana/>
50. DIARIO GESTION (2015). [ref.25 de julio del 2015]. Disponible en Web:
<http://gestion.pe/economia/ccl-exportacion-quinua-crecio-seis-veces-mas-ultimos-dos-anos-2124236>
51. DIRECCION REGIONAL AGRARUA DEL GOBIERNO REGIONAL DE PUNO (2015) [ref.26 de julio del 2015]. Disponible en Web:
<http://www.agropuno.gob.pe/?q=node/907>
52. DIARIO GESTION (2015). [ref.25 de julio del 2015]. Disponible en Web:
<http://gestion.pe/economia/peru-podria-perder-negocio-quinua-si-no-impulsa-productos-valor-agregado-2141320>
53. SEMANA ECONOMICA (2013). [ref.01 de Setiembre del 2015]. Disponible en Web:
<http://semanaeconomica.com/escala-global/2013/03/12/oferta-exportable-competitiva/>
54. IICA-Instituto Interamericano de Cooperación para la agricultura. (2013). [ref.12 de Marzo del 2016]. Disponible en Web:
<http://www.iica.int/sites/default/files/publications/files/2016/b3857e.pdf>
55. LA RAZON – LA PAZ (2016). [ref.12 de Marzo del 2016]. Disponible en Web:
<http://eju.tv/2016/01/bolivia-baja-al-segundo-lugar-la-venta-quinua-eeuu/>

APÉNDICE

Instrumento: Guía de entrevista a profundidad-estructurada

Estimados Señores,

Estoy realizando una investigación para determinar los factores que influyen para la de cultivos de papa hacia quinua, con el objetivo de poder mejorar a la Cooperativa Virgen del Carmen en base a la producción de los productos que solicita el mercado.

Les pido por favor respondan con la mayor sinceridad, debido a que sus respuestas nos permitirán conocer si podemos realizar la mencionada sustitución de cultivos.

Muchas gracias por su cordial participación.

- **Información general con respecto a la sustitución de cultivos.**
 - ¿Qué entiende Ud., por sustitución de cultivo o sustitución de cultivos? ¿Por qué cree que se dan estos desplazamientos de cultivos?
 - ¿Qué beneficios creen ustedes que se obtienen en la sustitución de cultivos, si se podría dar el caso en su Asociación?
 - Conocen algunos casos de sustitución de cultivos por la zona de Cangallo.
 - Consideran ustedes la agricultura como medio para obtener mejores ingresos económicos.
 - Supongamos que les proponemos cambiar su actual cultivo de papa por quinua, ¿Estarían dispuestos a hacerlo?

- **Producción de papa en la Cooperativa Virgen del Carmen.**
 - ¿Actualmente que importante es para Ud. los sembríos de papa actual?
 - En su opinión cuáles son los principales problemas a los que se enfrentan al sembrar papa?
 - Les parecen rentables las ganancias que obtienen por sembrar papa.
 - ¿Qué valor sentimental tiene sembrar este tubérculo?

- **Producción de quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen.**
 - ¿Actualmente, siembran quinua? ¿La producción de quinua la venden?
 - Sí vendieron la quinua, ¿quiénes fueron sus compradores?
 - ¿Los precios que reciben por la quinua no les parece tentativos, para optar en un 100% a la siembra de este producto?
 - Ustedes consideran que la quinua, es más sencilla para sembrar y cosechar.
 - ¿Si tuvieron problemas al sembrar quinua? ¿Cuáles fueron?
 - En su opinión, es sencillo sembrar quinua y conseguir compradores?

- **Fortalezas de la quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen.**
 - ¿Qué variedad de quinua han sembrado?
 - ¿Cuál es la diferencia de precios entre la quinua blanca de Junín y otras variedades?
 - ¿Considera Ud. fuerte la inversión de la quinua?

- ¿Cuáles son los problemas más comunes para sembrar este cultivo?
- ¿Consideran de calidad su quinua?
- **Oportunidades de la quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen.**
 - ¿Cuántos compradores dispuestos a comprarles tuvieron?
 - En su experiencia en el campo, han notado que cada vez están apareciendo más compradores de quinua en esta zona.
 - Ustedes consideran que su Asociación está preparada para poder sembrar quinua.
 - En su apreciación se sienten apoyados por las instituciones del estado, para mejorar su rol en la generación de quinua de exportación.
 - ¿Estarían dispuestos a recibir ayuda de técnicos para lograr una buena cosecha de quinua apta para la exportación.
 - Estarían dispuestos a vender la quinua a otros países, a través de ventas hacia las empresas exportadoras.
- **Debilidades de quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen.**
 - ¿Consideran la producción de quinua como una forma de hacer negocios en su asociación, es decir para vender en cantidades fuertes y obtener precios rentables.
 - ¿Estarías dispuesto a firmar contratos de venta para la venta de quinua, a un comprador?
 - ¿Consideran que la tecnología en la siembra de quinua serviría para mejorar la productividad de esta?
- **Amenazas de la quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen.**
 - Según, su apreciación los servicios básicos actuales que poseen las ayuda a poder tener un producto competitivo.
 - De qué manera las heladas, la falta de agua, les afectan en la producción de quinua.
 - En su opinión consideran que la quinua que producirían puede venderse a mercados extranjeros.
- **Viabilidad de sembrar quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen.**
 - Si el precio actual de la quinua en precio de chacra es de 5.50 el kilo y el de la papa 0.45 céntimos Ud., estaría dispuesto a sustituir su cultivo actual de quinua hacia la producción de quinua?
 - ¿Si, el programa Sierra exportadora lo apoya con semillas productivas, capacitación técnica, de gestión y le brinda financiamiento para el cultivo de quinua, optaría por este cultivo?
 - ¿Cuáles serían las razones por las cuáles no podrían migrar sus cultivos de papa hacia quinua?
 - En su opinión mejorarían sus ingresos si optaran por sembrar quinua.
- **Necesidades para sembrar quinua**
 - ¿Qué es lo que necesitan para poder sembrar quinua?
 - ¿Cuál es la razón principal por la cual cambiarían su cultivo a quinua?
 - ¿Digan una lista del apoyo que necesitan para cultivar quinua?

Gracias por colaborar.

ANEXO 01

NOMBRE	EUGENIA FLORES	PEDRO AYALA
¿Ud. estaría dispuesta a cambiar sus cultivos actuales de quinua por papa?	Yo siembro los dos tipos de cultivos y considero la papa más rentable.	40% quinua y 60% de papa. Depende del año. En base a la demanda del mercado. En Ayacucho hemos producido papa en todos los departamentos y a bajos precios. A esta fecha era barato a 0.40 , 0.50 céntimos
¿Cuál es el promedio de hectáreas que posee para poder sembrar?	3 hectáreas	Yo poseo hasta 10 hectáreas, pero depende de los terrenos .Actualmente tenemos mucha demanda de terrenos Depende del área de donde está ubicada. Otro problema es la falta de agua.
¿A cuánto asciende el precio de la papa en la chacra?	S/. 0.90	El precio está fluctuando en 1.00 ahora, ha llegado en enero a 1.10 a 1.05.
¿A cuánto equivale el ingreso por cada hectárea?	S/. 27 000.00	S/. 25000.00
Inversión	S/.8000.00	El promedio de inversión es de S/. 10000 por hectárea. Un peón vale 35 soles, sin pasaje y sin comida .Llega el costo del peón a 50 soles y no trabaja completo. Lo más caro es la mano de Obra. Para buena producción debe de haber buena semilla, y también cuesta. Pero si es de invernadero a la larga la producción es más. La productividad y utilidad depende de una buena inversión.

		<p>Una hectárea genera en promedio, buena semilla y buen abono bota 50 TN, 45, y 30 TN mínimo depende también del terreno. La inversión es de 10000 o puede ser menos.</p> <p>Existen gastos imprevistos. Plagas, fumigaciones.30 TN por hectárea.</p> <p>Mi ganancia por cada tonelada sería 20000, si el precio sigue preservándose.</p>
Demanda de Papa meses	Marzo (Son llevados a Lima desde Ayacucho).	
Tipo de Papa	Conchan	
Competencia	Otros distritos de Ayacucho (Sachabamba, Pampacangallo).	
Autoconsumo	01 Saco para un mes.	
Sistema de Producción	Siembra: Octubre Cosecha: Marzo, Abril	
Opción de sembrar quinua	No porque las empresas no dan buenos precios en la quinua. Falta mayor difusión de este cereal en el mercado nacional, no comen en el campo. Y están contaminados.	
Mercado de Ayacucho en Quinua	Hay empresas pequeñas , no hay incentivo con respecto a la quinua, si cambiarían si existieran las condiciones	
Porque sembrar papa y no cambiarla	La papa es un producto que se puede vender todo el año. En cambio la quinua ...porque las empresas te exige buenos volúmenes de producción para que pase análisis	

ANEXO 2

NOMBRE	SERGIO GOMEZ	SERGIO SULCA CANCHARI
¿Ud. estaría dispuesta a cambiar sus cultivos actuales de quinua por papa?	Llevo trabajando 15 años con la papa, y el precio varía. Depende del precio, ahora esta temporada el precio es bajo. No tiene un precio estable, la oferta y la demanda influye mucho.	Yo me dedico a sembrar quinua. Mayormente compro para comercialización. Compro y vendo. Compro papa para autoconsumo.
Hectáreas	07 Hectáreas.	Yo tengo 05 Hectáreas y aparte compro en sacos para comercializar.
Promedio de inversión	La inversión es 10000 a 12000 para sembrar blanca o conchan, varía por semilla.	La inversión es de S/. 4500.00 a S/. 5000 por hectárea y ha subido la mano de obra.
Precio de papa en chacra	Kilo S/. 0.90 a S/. 1.00. Si el precio baja hasta 0.50 o 0.60 no hay ganancia. Años anteriores ha subido	El precio de la quinua roja ha bajado de S/.7.00 y S/. 7.50 y la blanca de S/. 5.00 a S/. 6.00. Depende del análisis (Se analiza a Lima en un laboratorio de Lima).Nos devuelven de 05 a 07 días .Sí el resultado es libre de pesticidas se cotiza a S/. 7.00 soles. Nos certificamos por cada campaña. Es diferente la convencional y orgánica. La certificación se da cada año. Es mejor cuando llueve, pero no tener lluvia en exceso.

Ingreso promedio (Ganancia)	Si esta más de 1.00 el precio de papa si hay ganancia	El ingreso promedio es de 2000 Kg a 2500 Kg por Hectárea la orgánica y 3500 Kg la convencional. “Quinoa analizada”, se certifican en campaña grander. Cuando llueve, solo con lluvia no con riego.
Compradores	Lima	Los remedios naturales están hechos a base de ceniza. Otro es ají amarillo para cuidarlo de los gusanos que comen las hojas de la planta. Ají con ajo se fermenta como la chicha con eso se fumiga. Y el guano Isla cuando sembramos. Nosotros hacemos el compus.
Meses con mayor demanda	La temporada inicia a partir de Enero hasta Julio. El precio se mantiene. 300 a 400 sacos, y cada saco pesa de 100 Kg.	Los meses con mayor demanda Mayo hasta Julio, esta es la campaña grande.
Principales Clientes	Casma de Arequipa, Puno, Cuzco.	Los principales clientes son Vínculos Agrícolas, Colodera. Este año se ha vendido 500 TN entre lo que produzco y lo que produzco. Como acopiador yo para retener a los agricultores .Yo compro al contado, pagamos el mismo precio y ha contado. Nosotros trabajamos con Vínculos Agrícolas, la cual es la que más paga en Ayacucho. Wiracocha también compra buena cantidad, tiene precios bajos y si tiene sus clientes.

		<p>Mis objetivos es seguir creciendo y seguir a esas empresas grandes. Llegar a exportar más adelante.</p> <p>Antes la quinua el precio estaba el año pasado 13.00 soles. El año pasado ha habido 50% menos. La quinua está bajo el precio. Este año hemos vendido 500 TN.</p>
Autoconsumo	Promedio de un saco por mes.	Si separamos lo necesario para nuestro consumo.
Ha sembrado quinua	Antes la quinua costaba muy barato .Con la llegada de los países europeos .Antes costaba 1.50 kg. Ahora se ha valorado y las personas no conocen los beneficios de la quinua.	
Inversión de quinua.	<p>Aproximadamente de 5000 a 6000 por una Hectárea. La quinua se puede almacenar, no se malogra fácilmente.</p> <p>Demanda es de Enero a Julio.</p> <p>Este año no hubiera sido bueno sembrar quinua, los precios han bajado, aunque se puede almacenar y vender.</p> <p>Los principales compradores son Wiracocha que es de la zona, existen varias empresas.</p> <p>La forma de pago es pronta no existe mucho margen de espera.</p>	
Limitaciones para sembrar quinua	La cosecha de la quinua es un poco trabajoso.	

Cuáles son mis perspectivas como agricultor	La quinua sería una de las mejores alternativas para dejar descansar al terreno que produce papa.	
---	---	--

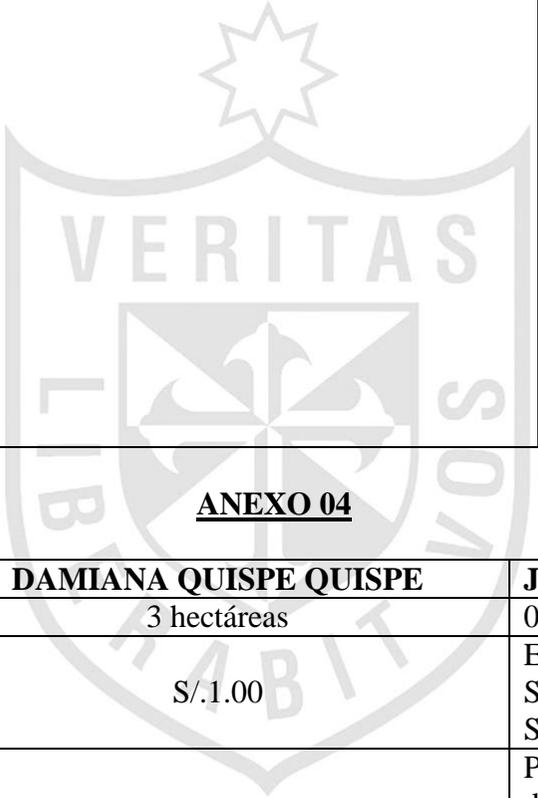
ANEXO 03

NOMBRE	RICARDO DELGADO	HILARIO CONDORI
¿Ud. estaría dispuesta a cambiar sus cultivos actuales de quinua por papa?	<p>Este año se ha sembrado más quinua que papa, la papa te da más cantidad que la quinua. La papa ha subido el precio este año. Con vender la papa a S/. 0.70 están ganando con papa.</p> <p>Me conviene vender más papa que quinua. Solo quieren quinua orgánica. Las empresas que compran solo analizan 05 TN ó 10 TN. Los que no tienen S/. 4.00 o S/. 3.00 soles y de S/. 10.00 para arriba S/.7.00 y S/.8.00 soles. El precio ha bajado de S/. 7.00 a S/.4.00 .Cuando lo venden al exterior .Las ganancias del agricultor son bajas .No hay asociaciones que te capaciten .Solo hay intermediarios que analizan la quinua que te condicionan a 15 días para que puedan comprarte solo si es orgánica evaluada.</p> <p>Falta alguien que fiscalize que apoye al agricultor para poder analizar si quinua es orgánica y no lo engañen diciendo que su quinua es convencional. Hasta 3 soles la convencional.</p>	<p>No estaría dispuesto, debido a que la mayoría de mis clientes está orientado hacia la siembra de papa. Prefiero asegurarme con la papa. El riesgo de la compra es el principal problema.</p> <p>Yo siembro de 05 hectáreas para arriba.</p> <p>El precio de papa es la canchan y Yungay en chacra esta 0.90 céntimos.</p>

	<p>La papa es más, la quinua orgánica solo sale 1500 Kilos por S/. 4.00. Puedes obtener S/. 6000.00 e inviertes S/.4000.00 y solo S/.2000.00 su ganancia. Quinua en el 2013 y 2014 valió la pena ahora ya no.</p> <p>La papa 30 TN, S/. 30000 solo de primera La segunda sale para los peones solo papa. Su inversión es de S/. 8000.00 soles. La quinua antes esta S/. 10.00 soles y S/.12.00 soles Si la papa llega a 0.70 centavos es rentable.</p> <p>Yo tengo 08 hectáreas. Cada hectárea genera 30 TN. La quinua genera con insecticida hasta 3000 Kg. La quinua es más fácil sembrar, menos mano de obra.</p> <p>Este año es normalmente cuesta S/. 0.50, pero ha subido a 1.00 papa de primera. El precio es de S/. 0.90 y S/. 0.80.</p> <p>Ganancia es S/.22000.00 porque esta S/.1.00 Kg .No es normal el precio Solo vale S/. 0.60, este es el año que ha subido. Porque la gente ha dejado de sembrar papa, quinua roja sigue siendo cara.S/. 7.00 soles solo hablando de orgánica .te da mínimo.</p>	
--	--	--

	<p>Campana chica Enero, Febrero y Marzo y campana grande semilla, solo se invierte S/. 1000.00 soles Abril a Julio .La quinua también no es arriesgarse mucho si tú tienes todo.</p> <p>Hay cantidad de quinua, hay poca papa.</p> <p>De Ayacucho vienen de varios sitios a comprar, desde Arequipa y Puno, Lima, Cuzco Juliaca. En Puno para hacer chuño se llevan de segunda.</p> <p>La quinua es más fácil sembrar.</p> <p>Sin agua se malogra la papa, se riega con canales.</p> <p>La quinua está muy barata y están pidiendo solo orgánica y las empresas quieren comprarte de 06 TN para arriba, y no le queda opción de venderlo a S/. 4.00 si es convencional y solo rinde 1500 Kg.</p> <p>La inversión es de S/. 4000.00, son todo con tractor, terreno y personal para alquilar. Si yo tuviera todo eso para papa es de S/. 8000 soles, y si tienes tractor, chacra te ahorras S/.2000.00.</p> <p>Las limitaciones para sembrar es la falta de lluvia. La quinua esta no es comercial. La</p>	
--	--	--

	<p>siembra de quinua de la Costa y fue rechazado desde ese momento la quinua ha perdido su apertura a otros mercados.</p> <p>Yo no cambiaría de cultivos por lo que ahora está bajo, aunque la quinua es más bajo, más rápido La falta de lluvia es primordial.</p>	
Hectáreas	7	De 05 hectáreas para arriba.
Promedio de inversión	S/. 10000.00 para sembrar blanca o conchan, varía por semilla.	El precio es de Yungay , chancay ,peruanita En chacra es a S/0.90.
Precio de papa en chacra	Kilo S/. 0.90	Se invierte en una hectárea como S/ .15000.00 En abono, semillas, alquiler de terreno, tractores, surcos, guanos, mano de obra .Siembra, juntar la papa y otros.
Ingreso promedio (Ganancia)	Si esta más de S/. 1.00 si hay ganancia	El ingreso promedio es de S/. 15000, si se mantienen el precio .La gente se ha dedicado a siembra de quinua. Se está ganando dinero. Diario se vende 30 TN, 40 TN y 50 TN de puro acopio alrededor Lima, Ica, Arequipa, Cañete, Chincha.
Compradores	Lima	Los meses con mayor demanda desde Enero hasta Julio. Los mayoristas son los mayores clientes. Las mayores limitaciones son la helada, granizada, falta de lluvia, sequía, plagas.

		<p>Porque es importante para mi tiene mayor salida, todas las personas compra para todas las clases sociales.</p> <p>El precio promedio de quinua es de S/4.00 y S/. 5.00 la convencional y la orgánica es de S/. 7.00 y S/. 8 soles .Equivale a S/. 5000.00 soles .Una hectárea tiene 2 TN</p> <p>Demanda desde abril hasta agosto. Más demandan quinua los exportadores, ni Perú mismo consumo.</p> <p>Mis competidores son Andahuaylas, Huancayo, Huánuco.</p> <p>Mi objetivo es abrir otros locales, abarcar poco a poco y seguir creciendo.</p> <p>Si me ofrecen una compra fija, capacitación hay podría cambiar mis cultivos.</p>
--	---	--

ANEXO 04

	DAMIANA QUISPE QUISPE	JUAN NEYRA
Hectáreas Disponible	3 hectáreas	09 hectáreas
Precio	S/.1.00	El precio es actualmente de S/. 1.00 hasta S/.1.30.El año pasado el precio fue de S/.0.30 Céntimos a S/.0.40 céntimos
Inversión	S/.10000.00 a S/.15000.00	Para el abono, el terreno está S/.1000.00 depende si es ladera o pampa, tractor, guano de abono, fosfato, peones depende de si esta preparado, mano de obra, maquinas S/.8000.00 a S/.10000.00.

Ingresos	Depende del precio	1 hectárea 30 TN –Puedes ganar S/.15000.00. En una hectárea se genera S/. 30000.00 soles y ganas S/.15000.00.
Ganancia	S/. 15000.00	S/. 15000.00
Rendimiento	400 sacos (40 TN)-01 Hectárea	30 a 40 TN (300 sacos) en campaña corta y en campaña grande es 40 TN.
Oferta en el mercado	Abril a Julio	Abril a Mayo.
Compradores-Clientes	Cuzco , Arequipa, Lima	Lima, Arequipa.
Competidores	Andahuaylas, Huánuco.	Huancayo
Problemas y limitaciones	Helada	Existe mucha variación de precios, dependiendo de la demanda.
Ha sembrado Quinoa	No , nunca	No , no he sembrado. Me gustaría probar.
Si la empresa exportadora le ofrece capacitación.. Cambiarían su cultivo	Sólo cambiaría el 20%.Siempre los dos equitativos. A veces no sale la quinoa, tiene mayor consumo. Donde sea puedes vender papa en cambio quinoa solo te compra empresas.	Estoy enfocado en la papa, ya tengo mis clientes hijos.
Compradores	Empresas grandes,	Compradores radican en Lima. Estoy 20 años en el negocio.
Precio de la quinoa	5 soles	No he sembrado.
Inversión de quinoa	S/. 2000.00	S/. 2500.00
Compradores	Empresas grandes	

ANEXO 05

PREGUNTAS	DANIEL HUARANCA
------------------	------------------------

Uds. estarían a cambiar todas sus hectáreas de papa a quinua-	Quinua 70% y 30% papa. Siembro quinua roja, blanca y amarilla. La roja es la más cara (Convencional y orgánica).
Hectáreas	08 a 10 Hectáreas.
Kilo de la papa	S/. 1.20
Inversión para papa	S/. 10000.00
Ganancia de papa	S/. 10000 a S/. 20000, puede variar.
Cantidad de papa que ha vendido	30 TN
1 HECTAREA	30 TN
Demanda de papa (Meses)	Abril y mayo
Oferta de Papa	Marzo y abril.
Clientes	Costa (Lima, Ica) y los compradores vienen a mi local. Productores, acopiadores y comercializadores.
Quinua,	Es mi segunda campaña, recién voy a cosechar.
Tipo de Quinua	Orgánica 7.00 y convencional (plagas y fumigación).
Inversión	S/.5000.00 a S/. 6000.00 es menor que la papa y es casi tan rentable que la papa.
Ganancia	2500 TN x S/7.00 =S/. 17500.00
Clientes	Wiracocha.
Compradores	Lima y Ayacucho los clientes devuelven la quinua, sino pasa las pruebas de laboratorio.
Limitaciones para sembrar quinua	Sembrar donde hay lluvia.

ANEXO 06

PREGUNTAS	IVÁN SERPA CÁRDENAS - Especialista en Regulaciones en PROMPERU en Departamento de Gestión de Calidad
------------------	---

<p>1.- Las principales características del consumidor canadiense</p>	<p>Las características del consumidor canadiense y americano son muy similares. Ellos demandan alimentos nutritivos, saludables, orgánicos, que beneficien su salud, están dejando la mala costumbre de comer con contenidos altos en azúcar, sal, sodio .Bajo este concepto la quinua cumple con este requisito. En muchos mercados asiático, europeo y ha tenido una alta aceptación.</p>
<p>2.- Determinantes para que el consumidor canadiense soliciten nuestra quinua peruana</p>	<p>Consumidor básicamente conoce la quinua, a diferencia de la competencia que es Ecuador, Bolivia. Nosotros tenemos muchas variedades Quinua roja, negra, blanca y gourmet ya se encuentran posicionadas, no obstante hay mucho por trabajar por la Marca Perú.</p> <p>La quinua negra y roja es más cara, los canadienses ven la determinante de precio, por lo tanto se debe de buscar un equilibrio entre calidad y precio.</p>
<p>3.- Cuales con las tendencias de la quinua</p>	<p>La quinua orgánica tiene más demanda .Tiene más mercado que valora el esfuerzo de los agricultores.Los consumidores en el exterior, prefieren pagar antes que sacrificar su salud.</p> <p>Nuestro producto es competencia con la quinua boliviana, la cual es la más conocida. Nosotros tenemos que diferenciarnos .Con certificación de Comercio Justo, certificación Gluten free, la cual se refiere a las personas que son muy sensibles al gluten y los granos andinos no tienen gluten.</p> <p>PROMPERU está trabajando esta certificación 06 empresas, y esto se está expandiendo, cada vez son más las empresas interesadas.</p> <p>El mercado se está abriendo y se está volviendo muy prometedor para la quinua.</p>
<p>4.- Como posicionar la quinua en el Mercado internacionales</p>	<p>A través de campañas de motivación para los exportadores, pero se ha se ha descuidado demasiado el tema de la calidad.</p> <p>Al aumentar los precios de los productos por motivos de la exportación se han generado 3 fenómenos:</p>

	<p>a) Muchos productores y empresas empezaron a reemplazar cultivos. Empresas que se dedicaban a exportar quinua aumentaron sus hectáreas de producción.</p> <p>b) Lugares donde no se sembraban quinua incursionaron en este rubro donde nunca se había sembrado antes, tales como Chiclayo, Ica, Sierra de Lima.</p> <p>c) Se generaron nuevas variedades, debido a ver sido adaptadas a nuevos climas por la necesidad, la quinua que fue extraída de su hábitat natural.</p> <p>El mercado canadiense es exigente .Ha habido problemas por tema de pesticidas, el problema se centra en que tenemos variedades en la costa, al aumentar el volumen se descuida la calidad y en eso si el mercado es inflexible. Ayacucho, Puno, Cuzco, no han tenido problemas con los clientes exteriores. En el comercio exterior no desean aceptar quinua de lugares donde no crece naturalmente o en su hábitat natural.</p> <p>Se debe de tener en cuenta también que hay muchos países donde crece quinua tales como: Brasil, Canadá, Australia y China. El cultivo es de cierta manera adaptable, y necesita pesticidas para adaptarse por lo cual nosotros tenemos una ventaja.</p> <p>La cantidad de quinua contaminada por pesticidas ha aumentado a nivel mundial.</p>
<p>5.- ¿Cuáles son los requisitos arancelarios y técnicos para el ingreso a Canadá?</p>	<p>Tenemos un TLC, no pagamos nada de arancel 0 .</p> <p>Se debe de tener mucho cuidado con los parámetros de los pesticidas (Los niveles difieren, en cantidades y límites).</p> <p>Certificación SIAL</p>

6.-Trazabilidad debo de seguir	Para evitar problemas con los clientes extranjeros se debe de crear Sistema de verificación, Análisis de laboratorio, muchas veces las empresas exportadoras se evitan esos análisis y es asumir un riesgo como mayorista y como país, porque el mercado pierde prestigio.
7.- ¿Cuáles son las debilidades del mercado de quinua?	El problema radica que por atender el mercado compras y dejas de lado la trazabilidad. No se tiene una reguladora que sustente la calidad del producto y filtrar los productos para que no sean comercializados en mal estado.
8.- Apoyos como exportador	Nosotros como PROMPERU, trabajamos con programas que apoyan a los exportadores a fortalecer su gestión exportadora, a mejorar su imagen corporativa, apoyar en los requisitos, certificaciones, herramientas para que puedan salir con éxito a conquistar el mercado, tenemos Ruedas comerciales, reuniones, ferias internacionales para presentar las ofertas que son interesantes, pero antes los preparamos.
9.- Oferta exportable de quinua en Perú	En el mercado existen empresas que se encuentran posicionadas en el Mercado Internacional, tales como Alisur, Exportadora Agrícola Orgánica, Wiracocha del Perú, Aplex Trading, Inkasur, estas manejan el mercado de quinua en el Perú. También existen empresas no reconocidas que son las llamadas “Golondrinas”, las cuales sólo aparecen para sacar provecho de algún mercado en crecimiento, sin embargo no son especialistas y muchas veces no logran progresar. Las empresas mencionadas anteriormente exportan de manera continua y experiencia para poder colocar sus productos en el extranjero.

ANEXO 07

PREGUNTAS	ARTURO ZEVALLOS – Coordinador de Biocomercio de PROMPERU
Características del Consumidor Canadiense	<p>El consumidor se comporta al igual que el consumidor americano. Es solicitado por los celíacos, aquellos que son alérgicos al gluten.</p> <p>Existen 12 millones de celíacos en el mundo. El mercado de Canadá se está orientando al consumo de productos naturales. La quinua se ha incrementado su exportación a Canadá por la demanda de quinua convencional y orgánica, sin embargo Canadá es productor de quinua y allí Promperu apoya la SIAL Toronto con un Stand país a través de un pago.</p>
Demandantes de Quinua y sus características	La quinua lo consume todo el mundo. Hay una corriente de los vegetarianos, los veganos. Una tendencia es el vegan food y la quinua es un buen producto para aprovechar es un nicho de mercado en el mundo.
Valor agregado	<p>El 95% de quinua se exporta en grano procesado, sin dar ningún valor agregado, también se exportan fideos, harinas, hojuelas, barras energéticas.</p> <p>En el mercado internacional encuentras leche, comida semipreparada en base a quinua, quirice (arroz de quinua), snacks, bebidas energizantes, quinuapool.</p>
	<p>Certificados, etiquetados, contenido nutricional, límites máximos de pesticidas, para evitar ser rechazados.</p> <p>Tipo de sustancias en la producción (poisson).</p> <p>Mucho quinua ha sido de la costa, y ha tenido exceso de pesticidas</p>
Requisitos técnicos	Arancel Cero. Etiquetados.
Limitaciones	Falta de valor agregado, diversificación, eliminación de saponinas.
Oferta Exportable de Quinua peruana	El año 2013 ha sido declarado por la FAO como Año Internacional de la Quinua. Para lo cual el Perú no es un país ajeno a ser parte del mercado internacional. El gobierno ha venido impulsando el aumento de la producción de quinua para el aumento de su participación en el mercado internacional, para lo cual se ha optado

	<p>por la reconversión de ciertos cultivos en la Costa, donde se está produciendo quinua y suplantando los cultivos de arroz.</p> <p>En el presente año se prevé que las exportaciones sobrepasen los \$ 200 millones. Dicho cambio se observa en el mercado y este año inclusive se ha notado una sobreoferta de quinua.</p>
--	---

ANEXO 08

PREGUNTAS	Camila Podesta- Ejecutiva De Exportaciones ALISUR	Cesar Ruiz- Jefe De Comercio Exterior- APLEX TRADING	Bruce Echenique Gerente General DEGUSTE	Marco Fung-Gerente De Exportaciones AVENDAÑO TRADING COMPANY
<p>Consideran el mercado de Canadá con demanda potencial de quinua peruana? ¿Por qué?</p>	<p>Sí, es uno de los más importantes. En los últimos 2-3 años han incrementado sus compras representativamente. Esto debe más que todo a la demanda de la quinua en el mercado canadiense y también, al alto valor nutritivo de la quinua</p>	<p>Sí, ya tenemos unas cuantas exportaciones a Canadá y estamos en conversaciones con importadores canadienses tratando de entrar a su mercado cerrado, debido a la demanda del producto, actualmente el consumidor final ya está teniendo más acceso a la información de los beneficios de la quinua.</p>	<p>El mercado de Canadá es uno de los principales mercados, es el país consumidor Per Cápita más grande del Mundo .Es un país muy potencial .Un canadiense consume entre 8 Kg .Es un país muy potencial a pesar de tener la misma cantidad de pobladores del Perú . Es un mercado como USA y la Unión Europea.</p>	<p>No es una demanda potencial, es un mercado que ya está desarrollado. Estuvimos en Montreal en la Feria de SIAL y visitamos supermercados, centros de abastecimiento, locales comerciales, la feria en sí .La quinua está posicionado en el mercado canadiense .En los Fast food, ya está la comida</p>

				<p>vegetariana y estos incluyen la quinua. Quienes venden quinua en Canadá ellos mismos, sin embargo el origen de quinua es peruano. Quinua es vendida en WARMART, COSTCO, NO FRILLS, PRESEIDENT'S CHOICE. Hay muchos productos desarrollados, la cantidad de gente que consume quinua es mayor a los americanos.</p>
Limitaciones	<p>Los documentos necesarios para vender a Canadá son los necesarios como cualquier país: Factura, BL, Certificado Fitosanitario, Packing List, Weight Certificate, Quality Certificate y Fumigation Certificate. Al tener esto, no hay</p>	<p>Las limitaciones son parecidas al mercado Norteamericano (USA), por el tema de pesticidas debido a las malas prácticas de ciertos sectores de agricultores.</p>	<p>La relación que tenemos con Canadá son bastantes buenas, es un país muy libre y amigable para que cualquier empresario lo pueda colocar en el extranjero. Es un país nacionalista y está produciendo quinua 2500 TN La empresa más grande en cuando a producir quinua Northern Quinoa. A pesar</p>	<p>No es muy complicado como USA, que está poniendo restricciones con respecto a pesticidas .Canadá no ha puesto barreras al mercado, con respecto a los pesticidas, es bastante permisivo. Producto que no está</p>

	ningún problema para el ingreso de la mercadería y esto también ha mejorado, por el TLC.		que tienen un mercado para su propia quino, optan por comprar a otros exportadores tales como Bolivia y Perú.	entrando a USA, se envía a Canadá.
Canal de Distribución	Le vendemos principalmente a empresas mayoristas.	No estoy permitido de dar estas respuestas.	<p>En diciembre de este año vamos a exportar a distribuidores que lo van a manejar vía retail con algunas tiendas específicas, por el momento realizamos directamente a industrias los cuales los procesan bien el grano o pueden simplemente empacarlos y venderlos a distribuidores o tiendas especializadas, que son veganas y libre de gluten, que son orgánicas.</p> <p>Tenemos una línea orgánica Línea convencional</p> <p>Mayor presencia en línea Orgánica.</p> <p>Nosotros garantizamos nuestra cadena productiva: De guste 40% Producción propia , y 60% con especialistas que orientan a los agricultores en las</p>	<p>Tenemos dos clientes: Un mayorista, que directamente recoge el producto y lo distribuye a otras empresas.</p> <p>Un distribuidor que le vende a otra empresa y ésta le vende a otra: Básicamente a granel Saco de 25 Kg, y bolsas de 10 libras.</p>

			<p>provincias .Se les hace entender que por cada producto orgánico tienen un plus, eso hace que ellos trabajen de una manera más transparente, y con una producción ecológica, natural, orgánica, ancestral porque estos productos se han producido de esta manera.</p> <p>Contamos con un equipo muy especializado en hacer seguimiento y queremos garantizar la trazabilidad y de calidad a cualquier cliente.</p>	
Mercados Objetivos en los próximos años		<p>Nuestro mercados objetivos siempre será el de USA, y en general EUROPA, debido a la gran demanda de quinua orgánica y convencional.</p>	<p>Nosotros estamos en Hong Kong, Taiwán, estamos entrando a Corea y posiblemente se pueda manejar China, a través de unas ciudades importantes como Beijing, Shanghai que hemos estado visitando y que se consolide a finales de este año, o inicios del 2016.</p> <p>Lo importantes es poder garantizar la seguridad del producto, lo hacemos a través de alianzas estratégicas con</p>	<p>USA, siempre va a ser el principal mercado por la cantidad de personas, igualmente en Canadá el mercado está desarrollando, ambos países tienen el mismo perfil.</p> <p>Australia y Nueva Zelanda, la tendencia es que vayan subiendo.</p> <p>Nuestros próximos mercados son:</p>

			instituciones, empresas para estos productos .Trabajamos con laboratorios, universidades en Europa que enlazan el trabajo de campo hasta la venta del consumidor final.	Mercado Árabe: Países tales como Dubai, Emiratos Arabes. Mucha mano de obra extranjera trabaja allí, y demanda este producto ya que tiene un poder adquisitivo mayor.
Volumen de Exportación	El tema de volúmenes no lo puedo mencionar.		Nosotros compramos a los agricultores a partir, trabajamos con Andahuaylas, pueden producir 600 Kg, ellos se enfocan en el producto .Si vemos que hay un compromiso que ellos quieran trabajar .El cliente pueda llegar e irse al campo y tener la seguridad que no use ningún compuesto químico y eso habla muy bien del compromiso que tiene al agricultor. Alrededor de 2000 TN y pensamos alcanzar unas 3000 TN.	
Períodos de Exportación	Los períodos de exportación son todo el año. Todo el año se exporta quinua. Hay algunos meses donde es	Tenemos 2 períodos que son directamente relacionadas con la siembra de la quinua en la Sierra, Mayo Junio,		Todo el año es igual. Tenemos productos de Ayacucho, Huancayo.

	mayor la demanda, principalmente finales de año.	Julio Agosto y Noviembre Diciembre Enero.		
6. ¿Cómo fue la variabilidad de los precios de la quinua en los últimos cinco años?	Por lo que me han comentado, el precio de hoy a comparación del año pasado ha bajado considerablemente.	La fue sumamente variable debido a las alzas de precios del año 2014 “año internacional de la quinua” debido a que el agricultor especulaba con su producto y lo guardaba para el mejor postor, en el 2013-2014 la quinua estaba con precios de 6,7 y hasta 8 soles por kg... de una semana a otra vario significativamente de precio subiendo 1 nuevo sol por semana... llegando a precios de 15, 16 y 17 soles x kg... ahora en este 2015 hay una tendencia a la baja considerable y regreso a precios del 2013.	El precio ha bajado, me parece bien porque estaba fuera de contexto, fuera de la realidad. Los precios han bajado por el alto índice de contaminación que tiene cada producto. El precio se va a regular el precio de la quinua. Las personas se arriesgaron en sembrar quinua, el próximo año ya no se van a arriesgar. La quinua no solo está sembrado el Perú, también tenemos a Ecuador (50 000 TN, 17000 Hectáreas), Bolivia que ha aumentado sus hectáreas y Perú que ha aumentado sus hectáreas en Puno , Ayacucho, Huancayo. Han bajado los sembríos en Arequipa o en zonas de Norte, se están dedicando a nuevos productos.	Nosotros abastecemos desde el 2005, el año pasado el precio fue bueno, pero los volúmenes fueron menores. Ahora este año el precio es bajo, pero se exportan más volúmenes.

<p>Cuál es la proyección para el próximo año hacia el mercado de Canadá?</p>	<p>Mantener la misma venta y de ser posible, incrementarla.</p>	<p>Nuestra proyección siempre está en conseguir nuevos importadores, pero como te comente la demanda es poca a comparación de USA y EUROPA</p>	<p>Estamos en Hong Kong , Tailandia, Corea, y posiblemente China a través de algunas ciudades con Beijing, Garantizar al cliente la seguridad del producto, para lo cual nos asociamos con diferentes universidades que organizan algunos estudios especializados, Trabajamos con laboratorios, universidades en Europa , que enlazan el trabajo desde campo sembrar el cultivo hasta la venta al consumidor final.</p> <p>Trabajamos en Andahuaylas con mas de 1000 productores Hay agr.que pueden tener entre 2500 m de sembrío ,alrededor de 300 Kg. Hasta 20 HA ó 30 HA.</p>	<p>Queremos aumentar en un 30% a un 40%.</p>
<p>¿Qué tipo de quinua demanda el consumidor</p>	<p>La quinua blanca, quinua roja. Tambien orgánicas. Las presentaciones que</p>	<p>El mercado Canadiense demanda Quinua Orgánica, el 100% de</p>	<p>Demanda productos que puedan ser orgánicos y libres de gluten , existe una</p>	<p>Se solicita quinua precocida y quinua congelada.</p>

<p>canadiense, y si deseamos darle un valor agregado? ¿Cuáles serían las presentaciones que solicitarían?</p>	<p>podrias solicitar son de 1kg o 500 gr y en un empaque especial.</p>	<p>nuestras exportaciones a ese país fue que orgánica. En algún momento algunos clientes estuvieron interesados en la granola... que es una combinación de quinua pasas cereales miel etc. En bolsas DOYPACK de 500grms.</p>	<p>tendencia de consumir productos naturales en base a alimentos nutritivos .Prefieren un producto que no tenga productos químicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pre Cooked Quinoa Soup • Amaranth & Quinoa Flakes • Amaranth And Quinoa Puffed • Amaranth & Quinoa Flour • Organic Energy Chocolate Bars 	<p>Tenemos quinua orgánica, convencional</p>
<p>¿Qué países consideran ustedes su competencia? ¿Por qué?</p>	<p>Con relación a la exportación de quinua, sería definitivamente Bolivia, porque ellos también venden un volumen considerado de quinua a nivel mundial y, por el tema del grano.</p>	<p>El Perú, el único competidor que tiene es Bolivia... principal productor de quinua del mundo, debido a que el 90% de su producción es orgánica.</p>	<p>Bolivia, está desarrollando su mercado y ganando una marca país. No olvidemos que Canadá también produce quinua, Ecuador también a aumentados sus cultivos .Debemos de considerar que no somos el único abastecedor.</p>	<p>Existen países que venden otros granos andinos tales como Millet, chía, buck wheat La India viene produciendo otros cereales como Kiwicha, y lo venden s precios más baratos. Bolivia, Chile, Colombia y Ecuador, China, Canadá, Australia, Francia,</p>

				también están produciendo, pero no en el volumen y cantidad que nosotros producimos.
Qué otros cultivos andinos en los países internacionales		Sólo exportan quinua , o quizás están incursionando en kiwicha, cañihua u otros cereales	Chía, Cañihua , amaranto	Kañihua, la prima hermana de la quinua. En el mercado peruano no hay mucho desarrollo de este producto, solo lo siembran para consumo propio.
Características del Consumidor Canadiense				Tiene el mismo perfil de consumidor canadiense .Tiene mejora calidad de vida. La mayoría son inmigrantes hay chinos, árabes, no hay muchos latinos, japonesa, no tiene cultura propia, son personas que tienen buen salario, no tienen apego emocional con algún tipo de comida, por eso comen lo que es saludable y nutritivo.

ANEXO 09: Formato de Validez de Contenido de Empresas Exportadoras

Ítem	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar redacción?		¿Es tendencioso o aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
1.- ¿Cuál es la proyección de la demanda de quinua hacia el mercado de Canadá en los próximos años?							
2.-¿Cuáles son las perspectivas de exportación de quinua peruana hacia el mercado de Canadá?							
3.-¿Cuáles son las limitaciones para el ingreso de quinua peruana hacia el mercado de Canadá?							
¿Son los agentes distribuidores el canal de distribución más accesible para el ingreso de quinua a Canadá?							
¿Es la quinua boliviana la principal competencia de la quinua peruana en el mercado de Canadá?							
¿A cuánto equivale la capacidad de abastecimiento							

de quinua hacia el mercado de Canadá? ¿Es el abastecimiento mensual, trimestral o anual?							
¿Consideran Uds. insuficientes los volúmenes de exportación de quinua de su empresa? ¿Han tenido órdenes de compra que no han podido atender?							
¿En qué meses es el periodo de estacionalidad de la quinua? ¿Es considerada esta estacionalidad una desventaja para exportar hacia Canadá?							
¿Cuáles son las características que debe de poseer la quinua para ser considerada como de calidad en el mercado de Canadá?							
¿Quiénes son los principales países competidores actuales y futuros?							
¿Cuáles son los retos de la exportación de quinua peruana hacia Canadá?							

ANEXO 10: Formato de Validez de Contenido de Guía de Entrevista aplicado a Cooperativa Virgen del Carmen

Ítem	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar redacción?		¿Es tendencioso o aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
¿Estarían dispuestos a cambiar sus cultivos de papa hacia quinua? ¿Por qué?							
¿Cuál es la cantidad de hectáreas disponibles para sembrar papa?							
¿A cuánto asciende el precio de chacra de la papa /Kg?							
¿A cuánto equivale la inversión para sembrar papa/?							
¿A cuánto equivalen los ingresos de sembrar papa por cada hectárea?							
¿De qué tamaño es la oferta de papa en la Cooperativa Virgen del Carmen?							
¿Cuáles son los meses con mayor demanda y							

oferta de papa en el mercado de Ayacucho?							
¿Quiénes son los principales clientes su Cooperativa?							
¿Quiénes son sus principales competidores de papa en la zona?							
¿Cuánto es el autoconsumo de papa?							
¿Cómo es el sistema de producción de papa? ¿Cuáles son las mayores limitaciones del sistema productivo?							
¿Cuál es la importancia de sembrar papa?							
¿A cuánto asciende la cantidad de hectáreas disponibles para sembrar quinua?							
¿A cuánto asciende el precio por kilo de quinua en el mercado?							
¿A cuánto asciende la inversión por cada hectárea de quinua?							

¿A cuánto equivalen los ingresos por cada hectárea de quinua?							
¿Cuáles son los meses con mayor demanda y oferta de papa en el mercado de Ayacucho?							
¿Quiénes son los principales compradores de quinua en la zona?							
¿Quiénes son los principales competidores de quinua en la zona?							
¿Cómo es el sistema de producción de papa? ¿Cuáles son las mayores limitaciones del sistema productivo?							
¿Por qué es importante sembrar quinua?							
¿Cuáles son las condiciones que se deberían dar para sustituir los cultivos de papa hacia quinua?							
¿Cuáles son las perspectivas de sustituir sus cultivos de papa hacia quinua?							

ANEXO 11: Formato de Validez de Contenido de Guía de Entrevista aplicado a Especialistas de Sector Público

Ítem	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar redacción?		¿Es tendencioso o aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
¿Cuáles son las principales características del consumidor canadiense con respecto al consumo de quinua?							
¿Cuáles son las determinantes en las decisiones de compra de quinua peruana del cliente canadiense?							
¿Cuáles son las características de la cultura de consumo de quinua del cliente canadiense?							
¿Cuáles son las tendencias de consumo del							

mercado canadiense con respecto al consumo de quinua?							
¿Demandan los canadienses quinua orgánica peruana?							
¿Cuáles son los factores de diferenciación de la quinua peruana en el mercado de Canadá?							
¿Qué acciones se deben seguir para posicionar la quinua peruana en los mercados internacionales?							
¿Qué Valor agregado sugieren Uds. a la quinua?							
¿Cómo es la presencia de la quinua peruana en el mercado canadiense?							

¿Cuáles son los requisitos arancelarios y técnicos de la para su ingreso a Canadá? ¿Cuáles son sus limitaciones?							
¿Cuáles son las debilidades del sector de producción de quinua peruana para su exportación?							

ANEXO 12

PREGUNTAS	JHON RODRIGUEZ MINAYA (2015).
Logros de quinua en Canadá	Se ha logrado acondicionar la semilla de quinua en Canadá, así mismo se tiene productos con valor agregado.
Limitaciones en Canadá	Considero que son los requisitos de acceso, tienen las regulaciones de alimento. En el caso de la quinua los LMR (Límites máximos de residuos), y cada país tiene el propio y está basado en el Codex Alimentarius.
Canal de Distribución	A través de traders y se exporta en Contenedores de Carga seca en sacos de 15 a 20 kg.

Quinoa Orgánica	<p>La certificación orgánica es en base a lo que tu cliente te lo solicite. Te solicitan certificaciones específicas.</p> <p>El 80 % de empresas exportadoras son acopiadoras. Yo lo considero un trading, simplemente se garantiza la calidad con certificados.</p> <p>Solo un 20% produce. Tener la cadena completa te ayuda a controlar la calidad y trazabilidad. JHON RODRIGUEZ MINAYA (2015).</p>
Es factible el cambio de cultivos de papa hacia quinua	<p>Mi punto de vista desde el ámbito comercial, se tendría que analizar el suelo, la calidad y viabilidad. Porque como sabrás hay varios tipos de quinua:</p> <p>Calidad: con varios escalones comerciales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quinoa libre de pesticidas sin certificado. • Quinoa libre de pesticidas con certificado. • Quinoa de la Costa. • Quinoa de la Sierra. <p>Cambiar tu cultivo de papa a quinua. Si es técnicamente viable no le veo problema. Habría que hacer un estudio de precios.</p> <p>El precio de quinua es mucho mejor por ahora y si lo recomendaría.</p>
Nuevos mercados	<p>Sudáfrica, el año pasado se exportó 1 millón de dólares y se proyecta exportar este año 3 millones de dólares. Es un buen mercado, porque es un hub para todo África. Todos los productos que van a África pasan por Sudáfrica .Tienen sus canales de distribución en todo Africa, Ghana, Zimbabwe y para el problema de la desnutrición la quinua es una solución. Es para el sector A y B. Sudáfrica tiene su propia planta de leche de quinua .En adelante habiendo más promoción, va a ser el outsider por la caída de los precios en Europa y Asia. No me atrevo a recomendar en Europa y Asia, porque ya se está sembrando allí, y ellos van a mantener su propia oferta, pero no hay nuevos mercados. Sólo buscar mantener los actuales.</p>

Variabilidad de los Precios	<p>Si hubo un incremento de precios, han variado entre quinua convencional y quinua orgánica. Al inicio la quinua orgánica fue la más cara. Luego los compradores optaron por quinua convencional es la cual se exporta más.</p> <p>Con respecto al valor agregado: Publicamos una nota de prensa en el Diario el comercio donde indicamos que somos exportadores de quinua, pero otros países lo procesan y están aclimatizando las semillas para sustentar su producción La nota tiene como idea principal hasta cuando seremos nosotros dueños del negocio de la quinua y hasta que momento se va a dar eso. Inclusive Bolivia ya tiene su planta de leche enfocado al mercado infantil.</p> <p>En Perú no tenemos una industria fuerte. Solo Inkasur es una empresa que da valor agregado a la quinua como cereales .Lo máximo que hemos llegado es Quinua POP que es tostado , harina de quinua que es molida y mucho menos que se exporte. Colombia, México, China, Ecuador es parte de nuestra competencia.</p> <p>Quienes desarrollan productos de valor agregado: Finlandia, casi todo Europa. Todo lo que exportamos va a productos que van a ser procesados.</p> <p>Hace poco estuve por Sudáfrica, el grano de quinua que se vende es el 5%. Hay leches de quinua, cereales, sopas instantáneas. Lo llevan la quinua para darle valor agregado. Solo lo puedes vender comercialmente, ya preparadas, sopas, cereales.</p> <p>Debemos culturizar como se consume la quinua aparte de lo convencional, culturizar a la población.</p>
Nuevos productos	La kiwicha, la cañihua, la chía a pesar de ser nuestro.

ANEXO 13

PREGUNTAS	FALCONI PALOMINO JOSE SANTIAGO
Cambios de cultivo de papa hacia quinua	<p>La quinua es un cultivo muy tradicional. Antes de la llegada de los españoles se sembraba en Costa. Hasta hace 08 años la quinua no se encontraba muy desarrollada. Mucha gente no sembraba .Ha habido perdida de material genético. Luego se empezó a solicitarse este tipo de producto dinamizado por la demanda del extranjero. Se comienza a producir más, en otros departamentos, tales como Majes, Ayacucho y la costa.</p> <p>La costa usa tecnología más desarrollada, en cambio en sierra es más incipiente y tienes que adaptarte a las condiciones climatológicas.</p> <p>Los consumidores extranjeros pagan hasta \$ 15.00 por una quinua orgánica, y se detecta que se están usando los productos químicos en la Costa .Si trabajan su quinua de manera orgánica va a ver un mercado muy fuerte en el extranjero.</p> <p>Yo recomiendo en primer lugar no debe de usar químicos los tres años anteriores para poder producir quinua orgánica.</p>
Se puede cambiar quinua de papa a quinua	Si porque ambos vienes del mismo piso ecológico.

<p>Que cultivos migrar</p>	<p>Ayacucho tenía su propia quinua, y las instituciones como MINAG, PROQUINUA, Sierra Exportadora, SOLID han traído quinua de Puno y muchas veces esas quinuas no se adaptan. Lo que debieron hacer es mejorar la quinua adaptada y solo mejorarla. La quinua traída no es igual. Esa quinua local tiene que estar referenciada a la trazabilidad que solicita el cliente exterior.</p>
<p>Ayacucho con potencial exportador</p>	<p>Considero a todo el Perú con potencial para exportar quinua, por las condiciones geográficas., la radiación solar. El país Sierra y Costa tienen el potencial, el problema es el manejo de la quinua. La misma diversidad también nos limita muchas veces.</p>
<p>Apoyo de instituciones del Estado</p>	<p>El MINAG, se ha regionalizado y se esperaba mucho de PROQUINUA, pero existe la falta de profesionales de quinua que conozcan más de este producto, no muchos manejan la producción de quinua. No tienen experiencia en campo. Falta la capacitación de sus profesionales y de sus agricultores. Cada departamento tiene distintas realidades para cualquier cultivo.</p>
<p>Nuevos productos</p>	<p>En granos andinos se debe de desarrollar tarwi, cañihua, kiwicha y es el tercer boom de aquí unos 4 años se va a desprender. El problema del tarwi es retirarle el alcaloide, eso es la parte tediosa, pero no tiene la misma proteína que la quinua. La quinua tiene el famoso DHA. La gente de afuera busca la quinua roja y negra, porque tiene antioxidantes para retardar el envejecimiento.</p>

Cultivos Orgánicos	Nosotros manejamos algunos cultivos orgánicos, lo negativo es que se requiere que el agricultor se encuentre mejor capacitado. y aún no se da ese desarrollo. Hay ONG que apoyan este tipo de productos. Esta producción está en el Sector A .El mercado peruano esta en inicio de desarrollo. Por ejemplo en Wong, hay venta de productos orgánicos, el precio es elevado. Yo recomiendo sembrar quinua orgánica debido al mejor precio pagado y capacitar al agricultor en el manejo de este cultivo.
Mercado en el próximo año	El Fenómeno El Niño en temas agrícolas, la producción de quinua en la costa caerá en 70% debido al incremento de la temperatura.

ANEXO 14

PREGUNTAS	Ing. Juan De Dios Pomares Bances
Se puede usar un terreno (HA) de papa para producir quinua	Si se puede usar un terreno que antes se sembró papa para sembrar quinua. Lo que si hay que tener en cuenta el mercado, hay mercados para quinua convencional, que es aquella quinua que es producida utilizando pesticidas, agroquímicos y fertilizantes químicos. La otra quinua es la orgánica, que tiene preferente mercado en el exterior (Estados Unidos y Canadá que es el mercado donde la Cooperativa Virgen del Carmen de Ayacucho comercializará la quinua) esta quinua tiene certificación orgánica y no se le aplica ningún producto químico, los controles de plagas y la fertilización se realizan con productos orgánicos permitidos. Entonces, para exportación se necesita producir quinua orgánica, y para que certifique un terreno donde se ha producido papa, que mayormente se produce aplicándole pesticidas, agroquímicos y fertilizantes químicos, se necesitaría un mínimo de tres años para que obtenga la certificación. Entonces, si se puede usar un terreno de

	papa para producir quinua, para esto requerirá una certificación orgánica, que para otorgar la mencionada certificación llevará un tiempo promedio de 3 años.
Recomendarían ustedes a los agricultores migrar sus cultivos de papa hacia quinua.	Todo depende del mercado que esté asegurado, hay que sembrar con mercado seguro, solo así se puede migrar de papa a la producción de quinua. En la campaña que acaba de cosecharse, muchos agricultores paperos migraron a sembrar quinua por los buenos precios que se presentaron en la campaña anterior, ahora van a volver a su cultivo, por que sembraron sin tener un mercado asegurado. Aumentó la oferta de quinua y bajaron los precios. La respuesta a tu pregunta sería negativa.
¿Qué cultivo consideran Uds. mejor para sembrar (Papa o quinua)?	Los dos cultivos se presentan como rentables, hay que planificar bien la siembra, y repito: todo depende del mercado.
¿Cómo apoya el Ministerio de Agricultura al orgánicos de quinua?	El MINAGRI cuenta con varias instituciones descentralizadas que apoyan al productor, el Servicio Nacional de Sanidad Agraria – SENASA, es una de ellas, también está AGRORURAL y el INIA, entre otras, que capacitan a los productores en buenas prácticas agrícolas y certificación orgánica, producción del cultivo, instalación de semilleros,
¿Qué otros cereales andinos se encuentran incentivando en el mercado nacional, con potencial de exportación?	Los otros granos andinos con potencial de exportación son la kiwicha, la cañihua y el tarwi o chocho.
¿Cuál es la variedad de quinua más recomendable para sembrar?	Las que pide el mercado, que son las de color blanco: Salcedo INIA, Altiplano, Blanca Junín, etc.

ANEXO 15

PREGUNTAS	Aldo Tello Encargado de Área Comercial de GLOBE NATURAL
Panorama actual de quinua en Canadá	Canadá esta en el tercer puesto como tercer importador de quinua peruana en las estadísticas de ADEX. Si bien se han caído las exportaciones por distintos motivos: bajo el precio de quinua orgánica en Bolivia y porque hubo más oferta de quinua convencional en el Perú.
Limitaciones	No ha habido mucha limitación. La quinua que no ingresa a USA lo redireccionan hacia Canadá, el cual tiene casi 30 millones de habitantes. Yo considero que la quinua ha llegado a un sector de gente que desea una alimentación sana y nutritiva. El aumento de quinua va a ir en aumento al año 2017 y 2018.
Precio	El precio está bajando, esto hace que el precio de la quinua orgánica peruana siga bajando, así podremos competir con la quinua boliviana que es orgánica en un 90%, en comparación de Perú que se caracteriza por tener una quinua convencional.
Mercado de Canadá	La cantidad de población es poca. El crecimiento no va a ser muy grande a muchos años, sino va a llegar a un tope.
Canal de Distribución	Es mayormente a través de los traders y no existe una estadística completa y algunas empresas que si tienen su canal hacia supermercados o tiendas de consumo saludables, naturistas.
Nuevos Mercados	La quinua ha ingresado a los mercados más deseables. Medio Oriente, Los Emiratos Árabes, Australia, Kuwait, Rusia, India. Ellos conocen de productos orgánicos.

	China es un mercado interesante por la cantidad de población y no tiene acceso para ese producto.
Competidores	India ha empezado a producir Kiwicha, la cual es nativa de los Andes. Ellos son los principales exportadores de quinua. España, Francia.
Características de Consumidor Canadiense	Tienen cultura orgánica. Al canadiense le agrada este tipos de productos. Tienen una cultura de comer sano y nutritivo. Y la quinua accede porque es un producto sin gluten.
Valor Agregado de la quinua peruana	La quinua peruana está empezando a innovar con venta de fideos de 100% quinua. Tenemos a la empresa Interamsa Agroindustrial que esta desarrollando este tipo de producto. También a la empresa Agrícola Viru con su nueva línea “ready to eat”.También se exporta en harinas, galletas. Hay mucha diversidad para poder desarrollar muchos productos innovadores.
Nuevos Productos	Cañihua, tarwi, mashua, oca. Son los que aún no se envían en volumen.
Actual escenario de quinua	Que aumenten sus cultivos de quinua orgánica. El agricultor debería de invertir en certificar su quinua porque va a valer más. Conozco agricultores que tienen quinua orgánica y lo venden como convencional.
Cambiar cultivos de papa hacia quinua	Siempre hay que tener un equilibrio, tener una rotación de cultivos. No solo guiarse por el mercado. Las menestras y el trigo también te enriquecen la tierra. Es bueno rotar los cultivos también para poder reducir las plagas.
Retos como exportadores	EXPORTADORES: Tener una visión de tener quinua orgánica. Muchos pueden tener quinua como España, Francia, India pero están cerca del nivel del mar. Y nosotros teniendo un cultivo altonandino. Buscar el valor agregado para poder dar a conocer.

	AGRICULTORES: Asociarse, y que la relación de venta sea agricultor y empresa exportadora. No trabajar aislados.
Precio y visión	Pienso que en el 2016 los precios van a mejorar, porque las empresas pequeñas van a desaparecer. El agricultor también se va a ver perjudicado porque no se están certificando y muchas empresas certificadoras están vendiendo certificado sin hacer análisis y el problema suscita cuando el contenedor llega a USA y es rechazado.

ANEXO 16

PREGUNTAS	Aldo Tello de GLOBE NATURAL AGRO COMPANY SAC
Mercado de Canadá	El mercado de Canadá es interesante debido a su población que recibe de buena manera los productos nativos y naturales .Desde la firma del TLC con Canadá las exportaciones aumentaron a este país y han ido creciendo la demanda de nuevos productos tales como la quinua, y otros productos frescos tales como espárragos, brócoli, zanahoria.
Limitaciones para el ingreso a Canadá	Entre las limitaciones al ingreso de Canadá es cumplir con las normas y reglas de requisitos sanitarios y fitosanitarios. El idioma es otra de las limitaciones, puesto que normalmente en Canadá tienen dos idiomas principales el inglés y Francés.
Canal de Distribución	Entre los canales de distribución la quinua de Globe Natural ingresa al mercado a través de un trader el cual es quien maneja una cartera de productos y el se encarga de la colocación de las misma en sus clientes.
Mercados Objetivos para la quinua	Las relaciones en las cuales la quinua aún no se encuentra totalmente desgravada son en su mayoría aquellas donde participan Cuba, México o Panamá, ya sea como beneficiarios o como otorgantes.

	<p>En particular, el grado de liberación del comercio también es muy alto en aquellas relaciones bilaterales en las cuales participa como exportador alguno de los principales productores regionales de quinua. No obstante, la quinua boliviana únicamente está gravada parcialmente con arancel en Panamá; la originaria de Ecuador solamente en México y Panamá; y la peruana únicamente en Cuba.</p>
Variabilidad de los precios	<p>El precio ha disminuido, por el aumento de la oferta. Pero los precios se han visto afectados cuando hablamos de quinua en grano, caso contrario sucede con la quinua con valor agregado. En este último se encuentra el reto de poder procesarlo y poder.</p>
Valor agregado	<p>Quinua convencional y orgánica. Quinua blanca, roja y negra (grano, hojuelas y harina). Estos últimos son los productos por el cual nosotros estamos dando los primeros pasos hacia quinua que esté lista para comer.</p>
Características del consumidor canadiense	<p>El nivel de vida de los canadienses es uno de los más altos del mundo. Se observa un cambio de las tendencias de compra sobre todo entre los jóvenes canadienses. Los canadienses se preocupan por su alimentación y no dudan en comprar productos saludables, naturales.</p>
Competencia	<p>Gracias a sus investigaciones científicas, países como EE.UU. y Finlandia han logrado nuevas variedades de quinua, no obstante nosotros en general como país tenemos a empresas que vienen desarrollando comida preparada lista para consumir, tal es el caso de la empresa Viru en La Libertad.</p>
Nuevos cultivos	<p>Existen cultivos que están siendo exportados, pero en pequeñas cantidades. Tales como: cañihua, kiwicha, tarwi, olluco y papas nativas. Estos productos oriundos del Perú deberían de ser también impulsados en el exterior al igual que la quinua.</p>

ANEXO 17

PREGUNTAS	Gustavo Pereda –Gerente General de Interamsa Agroindustrial
Mercado de Canadá	El clima frio ayuda al consumo. La población tiene un alto interés en productos naturales y saludables. Es una sociedad con poder adquisitivo alto.
Limitaciones para el mercado de Canadá	La calidad del producto es lo importante y la única limitación que podría encontrar una empresa.
Canal de Distribución	Nosotros exportamos fideos de quinua a través de un mayorista
Mercado Objetivo	Europa es nuestro mercado objetivo, su población está muy interesada en la quinua y productos equivalentes.
Precios de la Quinua	La quinua al igual que la mayoría de productos agrícolas se mueve de acuerdo a la oferta y demanda, los últimos años el producto subió hasta los 15 soles, pero hoy nuevamente ha bajado a 4 o 5 soles el kilo.
Valor agregado a la Quinua	Nosotros exportamos fideos de quinua a Canadá y esperamos vender 4 veces más el siguiente año. El mercado canadiense está muy interesado en la quinua roja y blanca, si es orgánica mejor, nosotros la exportamos a Canadá como fideos.
Competencia	Bolivia y Ecuador, pues ambos producen quinua y son países andinos
Nuevos Cultivos	Kañiwua y Kiwicha.

ANEXO 18 (MATRIZ DE COHERENCIA)

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	RESULTADOS	CONCLUSIONES
Problema General				
1.- ¿Cuáles son los factores que podrían llevar a la Asociación de Virgen del Carmen-Ayacucho hacia una sustitución de cultivo de papa hacia quinua para la generación de oferta exportable de quinua y su comercialización hacia mercado de Toronto - Canadá?	1. Determinar los factores que podrían llevar la Asociación de Virgen del Carmen-Ayacucho a una sustitución de cultivo de papa hacia quinua para la generación de oferta exportable para su comercialización al mercado de Toronto – Canadá.	Los factores que deben existir para la sustitución de cultivos de papa hacia la quinua, para la generación de oferta exportable de quinua en el mercado de Toronto – Canadá, son los siguientes: la demanda internacional de quinua, la oferta internacional de quinua, la disposición del agricultor de sustituir sus cultivos de papa por quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen y la identificación de análisis comparativo de papa y quinua.	Para la sustitución de cultivos de papa por la quinua, para el aumento de oferta exportable, debe existir una demanda internacional, oferta internacional, disposición del agricultor para sustituir sus cultivos de papa por quinua, y un análisis comparativo entre la quinua y la papa.	La demanda internacional, oferta internacional de quinua, disposición del agricultor para sustituir sus cultivos de manera general o parcial, y mayores beneficios de producir quinua en comparación de la papa, son los factores que deben darse para sustituir los cultivos de papa hacia quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen para su exportación a Toronto – Canadá.
Problemas Específicos				
1.- ¿Cuáles son las condiciones de la demanda internacional de quinua en el mercado de Toronto-Canadá?	1.- Determinar las condiciones de la demanda internacional de	1.- El factor que debe existir para la sustitución de cultivos de papa hacia la quinua, para la generación de oferta	El mercado de Canadá es uno de los principales importadores de quinua, es el país consumidor Per Cápita	El principal factor para sustituir los cultivos de papa hacia quinua para la generación de oferta

	<p>quinua en el mercado de Toronto-Canadá.</p>	<p>exportable de quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen es la existencia de demanda internacional de quinua en el mercado de Toronto Canadá.</p>	<p>más grande de quinua en el Mundo, un canadiense posee un consumo Per cápita de 8 Kg al año.</p> <p>Asimismo, los comercializadores de quinua indicaron que esta viene siendo exportada a través de mayoristas, distribuidores y representantes comerciales.</p> <p>Entre las principales determinantes para la compra de quinua peruana los canadienses consideran que prefieren una quinua orgánica, ya que su mercado está orientado hacia los vegetarianos los cuales están en las búsquedas constantes de productos que sustituyan su falta de consumos de carnes.</p>	<p>exportable en la Cooperativa Virgen del Carmen es la existencia de una demanda internacional que crece a 10% anual, teniendo en cuenta que Perú tiene como principales clientes a los países de Estados Unidos de América, Canadá, Francia, Japón, China y otros. No obstante hay muchos mercados atractivos como Sudáfrica, Emiratos Árabes, Australia, Kuwait, otros países del medio oriente, se concluye que existe la oportunidad de aumentar la exportación a Canadá con un Per Cápita de 8 Kg por año, el cual es un mercado donde se cuenta con un TLC y los gustos y preferencias de los</p>
--	--	--	---	--

				canadienses está enfocado en consumir alimentos naturales y nutritivos.
2.- ¿Cuáles son las condiciones de la oferta internacional de quinua en el mercado de Toronto-Canadá?	2.-Determinar las condiciones de la oferta de quinua en el mercado de Toronto-Canadá.	2.- El factor que debe existir para la sustitución de cultivos de papa hacia la quinua, para la generación de oferta exportable de quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen es la existencia de oferta internacional de quinua en el mercado de Toronto Canadá.	<p>Con respecto a la oferta exportable de quinua en el mercado se observa una gama de empresas que están desarrollando una buen producto con valor agregado, tales como ALISUR, Exportadora Agrícola Orgánica, Wiracocha del Perú, Aplex Trading, Inkasur, estas manejan el mercado de quinua en el Perú.</p> <p>El consumidor canadiense es bastante informado, entre las presentaciones que mencionaron las empresas exportadoras tenemos: White Quinoa, red Quinoa y black Quinoa, Pizza Mix, Burguer Mix, Cookies, Quinoa. Mediterranean and Fettucinne and Spaguetti de Quinoa, fideos 100 % de</p>	El segundo factor para sustituir los cultivos de papa hacia quinua para la generación de oferta exportable en la Cooperativa Virgen del Carmen es la existencia de una oferta internacional , la cual se proyecta a unos años una cadena sólida y con articulación entre los participantes de la cadena productiva, por ejemplo actualmente se cuentan con empresas exportadoras que vienen dirigiendo productos de quinua con valor agregado a los mercados internacionales, tales como Wiracocha del Perú, Exportadora

			<p>quinua, preparaciones “ready to eat”.</p> <p>La cantidad promedio de hectáreas que posee un agricultor es de 2 a 3 hectáreas.</p> <p>Se cuenta con apoyo de PROMPERU para la capacitación de empresas exportadoras y/o cooperativas, asociaciones que deseen incursionar en el mercado internacional.</p>	<p>Agrícola Orgánica, Apex Trading, Inkasur, entre otros</p>
<p>3.- ¿Cuáles son las condiciones para que el agricultor de la Cooperativa Virgen del Carmen de Ayacucho sustituya sus cultivos de papa hacia los cultivos de quinua en Ayacucho?</p>	<p>3.- Identificar las condiciones para que el agricultor de la Cooperativa Virgen del Carmen de Ayacucho sustituya sus cultivos de papa hacia los cultivos de quinua en Ayacucho.</p>	<p>3.- La condición que debe de existir para la sustitución de cultivos de papa hacia la quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen de Ayacucho para sustituir sus cultivos de papa por quinua es la disposición del agricultor para cambiar sus cultivos de papa por quinua.</p>	<p>La primera condición para que el agricultor sustituya sus cultivos de papa hacia quinua es la mayor rentabilidad del producto.</p> <p>Un comprador consolidado en la campaña, con un precio y una cantidad solicitada es la segunda condición.</p> <p>Como tercera condición, se necesita el apoyo del Estado en el área técnica, ya que los agricultores están solo</p>	<p>Para que el agricultor sustituya sus cultivos de papa por quinua debe de existir mayor rentabilidad, haber pactado con un comprador un precio y cantidad para una campaña, asimismo debe de existir apoyo por parte del Estado en capacitación técnica y comercial para los agricultores.</p>

			capacitados en la producción de papa.	
4.- ¿Cuál es el análisis comparativo entre la quinua y la papa?	4.- Identificar el análisis comparativo entre la quinua y la papa.	4.- La condición que debe de existir para la sustitución de cultivos de papa hacia quinua en la Cooperativa Virgen del Carmen de Ayacucho es el análisis comparativo entre la quinua y la papa.	<p>Al cierre del presente año la quinua peruana se consolido como primer exportador y productor a nivel mundial, en comparación de la papa que no es un producto de exportación.</p> <p>La rentabilidad de quinua es de 35% con respecto a su inversión, en comparación con la rentabilidad de la papa que se sitúa en 20%.</p> <p>Se proyecta que el precio de la quinua seguirá creciendo en los nuevos mercados en comparación de la papa que tiene precios con tendencia negativa.</p> <p>La quinua contiene 16 aminoácidos, de ellos 10 son esenciales, tal como la lisina la cual es conocida por apoyar el crecimiento, la visión e incluso potenciar las defensas del sistema inmunológico,</p>	<p>La quinua tiene una rentabilidad de 35% , con respecto a su inversión, se proyecta que sus precios aumentaran en nuevos mercados y se caracteriza por tener la mayor cantidad de aminoácidos y una de ellas es la lisina, la cual ayuda al crecimiento y la defensa del sistema inmunológico, de manera opuesta la papa posee una rentabilidad de 20%, con respecto a su inversión, no tiene potencial exportador, el precio de la papa tiene tendencia a disminuir y sus propiedades nutritivas son solo de aportar energía.</p>

			por otro aspecto la papa es un alimento de consumo popular para la dieta diaria y solo porta energía.	
--	--	--	---	--

