

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Tema: “Certificaciones Internacionales requeridas para internacionalización de los productos chocho y quinua de la Federación de Granos Andinos del Norte FEGRANDINOS de la provincia del Carchi”

Trabajo de titulación previa la obtención del
título de Licenciado en Comercio Exterior

AUTOR: Imacaña Villacorte Bryan Jonathan

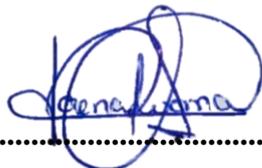
TUTORA: MSc. Ruano Enríquez Lorena Elizabeth

Tulcán, 2022

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Imacaña Villacorte Bryan Jonathan con el número de cédula 0401873393 ha elaborado el trabajo de titulación: “Certificaciones Internacionales requeridas para internacionalización de los productos chocho y quinua de la Federación de Granos Andinos del Norte FEGRANDINOS de la provincia del Carchi”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.



f.....

MSc. Ruano Lorena

TUTORA



f.....

MSc. Liliana Montenegro

LECTORA

Tulcán, marzo de 2022

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de **Licenciado** en la Carrera de Comercio Exterior de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Imacaña Villacorte Bryan Jonathan con cédula de identidad número 0401873393 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f. 

Imacaña Villacorte Bryan Jonathan
AUTOR

Tulcán, marzo de 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Imacaña Villacorte Bryan Jonathan declaro ser autor de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Certificaciones Internacionales requeridas para internacionalización de los productos chocho y quinua de la Federación de Granos Andinos del Norte FEGRANDINOS de la provincia del Carchi” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

f. 

Imacaña Villacorte Bryan Jonathan

AUTOR

Tulcán, marzo de 2022

AGRADECIMIENTO

A Dios por prestarme la vida, darme la oportunidad y fortaleza de cumplir con este objetivo que me he propuesto en mi vida académica. A mis padres, a mis hermanas, a mi novia y al resto de mi familia, porque han sido mi motivación y el motor fundamental para alcanzar mis sueños. Además, extiendo mis más sinceros agradecimientos a la comunidad universitaria en especial a mis profesores que impartieron sus conocimientos para mi formación profesional.

DEDICATORIA

A Dios por cuidarme, guiarme por el camino del bien y brindarme fortalezas para seguir adelante, a mi madre Sandra Villacorte, por su amor y apoyo incondicional, gracias por ser mi ejemplo a seguir, por brindarme sus consejos, por toda su valentía y esfuerzos por siempre sacarme adelante, a mis familiares y amigos que me incentivaron para continuar adelante. A la carrera de Comercio Exterior y a los docentes que contribuyeron en mi formación profesional, especialmente a mi tutora Msc. Lorena Ruano y a mi lectora Msc. Liliana Montenegro por su enseñanza y seguimiento en mi trabajo de titulación.

ÍNDICE

I. PROBLEMA	16
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.3. JUSTIFICACIÓN	17
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	19
1.4.1. Objetivo General.....	19
1.4.2. Objetivos Específicos	19
1.4.3. Preguntas de Investigación	19
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	21
2.2. MARCO TEÓRICO	28
2.3. MARCO CONCEPTUAL	30
III. METODOLOGÍA.....	34
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	34
3.1.1. Enfoque.....	34
3.1.2. Tipo de Investigación	35
3.2. IDEA A DEFENDER.....	36
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	36
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	37
3.4.1. Método Deductivo	37
3.4.2. Método Analítico.....	37
3.5. Técnicas	38
3.5.1. Entrevista	38
3.6. Análisis Estadístico.....	38
3.6.1. Que es una certificación	38
3.6.2. Que es una certificación agrícola.....	39

3.6.3. Proceso para obtener una certificación	39
3.6.4. Partida arancelaria de los productos quinua y chocho.....	40
3.6.5. Certificaciones internacionales más importantes para los productos agrícolas..	40
3.6.6. Empresas ecuatorianas certificadas	43
3.7. Estudio de Mercados Internacionales para el producto quinua de la Federación de Granos Andinos del Norte	43
3.8. Estudio de Mercados Internacionales para el producto chocho de la Federación de Granos Andinos del Norte	72
3.8.4. Análisis del mercado Alemania	83
3.8.5. Análisis del mercado España	89
3.8.6. Análisis POAM – Selección del Mercado Meta.....	96
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	100
4.1. RESULTADOS.....	100
4.1.1. Resultados entrevista	100
4.1.3. Análisis de las certificaciones requeridas para los productos quinua y chocho	109
Requisitos de Exportación	109
4.1.6. Análisis FODA estratégico	112
4.2. DISCUSIÓN	124
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	129
5.1. CONCLUSIONES	129
5.2. RECOMENDACIONES	130
IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	131
V. ANEXOS	142

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Certificaciones internacionales	30
Ilustración 2. Internacionalización	32
Ilustración 3. Tasa de crecimiento de las importaciones en valor porcentual (%).....	44
Ilustración 4. Tasa de crecimiento de las importaciones en valor porcentual (%).....	47
Ilustración 5. Tasa de crecimiento de las importaciones valor porcentual	73
Ilustración 6. Tasa de crecimiento de las exportaciones en valor porcentual	75
Ilustración 7. Esquema desarrollo de resultados.....	118

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables para el tema: Certificaciones Internacionales requeridas para internacionalización de los productos chocho y quinua de la Federación de Granos Andinos del Norte FEGRANDINOS de la provincia del Carchi.....	36
Tabla 2. Países importadores de quinua a nivel mundial: Dólar Americano (miles) FOB	44
Tabla 3. Principales mercados importadores de la quinua exportada de Ecuador en dólares americanos (miles).....	45
Tabla 4. Países exportadores de quinua a nivel mundial: Dólar Americano (miles) FOB	46
Tabla 5. Población de Estados Unidos	48
Tabla 6. Tasa de Población Económicamente Activa de Estados Unidos.....	48
Tabla 7. Tasa de empleo en Estados Unidos (%)	49
Tabla 8. Tasa de desempleo en Estados Unidos (%)	49
Tabla 9. Producto Interno Bruto de Estados Unidos	51
Tabla 10. PIB Per Cápita de Estados Unidos	51
Tabla 11. Inflación de Estados Unidos	52
Tabla 12. Balanza Comercial Ecuador – Estados Unidos USD FOB.....	52
Tabla 13. Población de Canadá	55
Tabla 14. Tasa de Población Económicamente Activa de Canadá.....	56
Tabla 15. Tasa de empleo en Canadá	56
Tabla 16. Tasa de desempleo en Canadá	57
Tabla 17. Producto Interno Bruto de Canadá	58
Tabla 18. PIB Per Cápita de Canadá	58
Tabla 19. Inflación de Canadá.....	59

Tabla 20. Balanza Comercial de bienes y servicios de Ecuador – Canadá	60
Tabla 21. Población de Francia	62
Tabla 22. Tasa de Población Económicamente Activa de Francia.....	63
Tabla 23. Tasa de empleo en Francia	63
Tabla 24. Tasa de desempleo en Francia	63
Tabla 25. Producto Interno Bruto de Francia	65
Tabla 26. PIB Per Cápita de Francia	65
Tabla 27. Inflación de Francia	66
Tabla 28. Balanza Comercial de bienes y servicios de Ecuador – Francia	67
Tabla 29. Calificación Ponderada de la Matriz POAM.....	69
Tabla 30. Países importadores de chocho a nivel mundial: dólar americano (miles) FOB	73
Tabla 31. Principales mercados importadores de chocho exportada de Ecuador en dólares americanos (miles).....	74
Tabla 32. Países exportadores de chocho a nivel mundial: dólar americano (miles) FOB	75
Tabla 33. Población de Canadá	76
Tabla 34. Tasa de Población Económicamente Activa de Canadá.....	77
Tabla 35. Tasa de empleo en Canadá	77
Tabla 36. Tasa de desempleo en Canadá	78
Tabla 37. Producto Interno Bruto de Canadá	79
Tabla 38. PIB Per Cápita de Canadá	79
Tabla 39. Inflación de Canadá.....	80
Tabla 40. Balanza Comercial de bienes y servicios de Ecuador – Canadá	81
Tabla 41. Población de Alemania.....	83
Tabla 42. Tasa de Población Económicamente Activa de Alemania	84
Tabla 43. Tasa de empleo en Alemania.....	84
Tabla 44. Tasa de desempleo en Francia	85
Tabla 45. Producto Interno Bruto de Alemania.....	86
Tabla 46. PIB Per Cápita de Alemania.....	86
Tabla 47. Inflación de Alemania	87
Tabla 48. Balanza Comercial de bienes y servicios de Ecuador – Alemania.....	87
Tabla 49. Población de España.....	90
Tabla 50. Tasa de Población Económicamente Activa de España	90
Tabla 51. Tasa de empleo en España (%).....	91
Tabla 52. Tasa de desempleo en España (%)	91

Tabla 53. Producto Interno Bruto de España.....	93
Tabla 54. PIB Per Cápita de España.....	93
Tabla 55. Inflación de España	93
Tabla 56. Balanza Comercial Ecuador – España USD FOB	94
Tabla 57. Calificación Ponderada de la Matriz POAM.....	96
Tabla 58. Análisis FODA Federación de granos Andinos del Norte	113
Tabla 59. Factores internos (EFI)-FEGRANDINOS.....	113
Tabla 60. Factores externos (EFE) - FEGRANDINOS.....	114
Tabla 61. Matriz resultante de FEGRANDINOS	115
Tabla 62. Gráfica análisis EFE y EFI.....	116
Tabla 63. MATRIZ CUADRÁTICA FODA.....	117
Tabla 64. Estrategias matriz FODA.....	118
Tabla 65. Criterios de evaluación según la importancia de la estrategia.....	122
Tabla 66. Estrategias comerciales para la internacionalización de los productos chocho y quinua	122
Tabla 67. Estrategias de integración para la internacionalización de los productos chocho y quinua	123

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Aceptación de FEGRANDINOS para el desarrollo de la investigación.....	142
Anexo 2: Entrevistas.....	143
Anexo 3: Certificado del abstract.....	146
Anexo 4: Validación del abstract centro de idiomas UPEC.....	147
Anexo 5: Acta de la sustentación de Predefensa.....	149

RESUMEN

La continua evolución de las condiciones de los mercados extranjeros representa para las empresas un reto permanente, poniendo a prueba su capacidad de adaptación y respuesta a los nuevos requerimientos. Ante la demanda de cumplir con las exigentes normativas y brindar confianza a los consumidores, las empresas vendedoras han adoptado por las certificaciones de distinta índole, como estrategia para proteger su sostenibilidad en mercados de cambios acelerados.

La presente investigación se centró en analizar certificaciones internacionales requeridas para internacionalización de los productos chocho y quinua de la Federación de Granos Andinos del Norte FEGRANDINOS de la provincia del Carchi, se dio a conocer las certificaciones internacionales demandadas por los países seleccionados en el estudio de mercado en la cual estos resultados servirán para la toma de decisiones de la Federación de Granos Andinos del Norte al momento de elegir que certificación obtener.

Finalmente, en este estudio se generó conclusiones y recomendaciones enfocadas en la Federación de Granos Andinos del Norte que van a ser fundamentales para la guía en la aplicación de las certificaciones internacionales al momento de decidirse por la internacionalización de sus productos.

Palabras claves: certificación internacional, reto permanente, adaptabilidad, sostenibilidad, estrategias, estudio de mercado, toma de decisiones.

ABSTRACT

The constant evolution of the conditions from foreign markets represents a permanent challenge for companies, as this tests their ability to adapt and respond to the new requirements. Since this is faced with the requests to comply with the demanding regulations and provides confidence to consumers, the selling companies have adopted different kinds of certifications as a strategy to protect their sustainability in rapidly changing markets.

This research is focused on analyzing international certifications which are required for the internationalization of chocho and quinoa products that belong to the Federation of Northern Andean Grains FEGRANDINOS of the Carchi's province, the international certifications demanded by the countries that are selected in the study of market were released these results will serve for the decision-making of the Andean Northern Federation Northern of Grains when choosing which certification to obtain.

In conclusion, this study has generated several conclusions and recommendations focused on the Northern Andean Federation of Grains that will be fundamental for guiding the application of international certifications when deciding on the internationalization of its products.

Keywords: international certification, permanent challenge, adaptability, sustainability, strategies, market study, decision-making.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación tiene como principal finalidad, analizar certificaciones internacionales requeridas para internacionalización de los productos chocho y quinua de la Federación de Granos Andinos del Norte FEGRANDINOS de la provincia del Carchi. A través de la aplicación de entrevistas a las personas involucradas, en este caso, las certificadoras internacionales y a las empresas gubernamentales encargadas de la promoción de las exportaciones. Así mismo, realizar un estudio de mercado que ayude al sector productor de chocho y quinua a determinar qué país es el más óptimo para su exportación y que estrategias se deberían aplicar para el cumplimiento de las certificaciones internacionales demandadas por los mercados extranjeros.

Por consiguiente, es menester aludir la importancia de la investigación, puesto a que reside básicamente en el rol fundamental que representan las certificaciones internacionales para la exportación de productos agrícolas, al momento de la toma de decisiones para iniciar un proceso de internacionalización. Considerando como base primordial la opinión de personas que están inmersas en la guía de procesos de certificación, puesto a que su intervención proporciona mayor legitimidad a la investigación realizada, permitiendo dar a conocer un panorama más amplio sobre los aspectos a tomar en cuenta al momento de obtener una certificación, encaminado a fortalecer y priorizar el bien común de los productores agrícolas.

Cabe recalcar que, en el capítulo inicial de la investigación se registra información pertinente en lo que concierne al problema a investigar, señalando aspectos fundamentales para el progreso respectivo de la investigación. Indicando situaciones como, el planteamiento del problema, la formulación del problema, y la justificación del por qué se realiza la investigación, redactando lo que se desea conocer. Consecuentemente, se registran los objetivos y preguntas de investigación, los cuales contemplan el objetivo general, los objetivos específicos y las preguntas de investigación que permiten cumplir con la finalidad de la investigación.

En el segundo apartado, se especifica la fundamentación teórica de la investigación, precisando de forma particular en los antecedentes investigativos y el marco teórico. Considerando que, esta información se la realiza recopilando referencias bibliográficas que nos permitan conocer desde un contexto general hacia lo particular, el estudio de caso.

En la tercera división, se detallan aspectos metodológicos de la investigación, en la que se registra como punto de partida, el enfoque metodológico, el tipo de investigación, la hipótesis o idea a defender, la definición y operacionalización de variables, tanto dependiente como independiente, los métodos a utilizar, y las técnicas utilizadas para la recolección de datos e información. Consecutivamente, se detalla el análisis estadístico, señalando la población y muestra; los instrumentos de investigación, en este caso las encuestas y entrevistas; y el procesamiento y análisis de datos.

En la cuarta sección, se puntualizan los resultados y la discusión de la investigación, en la que también se evidencian las conclusiones y recomendaciones generadas a partir del estudio previo, tanto teórico como práctico. Con relación a los resultados obtenidos, se muestran a partir de tablas y gráficos estadísticos, que permitieron efectuar la interpretación y análisis apropiado.

A continuación, en el quinto capítulo, se puntualiza de manera alfabética las referencias bibliográficas del trabajo realizado, es decir todas las fuentes de información utilizadas para el desarrollo de la investigación. También se incluyen los anexos, ilustrando el contenido necesario para evidenciar que los datos obtenidos sean verídicos, valederos, y sustenten a la investigación.

En conclusión, el propósito principal es que la presente tesis contribuya de alguna manera a la generación de conocimiento en cuanto a las certificaciones internacionales para los productos chocho y quinua de la Federación de Granos Andinos del Norte, y los diferentes factores que existen para su implementación. De modo que tanto actores de FEGRANDINOS como entes del gobierno proporcionen ideas u opiniones priorizando el conocimiento del proceso de certificación, con la finalidad de lograr el desarrollo institucional y local, generando alternativas de solución ante diversos problemas comerciales y económicos.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las Certificaciones Internacionales son un elemento de vital importancia que ayuda a los conocimientos y habilidades tecnológicas en los temas de productividad, creación y desarrollo de métodos más utilizados y reconocidos a nivel internacional. (UMNG, 2017)

En un mundo globalizado en el cual los países tienen la necesidad de realizar procesos de producción agrícola se encuentran diferentes certificaciones internacionales, las cuales requieren de altos estándares en los procesos productivos, donde en la actualidad los países exigen certificaciones de calidad, sistemas de producción y ambientales, se percibe un inconveniente en la falta de cumplimiento de los requerimientos que demandan las certificadoras, debido a que dificultan la salida de los productos agrícolas. (Cognos, 2018)

En América Latina la mayoría de países tienen una amplia producción agrícola, donde existe un inconveniente tomando en cuenta que los productores manejan procesos tradicionales y al momento de querer certificarse los montos de inversión son altos, porque según los estándares de las certificadoras se controla todo el proceso de producción y al implementar una certificación cambiaría la forma tradicional de trabajo.

Al ser Ecuador un país en vías de desarrollo se ha visto afectado por las dificultades de entrar en nuevos mercados internacionales debido a los diversos requerimientos y certificaciones que debe cumplir un producto para poder salir al mercado internacional. Otro problema que se puede identificar en Ecuador es la existencia de varias asociaciones dedicadas a la producción agrícola, no poseen los recursos indispensables para poder cumplir los estándares que demandan las certificadoras internacionales. (OIT, 2020)

Según la FAO (2018) "La promoción a las exportaciones en el Ecuador es un tema que se está implementando en las provincias con abundancia de productos agrícolas." pero no ha generado un resultado positivo debido a la falta de asesoría y guía técnica en el proceso de documentación, certificación, empaque y embalaje de productos agrícolas, estos temas deben ser de conocimiento para los productores, considerando como una herramienta esencial las capacitaciones al sector agrícola, también se debería ampliar y actualizar las investigaciones sobre los costos que implica sacar los temas antes mencionados para que las empresas o

asociaciones productoras se les facilite cumplir con estos obstáculos, y de este modo puedan internacionalizar sus productos. (MAGAP, 2018)

En la provincia del Carchi existen cuatro asociaciones dedicadas a la producción agrícola, “entre el 2018 y 2019 la provincia del Carchi represento un 1,81% de producción agrícola a nivel nacional.” (INEC, 2019), esto representa un problema para cubrir la demanda del mercado internacional, debido al bajo porcentaje de producción en la provincia, para poder exportar productos agrícolas el Ecuador necesita abastecerse de las provincias dedicadas a este sector, es evidente entonces que las asociaciones de la provincia del Carchi no se enfocan en buscar nuevos mercados y más si son internacionales porque la inversión que deben inyectarle a la empresa es muy grande, porque deben someterse a un proceso de cambio para poder cumplir lo que solicitan las certificadoras para evaluar el proceso productivo, y para poder obtenerla se necesita de mucha inversión por lo cual se convierte en un problema para la provincia por la dificultad de cumplir dichos estándares de calidad. (La Hora, 2019)

En el sector de Monjas, en el cantón Bolívar se pudo observar que la Federación de Granos Andinos del Norte procesadora de quinua, chía, amaranto, frejol, arveja y chocho al ser una empresa nueva en el mercado necesita de una guía especializada en los procesos de internacionalización para sus productos, por lo que se requiere crear alianzas entre la academia y los organismos de gobierno, para de esta manera trabajar conjuntamente en proyectos, capacitaciones y campañas que ayuden a las nuevas empresas a direccionarlas en los diferentes procesos como comercialización, logística, formalidades aduaneras, entre otras. De esta manera se facilite el cumplimiento de las tendencias y exigencias del mercado actual, en efecto lograr internacionalizar productos agrícolas.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Las certificaciones internacionales facilitan la internacionalización de los productos chocho y quinua de la Federación de Granos Andinos del Norte FEGRANDINOS de la provincia del Carchi?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Dentro de la globalización en el contexto de comercio internacional las certificaciones internacionales cumplen un papel relevante, es que la garantía perfecta que asegura el buen estado, la salubridad y las medidas válidas de producción de cualquier alimento orgánico para

ser consumido, esto contribuirá a que los exportadores puedan llegar a mercados internacionales y vayan incrementando certificaciones para sus productos. (Frhomimex, 2017)

Al incentivar la aplicación de las certificaciones internacionales en el país, estas permitirán que haya un fomento y aumento a las exportaciones de los productos agrícolas, generando una oportunidad en nuevos mercados y garantizando que los productos de nuestro país sean más atractivos para los clientes de diferentes países, pues con las certificaciones se busca gestionar un acuerdo de prácticas agrícolas respetuosas con el ambiente y el bienestar animal. (Bravo, 2016)

La Federación de Granos Andinos del Norte “busca promover la agricultura, producción y comercialización en las provincias de Carchi e Imbabura”, bajo las certificaciones internacionales que demandan los productos agrícolas, actualmente trabaja con cuatro asociaciones en la provincia del Carchi: Asociación de Productores de Quinua del Carchi, Asoc. de Productores Agropecuarios Los Andes, Asoc. Agroindustrial San Isidro, Asoc. de Productores y Comerciantes de Bolívar. y dos asociaciones en la provincia de Imbabura: Asoc. Agrícola Plaza Pallares, Asoc. Comuna Cochas La Merced. (La Hora, 2020)

El presente proyecto tiene como finalidad analizar las certificaciones internacionales para la Federación de Granos Andinos del Norte y la correcta implementación de la internacionalización de los productos chocho y quinua, mediante los diferentes tipos de mecanismos que existen para que estas pequeñas empresas puedan ir creciendo no solamente en el mercado nacional sino también puedan expandirse hacia mercados internacionales, para a través de esto poder ayudar a las asociaciones productoras de granos de la provincia y del país, en efecto para la investigación se vinculan entidades públicas como; la Cámara de la pequeña industria del Carchi, PRO-ECUADOR y FEGRANDINOS, con el objetivo de facilitar información y asistencia en el desarrollo de la investigación. A través de esto se dará a conocer las diferentes certificaciones que necesita el chocho y la quinua para entrar a competir en mercados internacionales, por ende, mejorar el desarrollo económico de la provincia y del país.

Este trabajo es de gran relevancia debido a que aportará con información que servirá para la capacitación y guía en el tema de certificaciones internacionales, esto beneficiara al sector productor de chocho y quinua dentro de la provincia y del país, es fundamental concientizar en los productores la importancia de obtener una certificación internacional, debido a que les brinda diversos beneficios, uno de los más importantes es poder internacionalizar sus productos

y ofrecer a los clientes una garantía de calidad; así también les permitirá ser competitivos en mercados extranjeros, que generará una ventaja a los productores y a la población en general aportando mejoría al desarrollo en los procesos de comercialización e implementando nuevas prácticas de marketing, esto permitirá mejorar la calidad de vida de los habitantes gracias a que las exportaciones de este sector aumentaran.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

- Analizar las certificaciones Internacionales requeridas para internacionalización de los productos chocho y quinua de la “Federación de Granos Andinos del Norte FEGRANDINOS de la provincia del Carchi”.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente las certificaciones internacionales requeridas para internacionalización de los productos chocho y quinua de la “Federación de Granos Andinos del Norte FEGRANDINOS de la provincia del Carchi”.
- Realizar un estudio de mercado para los productos chocho y quinua de la “Federación de Granos Andinos del Norte FEGRANDINOS de la provincia del Carchi”.
- Plantear estrategias de internacionalización para la Federación de Granos Andinos del Norte mediante las certificaciones internacionales para los productos chocho y quinua.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Qué certificaciones internacionales se necesita para la exportación del chocho y la quinua?
- ¿Qué se necesita para promover las exportaciones en el sector agrícola?
- ¿Qué mercado internacional será el más óptimo para la comercialización del chocho y la quinua?
- ¿Qué beneficios obtiene la Federación de Granos Andinos del Norte al implementar certificaciones internacionales?
- ¿Qué restricciones tiene el sector agrícola de la provincia del Carchi para poder implementar certificaciones internacionales?

- ¿Cuáles son los requerimientos para exportar el chocho y la quinua?
- ¿A qué hacen referencia las certificaciones internacionales requeridas para la exportación del chocho y la quinua?
- ¿Qué importancia tiene una política de promoción a las exportaciones?
- ¿Cuál es el costo de obtener las certificaciones internacionales para los productos chocho y quinua?
- ¿Como estas certificaciones ayudaran a promover las exportaciones de la provincia del Carchi?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

- Según Ceballos (2016), en la Revista Science Of Human Action en la sesión “Conocimiento y aplicación de las certificaciones internacionales por las empresas del Altiplano del Oriente Antioqueño” menciona que “el objetivo primordial de las certificaciones es garantizar a sus clientes que sus productos, están elaborados de acuerdo con unas condiciones preestablecidas por un organismo regulador y esto les ha permitido mantener y ampliar sus mercados”. En este sentido, podemos aludir que las certificaciones se presentan como un obstáculo no arancelario al comercio, cuando son posesionadas con anterioridad, es decir, como previo requisito asignado por los países, para poder ingresar a dicho mercado.

En esta sección de la revista Science Of Human Action aportará al proyecto con información relevante que posibilite comprender la importancia de la aplicación de certificaciones internacionales en el ámbito empresarial, se puede observar claramente que obtener una certificación garantiza calidad en los productos y por tanto se amplían los mercados nacionales como internacionalmente, en efecto estas normas se convierten en obstáculos no arancelarios debido a las exigencias del mercado extranjero,

- Según Pons & Sivardière (2019) en el Manual de Capacitación “Certificación de Calidad de los Alimentos Orientada a Sellos de Atributos de Valor en Países de América Latina” menciona que “al proporcionar a los consumidores garantías respecto del origen, método de procesamiento, identificación, rastreabilidad y credibilidad mediante controles por tercera parte, los productos certificados se encuentran en armonía perfecta con las aspiraciones más actuales de los consumidores”. Los productos certificados permiten una segmentación de mercado favorable a una mejora de la calidad y de la diversidad de los productos.

El manual de capacitación refuerza al proyecto en tanto que manifiesta las diferentes garantías que se brindan a los consumidores extranjeros, esto hace referencia a las certificaciones orgánicas y a los procesos que se llevan a cabo durante una producción agrícola, es evidente que existe un mayor control y utilización de los recursos naturales evitando la aplicación de químicos que contaminan el ambiente.

- Según Alex Ibarra Velásquez (2019) en la revista del Observatorio de la Economía Latinoamericana en el tema “Estudio de mercado de quinua para su exportación a la Unión Europea” menciona que la quinua es uno de los productos más apetecidos por el mercado europeo principalmente por sus características nutritivas, y debido a la creciente concienciación de salud y nutrición en la Unión Europea, en donde en la mayoría de mercados prefieren productos orgánicos. La producción de quinua en las provincias de Ecuador, se realiza de manera ancestral y poco tecnificada lo que hace difícil obtener un sello orgánico además de que merma el rendimiento que no sobrepasa los 30 quintales por hectárea y los costos son altos en comparación con Perú y Bolivia que están alrededor de \$ 600 por hectárea y en Ecuador superan los \$ 800 por hectárea.

El aporte de la investigación al proyecto es conocer las dificultades que tiene frente al mercado internacional debido a que en Ecuador se mantiene una producción ancestral de la quinua, hace que el proceso productivo hasta el producto final no resulte competitivo para países que también exportan quinua, cabe recalcar que por mantener una producción ancestral se genera una problemática, al momento de querer implementar una certificación,

- Según Diana Valenzuela (2017) en la revista Scientific Electronic Library Online (SciELO) en el artículo titulado “Situación y perspectivas actuales para el cultivo y exportación de la quinua de Ecuador.” Menciona que “una de las particularidades que experimenta el empresariado ecuatoriano del sector quinua es la dificultad que encuentra para exportar”. Para ello, es importante tomar en cuenta, lo referente al mercado interno, ya que existe una dinámica bastante importante. Por otra parte, el limitante que podemos evidenciar para el logro de la exportación, radica principalmente en la obtención de las certificaciones internacionales demandadas para el ingreso y comercialización, pues estas son las que establecen límites muy estrictos para los productores locales en procesos de expansión comercial y sostenibilidad. “Las certificaciones otorgadas por entidades estatales e internacionales especializadas que evalúan, entre otros aspectos, la calidad y la adecuación de las instalaciones, representan serias dificultades para los rubros de certificación, mantenimiento y de tiempo requerido para su cumplimiento”.

Este artículo aporta a la investigación con sugerencias antes de la producción de quinua, donde se puede percibir que la demanda de los mercados extranjeros es fuerte debido que exigen certificantes orgánicas, comercio justo, BPA, entre otras, entonces para los productores de quinua se les dificulta el cumplimiento por los altos costos al momento de implementar una certificación, tienen que cambiar toda su forma tradicional de producción.

- Según Diego Llangari (2017) en la revista MasScience en el artículo titulado “Perspectiva de la exportación de chocho a España.” Señala que una de las impotencias que desafía el sector comercial de chocho, se basa específicamente en los altos costo de producción e implementación de certificaciones, lo que simboliza un quebranto competitivo con relación a los productores, considerando que esto se refleja en la rentabilidad obtenida en la comercialización. Por otra parte, “los costos de las máquinas y equipos utilizados para el cultivo y procesamiento de quinua son elevados, lo que ha reducido el interés de pequeños productores por exportar directamente y acortar la cadena de actores en la comercialización de chocho”.

Este articulo aportara a la identificación de estrategias para la exportación de chocho a mercados extranjeros, se puede evidenciar entonces que si una empresa o un productor no posee certificaciones internacionales está limitada a ofertar el chocho en mercados que requieran de este producto, en efecto para exportar el chocho a mercados europeos es indispensable tener certificaciones orgánicas y de calidad.

- Según Botello (2016) en el artículo ScienceDirect en la seccion “Las certificaciones de calidad y la internacionalización de las firmas industriales colombianas” menciona que “la internacionalización de empresas es un fenómeno común en una sociedad globalizada y un ingrediente importante en la mejora de su competitividad, dado que les permite desarrollar capacidades que incrementan la calidad de sus mercancías y los procesos de producción”. En los últimos años, hemos podido evidenciar con mayor relevancia que el proceso de internacionalización se ha presentado en las economías de América Latina, lo cual ha generado un impacto positivo, puesto a que se ha demostrado un crecimiento característico de la inversión extranjera directa y de los flujos comerciales.

El artículo hace referencia a sociedad globalizada y al desarrollo de los procesos de negociación que está genera, por lo cual en la actualidad las empresas tienen la necesidad de internacionalizar sus productos para mejorar su competitividad dado que les permite desarrollar estrategias que incrementen la calidad y variedad de sus productos y la mejora los procesos de producción.

- Según García (2018), en la revista de AENOR en la sección “Las certificaciones agrícolas crecen un 4% en el mundo” menciona que, “el informe Iso Survey es el documento de referencia empleado en todo el mundo para conocer la situación del mercado de la certificación internacional”.

El informe del pasado año pone de manifiesto que, pese a la actual coyuntura económica, la actividad de certificación ha seguido creciendo. Y es que se trata de una estrategia de competitividad empresarial que contribuye a mejorar el conocimiento de la organización, a aumentar el compromiso del personal y a transmitir confianza a todos los públicos. (García, 2018)

El informe nos da a conocer el desarrollo que han tenido las empresas a nivel mundial en estos últimos años, gracias a la aplicación y utilización de certificaciones internacionales donde estas les garantizan mayor competitividad en mercados extranjeros por ende la mayoría de las empresas están cada vez innovando e invirtiendo en certificaciones.

- Según Toledo (2017) en el artículo científico “La certificación internacional de las empresas como factor esencial para la competitividad” menciona que es importante que el gobierno corporativo de las empresas tome conciencia de que las certificaciones son una inversión que vale la pena; y es que una empresa sin certificación de calidad está limitada a vender en el exterior donde es un requisito; por ejemplo, los países europeos no importan productos si no están certificados, además de que no pueden ser proveedores de grandes empresas y mucho menos pueden aumentar sus volúmenes de ventas e ingresos.

El artículo contribuye al proyecto por cuanto brinda el fundamento que resalta la importancia que tiene el gobierno de fomentar la utilización de certificaciones internacionales, es evidente entonces que si una empresa no posee certificaciones está

limitada a ofertar sus productos en mercados internacionales, en efecto para exportar un producto a mercados europeos es indispensable tener certificaciones orgánicas y de calidad.

- Según Padilla (2016) en el artículo del “Banco Interamericano de Desarrollo (BID)” “en el apartado de “Certificación internacional de calidad para granos ancestrales” menciona que “la política pública puede ser útil para ayudar a superar las diversas barreras que dificultan a las empresas cumplir con estándares internacionales de calidad en productos agrícolas, así como concientizar acerca de los beneficios de adquirir certificaciones de este tipo”. Puesto a que, por medio del establecimiento de una norma evaluada en consenso y encaminada al bien común, se podrían registrar aspectos que incentiven a las diversas empresas a invertir para obtener mayor rentabilidad, en este caso, sería adquirir las certificaciones vinculadas a prácticas empresariales que mejoren la calidad de sus productos y procesos.

De este artículo tome como parte de mi investigación la importancia de la implementación de una buena política pública, donde esto generaría una posible solución de las diversas barreras que dificultan a las empresas a cumplir con estándares internacionales de calidad y puedan lograr beneficiarse de las diferentes certificaciones que existen en el mercado.

- Según Navarro, Rey y Barrera (2016) en la Revista de Administración de Empresas (RAE) “Compromiso, recursos, emprendimiento exportador, certificación internacional y resultados empresariales” menciona que, un aspecto esencial dentro de la exportación es que se debe manejar estrategias a medio y largo plazo, con la finalidad de “impulsar el acceso a mercados extranjeros de empresas con potencial exportador; para lograr que los exportadores esporádicos se conviertan en exportadores regulares; para que aumente la propensión a exportar, diversificando los mercados de destino de las exportaciones”.

La revista hace referencia al incremento de las exportaciones basándose en tres aspectos importantes que beneficiaran a los productores agrícolas, es por ello que en la presente investigación se planteara estrategias a corto, mediano y largo plazo, que ayude a identificar los aspectos más importantes en el proceso de exportación, en consecuencia las asociaciones de las provincia del Carchi puedan invertir en instrumentos que les

acrediten una garantía en mercados extranjeros, y puedan ampliar su gama de productos, convirtiéndose en empresas más competitivas a nivel nacional como internacional.

- Según Molina & Méndez (2019) en la revista científica Yachana en la sección “Fomento de las exportaciones ecuatorianas de abonos orgánicos y la recopilación de información de productos agrícolas orgánicos en el Ecuador” menciona la importancia fundamental que tiene el fomento a las exportaciones en un país es ayudar al desarrollo de la economía, esto genera una implementación de política comercial con el propósito de impulsar a los productores e innovadores de cualquier sector de un país a internacionalizar sus productos por lo cual se necesita de las diversas empresas gubernamentales para un correcto fomento a las exportaciones

La revista aportaría al proyecto a conocer los diferentes beneficios que presenta el fomento a las exportaciones a través de la implementación de una política comercial, por lo cual el gobierno debe realizar un análisis específico de las exigencias para poder exportar de acuerdo a cada sector para brindar una correcta capacitación en temas de certificación y exportaciones a los productores.

- Según Vivero & Pilozo (2018) en la investigación de la Universidad de Guayaquil “Modelo de Promoción de Exportaciones de productos agrícolas y su relación con la Comunidad Andina” menciona que:

En el sector exportador ecuatoriano existe falta de integración con entidades de promoción de la región y poca participación de las empresas ecuatorianas en actividades realizadas por instituciones de promoción de otros países ya que se adecue que las ganancias en que se pueden generar de la combinación entre la promoción de exportaciones y la apertura comercial se obtienen una sola vez cuando no se realiza adecuadamente el desarrollo de nuevos productos, para esto se debe de distribuir adecuadamente los recursos para cada sector para generar “ventajas comparativas”. Se evidencia que hay poco desarrollo de nuevas actividades de promoción, también falta implementación de tecnología para el desarrollo de nuevos productos, falta de ayuda técnica para mejorar en la elaboración del producto, falta de asistencia técnica por parte de PROECUADOR. (Vivero & Pilozo, 2018)

Esta investigación aportara al hacer referencia al escaso desarrollo de nuevas actividades de promoción, la falta de implementación de tecnología para el desarrollo de nuevos productos, la falta de ayuda técnica para mejorar en la elaboración del producto y la falta de asistencia técnica por parte de las entidades gubernamentales.

- Según Gonzabay (2017) en la investigación del Instituto de Altos Estudios Nacionales. “Análisis de la política comercial del Ecuador respecto a la exportación de sus productos” menciona que, “dentro de las transacciones internacionales que realiza un país, es de gran importancia la intervención de las políticas comerciales, ya sea para el control en lo que respecta a las importaciones o incentivos que permitan el desarrollo de las exportaciones”. Por otra parte, se ha considerado dentro de las estrategias que faciliten el desarrollo de las exportaciones, es a través de la integración comercial, consintiendo el ingreso de nuestros productos hacia el mercado del extranjero. A partir de ello surge la creación de convenios.

El aporte de la investigación al proyecto es permitir conocer la importancia que tiene la política comercial dentro de un país, por lo cual se implementa una serie de incentivos a los productores y empresarios con el objetivo de generar un desarrollo en las exportaciones a través de estrategias, mecanismos y preferencias arancelarias que faciliten el ingreso de productos a mercados extranjeros.

2.2. MARCO TEÓRICO

Teorías del Comercio Internacional

Teoría de la Ventaja Absoluta

Esta teoría fue elaborada por Adam Smith en la cual destaca la capacidad de producir un bien a un costo absolutamente menor medido en términos de unidades de trabajo. “Señala la importancia del libre comercio entre las naciones de manera que se facilite el intercambio comercial de mercancías a un menor costo, su apoyo es la diversificación de mercados con una producción a mayor escala” (Veletanga, 2019).

La teoría de la ventaja absoluta se relaciona con el proyecto puesto que el sector agrícola de la provincia del Carchi tiene una buena capacidad de producción de chocho y quinua, por ende, este sector puede ser más competitivo en costos a nivel nacional como internacional, como consecuencia Ecuador a través de las certificaciones podría ofrecer productos de calidad y más económicos a mercados extranjeros, que para ellos producirlo sería más caro, dificultoso debido al clima y al cuidado que necesitan este tipo de productos como el chocho y la quinua.

Teoría de la ventaja competitiva

La ventaja competitiva es aquel valor diferencial que posee una empresa respecto a otras empresas competidoras, que le hace única, le permite mantener el impacto en el tiempo al ser netamente superior a la competencia y es aplicable a varias situaciones de mercado, rentable para la empresa y costeable para el cliente. (Torreblanca, 2017)

La teoría de la ventaja competitiva aporta a nuestra investigación ya que nos habla sobre la posibilidad que tiene un país de ofrecer un producto el cual sea diferenciado del resto y brinde muchos beneficios para el cliente, donde a través de las certificaciones internacionales un país puede llegar a ser más competitivo que los demás, ofreciendo calidad, garantía y un proceso productivo amigable con el ambiente.

La Federación de Granos Andinos del Norte para el desarrollo de una ventaja competitiva deben obtener certificaciones para diferenciarse de la competencia, como también tomar decisiones estratégicas pensando en el mejoramiento de calidad del producto chocho y quinua, generando

que la operación sea más eficiente y así posea una mayor participación en el mercado nacional como internacional.

Teoría de la ventaja comparativa

Formulada por David Ricardo se considera que “la productividad de trabajo difiere al utilizarse distintas técnicas de producción, logrando el intercambio comercial internacional encontrando las diferencias de productividad de un bien en diferentes países. Se fundamenta en la capacidad de satisfacer al cliente” (Bruzzone, 2018).

Esta teoría se relaciona con el proyecto ya que con la implementación de certificaciones internacionales el sector agrícola aplicara diversas estrategias de producción, en efecto el país podrá comparar si sus productos son más competitivos a nivel internacional y de esta forma poder identificar el mercado meta donde intercambiar sus productos, esto le ayudara a la diferenciación de sus productos y a través de esto satisfacer las necesidades de los clientes, como a tener mayor acceso a mercados.

La nueva teoría del comercio internacional

Esta teoría fue elaborada por Krugman y Obstfeld (1997) Esta teoría se basa en que “los países más desarrollados exportarán manufacturas e importarán productos no elaborados, mientras que los países en vías de desarrollo importarán manufacturas y exportarán productos no elaborados (materias primas y alimentos) debido al diferente precio relativo de sus factores” (Turmero, 2015) así mismo se puede mencionar que en la nueva teoría del comercio internacional genera un resultado en las economías de escala y de la concentración de la producción, porque éstas permiten reducir los costos, dada la especialización de la producción.

Si aplicáramos la economía de escala, en una situación en donde la Federación de Granos Andinos del Norte quiera reducir sus gastos de producción al expandirse a trabajar conjuntamente por internacionalizar el chocho y la quinua. Se trataría de un beneficio debido a que cuanto más se produce, el costo que tendría la Federación por fabricar un producto sería menor. Esto ocurre cuando el chocho y la quinua se pueda producir a mayor escala, pero a un costo menor por unidad.

Una ventaja estratégica para el sector agrícola de la provincia del Carchi sería trabajar colectivamente todas las asociaciones productoras de chocho y quinua con el objetivo de reducir los costos a través de la producción masiva tomado en cuenta que los países desarrollados

apetecen este tipo de productos como materia prima, en efecto la demanda que se puede alcanzar es alta debido a que Ecuador es un exportador de materia prima por ende se puede buscar la forma de diferenciarnos de la competencia a través de la aplicación de las certificaciones. Al aumentar el rendimiento de la Federación de Granos Andinos del Norte, aumentan los beneficios, las ventajas y la posibilidad de internacionalizar los productos frente a la competencia.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

Variable independiente: Certificaciones internacionales

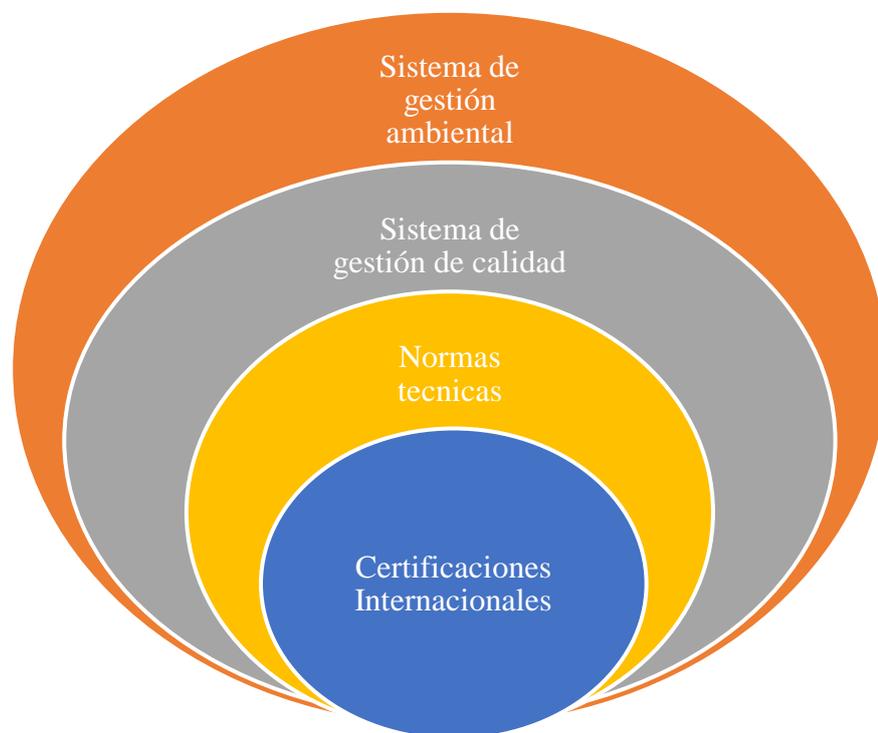


Ilustración 1. Certificaciones internacionales

Sistema de gestión ambiental

El sistema de gestión ambiental, según Pereira (2018):

Es un instrumento de carácter voluntario dirigido a organizaciones que quieran alcanzar un alto nivel de protección del medio ambiente en el marco del desarrollo sostenible. Este se construye a base de acciones medioambientales y herramientas de gestión. Esas acciones interaccionan entre sí para conseguir un objetivo claramente definido: protección medioambiental. (Pereira, 2018)

Sistema de gestión de calidad

Es un conjunto de elementos relacionados entre sí bajo procesos de trabajo orientados en alcanzar la calidad de un producto o servicio. Los elementos que componen un Sistema de Gestión de Calidad pueden ser los mismos que para cualquier Sistema de Gestión, pero todo ellos enfocados en la calidad del producto o del servicio con el que trabaje la organización. (Torres, 2019)

Normas Técnicas

Una norma técnica es un documento aprobado por un organismo reconocido que establece especificaciones técnicas basadas en los resultados de la experiencia y del desarrollo tecnológico, que hay que cumplir en determinados productos, procesos o servicios. Las normas resultan fundamentales para programar los procesos de producción. Se crean con el consenso de todas las partes interesadas e involucradas en una actividad (fabricantes, administración, consumidores, laboratorios, centros de investigación). Deben aprobarse por un Organismo de Normalización reconocido. (Universidad de Alcalá, 2018)

Certificaciones Internacionales

Las certificaciones tanto en productos como en procesos mejoran o aumentan la posibilidad de ingreso a un mercado internacional, llegando a beneficiar a los productores con mejores precios. Por otro lado, las empresas buscan certificadoras eficientes que garanticen la calidad para los compradores y que las normas que requieran los países a donde pretende llegar el producto sean cumplidas. (Mora, Lituma, & González, 2020)

La certificación, es el proceso llevado a cabo por una entidad reconocida como independiente de las partes interesadas, mediante el que se manifiesta la conformidad de una determinada empresa, producto, proceso, servicio o persona con los requisitos definidos en normas o especificaciones técnicas. La certificación va dirigida a cualquier tipo de empresa, independientemente de su tamaño, ubicación o área de actividad, y no necesariamente a las grandes empresas, resultando más útil incluso para empresas pequeñas y medianas con menos reconocimiento en el mercado y cuya necesidad de generar confianza en sus grupos de interés es, si cabe, mayor. Aunque en algunos casos es un requisito imprescindible para poder vender, ya sea por consideraciones legales, o

porque los compradores del producto siempre lo solicitan, lo cierto es que se trata de un proceso voluntario. (AENOR, 2019)

Variable dependiente: Internacionalización de los productos chocho y quinua



Ilustración 2. Internacionalización

Política comercial

La política comercial está orientada hacia el comercio exterior y la búsqueda de mercados en los ámbitos bilateral, multilateral y regional, sobre la base de acuerdos o tratados de libre comercio. Tiene como objetivos principales: Reducir los costos domésticos de producción, aportar al desarrollo, modernizar el aparato productivo, convertir al país en un lugar atractivo para producir, diversificar la oferta y ampliar los mercados de destino de los productos de exportación. (Veletanga G. , 2019)

Balanza comercial

Se define como balanza comercial al registro contable y financiero de transacciones u operaciones realizadas, tanto de importaciones como de exportaciones de una nación dentro de un periodo de tiempo estipulado. También se conoce como el valor monetario resultante de la diferencia entre los productos exportados menos los bienes importados. Para una nación, las exportaciones generan ingresos y las importaciones representan los gastos. De tal modo que se considera una balanza con saldo positivo cuando el monto de las exportaciones es superior al monto de las importaciones y en el

caso contrario, es decir, cuando el monto de importaciones es superior al de las exportaciones, se considera que el saldo de la balanza comercial de la nación es negativo. (Riquelme, 2018)

Convenios Internacionales

“Los Convenios Internacionales son instrumentos de carácter normativo, en donde existe una concordancia de voluntades entre dos o más sujetos de Derecho Internacional, destinados a producir efectos jurídicos y con el fin de crear derechos y obligaciones entre las Partes” (SINAC, 2019).

Barreras Arancelarias y no arancelarias

“Las barreras arancelarias son restricciones al comercio exterior de un país, por medio de impuestos que se deben pagar para poder importar o exportar. Éstos se pagan al agente aduanal por concepto de entrada o salida de las mercancías” (Logycom, 2021).

“Las barreras no arancelarias son regulaciones impuestas por los gobiernos para dificultar o evitar la importación de determinadas mercancías sin elevar impuestos. Ello, con el objetivo de favorecer a los productores locales” (Westreicher, 2021).

Promoción a las exportaciones

“Apoyo que brinda el sector público y privado al intercambio comercial con otros países, abarca una serie de beneficios, incentivos, facilidades, actividades promocionales, entre otros, a fin de lograr un alto, dinámico y sostenido desarrollo” (Gárate, 2017).

Internacionalización

El término internacionalización se emplea para designar la capacidad que alcanza una empresa de poder comercializar sus productos o localizarse en otro país del mundo, que no sea su país de origen. La internacionalización permite el acceso a otros mercados, lo que posibilita el crecimiento económico. Intensifica el proceso del intercambio de cualquier tipo de bien entre los diferentes países del mundo. (Quiroa, 2019)

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

Enfoque Mixto

La presente investigación adquiere un enfoque mixto, porque permite el complemento de los dos enfoques, es decir, el enfoque tanto cualitativo como cuantitativo.

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. El enfoque mixto, entre otros aspectos, logra una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno, ayuda a formular el planteamiento del problema con mayor claridad, produce datos más “ricos” y variados, potencia la creatividad teórica, apoya con mayor solidez las inferencias científicas y permite una mejor “exploración y explotación” de los datos. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)

“La investigación mixta se utilizó, debido a que, los fenómenos y problemas que enfrentan actualmente las ciencias son tan complejos y diversos que el uso de un enfoque único, tanto cuantitativo como cualitativo, es insuficiente para lidiar con esta complejidad” (Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la investigación, 2014).

La presente investigación tiene un enfoque mixto porque utilizamos datos, tanto cualitativos como cuantitativos, significa entonces que nos apoyamos de información estadística, medición numérica y así describimos las diferentes características, cualidades del objeto de estudio, dando como resultado que el enfoque mixto nos ayudó a profundizar, ampliar la información presentada ya que se nos generó un mayor entendimiento y claridad en la investigación realizada.

3.1.2. Tipo de Investigación

Documental

La investigación documental es un tipo de estudio de interrogantes que emplea documentos oficiales y personales como fuente de información; dichos documentos pueden ser de diversos tipos: impresos, electrónicos o gráficos. De acuerdo con Baena (1985), la investigación documental es “Una técnica que consiste en la selección y recopilación de información por medio de la lectura y crítica de documentos y materiales bibliográficos, de bibliotecas, hemerotecas, centros de documentación e información. (Martínez C. , 2017)

La investigación documental se aplicó a esta investigación, ya que esta técnica nos permitió recopilar información de documentos y plataformas sobre las certificaciones, tanto de calidad como orgánicas, que necesita el sector agrícola de la provincia del Carchi, para demostrar que, a través de la obtención de una certificación, se puede generar una promoción a las exportaciones.

Descriptiva

“Busca especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos o comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es útil para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un suceso, contexto o situación” (Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la investigación, 2014).

Este tipo de investigación es útil para el proyecto, puesto a que nos dio paso a mostrar la información de una forma más detallada las diferentes certificaciones internacionales que necesita el sector agrícola para poder internacionalizar sus productos.

Explicativa

Está dirigido a responder las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Se enfoca en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables. Se encuentra más estructurado que en los demás alcances, proporciona un sentido de entendimiento del fenómeno a que hace referencia. (Hernández, Fernández, & Baptista, Metodología de la investigación, 2014)

El tipo de investigación explicativa nos ayudó a manifestar los aspectos importantes con más claridad sobre la obtención y utilización de las certificaciones internacionales, generando un desarrollo a las exportaciones en el país.

3.2. IDEA A DEFENDER

Las Certificaciones Internacionales facilitan la internacionalización de los productos chocho y quinua de la Federación de Granos Andinos del Norte FEGRANDINOS de la provincia del Carchi.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable independiente: Certificaciones Internacionales

Variable dependiente: Internacionalización de los productos chocho y quinua

Tabla 1. Operacionalización de variables para el tema: *Certificaciones Internacionales requeridas para internacionalización de los productos chocho y quinua de la Federación de Granos Andinos del Norte FEGRANDINOS de la provincia del Carchi.*

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento
Independiente: Certificaciones Internacionales	Negociación internacional	<ul style="list-style-type: none"> • Mercados • Gustos y Preferencia • Convenios internacionales • Barreras arancelarias y no arancelarias 	Documental Entrevistas	Análisis bibliográfico Cuestionario Conversatorio
	Certificación agrícola	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de gestión de calidad • Sistema de gestión ambiental • Normas técnicas • Proceso de empaque y embalaje • Tipos de certificaciones agrícolas 	Documental Entrevistas	Análisis bibliográfico Cuestionario Conversatorio

Dependiente: internacionalización	Exportaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Balanza comercial • Programas del gobierno • Plataformas institucionales de datos estadísticos. • Política comercial 	Documental Entrevistas	Análisis bibliográfico Cuestionario Conversatorio
---	---------------	---	---------------------------	---

Fuente: Elaboración propia.

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Método Deductivo

“Es un método de razonamiento que toma conclusiones generales para explicaciones particulares; se inicia con el análisis de postulados, leyes, teoremas, etc. para aplicarlos en hechos particulares. Se basa en la observación, hipótesis, deducción y experimentación” (Rosado, 2013).

El método utilizado en el presente proyecto nos ayudó a enfocarnos y puntualizar en las principales normas, certificaciones que requieren los productos agrícolas, y así plantear conclusiones específicas sobre las certificaciones que necesita el chocho y la quinua de la provincia del Carchi, para poder cumplir con los requerimientos de los países demandantes y de esta forma se genere un fomento a las exportaciones.

3.4.2. Método Analítico

Es un proceso de investigación empírico – analítico que se encarga de descomponer diferentes partes o elementos para poder hacer la determinación de alguna causa, efecto o naturaleza. El análisis realiza estudios y examina algún hecho u objeto en particular, dentro del campo de las ciencias naturales y las ciencias sociales. (Pacheco, 2019)

El método analítico fue utilizado en el proyecto para poder distinguir las diferentes normas de calidad, certificaciones para el chocho y la quinua de la provincia del Carchi y para conocer cada una de estas. Como resultado analizamos los beneficios, principios y elementos para llegar a determinar la mejor certificación y mercado extranjero donde se destinará el producto.

3.5. Técnicas

3.5.1. Entrevista

La entrevista es catalogada con un instrumento, el cual consiste en recoger información relevante a través de la interacción o dialogo entre dos participantes, que serían el entrevistador y el entrevistado. Según Murillo, García, Martínez, Martín & Sánchez (2012) " La entrevista es la técnica con la cual el investigador pretende obtener información de una forma oral y personalizada" (p.6). Esta técnica es de suma importancia en la presente investigación, debido a que nos permite recopilar percepciones y opiniones. Esta entrevista fue aplicada a las certificadoras internacionales, representantes de la Federación de Granos Andinos del Norte y encargados de las entidades gubernamentales dedicadas a la promoción y fomento a las exportaciones.

Las entrevistas se aplicaron a las certificadoras tanto nacional como internacional: Ing. Javier Cruz analista de inocuidad en alimentos -certificación BPA de Agrocalidad y al Ing. Armando Bonifaz representante comercial regional de la certificadora internacional Kiwa América Latina. También se aplicó al Ing. Arturo García administrador operativo de la Federación de Granos Andinos del Norte y al Ing. Víctor Pozo técnico distrital de sanidad vegetal de Agrocalidad como ente promotor y fomento a las exportaciones.

3.6. Análisis Estadístico

Para la presente investigación se utilizó fuentes primarias y secundarias, esto nos sirve como fuente de información para explicar las conclusiones del proyecto de una mejor manera, como fuentes primarias se analizó; el reglamento al COPCI, convenios, libros, artículos científicos y revistas. Las fuentes secundarias que se consideró para esta investigación son; INEC, Trade Map, Cobus Group y PRO-ECUADOR.

3.6.1. Que es una certificación

Una certificación es un procedimiento por el cual un organismo calificado avala por escrito que un producto, proceso o servicio cumple con requisitos y normas específicas que respaldan su calidad. Esta confianza que genera una certificación da credibilidad al producto; le brinda al consumidor garantías sobre su origen, el método de fabricación, su proceso de distribución y control, lo que le permite ser un competidor más fuerte en el mercado, independientemente de su precio. Es competitivo gracias a la calidad y

seguridad que ofrece a sus clientes, y ambos, se consideran un importante valor agregado. (López J. , 2020)

3.6.2. Que es una certificación agrícola

La certificación en la agricultura ayuda a tener una garantía en la manufactura durante todas sus etapas, cumplir con los requisitos definidos en una norma o reglamentos técnicos, con la obtención de la certificación agrícola, lo que se pretende es disminuir el uso de recursos no renovables como los fertilizantes y plaguicidas sintéticos, con la finalidad de preservar el ambiente y cuidar la salud humana. Todo producto agrícola que se comercialice hoy en mercados internacionales, para poder ser exportado debe ser certificado por una agencia certificadora orgánica. (Servicio de Acreditación Ecuatoriano, 2019)

3.6.3. Proceso para obtener una certificación

El Sistema de Certificación es uno de los métodos de evaluación establecidos en el marco de aseguramiento de la calidad y sanidad vegetal , cuyo objetivo es garantizar la calidad de las estadísticas oficiales que se utilizan para la formulación, monitoreo y evaluación de las políticas públicas y que se emplean en la academia, sector privado y la sociedad civil para la investigación y toma de decisiones; mediante el análisis, verificación y valoración del cumplimiento de los requisitos de calidad definidos con base a las normas y estándares emitidos por el INEC. (INEC, 2020)

- 1. “Implementación:** Consiste en trasladar las normas técnicas requeridas por la certificación al proceso productivo de la empresa” (INEC, 2020).
- 2. “Proceso de Inspección:** Visita de un experto que pertenece a la entidad certificadora, con el fin de verificar que se cumplen los protocolos de la norma” (INEC, 2020).
- 3. “Proceso de Certificación:** Una vez que el técnico emite el informe definitivo con las correcciones implementadas, se envía a la matriz, la solicitud de certificado para que posteriormente sea otorgado a la empresa” (INEC, 2020).

3.6.4. Partida arancelaria de los productos quinua y chocho

Producto: Quinua	Partida arancelaria	10.08 Alforjón, mijo y alpiste; los demás cereales
	Subpartida arancelaria	10.08.50 Quinua (quinoa) (chenopodium quinoa)
	Tarifa arancelaria	0%
	Producto: Chocho	Partida arancelaria
	Subpartida arancelaria	07.13.90.90 – Las demás
	Tarifa arancelaria	0%

Fuente: elaboración propia

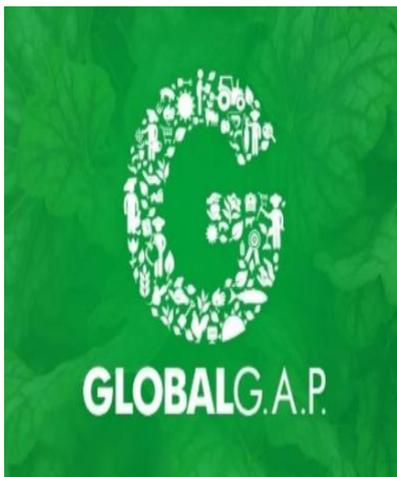
3.6.5. Certificaciones internacionales más importantes para los productos agrícolas

Certificaciones Internacionales	Descripción
	Buenas Prácticas Agrícolas (BPA): Son las normas y recomendaciones técnicas que se aplican a la producción, procesamiento y transporte de alimentos, orientadas a asegurar la protección de la higiene, salud humana y medio ambiente, mediante métodos ecológicamente seguros, higiénicamente aceptables y económicamente factibles. El proceso inicia desde la siembra del cultivo, hasta la cosecha de los productos, con el fin que todos los predios productores de frutas y hortalizas del país estén certificados y de esta manera se asegure la inocuidad alimentaria, mediante la prevención de los riesgos asociados a la producción primaria. (ProColombia, 2019)
	Buenas Prácticas de Manufactura (BPM): Son los principios básicos y prácticos generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte y distribución de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los productos en cada una de las operaciones mencionadas cumplan con las condiciones sanitarias

adecuadas, de modo que se disminuyan los riesgos inherentes a la producción. (ProColombia, 2019)



HACCP (Hazard Analysis Critical): Se define como un sistema de prevención para evitar la contaminación alimentaria que garantiza una seguridad en los alimentos, en la cual se identifica, evalúa, previene y lleva un registro de los riesgos de contaminación a lo largo de la cadena de producción, desde el inicio hasta que llega a manos del consumidor. A nivel internacional, el sistema HACCP ha sido reconocido como el mejor método para asegurar la inocuidad de los alimentos y la tendencia ha sido que cada vez más países han adoptado al HACCP como un requisito legal para la industria de alimentos; especialmente al considerar el acelerado crecimiento de la globalización del comercio de los alimentos para consumo humano. (ProColombia, 2019)



GLOBAL GAP: Es una certificación internacional que consiste en cumplimiento de un protocolo de buenas prácticas agrícolas a nivel mundial, la cual armoniza las normas y procedimientos para desarrollar un sistema de certificación internacional. Esta certificación ha significado un mayor ahorro para los productores, ya que es aceptada a nivel global, por una lista de cerca de 100 países en todos los continentes y evita tener que someterse todos los años a diferentes auditorías de clientes con diferentes criterios. Para consumidores y distribuidores, el certificado GLOBAL G.A.P es la tranquilidad de que los alimentos alcanzan niveles aceptables de seguridad y calidad y que estos han sido producidos sustentablemente, respetando la salud, seguridad y bienestar de los trabajadores, el medio ambiente y en consideración de los temas de bienestar animal. Sin esta certificación, se puede negar a los productores el acceso a los mercados europeos. (ProColombia, 2019)



FAIRTRADE: Es una certificación de comercio justo; es el sello internacional, que le permite a los productores recibir un precio justo por sus productos, reduciendo la cadena de intermediación en la comercialización. Fairtrade ofrece a los productores un trato más justo y mejores condiciones comerciales, permitiendo así mejorar su calidad de vida. Los productos con la certificación o sello FAIRTRADE como distintivo, garantizan al consumidor final que se están aplicando los valores éticos del producto, que han sido producidos en condiciones de trabajo dignas y

comprados a un precio justo, apoyando el desarrollo sostenible del productor o la organización productora. (ProColombia, 2019)



KOSHER: Es un certificado, que emiten entidades judías alrededor del mundo entero, si bien, no es un requisito para poder entrar a un determinado mercado, significa distinción de excelente calidad, tanto en los ingredientes de cada producto como en su proceso. Por esta razón, cada vez más las empresas de alimentos desean certificar sus productos, logrando una ventaja competitiva frente a su competencia. Esta certificación tiene un costo el cual está por los lados de los dos salarios mínimos vigentes. (ProColombia, 2019)



RAINFOREST (Red de Agricultura Sostenible): Esta es una certificación relacionada con buenas prácticas agrícolas (BPA), aplicable a productos agrícolas no procesados, en algunos casos se incluyen procesos básicos como trilla en café. Según Rainforest Alliance “...El sello Rainforest Alliance Certified asegura a los consumidores que el producto que están comprando ha sido cultivado y cosechado usando prácticas ambiental y socialmente responsables. Las fincas y tierras forestales que cumplen con las normas rigurosas e independientes de la Red de Agricultura Sostenible o el Consejo Mundial Forestal reciben este sello” (ProColombia, 2019)



USDA ORGANIC: La certificación USDA se basa en las normas de producción orgánica para Estados Unidos (NOP-USDA) creadas por el Ministerio de Agricultura de los Estados Unidos. Este certificado es necesario para las empresas que desean exportar un producto orgánico a Estados Unidos, ya sean alimentos procesados o productos frescos. (ProColombia, 2019)



Halal: es el documento oficial o fatwa (pronunciamento legal en el islam emitido por un especialista en ley religiosa sobre el tema específico) escrito, emitido por el organismo competente que certifica si un determinado producto/servicio que se venderá y consumirá por el público se encuentra libre de sustancias que incumplan con lo que establece la ley islámica para su consumo, tales como el contenido de carne de cerdo o alcohol en el producto y su proceso. (PRO ECUADOR, 2019)



JAS: es el certificado de producción agrícola y de procesamiento de producción orgánica japonés, creado por el Ministerio Forestal, Pesquero y de Agricultura de

Japón. Es necesaria para clientes que desean exportar su producción orgánica a Japón, incluso aunque tengan certificados de otros países. (Mayacert, 2020)

Fuente: Elaboración propia

3.6.6. Empresas ecuatorianas certificadas

Tabla. Empresas ecuatorianas certificadas

	Certificación	% de Empresas certificadas
Certificación Agrícola	Global G.A.P.	68%
	Rainforest	25%
	Buenas Prácticas Agrícolas (BPA)	79%
Certificación de seguridad alimentaria	HACCP	21%
	Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)	57%
	Kosher	16%
	Halal	14%
Certificación orgánica	USDA Organic	18%
	JAS	13,6%
Certificación Comercio Justo	Fairtrade	10%
	BASC	25%

Fuente: elaboración propia

3.7. Estudio de Mercados Internacionales para el producto quinua de la Federación de Granos Andinos del Norte

Para la determinación del mejor mercado internacional para la exportación de quinua, se realizó una comparación de los indicadores que poseen los mercados, a través del uso adecuado de los instrumentos estadísticos como; TradeMap, Banco Central del Ecuador y Datosmacro, debido a que son fuentes confiables que poseen aportes de antecedentes estadísticos existentes y actualizados que tienen dependencia con el comercio exterior en lo referente a importaciones y exportaciones.

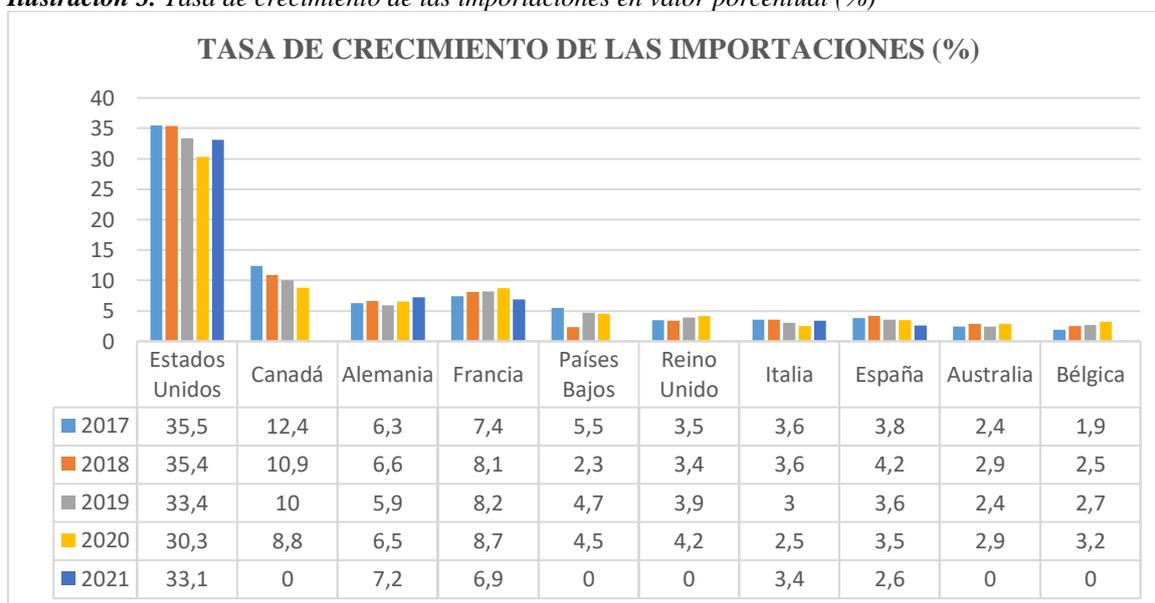
3.7.1. Principales países importadores de quinua a nivel mundial

Tabla 2. Países importadores de quinua a nivel mundial: Dólar Americano (miles) FOB

Lista de los principales países importadores para el producto seleccionado					
Producto: 100850 Quinua "Chenopodium quinoa"					
Países Importadores	valor importado 2017	valor importado 2018	Valor importado 2019	valor importado 2020	valor importado 2021
Estados Unidos	86.787	87.297	93.416	101.214	107.529
Canadá	26.693	26.288	27.269	28.607	-
Francia	19.940	21.591	26.746	21.137	21.170
Alemania	16.073	15.578	20.174	21.949	22.083
Países Bajos	5.747	12.347	13.940	15.356	-
Reino Unido	8.397	10.309	13.120	12.281	-
España	10.303	9.424	10.928	7.821	8.167
Bélgica	6.137	7.134	10.031	7.658	-
Australia	7.139	6.408	8.933	6.340	-
Italia	8.848	6.408	8.198	10.286	10.873

Fuente: Portal TradeMap, 2021

Ilustración 3. Tasa de crecimiento de las importaciones en valor porcentual (%)



Fuente: Portal TradeMap, 2021

Con relación a la tabla expuesta anteriormente, podemos destacar que dentro de ella se resaltan aspectos importantes para la investigación. Tomando en cuenta, que en ella podemos evidenciar que el país que se posesiona al frente a nivel mundial en lo que se refiere a adquisición de la

quinua es Estados Unidos, cabe mencionar que es considerada una potencia mundial, el cual se sustenta como un mercado alternativo para la exportación de la quinua desde Ecuador. Por otra parte, podemos mencionar como alternativa y como mercado que se lo ha destacado, es Canadá, sin embargo, es necesario aludir que adquiere gran diferencia en referencia a E.E.U.U. A pesar de ello, es un mercado estratégico para realizar la comercialización. Finalmente, Alemania, el cual ha sido evaluado e identificado como un mercado que se encuentra en buena posición para la adquisición del producto, por ende, será tomado en cuenta como opcional. En este sentido, los tres mercados detallados serán analizados mediante factores internos que poseen, para poder determinar el óptimo y más adecuado para realizar la comercialización de quinua de la Federación de Granos Andinos del Norte.

Como punto esencial en la comercialización, es fundamental considerar todos los ámbitos señalados en los requisitos y estándares que tiene el país para que un producto pueda asociarse, en este caso para que la quinua pueda ingresar al país seleccionado, con la finalidad de lograr la satisfacción del cliente, garantizando un buen servicio, y del mismo modo manteniendo un compromiso claro con el mercado exterior en cuanto a comercialización, distribución y venta.

3.7.2. Mercados importadores de quinua exportada de Ecuador

Tabla 3. Principales mercados importadores de la quinua exportada de Ecuador en dólares americanos (miles)

Lista de los países importadores de quinua

Producto: 100850 Quinua "Chenopodium quinoa"					
Países Importadores	Valor importado 2017	valor importado 2018	valor importado 2019	valor importado 2020	Valor Importado 2021
Estados Unidos	2.060	1.772	1.536	1.094	1.283
Israel	838	892	1.295	1.731	-
Canadá	292	431	1.275	675	994
Países Bajos	289	372	855	461	-
Alemania	622	171	325	391	893
Francia	252	213	277	495	620
Bélgica	39	76	162	112	-
Reino Unido	104	112	112	112	-

Fuente: Portal TradeMap, 2021

Por medio de la tabla generada anteriormente, podemos evidenciar el cálculo de las exportaciones que ha tenido Ecuador con el producto de quinua, donde se registra valores

analizados en años anteriores, en lo que se refiere al valor exportado, evidenciando un crecimiento positivo, es decir, existe una cantidad considerable de demanda de quinua en varios países, he ahí la importancia de las certificaciones, debido a que si un producto es certificado, tendrá el aval y en cierta manera la confiabilidad de ser consumido en mayores cantidades. Por su parte, Estados Unidos se caracteriza por representar una significativa adquisición del producto, por ende se encuentra en el primer lugar de consumo, seguido de Alemania y Canadá que son los principales potenciales importadores de quinua, por lo que se han tomado como parte del análisis para identificar la oportunidad adecuada en éstos mercados internacionales, debido a que poseen acuerdos comerciales con Ecuador, lo que permite diferenciar toda la información obtenida en relación a los mismos.

Para poder seleccionar cual es el mercado internacional más óptimo para la comercialización de estos productos, se ha considerado diferentes ámbitos y variables de los mercados potenciales como son Estados Unidos, Alemania y Canadá, en ellos se ha analizado aspectos como, entornos políticos, económicos, sociales y legales, lo que permite de esta manera elegir estratégicamente el mercado internacional apropiado para que la Federación de Granos Andinos del Norte pueda realizar la comercialización de su producto.

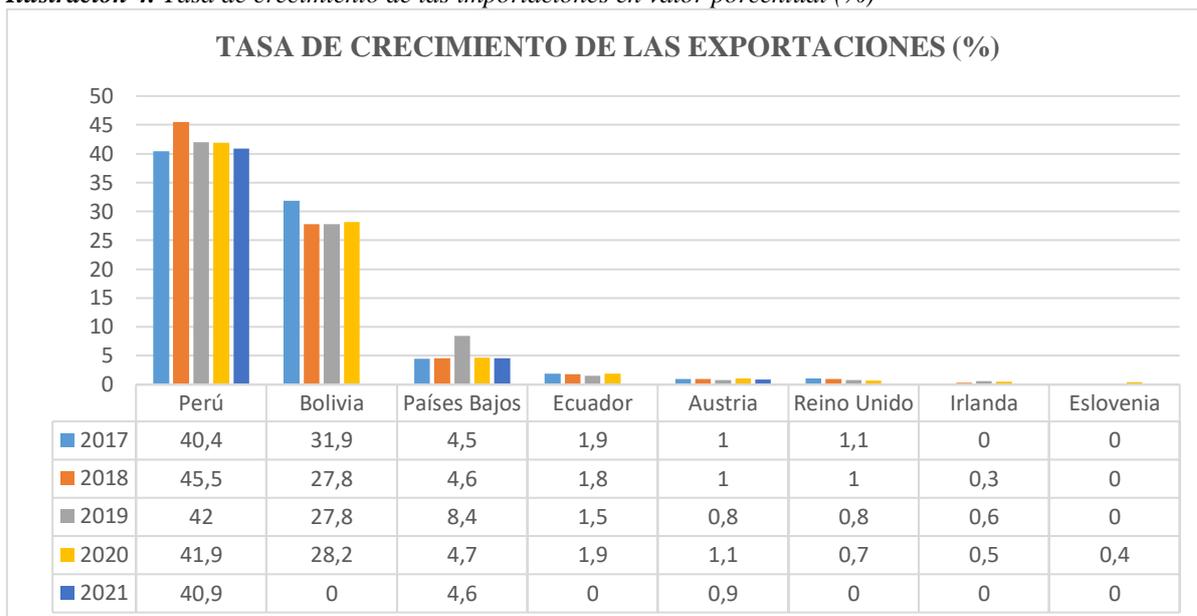
3.7.3. Principales países exportadores de quinua a nivel mundial

Tabla 4. Países exportadores de quinua a nivel mundial: Dólar Americano (miles) FOB

Lista de los principales países exportadores para el producto seleccionado					
Producto: 100850 Quinua "Chenopodium quinoa"					
Países Exportadores	valor exportado 2017	valor exportado 2018	Valor exportado 2019	valor exportado 2020	valor exportado 2021
Perú	103.062	122.127	121.829	134.460	124.706
Bolivia	81.437	74.469	80.630	90.656	-
Países Bajos	11.448	12.328	24.500	15.084	14.023
Ecuador	4.794	4.707	4.270	6.117	-
Austria	2.654	2.784	2.347	3.504	2.637
Reino Unido	2.683	2.573	2.270	2.251	-
Irlanda	114	783	1.638	1.587	-
Eslovenia	35	32	54	1.329	-

Fuente: Portal TradeMap, 2021

Ilustración 4. Tasa de crecimiento de las importaciones en valor porcentual (%)



Fuente: Portal TradeMap, 2021

A través de la tabla y la ilustración planteadas, podemos demostrar con datos verídicos que el país que lidera las exportaciones a nivel global en la venta de la quinua es Perú, Bolivia y Países Bajos, los cuales serán considerados como competidores directos para Ecuador, estos países se encuentran en buena posición para la comercialización de quinua, debido a sus ventajas en la producción, clima y en las certificaciones obtenidas a través de los años.

3.7.4. Análisis del mercado Estados Unidos

Estados Unidos de América

Capital: Washington D.C.

Ubicación: América del Norte, que limita con el Océano Atlántico Norte y el Océano Pacífico Norte, entre Canadá y México

Referencias de Mapa: Norteamérica

Los Estados Unidos es el tercer país más grande del mundo en cuanto a su población y el cuarto más grande en superficie. Está compuesto por 50 estados, en la corta historia desde su fundación hace 200 años, los Estados Unidos han alcanzado un desarrollo notable en muchas áreas de economía, ciencia, tecnología de información, medicina y la política. Su población es 325.719.178 personas, la sociedad de los Estados Unidos, es una sociedad urbana, con más del 75% de la población viviendo en ciudades y con quizás el 50% de la población total que vive en la periferia de las ciudades. El clima de los Estados Unidos

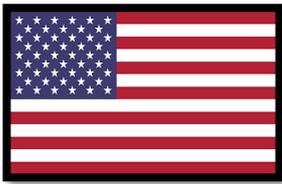
varía enormemente, el meridiano divide el desértico oeste del húmedo este. (DISCOVER, 2018)

A Estados Unidos de América, se lo ha registrado en la investigación, puesto a que es una de las opciones para ser analizada, tomando en cuenta que es uno de los países que sobresale en situaciones enfocadas a la economía y tecnología. Cabe mencionar que conserva una mayor extensión territorial, lo cual hace que ocupe el primer lugar en cuanto a su población favoreciendo la posibilidad de realizar negociaciones con dicho país.

Factores Sociales

- **Población**

Tabla 5. Población de Estados Unidos

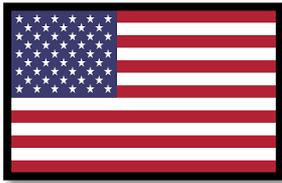
	AÑOS	MILLONES
	2018	326,88
	2019	328,46
	2020	330,01
	2021	331,58

Fuente: (Fernández, Población de los Estados Unidos desde 2010 hasta 2025(en millones), 2021)

“Estados Unidos es el tercer país con la mayor población a nivel mundial, en 2021 terminó con 331,58 millones de habitantes”, según la página Statista predice que para el 2022 se espera un crecimiento de la población de unos 331,90 millones a 332,84 millones de habitantes en Estados Unidos debido a los nacimientos diarios e inmigración de personas que salen de su país por problemas económicos y malos gobiernos, donde la población se encuentra distribuida en todos los estados que hacen parte de los Estados Unidos, donde varias cifras muestran un apresurado incremento.

Población Económicamente Activa

Tabla 6. Tasa de Población Económicamente Activa de Estados Unidos

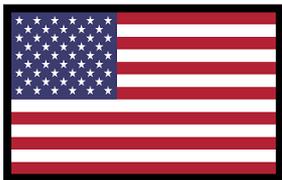
	AÑOS	MILLONES
	2018	165.475.054
	2019	167.228.980
	2020	165.491.966
	2021	165.346.062

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

En la Población Económicamente Activa de Estados Unidos se analizó a personas desde los 18 años, donde se muestra que su PEA es muy alta y que cada año crece extensamente debido a que la mayoría de los habitantes aportan con su trabajo para la producción de bienes y servicios como asimismo para conseguir el bienestar del país. Pero se puede observar que en el 2021 hubo una disminución de la PEA debido a la pandemia del covid 19 que afecto económicamente a nivel mundial, en efecto provoco que la mayoría de las empresas disminuyeran el número de trabajadores.

Tasa de empleo

Tabla 7. Tasa de empleo en Estados Unidos (%)

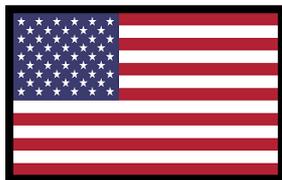
	AÑOS	TOTAL (%)
	2018	6,17
	2019	6,08
	2020	6,06
	2021	6,05

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

Se realizó una comparación entre mujeres y hombres mayores de 18 años que actualmente se encuentran empleados en relación a la población total de Estados Unidos, en el año 2021 se observó una disminución del empleo tanto de hombres y mujeres, provocada por la pandemia que se está atravesando.

Tasa de desempleo

Tabla 8. Tasa de desempleo en Estados Unidos (%)

	AÑOS	TOTAL (%)
	2018	4,1
	2019	3,9
	2020	3,5
	2021	3,6

Fuente: (Statista, 2021)

Se realizó una comparación entre mujeres y hombres mayores de 18 años que actualmente se encuentran desempleados con relación a la población total de Estados Unidos, en el año 2021 se observó un aumento del desempleo tanto de hombres y mujeres, provocada por crisis de la pandemia que se está atravesando.

Perfil del consumidor

El consumidor de Estados Unidos ha cambiado en cuanto a su percepción de compra. Hoy gasta su dinero con más cuidado y se preocupa más por el tipo de producto que está buscando. También se ha vuelto más consciente del medio ambiente al momento de tomar decisiones de compra.

Igualmente, como respuesta a la crisis mundial, el consumidor norteamericano aumentó su sensibilidad a los precios. Este cambio ha tenido como resultado que muchos de ellos migren de marca en relación con el precio/valor. “El consumidor estadounidense se muestra muy abierto a adquirir productos extranjeros. Le gusta la variedad y es diverso en sus intereses y sus gustos. En consecuencia, ahora están comprando productos menos caros, puntuando más la relación precio/valor que la marca” (Tasty, 2020).

Al exportar la quinua a los Estados Unidos se ha tomado en cuenta los aspectos de los ciudadanos debido a que poseen intereses y gustos diferentes, se puede observar que este mercado tiene una tendencia de buscar alimentos más saludables y buscar ingredientes de calidad, pero siempre enfocados en la calidad del producto y a su vez la quinua presenta una composición saludable que aporta grandes beneficios a la salud de las personas.

Comportamiento del consumidor

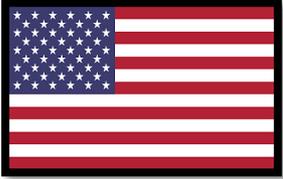
Según la Specialty Food Association, “actualmente el consumidor estadounidense está más informado sobre la industria alimentaria y toma decisiones alimenticias basadas en la información nutricional del empaque en cada producto”. Ha habido un repunte de los alimentos especializados que ya no son una moda si no un mercado potencialmente muy atractivo. También se observa una tendencia a buscar alimentos más saludables y a buscar ingredientes de calidad. (Tasty, 2020)

“Como ejemplo en la última feria llamada “The Winter Fancy Food Show” en 2018 en California, se observó el interés por productos saludables, alimentos que no hayan sufrido grandes cambios durante el proceso de producción y productos con sabores novedosos” (Tasty, 2020).

Factores Económicos

Producto Interno Bruto (PIB)

Tabla 9. Producto Interno Bruto de Estados Unidos

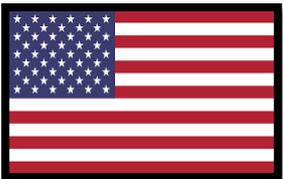
	AÑOS	TOTAL (%)
	2017	19,519
	2018	20,58
	2019	20,93
	2020	21,47
	2021	21,86

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

Es importante señalar que Estados Unidos, es un país bastante eficaz en lo relacionado al buen vivir y calidad de vida de los habitantes, puesto a que su evolución del PIB cada vez aumenta y beneficia más a su población, “en el 2021 ha existido un gradual crecimiento debido a la disminución de sus exportaciones y consumo, pero según los datos indicados hace que sea considerada una de las naciones más ricas del mundo y a la cual se pueda realizar negociaciones sin ningún inconveniente”. (Banco Mundial, 2021)

PIB Per Cápita

Tabla 10. PIB Per Cápita de Estados Unidos

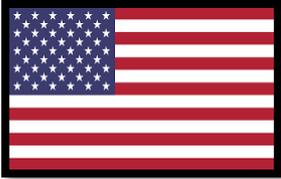
	AÑOS	MILLONES
	2017	60.036,989
	2018	62.967,425
	2019	65.279,533
	2020	65.632,943
	2021	66.132,490

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

Estados Unidos al ser considerada una potencia mundial como se puede evidenciar que sus valores estén en constante crecimiento, como podemos evidenciar en la tabla expuesta anteriormente con datos aportados por el Banco Mundial, podemos señalar que el PIB Per Cápita, en los periodos analizados va en aumento, lo cual es sumamente importante, ya que esto radica en el nivel y calidad de vida de la población estadounidense y el poder adquisitivo de obtener productos y servicios.

Inflación

Tabla 11. Inflación de Estados Unidos

	AÑOS	PORCENTAJE
	2017	2,13
2018	2,44	
2019	1,81	
2020	1,23	
2021	1,59	

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

Estados Unidos es un país sumamente extenso, caracterizado por ser una potencia mundial, por ende, tiene la capacidad suficiente para adquirir mayor compra de productos, sin embargo, su desvalorización en el 2021 ha ascendido, esto significa que ha existido aumento en los precios de bienes o servicios que ofrece esta nación, lo cual ha generado inestabilidad entre la producción y la demanda. En este sentido, es importante señalar que, en relación con el Ecuador, lo que beneficia es el dólar que se maneja lo que contribuye a la ejecución de negociaciones.

Factores Políticos

- **Política comercial**

Estados Unidos es uno de los principales socios comerciales del Ecuador. Hacia dicha nación se exportan productos como banano, café, cacao, camarón, atún, granos secos, entre otros. Los productos ecuatorianos ingresan a la nación de Norteamérica sin aranceles para promover las exportaciones del país, gracias al Sistema General de Preferencias Arancelarias (SGP), renovado el 8 de junio hasta el año 2027, y que entrara en vigor desde el 2022. Este régimen tiene la finalidad de ayudar a los países menos desarrollados para que puedan surgir y de alguna manera dinamizar sus economías, por ende, se ha implementado la autorización de que sus productos ingresen con arancel cero o aranceles reducidos.

- **Balanza Comercial Ecuador – Estados Unidos USD FOB**

Tabla 12. Balanza Comercial Ecuador – Estados Unidos USD FOB

PAÍS	AÑO				
	2017	2018	2019	2020	2021
Ecuador	-0,756	-1,153	0,02	1,779	1,804

Estados Unidos	-2,843	-2,957	-2,848	-2,890	-2,962
-----------------------	--------	--------	--------	--------	--------

Fuente: (Banco Mundial, 2020)

Por medio de la tabla presentada anteriormente, podemos observar que Ecuador, es un país que por su capacidad de operación ha obtenido cambios relevantes en su balanza comercial en los últimos años. Tomando en cuenta, las cantidades expuestas en la tabla se evidencia que este escenario ha decaído debido a la pandemia del covid 19 esto género que últimamente se presente un déficit. Todos estos factores presentan como consecuencia al incremento de las importaciones y disminución de exportaciones. Lo que se debería hacer es incentivar a la producción nacional y a la industrialización de sus productos para que puedan ser más competitivos a nivel mundial y buscar mercados demandantes para la comercialización.

Factores Legales

- Barreras Arancelarias y Barreras No Arancelarias

Según López (2015), señala que:

Algunas frutas y verduras deben cumplir con requisitos especiales de grado, tamaño, calidad y madurez. Una vez que los productos son inspeccionados por el Servicio de Inocuidad e Inspección del USDA, esta entidad emite un certificado de control para indicar que se ha cumplido con este requisito. (López I. , 2015) Para lo cual debe contar con lo siguiente:

- Etiqueta en inglés
- Información Nutricional en el formato “Nutrition Facts”
- Ingredientes aprobados

“La política alimentaria en Estados Unidos es muy estricta considerando que, prefieren consumir alimentos saludables que ayuden a disminuir problemas de obesidad en la población” (López I. , 2015). Por ende, el Ecuador se encuentra en la oportunidad de ofrecer productos orgánicos, tal es el caso de la quinua que aporta beneficios a la salud de las personas estadounidenses debido a su alto grado de vitaminas y minerales que posee.

“Todo producto exportado a Estados Unidos debe contar con etiquetado que señale el país de origen del producto. Además, se considera una serie de requisitos que exige el país y que es respaldado por el Sistema General de Preferencias (SGP)” (Pérez, 2018):

- Declaración SGP
- Facturas
- Órdenes de compra
- Información de nómina para documentar los costos de mano de obra
- Perfil de fábrica
- Declaración juramentada con documentación de respaldo

Barreras Arancelarias

“La Subpartida 100850 en la clasificación aduanera estadounidense permite obtener beneficios ya que al ingresar la quinua su arancel es 0% correspondiente al valor FOB. Esto garantiza el Sistema General de Preferencias Arancelarias (SGP)” (Rodríguez, 2019).

Barreras No Arancelarias

Se dividen en barreras sanitarias y barreras técnicas;

- “Barreras Sanitarias: Controlar las mercancías que ingresan y no dejar entrar las que atentan contra la salud de los habitantes” (Baena, 2016)..
- “Barreras Técnicas: Son los requisitos que debe contener un producto para poder ingresar de manera correcta al país” (Baena, 2016).

Para que la quinua ingrese a los Estados Unidos debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Aviso previo express: enviar una cantidad adecuada para que la entidad encargada realice los respectivos análisis.
- Certificado Fitosanitario de exportación.
- Certificación Orgánica (libre de impurezas o material extraño): otorgada por el Departamento de Agricultura de Estados Unidos – USDA.
- Requisitos de etiquetado, empaque y embalaje: debe cumplir con las condiciones estipuladas y si la mercancía es enviada en pallets de madera, se debe sujetar a la normativa internacional NIMF 15.
- Certificado que el producto va libre de plagas y suelo. (Baena, 2016)

3.7.5. Análisis del mercado Canadá

Canadá

Capital: Ottawa

Ubicación: Canadá se localiza en la parte alta de Norteamérica, arriba de Estados Unidos. Al oeste colinda con el Océano Pacífico y al este con el Océano Atlántico.

Referencias de Mapa: Norteamérica

Canadá es considerado como el segundo país más grande del Mundo y ocupa cerca de la mitad del territorio de América del Norte. Se extiende desde el Océano Atlántico al este, al Océano Pacífico al oeste, y hacia el norte hasta el Océano Ártico, compartiendo frontera con los Estados Unidos al sur y al noroeste. La federación canadiense consta de diez provincias y 3 territorios, y es gobernada como una democracia parlamentaria y una monarquía constitucional con la reina Isabel II de Reino Unido como jefe de estado. Es una nación bilingüe con el inglés y el francés como lenguas oficiales en el ámbito federal. (EcuRed, 2021)

A este país se lo considera como aporte esencial dentro de la investigación, debido a que es el segundo país más grande del mundo, al mismo tiempo que emplea grandes negociaciones internacionales, para lo cual es fundamental conocer sus exigencias en cuanto a importación de productos.

3.6.3.1. Factores Sociales

- **Población**

Tabla 13. Población de Canadá

	AÑOS	MILLONES
	2018	37,07
	2019	37,41
	2020	37,74
	2021	37,96

Fuente: (Fernández, 2020)

Como mencionamos anteriormente Canadá, es considerado como el segundo país más grande del mundo, sin embargo, carece de población, es decir, que la población es un tanto escasa,

puesto a que, según datos oficiales, publicados a través de censos, señalan que por cada kilómetro cuadrado de este país existen solamente 4 habitantes.

Población Económicamente Activa

Tabla 14. Tasa de Población Económicamente Activa de Canadá

	AÑOS	MILLONES
	2018	20.349.922
	2019	20.743.970
	2020	20.757.473
	2021	20.589.217

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

En la Población Económicamente Activa de Canadá los datos se analizaron de forma ascendente, es decir, se tomó en cuenta desde el año 2018 hasta 2021 donde se muestra claramente que su PEA es alto y que cada año crece, sin embargo en el año 2021, podemos observar que disminuyó en cierta medida su porcentaje, debido a que, la mayoría de los habitantes cada año aportan con su trabajo para la producción de bienes y servicios, con la finalidad de contribuir al desarrollo y lograr el bienestar de la nación.

Tasa de empleo

Tabla 15. Tasa de empleo en Canadá

	AÑOS	TOTAL (%)
	2018	57,2
	2019	58,8
	2020	49,6
	2021	49,8

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

A través de los datos expuestos por el Banco Mundial podemos presenciar que, la tasa de empleo varía anualmente debido a diversas causas, para lo cual hemos considerado pertinente señalar la variación del periodo 2018 al 2019 en el que aumentaron los empleos, sin embargo, para el periodo 2020 al 2021, la tasa de empleo disminuyó, en cierta medida este cambio fue afectado por la crisis sanitaria a nivel mundial.

Tasa de desempleo

Tabla 16. Tasa de desempleo en Canadá

	AÑOS	TOTAL (%)
	2018	5,83
	2019	5,67
	2020	7,75
	2021	9,24

Fuente: (Statista, 2021)

El periodo de estudio que se analizó muestra que, disminuyó en cierta medida el porcentaje de desempleo desde el año 2018 hasta 2020, es decir, se incrementaron las plazas de trabajo. En este sentido, también debemos considerar que para el año 2021 la tasa de desempleo incrementó en un porcentaje considerable, debido a los problemas económicos y a la crisis sanitaria a nivel global ocasionada por la pandemia.

Perfil del consumidor

Canadá se caracteriza básicamente por la variedad de habitantes, debido a que existe mayor población inmigrante, y cada año asciende este porcentaje, lo cual ha generado mayor demanda de productos alimenticios en los hogares de este país. “Las minorías visibles representan la mitad de los compradores en los centros urbanos de Canadá, haciendo de ellos uno de los grupos de consumidores más grandes y de mayor influencia en el país” (TFO Canadá, 2021).

En este sentido, es importante tomar en cuenta que, al existir mayor demanda de productos, ocasiona la necesidad de importar más productos para el consumidor, cabe mencionar que a través de un estudio se ha determinado que “dos tercios de los compradores de la minoría visible no encuentran suficientes alimentos o ingredientes étnicos en su principal tienda de comestibles. Por ello visitan un promedio de tres o más tiendas para comprar todo lo que necesitan” (TFO Canadá, 2021).

Comportamiento del consumidor

A través de la investigación se ha identificado que actualmente el comportamiento que presenta el consumidor canadiense se enfoca básicamente en la calidad del producto, así como también en su precio, considerando la crisis económica que se está viviendo a nivel global. En este sentido, es importante tomar en cuenta la capacidad de pago del consumidor ante los productos

lanzados al mercado. Es fundamental tomar en cuenta, poner mayor atención, y estar en contacto ya sea de forma virtual o por medio de una atención telefónica gratuita con los consumidores.

3.6.5.2. Factores Económicos

Producto Interno Bruto (PIB)

Tabla 17. Producto Interno Bruto de Canadá

	AÑOS	BILLONES \$
	2018	1,65
	2019	1,72
	2020	1,74
	2021	1,89

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

Canadá al ser el segundo país más grande del mundo, presenta excelentes valores con relación al Producto Interno Bruto, puesto a que, sus valores incrementan cada año, cabe destacar que, mediante el PIB pueden establecer las transacciones o movimientos que las empresas han generado, gracias a su participación en cuanto a la adquisición de bienes o servicios, aspecto importante que posibilita la exportación desde Ecuador para lograr la comercialización de productos.

PIB Per Cápita

Tabla 18. PIB Per Cápita de Canadá

	AÑOS	MILLONES
	2018	39,359
	2019	41,377
	2020	37,919
	2021	39,356

Fuente: (Datosmacro, 2021)

En referencia a la tabla expuesta anteriormente podemos evidenciar de forma clara los valores del PIB Per Cápita de Canadá, tomando en cuenta que el aumento de la riqueza económica ha generado mayores beneficios para la población de esta nación, debido a que, con este aumento, se contribuye a mejorar la calidad de vida de las personas que habitan en este territorio. Es importante considerar como aspecto fundamental el siguiente dato, empleado por Santander

(2019), el cual menciona que, “El sector agrícola representa el 1,9% del PIB y emplea solo un 1% de la población. El sistema agrícola y la industria agroalimentaria emplean a 1 de cada 8 trabajadores en Canadá y representan 100 mil millones CAD del PIB”.

Inflación

Tabla 19. Inflación de Canadá

	AÑOS	PORCENTAJE
	2018	1,75
	2019	1,67
	2020	0,83
	2021	0,76

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

Con relación a la tabla expuesta, podemos mencionar y verificar que el aumento de precios de los bienes y servicios que se comercializan en el mercado canadiense radica en la economía del país. En este sentido, es importante señalar que la inflación en cierta medida ha disminuido, lo cual favorece y promueve el uso eficiente de los recursos que poseen en esta nación.

Factores Políticos

- **Política Comercial**

Canadá es considerado como un impulsor de comercio dentro de la OMC, algunos productos que se exporten a este mercado se benefician mediante el Sistema Generalizado de Preferencias SGP. Canadá es considerado como un socio estratégico y aliado fundamental para Ecuador debido a su relación comercial que demanda calidad en la comercialización de productos agrícolas como la quinua orgánica que se encuentre en la capacidad de satisfacer la demanda requerida, por medio de cifras oficiales se indicó que en el 2018 existió un volumen de comercio con exportaciones e importaciones entre ambos países de USD 389 millones. El comercio bilateral entre Canadá y Ecuador en el año 2020 sumó CAD \$821.6 M. La relación comercial entre Canadá y Ecuador es complementaria sobre todo en la mayor parte del comercio de productos agrícolas: frutas tropicales, flores, cacao y mariscos a Canadá; y trigo, lenteja, avena, cebada y arvejas a Ecuador. (Embajada de Canadá, 2020)

- **Balanza Comercial de Ecuador – Canadá USD FOB**

Tabla 20. Balanza Comercial de bienes y servicios de Ecuador – Canadá

PAÍS	AÑO				
	2017	2018	2019	2020	2021
Ecuador	-0,756	-1,153	0,02	1,779	1,802
Canadá	-2,192	-1,891	-1,596	-2,011	-2,653

Fuente: Banco Mundial, 2021

Ecuador ha mantenido cambios significativos en la balanza comercial durante los últimos años, según los valores de la ilustración se observa que la situación ha empeorado debido a la pandemia del covid 19, esto generó que últimamente se presente un déficit. Todos estos factores presentan como consecuencia el aumento de las importaciones y disminución de exportaciones. Se debería incentivar a la producción nacional y a la industrialización de sus productos para que puedan ser más competitivos a nivel mundial y buscar mercados demandantes para poder comercializar los productos ecuatorianos.

Los datos presentados en la ilustración se encuentran de forma descendiente pero no significa que la balanza comercial de bienes y servicios de Canadá sea estimada como déficit, ya que al proyectar valores positivos indica que el valor de las exportaciones es superior al de las importaciones y por lo tanto se considera superávit.

Factores Legales

- Barreras Arancelarias y Barreras No Arancelarias
 - Norma Internacional de Protección Fitosanitaria/ NIMF-15
 - Designación del país de origen en el etiquetado (Ley de Aduanas de Canadá)
 - Centro quebequense de Inspección Alimentaria y de Sanidad Animal
 - Fresh Fruit and Vegetable Regulations

Para Canadá la normativa y reglamentación internacional es muy explicativa en relación a las importaciones y transporte de bienes y productos en su territorio, para lo cual cuenta con instituciones a nivel nacional y municipal orientadas a la protección de la salud humana, ambiental y a la seguridad integral de los productos en cuanto al envase, embalaje, etiquetado, transporte, entre otros. (PROECUADOR, 2020)

Las medidas no arancelarias requeridas en Canadá y que deben ser cumplidas:

- Factura comercial
- Licencias de Importación y exportación.
- Medidas Sanitarias y Fitosanitarias.
- Normas Técnicas y Normas de Calidad
- Sistema de cuotas (sobre todo para ciertos productos agrícolas-frutas de temporada, etc.)
- Requisitos de origen (para la aplicación de sistemas preferenciales de comercio)
- Certificación orgánica
- Etiquetado con información nutricional en ingles

Barreras Arancelarias

La Subpartida 10085000 en la clasificación aduanera de Canadá, accede a obtener beneficios debido que al ingresar la quinua su tarifa arancelaria es 0% correspondiente a la Nación más Favorecida, que beneficia a todos los países miembros de la OMC.

Barreras No Arancelarias

Las barreras sanitarias se encargan de inspeccionar las mercancías que ingresan y no dejar entrar las que atentan contra la salud de las personas. Mientras que las barreras técnicas son las obligaciones que debe contener un producto para poder ingresar de manera correcta al mercado meta. Para que la quinua ingrese al mercado de Canadá debe cumplir con los siguientes requisitos.

- Certificado Sanitario.
- Certificado de Origen.
- Certificado de exportación.
- Certificado BPM y BPA.
- Certificado libre de plagas y hongos.
- Certificación Orgánica (USDA) y adicional se debe obtener la certificación emitida por el Régimen Orgánico de Canadá- Canada Organic Biologique. (PROECUADOR, 2020)

Canadá es un país con mercados específicos que crea ventajas para Ecuador, pero se destaca por ser muy exigente en cuanto a las certificaciones que garanticen la garantía y autenticidad del producto, debido a que contar con sellos de calidad genera competitividad con los demás ofertantes.

3.7.6. Análisis del mercado Francia

Francia

Capital: París

Ubicación: Francia está situada en Europa occidental, tiene una superficie de 549.087 Km².

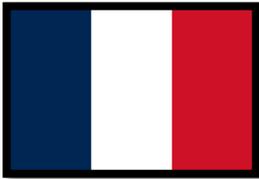
Referencias de Mapa: Europa

Francia está dentro de las diez economías más importantes del mundo por volumen de PIB. Además, es uno de los países más grandes de Europa. Está rodeado por seis países: Alemania, Bélgica y Luxemburgo al noreste, Suiza e Italia al sureste y España al suroeste. El Reino Unido limita con Francia a través del Canal Inglés. Francia, al ser un país diverso, es reconocido por su extenso territorio, por ende, es caracterizado como la puerta de entrada a Europa, debido a que cuenta con la oportunidad de poseer varios y grandes aeropuertos internacionales. Francia es el destino turístico más popular en todo el mundo. (Datosmacro, 2020)

Factores Sociales

- **Población**

Tabla 21. Población de Francia

	AÑOS	MILLONES
	2018	67.101.930
	2019	67.248.926
	2020	67.391.582
	2021	67.423.923

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

Francia es uno de los países más visitados por los turistas, y tiene una economía bastante buena, debido a que forma parte de las 10 economías más grandes del mundo. Como podemos evidenciar en los datos plasmados anteriormente, la población analizada durante el periodo de tiempo desde 2018 hasta 2021, va en aumento, debido a las posibilidades de estabilidad económica que existe en esta región.

Población Económicamente Activa

Tabla 22. Tasa de Población Económicamente Activa de Francia

	AÑOS	MILLONES
	2018	30.287.563
	2019	30.438.691
	2020	30.385.859
	2021	30.033.626

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

En la Población Económicamente Activa de Francia podemos observar una variabilidad en la información presentada por el Banco Mundial, puesto a que los periodos analizados registran del año 2018 a 2019 un aumento en PEA, mientras que del año 2019 a 2021 existió un retroceso, es decir su Población Económicamente Activa disminuyó en cierto porcentaje, debido a varios cambios en el entorno, entre ellos la llegada de la pandemia.

Tasa de empleo

Tabla 23. Tasa de empleo en Francia

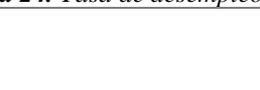
	AÑOS	TOTAL (%)
	2018	27,18
	2019	27,79
	2020	26,46
	2021	26,82

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

A partir de la tabla expuesta anteriormente, podemos evidenciar que la tasa de empleo va en constante crecimiento, puesto a que Francia es uno de los países que está considerado entre las 10 naciones con importante economía, por ende, es evidente que la tasa de empleo vaya en crecimiento, sin embargo, podemos identificar que para el año 2021, el porcentaje de empleo disminuyó, ya que varias empresas despidieron empleados, y muchos de ellos migraron al teletrabajo, esto fue ocasionado por la pandemia.

Tasa de desempleo

Tabla 24. Tasa de desempleo en Francia

	AÑOS	TOTAL (%)
	2018	9,02



2019	8,44
2020	8,62
2021	8,82

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

Francia es un país con un territorio extenso, ubicado en Europa, cuenta con una economía sumamente buena, y está contrarrestando en gran medida el nivel de pobreza de sus habitantes. Como podemos evidenciar en los datos expuestos, la tasa de desempleo ha disminuido radicalmente durante el periodo 2018-2021, aspecto positivo, que permite a los productores comercializar sus productos a esta región, ya que cuenta con una economía sumamente buena, con relación a los demás países.

Perfil del consumidor

El perfil del consumidor de Francia radica básicamente, en que los clientes o las personas, les llama mucho la atención la publicidad emitida en la televisión, debido a que la mayoría de los hogares cuentan con un televisor, el cual les permite visualizar las propagandas y publicidad de bienes o servicios que se oferten en el mercado, brindando mayor facilidad de llegar al consumidor. Un dato importante publicado por Santander (2019), es que “el 94% de los hogares cuentan con un televisor, es el medio más eficaz en términos de aporte a la voluntad de compra. La publicidad en la televisión tiene una enorme influencia sobre el comportamiento de consumo de los franceses”.

Por otra parte, es importante tomar en cuenta las leyes y reglamentos que posee Francia en cuanto al consumo, por ejemplo, en el código de consumo nos prohíbe la publicidad engañosa que pudiera confundir al consumidor, con la finalidad de evitar malentendidos y rechazo de algunos productos. Este código de consumo autoriza la publicidad comparativa, pero la regulan con normas muy estrictas. Además, existe un reglamento el cual se enfoca en que los productos deben contener sustancias nutritivas, y especificaciones de salud como "contribuye a reducir el colesterol".

Comportamiento del consumidor

El comportamiento del consumidor francés se caracteriza básicamente por su exigencia, como mencionamos anteriormente, las autoridades de esta nación tienen leyes y reglamentos en

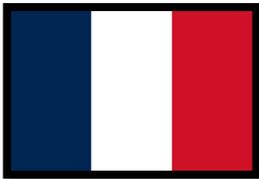
cuanto a satisfacer al consumidor, entre ello se destaca que los productos deben contener sustancias nutritivas, aspecto relevante en el comportamiento de las personas nativas de este territorio. “El consumidor francés es el más difícil a satisfacer, debido a tres factores importantes: son exigentes, están obsesionados con la seguridad alimentaria y son cautelosos” (Les Echos, 2019).

Lo que más les interesa y tiene mayor relevancia para los consumidores franceses es que los productos importados cuenten con apariencia sencilla que no sea muy procesados y contengan varios químicos que afecten la salud de la población. En este sentido, al importar granos desde Ecuador, tendría una gran acogida y aceptación ya que contienen algunos nutrientes y no dañan la salud de las personas. “Además, el 80 % de los consumidores franceses prefieren los productos naturales y recetas sencillas que conserven el sabor natural”.

Factores Económicos

Producto Interno Bruto (PIB)

Tabla 25. Producto Interno Bruto de Francia

	AÑOS	BILLONES \$
	2018	2,78
	2019	2,71
	2020	2,67
	2021	2,63

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

Con relación al Producto Interno Bruto de Francia, podemos señalar que en el transcurso del periodo 2018 al 2020 hubo un aumento en su porcentaje del PIB, cabe destacar que los datos expresados en la tabla anterior hacen alusión al porcentaje de valor monetario de la producción de bienes o servicios de demanda de Francia, para el año 2021 hubo un decrecimiento, según datos del Banco Mundial.

PIB Per Cápita

Tabla 26. PIB Per Cápita de Francia

	AÑOS	MILLONES
	2018	41.526,415
	2019	40.380,099



2020	39.625,067
2021	40.923,210

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

Los datos expresados en la tabla anterior hacen referencia al PIB Per Cápita de Francia, los cuales, según la información brindada por el Banco Mundial, van en aumento, es decir que la rentabilidad de exportar productos a esta nación ha crecido, aspecto positivo que genera mayor confiabilidad de comercialización con esta nación.

Inflación

Tabla 27. Inflación de Francia



AÑOS	PORCENTAJE
2018	1,85
2019	1,10
2020	1,48
2021	1,61

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

Los datos expresados en la tabla anterior hacen alusión a que el porcentaje de su inflación aumenta considerablemente, sin embargo, es fundamental considerar que Francia cuenta con una de las economías más importantes del mundo, por ende, posee mayor capacidad de compra. A través de estas estadísticas podemos evidenciar que el aumento de precios de los bienes y servicios que se comercializan en el mercado francés radica en la economía del país.

Factores Políticos

- **Política Comercial**

Gracias al acuerdo comercial con a la Unión Europea aproximadamente el 85% de las exportaciones se centra en ocho países, Grecia, Reino Unido, Italia, España, Bélgica, Países Bajos, Alemania y Francia, mientras que el 15% restante se dirige a las veinte naciones que son mercados potenciales en la oferta exportable local. (El Universo, 2019)

- **Balanza Comercial de Ecuador – Francia USD FOB**

Tabla 28. Balanza Comercial de bienes y servicios de Ecuador – Francia

PAÍS	AÑO				
	2017	2018	2019	2020	2021
Ecuador	-0,756	-1,153	0,02	1,779	1,521
Francia	-0,605	-1,065	-1,041	-0,979	-2,215

Fuente: Banco Mundial, 2020

En Ecuador habido cambios significativos en la balanza comercial durante los últimos años, según las cantidades reflejadas en la tabla se observa que al escenario ha tenido un declinado debido a la pandemia del covid 19, esto generó que últimamente se presente un déficit. Todos estos factores presentan como consecuencia el aumento de las importaciones y baja de las exportaciones. Lo que se convendría es incentivar la producción nacional y a la industrialización de sus productos para que puedan ser más competitivos a nivel mundial y buscar mercados demandantes para poder comercializar los productos

La información presentada en el gráfico se presenta de forma atenuante pero no significa que la balanza comercial de bienes y servicios de Francia sea apreciada como déficit, ya que genera valores positivos, muestra que el valor de las exportaciones es mayor al de las importaciones y por lo tanto se considera superávit.

Factores Legales

Barreras Arancelarias y Barreras No Arancelarias

- Certificado fitosanitario
- Certificado de control de residuos de plaguicidas
- Certificación orgánica y cuidado ambiental
- Etiquetado francés-ingles
- Certificado de exportación

Francia es un país con mercados específicos que genera oportunidades para Ecuador, pero también es más exigente en cuanto a las certificaciones, debido a que son una garantía de la naturalidad del producto, por ellos es importante contar con sellos orgánicos y de calidad. Los productos para ingresar a mercados internacionales en especial la quinua deben cumplir con determinadas exigencias:

- Documentos de Transporte
- Factura Comercial
- Lista de Carga
- Seguro de Transporte
- Certificación Orgánica
- Declaración del valor en aduana
- Documento Único Administrativo (DUA)
- Licencia de importación, el certificado fitosanitario (PRO ECUADOR, 2019)

Barreras Arancelarias y Barreras No Arancelarias

La Subpartida 10085000 en su clasificación aduanera de Francia permite obtener beneficios ya que al ingresar la quinua la tarifa arancelaria es 0% que es correspondiente al valor CIF, el IVA que se aplica a productos importados corresponde al 19% del valor CIF más el arancel. A demás se debe añadir la base jurídica y la lista de foralidades aduaneras y antidumping.

Las barreras no arancelarias se dividen en barreras sanitarias y barreras técnicas;

Las barreras sanitarias se encargan de controlar las mercancías que ingresan y no dejar entrar las que atentan contra la salud de los habitantes. Mientras que las barreras técnicas son los requisitos que debe contener un producto para poder ingresar de manera correcta al país. Para que la quinua ingrese al mercado de Francia debe cumplir con los siguientes requisitos, el empaque de la quinua debe contener el etiquetado ecológico de la UE.

- Certificado de Origen.
- Certificado Sanitario.
- Certificación Orgánica emitida por la Comisión Europea.
- Entregar una lista de ingredientes y aditivos que hayan sido utilizados, con el fin de garantizar la seguridad alimentaria del consumidor.
- Información que contenga en empaque de quinua debe establecerse en el idioma inglés-francés.

3.7.7. Análisis POAM – Selección del Mercado Meta

En esta matriz del Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio (POAM) se toma en cuenta las variables externas de la federación las cuales son mostradas mediante, oportunidades y amenazas que se encuentran en el entorno, es decir considerar los factores sociales, económicos,

políticos y legales de los países electivos que han sido objeto de estudio y tomados en cuenta para identificar el país óptimo donde se pueda comercializar la quinua de FEGRANDINOS.

Calificación Ponderada de la Matriz POAM

Tabla 29. Calificación Ponderada de la Matriz POAM

OPORTUNIDAD			AMENAZAS		
ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
3	2	1	3	2	1

Fuente: elaboración propia

Matriz Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio (POAM) QUINUA

Tabla 39. Matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)

PAÍS		ESTADOS UNIDOS				CANADÁ				FRANCIA			
FACTORES SOCIALES		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
		NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Población		ALTO	3	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1
Población Económicamente activa		ALTO	3	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1
Tasa de Empleo		ALTO	3	BAJO	1	MEDIO	2	BAJO	1	MEDIO	2	BAJO	1
Tasa de Desempleo		ALTO	3	MEDIO	2	ALTO	3	MEDIO	2	ALTO	3	MEDIO	2
Perfil del consumidor		ALTO	3	BAJO	1	MEDIO	2	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1
Comportamiento del consumidor		ALTO	3	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1
SUMA			18		7		16		7		17		7
PROMEDIO			3,00		1,17		2,67		1,17		2,83		1,17
FACTORES ECONÓMICOS		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
		NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Producto Interno Bruto		ALTO	3	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1
PIB Per Cápita		ALTO	3	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1
Inflación		BAJO	1	MEDIO	2	BAJO	1	ALTO	3	MEDIO	2	MEDIO	2
SUMA			7		4		7		5		8		4
PROMEDIO			2,33		1,33		2,33		1,67		2,67		1,33
FACTORES POLÍTICOS		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
		NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Política Comercial		ALTO	3	BAJO	1	MEDIO	2	MEDIO	2	MEDIO	2	BAJO	1
Balanza Comercial		ALTO	3	MEDIO	2	BAJO	1	MEDIO	2	MEDIO	2	MEDIO	2
SUMA			6		3		3		4		4		3
PROMEDIO			3,00		1,50		1,5		2,00		2,00		1,5
FACTORES		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	

LEGALES	NIVEL	PTS										
Barreras arancelarias y no Arancelarias	BAJO	1	MEDIO	2	BAJO	1	MEDIO	2	BAJO	1	MEDIO	2
SUMA		1		2		1		2		1		2
PROMEDIO		1		2		1		2		1		2

Fuente: elaboración propia

Tabla 34: Resumen de la Matriz Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio

	ESTADOS UNIDOS		CANADÁ		FRANCIA	
	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA
FACTORES SOCIALES	3,00	1,17	2,67	1,17	2,83	1,17
FACTORES ECONÓMICOS	2,33	1,33	2,33	1,67	2,67	1,33
FACTORES POLÍTICOS	3,00	1,50	1,5	2,00	2,00	1,5
FACTORES LEGALES	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00	2,00
SUMA	9,33	6,00	7,50	6,84	8,5	6,00
PROMEDIO	2,33	1,50	1,88	1,71	2,13	1,50
TOTAL	0,83		0,17		0,63	

Fuente: elaboración propia

Consecutivamente de haber examinado y ponderado los entornos económicos, políticos, sociales y legales de los países objeto de investigación como son, Estados Unidos, Canadá, Francia, se analizó la matriz de oportunidades y amenazas del medio (POAM), al comprobar si el factor correspondía a una oportunidad o amenaza, se consiguieron los siguientes valores: 0,83 para Estados Unidos, 0,17 para Canadá y 0,63 para Francia. Por ende, se determinó que Estados Unidos es el mercado internacional óptimo con mayores oportunidades para realizar la comercialización del producto quinua de la Federación de Granos Andinos del Norte.

Estados Unidos es el mercado meta para la exportación de la quinua, esto se debe a que su cultura enfocada en el bienestar los lleva a adquirir productos que traigan beneficios a la salud, que no sean procesados químicamente y sobre todo se encuentren libres de plagas, pesticidas, en efecto prefieren consumir productos naturales y orgánicos. La mayoría de familias escogen al menos una vez a la semana comprar productos sanos, naturales y libre de conservantes, siempre y cuando se garantice con sellos y certificaciones necesarias, esto lo hace ser un mercado atractivo para los vendedores que deseen comercializar sus productos a este país debido a que su único propósito es cuidar de la salud de manera natural.

3.8. Estudio de Mercados Internacionales para el producto chocho de la Federación de Granos Andinos del Norte

Para la determinación del mejor mercado internacional para la exportación de chocho se realizó una comparación de los indicadores que poseen los mercados, a través del uso de herramientas estadísticas como; TradeMap, Agrocalidad, Cobus Group, Banco Central del Ecuador, Datosmacro y Santander trade, debido a que son plataformas virtuales que contienen información de datos estadísticos reales, actualizados que tienen relación con el comercio exterior en lo que respecta a importaciones y exportaciones como también aspectos económicos, sociales y culturales.

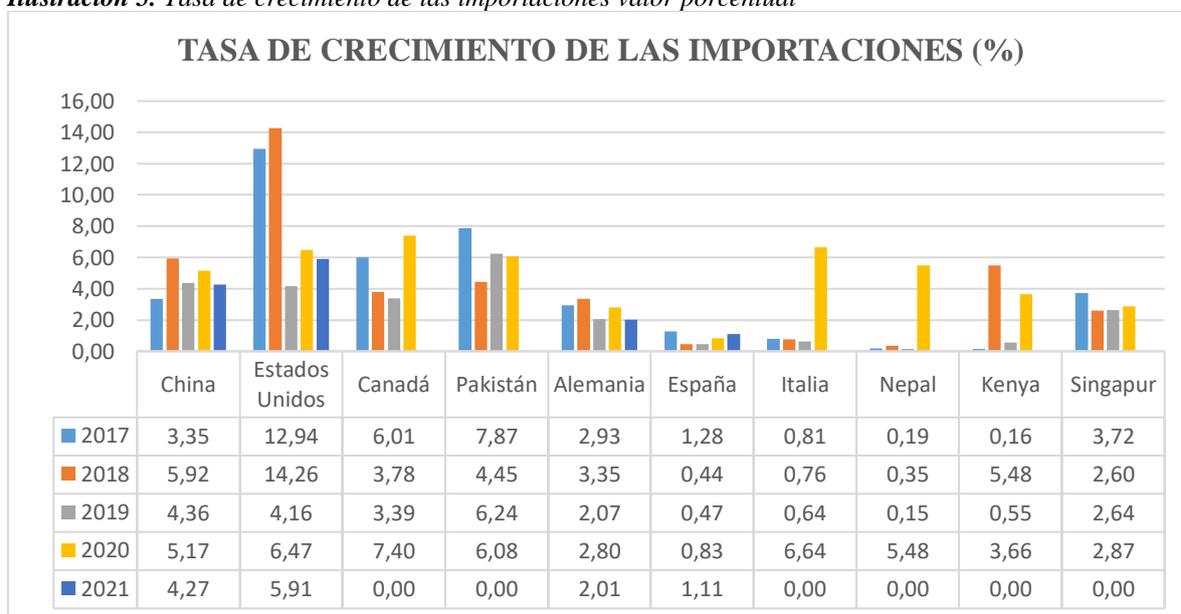
3.8.1. Principales países importadores de chocho a nivel mundial

Tabla 30. Países importadores de chocho a nivel mundial: dólar americano (miles) FOB

Lista de los principales países importadores para el producto seleccionado					
Producto: 07139090 Chocho "Lupinus mutabilis"					
Países Importadores	valor importado 2017	valor importado 2018	valor importado 2019	valor importado 2020	valor importado 2021
China	3.352	5.923	4.364	5.165	4.268
Estados Unidos	12.935	14.255	4.162	6.466	5.912
Canadá	6.008	3.784	3.391	7.402	-
Pakistán	7.866	4.454	6.241	6.084	-
Alemania	2.930	3.354	2.073	2.799	2.014
España	1.283	444	469	834	1.107
Italia	808	762	638	6.636	-
Nepal	189	347	150	5.479	-
Kenya	157	5.483	546	3.658	-
Singapur	3.715	2.597	2.638	2.865	-

Fuente: (Portal TradeMap, 2021)

Ilustración 5. Tasa de crecimiento de las importaciones valor porcentual



Fuente: (Portal TradeMap, 2021)

A través de la tabla y la ilustración establecida se puede observar que el país que lidera a nivel mundial en la adquisición del chocho es China, el cual no será tomado en cuenta para el análisis

de mercado para la exportación de chocho desde Ecuador, debido a los datos de la página de Agrocalidad y Cobus Group se puede mencionar que se tomó en cuenta tres países el cual los factores más favorables para la exportación de este producto fueron: Canadá, Alemania y España, los tres países identificados serán estudiados mediante los factores internos que tiene cada uno de ellos, para finalmente determinar el mercado más óptimo y adecuado para la comercialización del producto chocho de la Federación de Granos Andinos del Norte.

Cabe reiterar que al momento de exportar el chocho al país selecto se debe cumplir con todos los requisitos y estándares exigidos por dicho mercado, como consecuencia brindar un servicio garantizado a los clientes y mantener un compromiso claro con el mercado exterior en cuanto a la comercialización, distribución y venta.

3.8.2. Mercados importadores de chocho exportada de Ecuador

Tabla 31. Principales mercados importadores de chocho exportada de Ecuador en dólares americanos (miles)

Lista de los países importadores de quinua

Producto: 07139090 Chocho "Lupinus mutabilis"					
Países Importadores	valor importado 2017	valor importado 2018	valor importado 2019	valor importado 2020	valor importado 2021
Estados Unidos	20	18	12	15	30
Panamá	0	0	0	0	1
Alemania	0	0	0	3	0
España	0	2	0	2	2

Fuente: (Portal TradeMap, 2020)

En esta sección se tomó en cuenta las exportaciones de la partida 07139090 hacia varios países que ha realizado Ecuador, donde se muestra una reseña del valor exportado en años anteriores y se observa que el chocho no es tan demandado en varios países, pero si es un producto certificado tendrá una mayor garantía y consumo a nivel internacional. Estados Unidos refleja una importante cantidad de adquisición del producto chocho y se encuentra en el primer lugar de consumo, seguido de Alemania y Canadá que son los mercados potenciales importadores de chocho, por lo que se tomó como parte del análisis para identificar las oportunidades adecuadas para estos mercados, debido a que tienen acuerdos comerciales con Ecuador, lo que permite diferenciar toda la información obtenida en relación a los mismos.

Para ejecutar un adecuado proceso de selección del mercado extranjero óptimo se toma en cuenta variables e incidencias de los países potenciales como, Canadá, Alemania y España, donde se evalúa entornos políticos, económicos, sociales y legales, lo que permite elegir estratégicamente el mercado meta apropiado para que la empresa FEGRANDINOS pueda realizar la comercialización de su producto.

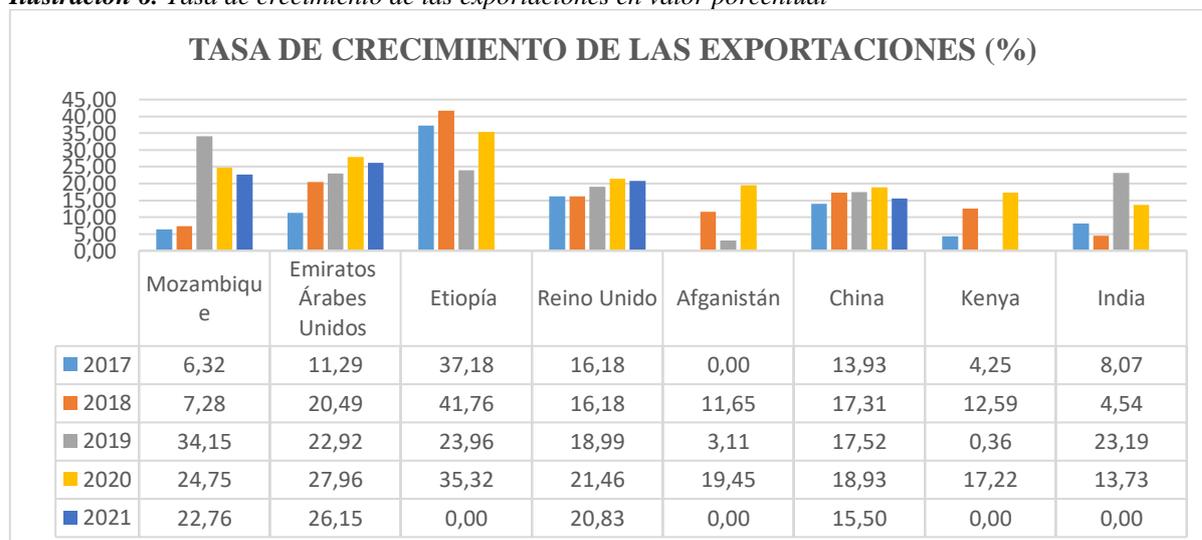
3.8.3. Principales países exportadores de chocho a nivel mundial

Tabla 32. Países exportadores de chocho a nivel mundial: dólar americano (miles) FOB

Lista de los principales países exportadores para el producto seleccionado					
Producto: 07139090 Chocho "Lupinus mutabilis"					
Países Exportadores	valor exportado 2017	valor exportado 2018	valor exportado 2019	valor exportado 2020	valor exportado 2021
Mozambique	6.320	7.280	34.153	24.745	22.763
Emiratos Árabes Unidos	11.289	20.494	22.923	27.957	26.146
Etiopía	37.181	41.757	23.957	35.324	-
Reino Unido	16.178	16.176	18.993	21.460	20.831
Afganistán	0	11.653	3.112	19.453	-
China	13.926	17.311	17.519	18.925	15.503
Kenya	4.249	12.585	357	17.223	-
India	8.066	4.542	23.190	13.727	-

Fuente: (Portal TradeMap, 2021)

Ilustración 6. Tasa de crecimiento de las exportaciones en valor porcentual



Fuente: (Portal TradeMap, 2021)

A través de la tabla y la ilustración establecido se observa que el mercado que lidera las exportaciones a nivel mundial en la venta de chocho es Etiopía, Mozambique y Emiratos Árabes Unidos, los cuales serán considerados como competidores directos para Ecuador, estos países se encuentran en buena posición para la comercialización de chocho, debido a sus ventajas en la producción, clima y en las certificaciones obtenidas a través de los años.

3.8.4 Análisis del mercado Canadá

Canadá

Capital: Ottawa

Ubicación: Canadá se localiza en la parte alta de Norteamérica, arriba de Estados Unidos. Al oeste colinda con el Océano Pacífico y al este con el Océano Atlántico.

Referencias de Mapa: Norteamérica

Canadá es considerado como el segundo país más grande del mundo, está cerca de la mitad del territorio de América del Norte. Se extiende desde el Océano Atlántico al este, al Océano Pacífico al oeste, y hacia el norte hasta el Océano Ártico, comparte frontera con Estados Unidos al sur y al noroeste. Canadá consta de diez provincias y tres territorios, y es gobernada como una democracia parlamentaria y una monarquía constitucional con la reina Isabel II de Reino Unido como jefe de estado. Es un país bilingüe con el inglés y el francés como lenguas oficiales en el ámbito federal. (EcuRed, 2021)

A este país se lo considera como aporte esencial dentro de la investigación, debido a que es el segundo país más grande del mundo, al mismo tiempo que emplea grandes negociaciones internacionales, para lo cual es fundamental conocer sus exigencias en cuanto a importación de productos.

Factores Sociales

- **Población**

Tabla 33. Población de Canadá

	AÑOS	MILLONES
	2018	37,07
	2019	37,41

2020	37,74
2021	37,89

Fuente: (Fernández, 2020)

Como mencionamos anteriormente, Canadá, es considerado como el segundo país más grande del mundo, sin embargo, carece de población, es decir, que la población es un tanto escasa, puesto a que, según datos oficiales, publicados a través de censos, señalan que por cada kilómetro cuadrado de este país existen solamente 4 habitantes.

Población Económicamente Activa

Tabla 34. Tasa de Población Económicamente Activa de Canadá

	AÑOS	CANTIDAD
	2018	20.166.002
	2019	20.349.922
	2020	20.743.970
	2021	20.457.473

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

En el análisis de la Población Económicamente Activa de Canadá los datos se analizaron de forma ascendente, es decir, se tomó en cuenta desde el año 2018 hasta 2021 donde se muestra claramente que su PEA es alto y que cada año crece, sin embargo en el año 2021, podemos observar que disminuyo en cierta medida su porcentaje, como consecuencia la mayoría de los habitantes cada año contribuyen con su trabajo para la producción de bienes y servicios, con la finalidad de favorecer al desarrollo y lograr el bienestar de la nación.

Tasa de empleo

Tabla 35. Tasa de empleo en Canadá

	AÑOS	TOTAL (%)
	2018	57,2
	2019	58,8
	2020	49,6
	2021	49,7

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

A través de las reseñas expuestas por el Banco Mundial podemos presenciar que, la tasa de empleo varia anualmente debido a diversas causas, para lo cual hemos considerado pertinente

señalar la variación del periodo 2018 - 2019 en el que aumentaron los empleos, sin embargo, para el año 2020 – 2021, la tasa de empleo disminuyó, en cierta medida este cambio fue afectado por la crisis sanitaria a nivel mundial.

Tasa de desempleo

Tabla 36. Tasa de desempleo en Canadá

	AÑOS	TOTAL (%)
	2018	6,34
	2019	5,83
	2020	5,67
	2021	9,75

Fuente: (Statista, 2021)

El periodo de estudio que se analizó nos muestra que, disminuyó en cierta medida el porcentaje de desempleo desde el año 2019, es decir, se incrementaron las plazas de trabajo. En este sentido, también debemos considerar que para el año 2019 - 2020 la tasa de desempleo incrementó en un porcentaje considerable, debido a los problemas económicos y a la crisis sanitaria a nivel global ocasionada por la pandemia.

Perfil del consumidor

Canadá se caracteriza básicamente por la variedad de habitantes, debido a que existe mayor población inmigrante, y cada año asciende este porcentaje, lo cual ha generado mayor demanda de productos alimenticios en los hogares de este país. “Las minorías visibles significan la mitad de los compradores en los centros urbanos de Canadá, haciendo de ellos uno de los grupos de clientela más grandes y de mayor influencia en el país” (TFO Canadá, 2021).

En este sentido, es importante tomar en cuenta que, al existir mayor demanda de productos, ocasiona la necesidad de importar más productos para el consumidor, cabe mencionar que a través de un estudio se ha determinado que “el 20% de los compradores de la minoría visible no encuentran suficientes alimentos o ingredientes étnicos en las principales tiendas de comestibles. Es por eso que visitan un promedio de tres o más tiendas para comprar todo lo que necesitan”.

Comportamiento del consumidor

A través de la investigación hemos identificado que actualmente el comportamiento que presenta el consumidor canadiense se enfoca básicamente en la calidad del producto, así como también en su precio, considerando la crisis económica que se está viviendo a nivel global. En este sentido, es importante tomar en cuenta la capacidad de pago del consumidor ante los productos lanzados al mercado. Es fundamental tomar en cuenta, poner mayor atención, y estar en contacto ya sea de forma virtual o por medio de una atención telefónica gratuita con los consumidores.

Factores Económicos

Producto Interno Bruto (PIB)

Tabla 37. Producto Interno Bruto de Canadá

	AÑOS	BILLONES \$
	2018	1,52
	2019	1,65
	2020	1,72
	2021	1,74

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

Canadá al ser el segundo país más grande del mundo, presenta excelentes valores con relación al Producto Interno Bruto, puesto a que, sus valores incrementan cada año, cabe destacar que, mediante el PIB pueden establecer las transacciones o movimientos que las empresas han generado, gracias a su participación en cuanto a la adquisición de bienes o servicios, aspecto importante que posibilita la exportación desde Ecuador para lograr la comercialización de productos.

PIB Per Cápita

Tabla 38. PIB Per Cápita de Canadá

	AÑOS	MILLONES
	2018	39,359
	2019	41,377
	2020	37,919
	2021	40,148

Fuente: (Datosmacro, 2021)

En referencia a la tabla expuesta anteriormente podemos evidenciar de forma clara los valores del PIB Per Cápita de Canadá, tomando en cuenta que el acrecentamiento de la riqueza económica ha generado mayores ventajas para la población de esta nación, debido a que, con este aumento, se ayuda a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos que habitan en este territorio. Es importante considerar como aspecto fundamental el siguiente dato, empleado por Santander (2019), el cual menciona que, “El sector agrícola simboliza el 1,9% del PIB y emplea solo un 1% de la localidad. El sistema agrícola y la industria agroalimentaria emplean a 1 de cada 8 trabajadores en Canadá e incorpora 100 mil millones CAD del PIB”.

Inflación

Tabla 39. Inflación de Canadá

	AÑOS	PORCENTAJE
	2018	2,57
	2019	1,75
	2020	1,67
	2021	1,53

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

Con relación a la tabla expuesta, podemos mencionar y verificar que el aumento de precios de los bienes y servicios que se comercializan en el mercado canadiense radica en la economía del país. En este sentido, es importante señalar que la inflación en cierta medida ha disminuido, lo cual favorece y promueve el uso eficiente de los recursos que poseen en esta nación.

Factores Políticos

- **Política Comercial**

Canadá es apreciado por ser promotor del comercio dentro de la OMC, los productos que se exportan a este mercado se favorecen del Sistema Generalizado de Preferencias SGP renovado en 2021 y que entrara en vigor en el 2022. Canadá es denominado como un cliente estratégico y aliado fundamental para Ecuador, por su relación comercial donde demanda la calidad en la comercialización de productos agrícolas como la quinua, que se encuentra en la capacidad de satisfacer la demanda requerida por Canadá, en el 2018 existió un volumen de comercio con exportaciones e importaciones entre ambos países de USD 389 millones. La comercialización

bilateral entre Canadá y Ecuador en el año 2020 sumó CAD \$805.6 M, el intercambio comercial entre Canadá y Ecuador es complementaria sobre todo en la mayor parte del comercio de productos agrícolas, frutas tropicales, flores, cacao y mariscos a Canadá. Y trigo, lenteja, avena, cebada y arvejas a Ecuador. (Embajada de Canadá, 2020)

- **Balanza Comercial de Ecuador – Canadá USD FOB**

Tabla 40. Balanza Comercial de bienes y servicios de Ecuador – Canadá

PAÍS	AÑO				
	2017	2018	2019	2020	2021
Ecuador	0,488	-0,756	-1,153	0,02	1,779
Canadá	-2,359	-2,192	-1,891	-1,596	-2,011

Fuente: Banco Mundial, 2020

En Ecuador habido cambios significativos en la balanza comercial durante los últimos años, según los resultados reflejados en la tabla se observa que la situación ha declinado debido a la pandemia del covid 19, esto generó que últimamente se presente un déficit. Todos estos factores presentan como consecuencia al aumento de las importaciones y disminución de exportaciones. Se debería impulsar a la producción nacional y a la industrialización de sus productos para que puedan ser más competitivos a nivel mundial y buscar mercados demandantes para poder comerciar los productos ecuatorianos.

La reseña presentada en el gráfico se encuentra de forma descendiente pero no significa que la balanza comercial de bienes y servicios de Canadá sea estimada como déficit, ya que al arrojar resultados positivos muestra que el valor de las exportaciones es superior en relación a la de las importaciones y por lo tanto se considera superávit.

Factores Legales

- Barreras Arancelarias y Barreras No Arancelarias
 - Certificado fitosanitario
 - Etiquetado en inglés información de producto (Ley de Aduanas de Canadá)
 - Certificación orgánica y sellos verdes de cuidado ambiental
 - Certificado de exportación libre de plagas

Para el mercado de Canadá la normativa y reglamentación internacional es muy importante en relación a las importaciones y a la circulación de productos en su territorio, este país cuenta con

instituciones a nivel nacional encaminadas a la protección de la salud humana, ambiental y a la seguridad completa de los productos, como para el envase, embalaje, etiquetado, transporte, entre otros. (PROECUADOR, 2020)

- Las medidas no arancelarias requeridas para el mercado de Canadá que deben ser cumplidas:
 - Licencias de Importación y exportación
 - Certificado Sanitario y Fitosanitario
 - Certificación en normas de calidad y comercio justo
 - Certificado de libre de impurezas y plagas
 - Certificado de origen (para la aplicación de sistemas preferenciales de comercio)

Barreras Arancelarias

La Subpartida 10085000 en su clasificación aduanera de Canadá permite obtener beneficios ya que, al ingresar la quinua, la tarifa arancelaria es 0% correspondiente a la Nación más Favorecida – NMF, que favorece a todos los países que forman parte de la OMC.

Barreras No Arancelarias

Las barreras sanitarias se encargan de inspeccionar las mercancías que ingresan y no dejar entrar las que atentan contra la salud de las personas. Mientras que las barreras técnicas son las obligaciones que debe contener un producto para poder ingresar de manera correcta al mercado meta. Para que la quinua ingrese al mercado de Canadá debe cumplir con los siguientes requisitos.

- Certificado Sanitario.
- Certificado de Origen.
- Certificado de exportación.
- Certificado BPM y BPA.
- Certificado libre de plagas y hongos.
- Certificación Orgánica (USDA) y adicional se debe obtener la certificación emitida por el Régimen Orgánico de Canadá- Canada Organic Biologique. (PROECUADOR, 2020)

Canadá es un país con mercados específicos que crea ventajas para Ecuador, pero se destaca por ser muy exigente en cuanto a las certificaciones que garanticen la garantía y autenticidad

del producto, debido a que contar con sellos de calidad genera competitividad con los demás ofertantes.

3.8.4. Análisis del mercado Alemania

Alemania

Capital: Berlín

Ubicación: se encuentra situado en Europa Central, que limita con el mar Báltico, entre los Países Bajos y Polonia, al sur de Dinamarca.

Referencias de Mapa: Europa

Moneda oficial: euro

Idioma: el alemán es el segundo idioma más utilizado, después del inglés.

Alemania es un país con grandes riquezas en ciencia e ideas innovadoras, no solamente la cultura y la tecnología a nivel mundial, sino también la ciencia como aportación a la creación, ideas filosóficas y corrientes intelectuales juegan un papel fundamental en el reconocimiento de Alemania, es un país atractivo para realizar negociaciones internacionales. (Cámara de Alemania, 2020). Se considera este país porque es una de las potencias mundiales en tecnología que tiene grandes alternativas que se debe tomar en cuenta, al igual que otros países es muy exigente los requerimientos en cuanto a productos de alimentación, por lo que debe ser inteligentes al momento de realizar una negociación con este tipo de país.

Factores Sociales

- **Población**

Tabla 41. Población de Alemania

	AÑOS	MILLONES
	2018	81.30
	2019	81.35
	2020	81.59
	2021	81.71

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

Alemania está en el ranking de los países más poblados a nivel mundial, el aumento de los ciudadanos depende del factor constante de nacimientos y muertes, como las personas migrantes que entran y salen del país. El país acabo el 2021 con 81'711.047 habitantes, mediante la aplicación de encuestas y censos se puede identificar los registros sobre las tendencias cambiantes de la población alemana.

Población Económicamente Activa

Tabla 42. Tasa de Población Económicamente Activa de Alemania

	AÑOS	MILLONES
	2018	60,478
	2019	60,448
	2020	60,451
	2021	60,512

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

Para el análisis de la población económicamente activa se tomó a consideración a personas mayores a 18 años los cuales son considerados como capacitados para la realización de cualquier tipo de trabajo, la ilustración representa el porcentaje de participación de mujeres y hombres en comparación con la población total de Alemania.

Tasa de empleo

Tabla 43. Tasa de empleo en Alemania

	AÑOS	TOTAL (%)
	2018	5,979
	2019	5,925
	2020	5,865
	2021	6,007

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

La parte de los habitantes que tienen empleo de un país consiste en la analogía entre las personas activas que se encuentran con empleo y la población total, en la ilustración se puede observar que ha existido una disminución debido a la disminución de campos laborales y al no cumplimiento de la línea de crecimiento que se ha establecido en los últimos años.

Tasa de desempleo

Tabla 44. Tasa de desempleo en Francia

	AÑOS	TOTAL (%)
	2018	3,75
	2019	3,73
	2020	3,56
	2021	3,71

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

Un componente positivo para Alemania es la disminución de la tasa de desempleo que en el año 2021 generó un 3,713%, lo que indica que el mercado de trabajo se está desarrollando de manera próspera, pero cabe indicar que se debe tener cuidado con la demanda de trabajadores existentes en el país, debido a que se encuentra en un nivel muy elevado y lo que podría inducir cambios en la variación del desempleo.

- **Perfil del consumidor**

Los compradores alemanes muestran una gran predisposición para comparar precios y a adquirir frecuentemente descuentos, se deja influir por las ofertas de temporada y busca visitar varios puntos de venta para aprovechar los precios más atractivos. El consumidor alemán tiene exigentes criterios de selección, según el tipo de producto que desea comprar, para los bienes de consumo los criterios son, la seguridad, calidad, prestigio, confort, comodidad y el precio. (Santander, 2021)

Los alemanes no tienen costumbre de consumir la quinua debido a que en Alemania solo existen un número pequeño de productores de quinua que intentan comercializar el producto a nivel local, el costo no es un determinante en los diferentes tipos de productos que sean orgánicos, la mayoría prefieren consumir alimentos a base de quinua como, galletas, barras energéticas, pan, entre otros.

- **Comportamiento del consumidor**

Los consumidores compran productos de descuento, pero de marca, según las oportunidades que se presente. Los factores calidad y precio son determinantes, los consumidores alemanes se preocupan cada vez más por el impacto ambiental de los productos que compran y se interesan por los productos orgánicos. (Santander, 2020)

El mercado alemán tiene la costumbre de realizar sus compras online, puesto que les resulta mucho más cómodo y fácil la adquisición de los productos, se considera como una ventaja para la comercialización de quinua con dicho país, donde también se puede identificar la capacidad de producción para satisfacer las necesidades que demanda el mercado alemán.

Factores Económicos

Producto Interno Bruto (PIB)

Tabla 45. Producto Interno Bruto de Alemania

	AÑOS	BILLONES \$
	2018	3,68
	2019	3,99
	2020	3,90
	2021	3,98

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

Alemania es un país con la cuarta mejor economía en el mundo después de los países China, Japón y Estados Unidos, la página oficial de Santander indica que, en 2021, el PIB creció 2,2%, lo que concierne al crecimiento del país desde el año 2019. Los ingresos por exportaciones han ayudado a los resultados económicos del país, pero la demanda interna también ha jugado un rol clave. (Santander Trade Portal, 2020)

Como se muestra en la tabla y se representa en el gráfico el Producto Interno Bruto de Alemania crece de manera próspera durante los últimos años y sin tener ninguna variable negativa.

PIB Per Cápita

Tabla 46. PIB Per Cápita de Alemania

	AÑOS	MILLONES
	2018	44,681
	2019	48,195
	2020	46,834
	2021	48,190

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

El PIB per cápita de Alemania representa un poder adquisitivo de la evolución de la economía europea donde se compara la diferenciación existente de los años en relación al nivel de

rendimiento sobre los bienes o servicios generados en el país, el total de la población, accediendo a identificar el nivel económico de la sociedad.

Inflación

Tabla 47. Inflación de Alemania

	AÑOS	PORCENTAJE
	2018	1,70
	2019	2,24
	2020	2,08
	2021	2,36

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

La inflación en Alemania es muy tornadiza, para el año 2021 conservó un 2,36%, debido al aumento en los costos de los bienes y servicios puede provocar una rebaja en el valor de la moneda, lo que ocasiona que los habitantes adquieran una cantidad menor de los bienes o servicios que ofrece el país.

Factores Políticos

- **Política Comercial**

Ecuador pertenecen al Acuerdo Comercial entre la Unión Europea donde esta Alemania y todos sus estados miembros, beneficiando la liberalización inmediata del 85,5% de la oferta exportable con relación a los productos agrícolas certificados y del 10% de los productos industrializados ecuatorianos que a su vez permite encontrar nuevos mercados para la comercialización.

- **Balanza Comercial de Ecuador – Francia USD FOB**

Balanza Comercial de bienes y servicios de Ecuador – Alemania

Tabla 48. Balanza Comercial de bienes y servicios de Ecuador – Alemania

PAÍS	AÑO				
	2017	2018	2019	2020	2021
Ecuador	0,488	-0,756	-1,153	0,02	1,779
Alemania	7,377	6,997	6,149	5,797	5,821

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

En Ecuador habido cambios significativos en la balanza comercial durante los últimos años, según los resultados reflejados en la tabla se observa que la situación ha declinado debido a la pandemia del covid 19, esto generó que últimamente se presente un déficit. Todos estos factores presentan como consecuencia al aumento de las importaciones y disminución de exportaciones. Se debería impulsar a la producción nacional y a la industrialización de sus productos para que puedan ser más competitivos a nivel mundial y buscar mercados demandantes para poder comerciar los productos ecuatorianos.

La reseña presentada en el gráfico se encuentra de forma descendiente pero no significa que la balanza comercial de bienes y servicios de Alemania sea estimada como déficit, ya que al arrojar resultados positivos muestra que el valor de las exportaciones es superior en relación a la de las importaciones y por lo tanto se considera superávit.

Factores Legales

- **Barreras Arancelarias y Barreras No Arancelarias**

Va a existir un aserie de filtros donde se debe identificar bien el tipo de producto para la aplicación de estas exigencias, control de los contaminantes alimenticios, control de los residuos de plaguicidas en productos alimenticios de origen vegetal y animal, control sanitario de los productos alimenticios, etiquetado de productos alimenticios orgánicos.

- Certificado de reciclaje de residuos
- Certificado fitosanitario
- Certificado de buenas prácticas agrícolas
- Certificado Hazardous analysis critical control (HCCP)

Alemania es un país con mercados específicos que genera oportunidades para Ecuador, pero también es más exigente en cuanto a las certificaciones, debido a que son una garantía de la naturalidad del producto, por ellos es importante contar con sellos orgánicos y de calidad. Los productos para ingresar a mercados internacionales en especial la quinua debe cumplir con determinadas exigencias:

- Factura Comercial
- Documentos de Transporte
- Lista de Carga
- Certificación Orgánica
- Certificación BPA y BPM

- Certificado de exportación
- Certificado libre plagas
- Etiquetado en alemán – inglés

Barreras Arancelarias

La Subpartida 07139090 en su clasificación aduanera en Alemania admite lograr beneficios ya que al ingresar la quinua la tarifa arancelaria es 0% que es correspondiente al valor CIF, el IVA que se aplica a productos importados corresponde al 16% del valor CIF más el arancel. A demás se debe añadir la base jurídica y la lista de foralidades aduaneras.

Barreras No Arancelarias

Las barreras no arancelarias se dividen en barreras sanitarias y barreras técnicas; Las barreras sanitarias se encargan de inspeccionar las mercancías que ingresan y no dejar entrar las que atentan contra la salud de las personas. Mientras que las barreras técnicas son las obligaciones que debe contener un producto para poder ingresar de manera correcta al mercado meta. Para que el chocho ingrese a Alemania debe cumplir con los siguientes requisitos:

- En el empaque de la quinua orgánica debe contener el etiquetado ecológico de la UE.
- Certificación Orgánica (HCCP) emitida por la Comisión Europea.
- Certificado Sanitario.
- Certificado de Origen.
- Entregar una lista de ingredientes y aditivos que hayan sido utilizados, con el fin de garantizar la seguridad alimentaria del consumidor.
- Información que contenga el empaque del chocho debe establecerse en el idioma alemán.

3.8.5. Análisis del mercado España

España

Capital: Madrid

Ubicación: está situada a una superficie de 505.957 Km², conteniendo su área peninsular, situada al suroeste de Europa, en la Península Ibérica. Comparte este territorio de la península con Portugal, ocupando un 80% de esta superficie.

Referencia de mapa: Suroeste de Europa

España posee una de las economías más importantes del mundo, la treceava en tamaño, y cuenta con una gran cabida de atracción de inversión extranjera. España muestra una privilegiada posición geoestratégica dentro de la Unión Europea, que facilita la dirección a un mercado de más de 2.250 millones de clientes potenciales en toda la región de Europa, Oriente Medio y África (EMEA).

Este país se seleccionó como una opción para ser analizado en el desarrollo de la investigación, porque este mercado lidera en los aspectos, económico, comercial y tecnológico, tiene una mayor extensión territorial que ocupa el primer lugar en cuanto a sus habitantes por lo que se tendría una mayor posibilidad de realizar negociaciones con España.

Factores Sociales

- **Población**

Tabla 49. Población de España

	AÑOS	MILLON
	2018	46.593,236
	2019	46.797,754
	2020	47.133,521
	2021	47.351,567

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

España se encuentra entre los principales países más poblados del mundo, el aumento de los ciudadanos depende del factor constante de nacimientos y muertes, como las personas migrantes que entran y salen del país. El país acabo el año 2021 con 47.351,567 habitantes, mediante la aplicación de encuestas y censos se puede identificar los registros sobre las tendencias cambiantes de la población española.

Población Económicamente Activa

Tabla 50. Tasa de Población Económicamente Activa de España

	AÑOS	MILLONES
	2018	23.046,661
	2019	23.065,836
	2020	23.227,683
	2021	24.799,921

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

En la comparación de la Población Económicamente Activa de España se consideró al total de habitantes, donde se puede observar que la PEA es alta y que cada año aumenta prolongadamente debido a que la mayoría de las personas contribuyen con su trabajo para la producción de bienes y servicios para lograr el bienestar del país. Pero se puede observar que en los años 2019 -2020 hubo una disminución de la PEA debido a la pandemia del covid 19 afecto económicamente a nivel mundial, em efecto provoco que la mayoría de las empresas disminuyeran el número de trabajadores.

Tasa de empleo

Tabla 51. Tasa de empleo en España (%)

	AÑOS	TOTAL (%)
	2018	7,35
	2019	6,67
	2020	7,08
	2021	7,87

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

Se realizó un análisis entre mujeres y hombres mayores de 18 años que presentemente se encuentran empleados y se tomó en relación para la población total de España, en los años 2019 y 2020 se observó una disminución del empleo tanto de hombres y mujeres, provocada por la pandemia que se está atravesando.

Tasa de desempleo

Tabla 52. Tasa de desempleo en España (%)

	AÑOS	TOTAL (%)
	2018	5,55
	2019	5,37
	2020	5,39
	2021	6,87

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

Se realizó un análisis entre mujeres y hombres mayores de 18 años que presentemente se encuentran desempleados con relación a la población total de España, en el año 2021 se observó

un aumento del empleo tanto de hombres y mujeres, debido a la reactivación causada por la crisis de la pandemia que se atravesó.

Perfil del consumidor

Según Enrique Porta recalca que la pandemia está generando cambios en los hábitos, preferencias y expectativas de los consumidores a los que las marcas deberán adaptarse con rapidez y flexibilidad para seguir generando confianza. En un contexto cada vez más digital y en el que la difícil coyuntura económica y la salud se sitúan entre las principales preocupaciones de los ciudadanos, las compañías deberán prestar especial atención a aspectos como la relación calidad-precio y el desarrollo decidido de canales digitales de interacción con el cliente, así como transmitir valores, seguridad y transparencia, reforzando su propósito ante la sociedad. (KPMG, 2021)

Al exportar chocho a España se ha tomado en cuenta los aspectos de los ciudadanos, poseen intereses y gustos diferentes, se puede observar que este mercado tiene una tendencia de buscar alimentos más saludables y buscar ingredientes de calidad, pero siempre enfocados en la calidad del producto y a su vez el chocho presenta una composición saludable que contribuye grandes beneficios a la salud de las personas.

Comportamiento del consumidor

Según datos del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, “uno de cada tres consumidores afirma comer productos ecológicos. Hombres de 40 años y mujeres de cualquier edad. El 25% de los consumidores españoles dicen comer estos productos a diario”. (Martinez J. , 2019)

A través de la investigación hemos identificado que actualmente el comportamiento que presenta el consumidor español se enfoca básicamente en la calidad del producto, así como también en su precio, considerando la crisis económica que se está viviendo a nivel global. En este sentido, es importante tomar en cuenta la capacidad de pago del consumidor ante los productos lanzados al mercado.

Factores Económicos

Producto Interno Bruto (PIB)

Tabla 53. Producto Interno Bruto de España

	AÑOS	TOTAL (%)
	2018	16,519
	2019	19,58
	2020	20,63
	2021	20,87

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

España se encuentra en lugar privilegiado con relación al nivel de vida de las personas españolas, como consecuencia a la evolución del PIB está en constante incremento, en los años 2020 y 2021 existe un gradual crecimiento debido a la baja de sus exportaciones y consumo, pero según la reseña, indica que se considera una de los países más ricos del mundo y se puede realizar negociaciones sin ningún inconveniente.

PIB Per Cápita

Tabla 54. PIB Per Cápita de España

	AÑOS	TOTAL (%)
	2018	2,732
	2019	1,982
	2020	1,224
	2021	1,258

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

España al ser considerada una potencia mundial es evidente que sus valores estén en constante crecimiento, como podemos evidenciar en la tabla expuesta anteriormente con datos aportados por el Banco Mundial, podemos destacar que el PIB Per Cápita, en los periodos analizados va en aumento, lo cual es sumamente importante, debido a que esto radica en el nivel y calidad de vida de la población estadounidense y el poder adquisitivo de obtener productos y servicios.

Inflación

Tabla 55. Inflación de España

	AÑOS	TOTAL (%)
	2018	1,956
	2019	1,475

	2020	1,629
	2021	1,783

Fuente: (Banco Mundial, 2021)

España es un país sumamente extenso, caracterizado por ser una potencia mundial, por ende somete una mayor cabida de compra, sin embargo, su inflación en el periodo 2018 - 2021 ha ascendido, esto significa que ha existido aumento en los costos de bienes o servicios que brinda esta nación, lo cual ha generado inestabilidad entre la producción y la demanda, cabe mencionar que en una analogía con el Ecuador nos favorece el tipo de moneda que se maneja, lo que beneficioso para las negociaciones.

Factores Políticos

- **Política comercial**

Ecuador pertenecen al Acuerdo Comercial entre la Unión Europea donde España es miembro, ayudando la liberalización inmediata del 90% de la oferta exportable en relación a los productos agrícolas y del 10% de los productos industrializados ecuatorianos que a su vez accede al encontrar nuevos mercados para la comercialización.

- **Balanza Comercial Ecuador – España USD FOB**

Tabla 56. Balanza Comercial Ecuador – España USD FOB

PAÍS	AÑO				
	2017	2018	2019	2020	2021
Ecuador	0,488	-0,756	-1,153	0,02	1,779
España	3,988	3,606	2,721	3,009	1,491

Fuente: (Banco Mundial, 2020)

En Ecuador habido permutas significativas en la balanza comercial durante los ultimas años, según los productos reflejados en la tabla se puede observar que la situación ha desmejorado debido a la pandemia del covid 19 esto género que últimamente se presente un déficit. Todos estos factores presentan como consecuencia el aumento de las importaciones y disminución de exportaciones. Se debería incentivar a la producción nacional y a la industrialización de sus productos, ser más competitivos a nivel mundial y buscar mercados demandantes para poder comercializar los productos ecuatorianos.

Los datos mostrados en la ilustración se encuentran de forma descendiente esto significa que la balanza comercial de bienes y servicios de España, se considera como déficit, ya que al proyectar valores reales indica que el valor de las exportaciones es superior al de las importaciones y por lo tanto se considera superávit.

Factores Legales

- Barreras Arancelarias y Barreras No Arancelarias

No hay una tasa fija. Así, los tipos de los aranceles a las importaciones en España dependen de la mercancía, y suelen oscilar entre el 0% (libros) y el 17% (ropa y calzado). Algunos productos están libres de derechos, pero otros productos pueden estar sujetos a derechos adicionales dependiendo del país de fabricación y podrían ser gravados con un impuesto adicional. Si el interesado no indica expresamente la clasificación arancelaria aplicable a las mercancías importadas, se aplica una clasificación genérica que supone los siguientes tipos: arancel 2,5%, IVA, 21%. (Laboral Kutxa, 2019)

España es un país con mercados específicos que genera oportunidades para Ecuador, pero también es más exigente en cuanto a las certificaciones, debido a que son una garantía de la naturalidad del producto, por ellos es importante contar con sellos orgánicos y de calidad. Los productos que desean ingresar a mercados europeos en especial el producto chocho deben cumplir con determinados requisitos:

- Factura Comercial
- Documentos de Transporte BL o guía aérea
- Lista de peso y tipo de carga
- Certificación Orgánica HCCP, BPA y BPM
- Certificado de exportación
- Seguro de Transporte
- Certificado sanitario y fitosanitario

Barreras Arancelarias

En la Subpartida 07139090 en la clasificación aduanera de España, se puede acceder a obtener beneficios ya que al ingresar el chocho su arancel es 0% correspondiente al valor CIF, el IVA que está aplicando a productos importados corresponde al 21% del valor CIF más el arancel. Además se debe añadir la base jurídica y la lista de autoridades aduaneras.

Barreras No Arancelarias

Las barreras no arancelarias se dividen en barreras sanitarias y barreras técnicas; Las barreras sanitarias se encargan de inspeccionar las mercancías que ingresan y no dejar entrar las que transgreden contra la salud de las personas. Mientras que las barreras técnicas son los requisitos que debe sujetar un producto para poder ingresar de manera correcta al mercado meta. Para que producto chocho ingrese a España debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Certificación Orgánica (USDA Y UE ORAGANIC) emitida por la Comisión Europea.
- Certificado Sanitario.
- Certificado de Origen.
- Etiquetado ecológico de la UE.
- Información del empaque con facilidad de entendimiento, del nombre, logo y eslogan del producto.
- Entregar una lista de ingredientes y aditivos que hayan sido utilizados, con el fin de garantizar la seguridad alimentaria del consumidor.
- Información que contenga el empaque del chocho debe establecerse en el idioma español.

3.8.6. Análisis POAM – Selección del Mercado Meta

En esta matriz del Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio (POAM) se toma en cuenta las variables externas de la federación las cuales son mostradas mediante, oportunidades y amenazas que se encuentran en el entorno, es decir considerar los factores sociales, económicos, políticos y legales de los países electivos que han sido objeto de estudio y tomados en referencia para identificar el país óptimo donde se pueda comercializar el chocho de la Federación de Granos Andinos del Norte.

Calificación Ponderada de la Matriz POAM

Tabla 57. Calificación Ponderada de la Matriz POAM

OPORTUNIDAD			AMENAZAS		
ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
3	2	1	3	2	1

Fuente: elaboración propia

Matriz Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio (POAM) CHOCHO

Tabla 66: Matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)

PAÍS	CANADÁ				ALEMANIA				ESPAÑA			
	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
FACTORES SOCIALES												
Población	ALTO	3	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1
Población Económicamente activa	ALTO	3	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1
Tasa de Empleo	MEDIO	2	BAJO	1	MEDIO	2	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1
Tasa de Desempleo	ALTO	3	MEDIO	2	ALTO	3	MEDIO	2	ALTO	3	MEDIO	2
Perfil del consumidor	ALTO	3	BAJO	1	MEDIO	2	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1
Comportamiento del consumidor	ALTO	3	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1
SUMA		17		7		16		7		18		7
PROMEDIO		2,83		1,17		2,66		1,17		3,00		1,17
FACTORES ECONÓMICOS												
Producto Interno Bruto	ALTO	3	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1
PIB Per Cápita	ALTO	3	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1
Inflación	BAJO	1	MEDIO	2	MEDIO	2	ALTO	3	BAJO	1	MEDIO	2
SUMA		7		4		8		5		7		4
PROMEDIO		2,33		1,33		2,66		1,67		2,67		1,33
FACTORES POLÍTICOS												
Política Comercial	MEDIO	2	BAJO	1	MEDIO	2	BAJO	1	ALTO	3	BAJO	1
Balanza Comercial	MEDIO	2	MEDIO	2	MEDIO	2	MEDIO	2	ALTO	3	MEDIO	2
SUMA		4		3		4		3		6		3
PROMEDIO		2,00		1,50		2,00		1,50		3,00		1,50
FACTORES LEGALES												

Barreras Arancelarias y no Arancelarias	BAJO	1	MEDIO	2	BAJO	1	BAJO	1	MEDIO	2	MEDIO	2
SUMA		1		2		1		1		2		2
PROMEDIO		1		2		1		1		2		2

Fuente: elaboración propia

Tabla 67: Resumen de la Matriz Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio

	CANADÁ		ALEMANIA		ESPAÑA	
	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA
FACTORES SOCIALES	2,83	1,17	2,66	1,17	3,00	1,17
FACTORES ECONÓMICOS	2,33	1,33	2,66	1,67	2,67	1,33
FACTORES POLÍTICOS	2,00	1,50	2,00	1,50	3,00	1,50
FACTORES LEGALES	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	2,00
SUMA	8,16	6,00	8,32	5,34	10,67	6,00
PROMEDIO	2,04	1,50	2,08	1,34	2,67	1,50
TOTAL		0,54		0,74		1,17

Fuente: elaboración propia

Consecutivamente de haber examinado y ponderado los entornos económicos, políticos, sociales y legales de los países objeto de investigación como son, Canadá, Alemania y España se analizó la matriz de oportunidades y amenazas del medio (POAM), al comprobar si el factor correspondía a una oportunidad o amenaza, se consiguieron los siguientes valores: 0,74 para Alemania, 0,54 para Canadá y 1,17 para España. Por ende, se determinó que España es el mercado internacional óptimo con mayores oportunidades para realizar la comercialización del producto chocho de la Federación de Granos Andinos del Norte.

España es el mercado meta para la exportación del producto chocho, esto se debe a que su cultura enfocada en el bienestar los lleva a adquirir productos que traigan beneficios a la salud, que no sean procesados químicamente y sobre todo se encuentren libres de plagas, pesticidas, en efecto prefieren consumir productos naturales y orgánicos. La mayoría de familias escogen al menos una vez a la semana comprar productos sanos, naturales y libre de conservantes, siempre y cuando se garantice con sellos y certificaciones necesarias, esto lo hace ser un mercado atractivo para los vendedores que deseen comercializar sus productos a este país debido a que su único propósito es cuidar de la salud de manera natural.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

En relación a los instrumentos utilizados en la presente investigación, se ha logrado recolectar y realizar el análisis de la información obtenida, con la finalidad de garantizar la veracidad del proyecto plasmado en los resultados.

4.1.1. Resultados entrevista

Tabla 67. Datos del entrevistado 1

Nombre:	Ing. Javier Cruz
Entidad pública:	AGROCALIDAD
Cargo:	Inocuidad de alimentos de Agrocalidad

En la entrevista realizada al ingeniero Javier Cruz de Agrocalidad a cargo del área de inocuidad de alimentos, menciona que las certificaciones para productos agrícolas que otorga la entidad son, Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y certificado fitosanitario de exportación. Un punto importante es que estas certificaciones no tienen ningún costo, que lo único que conllevaría de costos es la implementación, que serían gastos de inversión que hace el productor para poder obtenerla. El proceso que se necesita para iniciar la certificación es elaborar un documento en PDF, donde se va a detallar el flujograma de procesos de la unidad productiva, el organigrama como segunda parte, se establece quien es el gerente, empleados y todo el personal que trabaja en la empresa, y tercero se necesita una lista de protocolos operativos estandarizados de registros que mantenga y que se lleve dentro de la proceso producción, en efecto recalca que estos son documentos básicos para iniciar y abrir una ficha dentro del sistema, y es la vía por la cual se realiza el trámite de certificación.

En el proceso de inspección no se considera específicamente el producto sino se califica el proceso, por ejemplo, en la certificación BPA consta de cinco ejes, que son: cuidado del medio ambiente, manejo de la inocuidad del producto, seguridad de personal, y lo que tiene que ver con procesos de bienestar para los trabajadores. Entonces, lo que hace Agrocalidad es dar un resultado del proceso específico, en ese punto lo que se hace es la verificación de las fincas productivas de como llevan cada uno de los procesos para sacar un producto final y luego se evalúa para ver si el producto es apto para el consumo humano como primera instancia, porque el objetivo principal de Agrocalidad es calificar la inocuidad de los alimentos.

Para la exportación de chocho y quinua los requisitos son establecidos por cada país destino, en el caso de la mayoría de paises europeos se está aplicando la certificación GLOBAL GAP, este es el requisito para cualquier producto agrícola que ingrese la Comunidad Europea y en este caso se podría acceder con la certificación BPA que otorga Agrocalidad, porque este sello está homologado con los estándares del GLOBAL GAP, es decir, si obtiene la certificación BPA, ya no necesita el GLOBAL GAP.

La mayor limitante que puede impedir la certificación es la inversión que tiene que hacer el productor, debido a los gastos que se deben hacer para la implementación de los estándares impuestos por el ente certificador, la mayoría de veces son valores altos, donde el productor necesita de tener fuente de financiamiento.

Tabla 68. Datos del entrevistado 2

Nombre:	Ing. Víctor Pozo
Entidad pública:	Agrocalidad
Cargo:	Técnico Distrital de Sanidad Vegetal

En la entrevista realizada al ingeniero Víctor Pozo de Agrocalidad técnico distrital de sanidad vegetal, recalca que han tenido acercamientos a la Federación de Granos Andinos del Norte con inspección y capacitaciones fitosanitarias para sus productos. Un inconveniente es que los productores de la provincia del Carchi no buscan implementar certificaciones a sus productos, por la incertidumbre de no saber si van a recuperar los costos y gastos de la obtención de la certificación.

Si puede obtener una certificación de BPA, pero siempre y cuando el productor o exportador este comprometido a cumplir todos los requisitos que exige una certificación de BPA, son parámetros que debe cumplir, el lugar de producción, centro de acopio, además de eso tiene que ciertos requisitos, ejemplo, un análisis de agua, del suelo deben estar de acuerdo con lo que la normativa exige, de acuerdo con estos parámetros.

Para la aplicación de certificaciones se debe realizar un trabajo más riguroso para llegar a la exportación de productos agrícolas, porque para los diferentes productos, se necesita saber los requisitos que demande el país destino y lo más importante saber si el mercado al que se desea entrar está abierto, debido que para ciertos productos no hay país donde haya negociación, y ahí se complicaría porque el Ecuador es el encargado de pedir los requisitos que necesita al mercado donde se quiera llegar.

Los beneficios que tendría el Ecuador al exportar el chocho y la quinua, es aportar con un beneficio económico al país, porque si nosotros logramos enviar productos al exterior o logramos aumentar la exportación de los productos de la zona, estaríamos dando una alternativa tanto a productores, comercializadores, exportadores, lo cual sería un beneficio económico para la zona o el país.

Tabla 69. Datos del entrevistado 3

Nombre:	Ing. Arturo García
Entidad pública:	Federación de Granos Andinos del Norte
Cargo:	Administrador Operativo

En la entrevista realizada al ingeniero Arturo García representante de la Federación de Granos Andinos del Norte a cargo del área de la administración operativa menciona que los tipos de productos se procesan en la planta, principalmente se trabaja con quinua, chocho, trigo, cebada, prácticamente lo que es leguminosas y cereales, avena, fréjol, arveja y amaranto.

La experiencia que tiene la planta radica en el cultivo del chocho y si tenemos el conocimiento los procesos, en la Federación lo que hacemos es apoyar al productor, queremos aliviarle lo que es el tema de la postcosecha, hacemos el secado, seleccionado, limpieza, en el caso de la quinua ocupamos maquinaria especializada, con la experiencia que tenemos manejamos bastante en los procesos, en el caso de la quinua, viene desde la finca con todas las impurezas, vienen húmedas, con un 25 a 30% de humedad, entonces aquí le bajamos al 12% la humedad, y aquí las limpiamos dejándolas a un porcentaje de impurezas del 2% lo que pide la industria, si el cliente necesita escarificado los calificamos. En el tema del chocho igual pasa por la zaranda de limpieza, de clasificación, simétrica, donde le separamos granos quebrados, granos carcomidos, por último, pasamos por el selector óptico, donde hace la selección por color, y empacar.

En el caso de la producción desde el campo, cuando el productor necesita ayuda, nosotros podemos darles capacitaciones en el manejo de siembra, asesoramos, va desde la preparación del suelo, el sector donde desean cultivar hasta damos sugerencias de los fertilizantes, las labores culturales las semillas, etc.

Con la práctica en los cultivos de chocho, entonces nos va creando experiencias, en el manejo de épocas, en la aplicación de los bio controladores, entonces si se tiene la capacidad para exportar, depende bastante también del mercado que se consiga, ya qué hay mercados que

quieren un container mensual, otros dicen un container cada seis meses, entonces depende del mercado que investigamos, muchas que se tiene que ver cuánto es lo que se tiene de volumen de producción para ofertar, cuánto es lo que necesita el mercado y organizar el tema de la producción.

Las asociaciones de la federación que producen chocho y quinua son: la Industria de San Isidro, que está en el Ángel, la Asociación de comercializadores de Bolívar, la Asociación de Productores de Quinua del Carchi están ubicados en Bolívar, Espejo, Montufar, Mira, la Paz, Cuesaca y Tulcán. Y como planta podríamos cumplir todas las certificaciones como: comercio justo, BPA y las de protección del ambiente, pero recalca que una certificación orgánica no podría cumplir, porque en toda la provincia son tierras que han sufrido el cultivo agresivo de papa, arveja, entonces ya tienen contaminados los suelos, entonces no estamos en la capacidad de trabajar con certificaciones orgánicas. Lo que se puede trabajar es para chocho y quinua convencional.

Tabla 70. Datos del entrevistado 4

Nombre:	Ing. Armado Bonifaz
Entidad:	Kiwa América Latina
Cargo:	Representante Comercial Regional

En la entrevista realizada al ingeniero Armando Bonifaz representante de la certificadora Kiwa América a cargo del área comercial regional, donde nos enfocamos en la certificación USDA ORGANIC debido a la importancia que tiene esta certificación para los países meta seleccionados en el estudio de mercado.

La certificación orgánica en cuanto a su costo va a variar de acuerdo a ciertos parámetros, primero el tamaño y número de unidades, dos la ubicación de estas unidades, tres los productos a certificarse y cuatro los ámbitos que va a aplicar como certificación agrícola, de acuerdo a estos parámetros el costo puede variar, como puede costar una certificación orgánica más que la certificación nacional que por obligación hay que cumplir como por ejemplo una finca de unas 10 hectáreas podría costar unos 1400\$ a 1500\$.

El cliente presenta una solicitud dónde facilita la información legal de la empresa donde debe estar presente la actividad que se quiere certificar. En esta información nos facilitarán la ubicación de las unidades o donde se va llevar el proceso de certificación, también nos debe facilitar la información de que producto, que superficies y que cantidad de producto se debe

certificar, y bajo que normativa se debe certificar si es Europa, EEUU, norma nacional u otra norma.

Con esta información el ente certificador empieza a elaborar una oferta económica. En esa oferta económica consta los costos de inspección y certificación, éstas ofertas no contemplan los gastos logísticos y si fuera necesario realizar análisis de residuos de pesticidas, por riesgos de contaminación entre otros, si se aprueba la oferta se procede a formalizar la relación entre el cliente y el ente certificador mediante la firma de contratos, un contrato por cada normativa que se quiera hacer, una vez firmado el contrato el ente debe presentar los planes de manejo para que puedan ser revisados antes de que se pueda programar una auditoría en CITU. Cuando ya se programa la auditoría en CITU que consiste en 4 fases principales.

1. Reunión inicial de apertura dónde se llega determinar los ámbitos y productos que se van a certificar.
2. Evaluación documentaria administrativa para saber si los procesos requerimientos permiten asegurar el cumplimiento en de la certificación.
3. Visita la empresa como; auditorías, entrevistas verificación del campo, corroboración de cumplimiento en los procesos, verificación del sistema documentario, evaluaciones del sistema de producción, entre otros.
4. Reunión de cierre dónde se dan a conocer los diversos hallazgos o no conformidades se resuelven inquietudes que se tengan presentes después del recorrido en CITU luego una vez cerrado está reunión de cierre se procede a presentar las no conformidades presentadas.

Ese informe final después de estar firmado pasa a un proceso de evaluación a un comité de certificación revisa, evalúa y plantea inquietudes o documentos que puedan faltar para tomar la decisión de certificación.

Hay tres posibles resultados

1. Que se le niegue la certificación por no tener las condiciones mínimas.
2. Se limita las conformidades y que el proyecto debe cumplir esas no conformidades.
3. Que se acepte la certificación.

Antes de que aplique el proceso de certificación con un organismo de certificación usted cómo cliente está en la obligación de implementar los requerimientos normativos antes de aplicar a una auditoría. El tiempo va a variar al conocimiento y experiencia o a la persona de ascensor que le ayude en el proceso de implementación.

La implementación del cumplimiento de las normativas orgánicas de los organismos de la certificación, en una finca particular por ejemplo puede variar de dos hasta seis meses. Puede variar de la experiencia y de las condiciones que se encuentra la empresa. Una vez que se implemente la primera fase, recién va a aplicar a la inspección y certificación como organismo certificador desde que inicia la certificación hasta que la auditoría termine y eso puede durar de un mes a dos meses. El poder llegar a programar la auditoría, hasta que se le emita el resultado de la certificación puede durar de dos a tres meses más. Las inspecciones a nivel agrícola, uno de los puntos que se va a evaluar es el manejo previo del suelo para ver qué tipos de insumos contaminantes manejan, anterior del suelo para ver si cumple los parámetros, para que sea calificado como orgánico debe pasar por lo menos 3 años sin aplicación de insumos químicos. En estos 3 años hay dos formas de pasarlo.

1. Acompañado de un ente certificador y pasar los 3 años de transición cumpliendo los estándares orgánicos.
2. Verificación de áreas nuevas, pastoreo, cultivos tradicionales donde hay la seguridad de sustentos técnicos normativos que podemos demostrar que no se ha puesto químicos, se puede acortar el tiempo de transición dependiendo de la última aplicación de químicos en esa unidad de producción.

El inspector va evaluar los riesgos de contaminación directos o indirectos internos y externos que existen en el sistema de producción. Por ejemplo, a nivel externo si existen alrededores o áreas agrícolas convencionales que por medio de su sistema de aéreo de fumigación puede generar contaminación para el área orgánica, también van a evaluar el agua de regadío que se utiliza, para saber si es apto para el uso agrícola, que no tenga excesos de metales pesados, exceso de cargas microbiológicas, si no tiene sustancias químicas entre otros. Para que no se contamine el sistema de producción también van a evaluar si en los alrededores se encuentran poblaciones cercanas o aguas hervidas que pueden estar contaminando la unidad de producción.

Van a evaluar que niveles de riesgo existe de contaminación a nivel interno y externo, si el productor trabaja con toda su unidad de producción trabaja orgánicamente o si una parte trabaja de manera orgánica y la otra de manera convencional, si se da eso dentro del ente legal a certificarse va a evaluar que haya un sistema de identificación de separación al nivel de almacenes a nivel de sistema documentario al nivel de operación, de procesos a nivel de áreas de beneficio, entre otros, para ver y asegurar de que las sustancias, los equipos contaminados no puedan ser un agente contaminante para los procesos productivos orgánicos.

Hay varios factores que el inspector va a tomar en cuenta para poder llevar adelante el tema de certificación, otro punto también puede ser el uso y el origen de la semilla la norma contempla que se debe utilizar semillas orgánicas como segunda opción también se puede utilizar semillas no orgánicas sino tratadas siempre que se sustente que a nivel nacional no existen semillas no orgánicas debidamente certificadas, va a evaluar los planos de manejo orgánico para saber si las prácticas de los insumos de los controles el sistema de registro cumple o no cumple con los requerimientos orgánicos. Van a evaluar el nivel de conocimiento de los principales responsables del sistema de producción para que por desconocimiento no se genere un riesgo de contaminación. Van a evaluar que la unidad de producción pueda asegurar el tema de la higiene el tema de la taza ambiental, el tema de flujo de masas, el tema de etiquetaje del producto. Van a evaluar el proceso de manipulación se de manera limpia e higiénico, que no se hagan procesos que puedan generar mezclas o contaminaciones con productos que no sean orgánicos también van a evaluar el sistema de empaque de transporte del producto entre otros procesos que evalúan durante en proceso de inspección en una unidad de producción agrícola.

El grado de importancia tienen las certificaciones para la internacionalización de productos agrícolas es el 70% aproximadamente de los productos que se exportan van a requerir varias certificaciones, nosotros tenemos proyectos de exportación de quinua que tienen hasta 8 a 10 sellos orgánico, sellos de comercio justo, sellos libres de gluten, entre otros para cada uno de estos tienen ciertos nichos de mercado que usted tiene que saberlos y captar para ir cumpliendo con requerimientos que le piden los consumidores y las cadenas de supermercado.

No hay empresa que no pueda certificarse o implementar, quizás un limitante es el conocimiento, debido a que en el Ecuador es una gran falencia, todavía el productor, el empresario no están conscientes de lo importante que es gestionar y alcanzar el conocimiento.

Nuestros conocimientos son muy básicos versus a los de un mundo competitivo como Norteamérica, Europa, entre otros. La realidad productiva que existe nos limita a no tener mayor competitividad con otros países y otras áreas productivas entre otros.

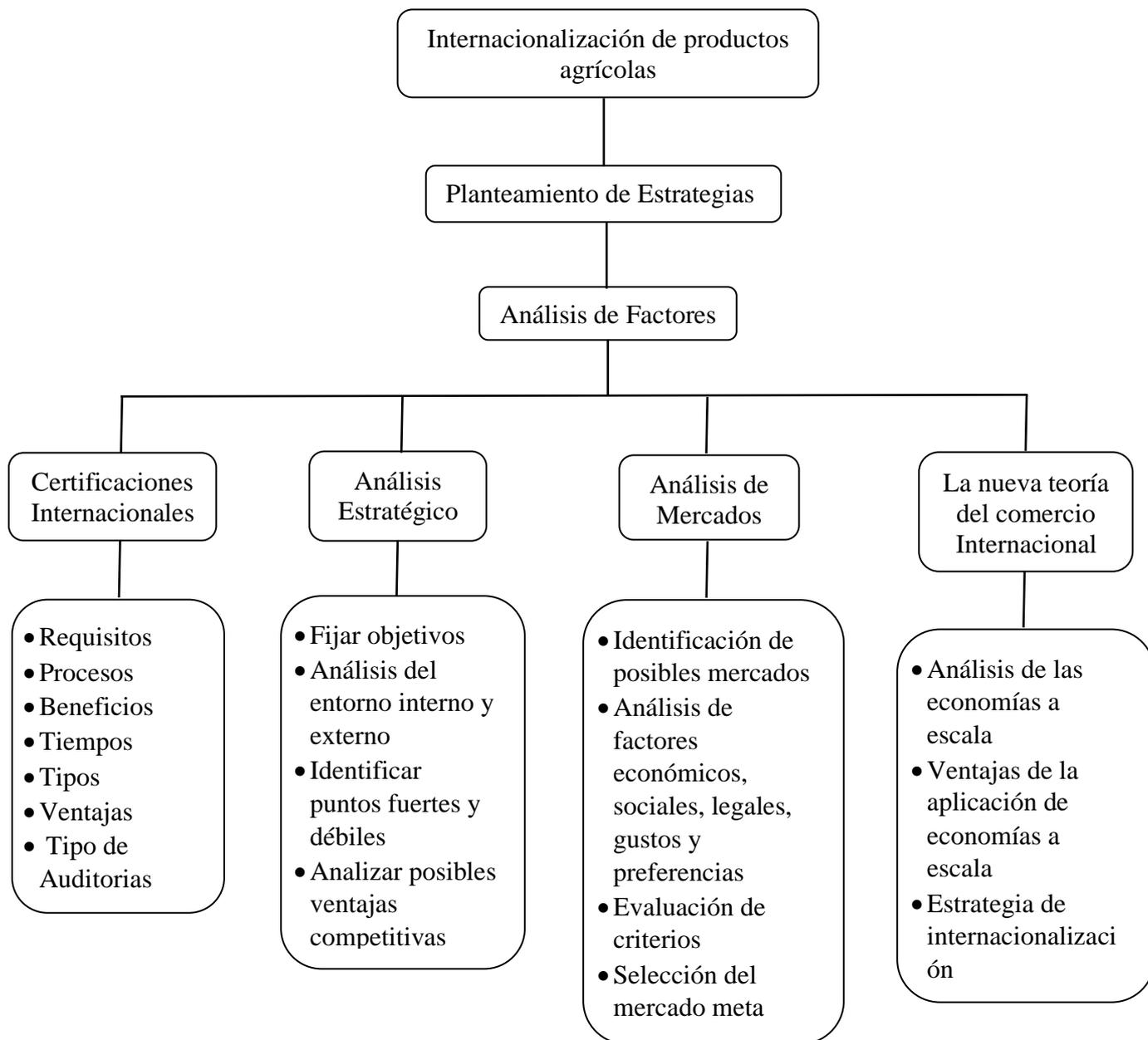
Hay 3 factores que limitan que se pueda llegar a cumplir con estos requerimientos de calidad que el mercado internacional solicita:

1. Conocimiento
2. Parte económica
3. Capacidad de gestión

La principal falencia es el conocimiento, el acceso al financiamiento en general y el trabajar en función de cadenas productivas, no se puede trabajar en eslabones en el país, incluso las políticas agropecuarias nos promueven la producción, pero no va encadenado a los procesos, eso debe partir del mercado, si yo tengo mercado voy y fomento la producción, voy y fomento el procesamiento voy y fomento, la innovación agrícola, nos falta tener una visión de desarrollar estos programas entorno a toda la cadena productiva en articular a los principales actores que hay en estos procesos de producción, el Magap está por otro lado, Agrocalidad por otro lado, SRI por otro lado, entonces no se coincide y no se jala al mismo objetivo.

El productor solo produce por producir sin conocer el mercado, produciendo algo que el mercado no lo requiere. Todas estas cosas se deben trabajar de manera articulada y con una visión de cadenas productivas para tener un impacto y así no se podrá arrancar con todos los cultivos, pero si con las cadenas principales a medida que se van desarrollando se puede crear más cadenas de producción.

4.1.2. Esquema de estrategias para la internacionalización de la quinua y el chocho en base a las certificaciones internacionales



Este esquema se planteó con el objetivo de explicar los factores que se utilizaron para el análisis de las estrategias comerciales y de integración, para la internacionalización de los productos chocho y quinua. Estos factores que se tomó en cuenta cumplen un papel fundamental, para que estos productos puedan ser más competitivos y atractivos para los mercados donde se pretende exportar, debido a que con el desarrollo de estos factores se puede tener un panorama más amplio al conocer los puntos fuertes y débiles de la empresa, así como los valores agregados que le darán ventajas para ingresar al mercado meta, en efecto se pudo identificar estrategias que le ayudara a la Federación de Granos Andinos del Norte a internacionalizar sus productos.

4.1.3. Análisis de las certificaciones requeridas para los productos quinua y chocho

Requisitos de Exportación

Certificación fitosanitaria

Los requisitos para la importación dependen tanto del producto como del país de origen, todos los productos encaminados a los Estados Unidos deben ir acompañados de un certificado fitosanitario emitido por un funcionario del país exportador, para que pueda determinar si el producto está listo y puede ser exportado a los Estados Unidos y qué requisitos fitosanitarios se cumplen. El control de este proceso lo realiza el servicio de inspección sanitaria del USDA organic. (FAO, 2019)

Plaguicidas y otros contaminantes

La Agencia de Protección Ambiental establece normas de tolerancias de plaguicidas, herbicidas y fungicidas utilizados en la fumigación de los productos agrícolas. Los reglamentos sobre los niveles de tolerancia se emplean a todos los productos tratados químicamente y destinados al consumo humano en los Estados Unidos. Los productores deben utilizar solamente productos químicos registrados para un determinado producto o grupo de productos indicados expresamente y siguiendo las instrucciones que figuran en el envase. La FDA de los Estados Unidos verificará si los productos que entran en el país cumplen con los reglamentos sobre residuos de plaguicidas, fungicidas y herbicidas.

Normas sobre categoría y calidad

La mayoría de productos agrícolas que se exporta a los Estados Unidos deben satisfacer los requisitos de importación referentes al tamaño, categoría, calidad y maduración del producto. Los servicios de comercialización agrícola del USDA emitirán, previa una inspección, un certificado que muestra el cumplimiento de las normas.

Procedimiento a seguir en la exportación

Para que los productos ingresen legalmente a los Estados Unidos, primero deben llegar al puerto de entrada. Para agilizar los trámites de Aduana se puede presentar la documentación necesaria antes de que llegue la mercadería. Todos los exportadores tienen el derecho de ocuparse del papeleo y completar la documentación necesaria para la exportación. Además, hay intermediarios comerciales que tienen la licencia del Servicio de Aduanas de los Estados Unidos (agentes de aduana) que normalmente actúan como agentes de los importadores para la preparación y clasificación de la documentación necesaria para pasar los productos por la aduana. (FAO, 2019)

Los trámites para la entrada de los productos en los Estados Unidos se realizan en el primer puerto de llegada, a menos que se hayan realizado acuerdos anteriores de expedición bajo fianza a otro puerto o a un depósito bajo control aduanero

La aduana no notifica al importador la llegada de los envíos. Normalmente es la empresa de transportes la que lo hace. El exportador se las arregla para asegurarse la notificación de la llegada y la oportuna clasificación de la documentación relativa a la importación. El agente tiene 30 días para presentar la documentación pertinente. Después de 30 días, los productos se mandan a un depósito general en calidad de productos no reclamados. A partir de allí el importador se hace cargo de los gastos de almacenamiento, y si después de un año los bienes no se reclaman se venden. (FAO, 2019)

Documentación para la entrada de la mercadería

La documentación requerida por la Aduana de los Estados Unidos es:

- Formulario 3461 de declaración en aduana
- Prueba del derecho de ingreso, por ejemplo, conocimiento de embarque. (La mercadería sólo puede ser ingresada por el dueño, comprador o un agente de aduana con licencia)
- Una factura comercial o, de lo contrario, factura proforma
- Lista del embalaje, si procede
- Otros documentos necesarios para determinar la admisibilidad de la mercadería
- Certificado fitosanitario
- Una fianza que normalmente se deja en la aduana para cubrir posibles derechos, impuestos, y sanciones posteriores a la entrega del cargamento

Barreras Arancelarias y No Arancelarias

Tras la entrada en vigencia del Acuerdo Comercial entre Ecuador y la Unión Europea, el Gobierno ecuatoriano, a través del Ministerio de Industrias y Competitividad, emitió el Acuerdo 14241 por el que se reconoce la equivalencia entre normativa y reglamentación técnica de la Unión Europea y de Ecuador. A partir de ese momento, los importadores pueden presentar exclusivamente un Certificado del Origen UE del producto y la Declaración Juramentada del importador del cumplimiento de la normativa de calidad europea, en sustitución del Certificado de Reconocimiento INEN 1. (ICEX, 2021)

La tramitación del registro sanitario y la gestión en las aduanas siguen siendo temas complejos, aunque se evidencia alguna mejora. Existen también otras barreras a la importación, como, por

ejemplo, el hecho de que las salidas de divisas están gravadas con un Impuesto a la Salida de Divisas (ISD), cuya tarifa es del 5%. Otro obstáculo reseñable es la discriminación en compras públicas que sufren las empresas extranjeras frente a las nacionales, establecida en la Ley del Sistema Nacional de Contratación Pública, si bien con el acuerdo Multipartes con la UE, para las empresas europeas se ha suavizado. Para Ecuador las compras públicas constituyen una herramienta para incentivar la producción nacional, la productividad y la competitividad sistémica, además de impulsar a las PYMES y los Actores de la Economía Popular y Solidaria. Por lo que el acuerdo contempla estas excepciones, manteniendo vigente este beneficio para las PYMES en las licitaciones públicas. (ICEX, 2021)

4.1.4. Certificaciones que necesita la quinua para entrar al mercado estadounidense

A continuación, se va a dar a conocer las certificaciones que necesita la quinua para llegar al mercado de Estados Unidos, por ende, se enumerara las principales certificaciones según el grado de cumplimiento por parte de la Federación de Granos Andinos cabe destacar que por cada nivel de certificación que cumpla ya puede llegar a exportar al mercado estadounidense, según fuentes de Agrocalidad con la certificación BPA, ya se puede internacionalizar debido a que esta tiene una homologación con la certificación Global Gap, luego las demás certificaciones le ayudara a dar más garantía y ser más competitivos a nivel de Europa.

- **BPA (estándares Global Gap)**

Son un conjunto de principios, normas y recomendaciones técnicas aplicables a la producción de alimentos a la fase primaria orientados a cuidar la salud humana, proteger el ambiente y mejorar las condiciones de los trabajadores y su familia. (Agrocalidad, 2021)

- **USDA ORGANIC**

Se trata de una certificación orgánica para productos de recolección silvestre, pecuarios, agrícolas; que cumplan con las normas USDA NOP (Normas de Producción Orgánica), para el mercado estadounidense.

- **HACCP**

El Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC) es la norma internacional basada en la producción segura de alimentos con un acercamiento preventivo.

4.1.5. Certificaciones que necesita el chocho para entrar al mercado español

A continuación, se va a dar a conocer las certificaciones que necesita la quinua para llegar al mercado de Estados Unidos, por ende, se enumerara las principales certificaciones según el grado de cumplimiento por parte de la Federación de Granos Andinos cabe destacar que por cada nivel de certificación que cumpla ya puede llegar a exportar al mercado estadounidense, según fuentes de Agrocalidad con la certificación BPA, ya se puede internacionalizar debido a que esta tiene una homologación con la certificación Global Gap, luego las demás certificaciones le ayudara a dar más garantía y ser más competitivos a nivel de Europa.

- **BPA y BPM (estándares Global Gap)**

Son un conjunto de principios, normas y recomendaciones técnicas aplicables a la producción de alimentos a la fase primaria orientados a cuidar la salud humana, proteger el ambiente y mejorar las condiciones de los trabajadores y su familia. (Agrocalidad, 2021)

- **EU organic**

La certificación orgánica europea se basa en las Normas de producción orgánica: EU 834/2007 - EU 889/2008, creadas por la Comunidad Económica Europea. Este certificado es necesario para clientes que desean exportar su producción orgánica a Europa, incluso aunque tengan certificados para otros países.

- **Fairtrade**

Es un sello de garantía de producto que certifica el cumplimiento de los estándares de comercio justo establecidos por Fairtrade Labelling Organizations International (FLO). La asociación del Sello Fairtrade-Comercio Justo fomenta en España el uso y la notoriedad de esta certificación.

- **HACCP**

El Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC) es la norma internacional basada en la producción segura de alimentos con un acercamiento preventivo.

4.1.6. Análisis FODA estratégico

El análisis FODA realizado en la investigación nos aporta en gran medida a la elaboración de estrategias, considerando que a través de este análisis nos permite determinar los aspectos fuertes y débiles de la empresa. En tal virtud, podemos mencionar que el aspecto central del

análisis FODA estratégico, es aportar con estrategias para poder internacionalizar los productos chocho y quinua, en base a las certificaciones internacionales.

Tabla 58. Análisis FODA Federación de granos Andinos del Norte

ANÁLISIS F.O.D.A.			
D	DEBILIDADES	F	FORTALEZAS
1	Falta de certificaciones en los productos	1	Dispone de un vasto centro de acopio con control de humedad y deterioro
2	Falta de reconocimiento a nivel provincial en la prestación de servicios como procesadora de productos agrícolas	2	Contacto permanente con proveedores de las provincias Carchi e Imbabura
3	No cuenta con una marca, logo ni slogan en sus productos	3	Eficiencia en operaciones de procesamiento de materia prima
4	Falta de frecuencia en auditoría y evaluación en el proceso de implementación de la certificación.	4	Dispone de una infraestructura propia con estándares industriales de última tecnología
5	No dispone de una plataforma WEB para ofertar sus servicios y productos	5	Dispone de asesoría y disponibilidad técnicas impartida por el MAGAP e Instituciones de Educación Superior
A	AMENAZAS	O	OPORTUNIDADES
1	Tasas elevadas de interés e impuestos para el sector empresarial	1	Facilidad en la obtención de créditos por parte de entidades bancarias privadas y públicas.
2	Constante variación de precios de materias primas	2	Oportunidad de obtener certificaciones a través de los programas que ofrece Agrocalidad.
3	Pérdida de interés productiva por parte los agricultores	3	Número considerable de productores agrícolas a nivel de la provincia
4	Precios elevados en la obtención de una certificación internacional.	4	Ubicación geográfica estratégica de la planta.
5	Saturación de mercados locales y competitividad de precios	5	Experiencia en actividad productiva por parte de los socios

Fuente: Elaboración propia

4.1.6.1. Factores internos (EFI)-FEGRANDINOS

Tabla 59. Factores internos (EFI)-FEGRANDINOS

FACTORES INTERNOS (EFI)			
FORTALEZAS	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1 Dispone de un vasto centro de acopio con control de humedad y deterioro	10%	3	0,3
2 Contacto permanente con proveedores de las	10%	4	0,4

	provincias Carchi e Imbabura			
3	Eficiencia en operaciones de procesamiento de materia prima	10%	4	0,4
4	Dispone de una infraestructura propia con estándares industriales de última tecnología	10%	3	0,3
5	Dispone de asesoría y disponibilidad técnicas impartida por el MAGAP e Instituciones de Educación Superior	10%	3	0,3
	DEBILIDADES	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1	Falta de certificaciones en los productos	15%	1	0,15
2	Falta de reconocimiento a nivel provincial en la prestación de servicios como procesadora de productos agrícolas	5%	1	0,05
3	No cuenta con una marca, logo ni slogan en sus productos	10%	1	0,1
4	Falta de frecuencia en auditoría y evaluación en el proceso de implementación de la certificación.	15%	1	0,15
5	No dispone de una plataforma WEB para ofertar sus servicios y productos	5%	1	0,05
	TOTAL	100%		2,20

Fuente: Elaboración propia

4.1.6.2. Factores externos (EFE) - FEGRANDINOS

Tabla 60. Factores externos (EFE) - FEGRANDINOS

FACTORES EXTERNOS (EFE)				
	OPORTUNIDADES	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1	Facilidad en la obtención de créditos por parte de entidades bancarias privadas y públicas	5%	2	0,1

2	Oportunidad de obtener certificaciones a través de los programas que ofrece Agrocalidad.	15%	4	0,6
3	Número considerable de productores agrícolas a nivel de la provincia	15%	3	0,45
4	Ubicación geográfica estratégica de la planta	5%	2	0,1
5	Experiencia en actividad productiva por parte de los socios	10%	3	0,3
	AMENAZAS	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1	Tasas elevadas de interés e impuestos para el sector empresarial	5%	1	0,05
2	Constante variación de precios de materias primas	15%	1	0,15
3	Pérdida de interés productiva por parte los agricultores	10%	1	0,1
4	Precios elevados en la obtención de una certificación internacional.	15%	1	0,15
5	Saturación de mercados locales y competitividad de precios	5%	1	0,05
	TOTAL	100%		2,05

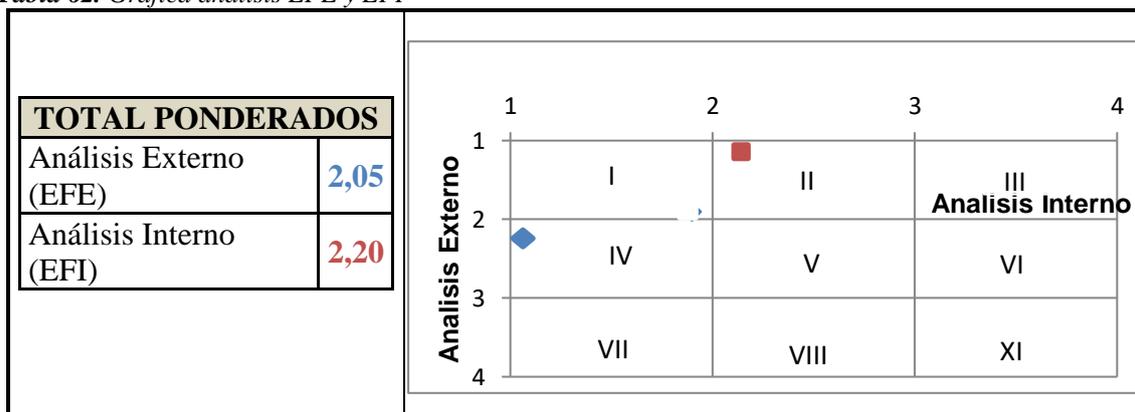
Fuente: Elaboración propia

4.1.6.3. Matriz resultante FODA

Tabla 61. Matriz resultante de FEGRANDINOS

ESTRATEGIAS	CELDA
Para crecer y construir.	I, II y IV
Para conservar y mantener.	III, V y VII
Para cosechar o enajenar.	VI, VIII y IX

Tabla 62. Gráfica análisis EFE y EFI



Fuente: Elaboración propia

ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

FORTALEZAS

El contacto permanente con proveedores en las provincias Carchi e Imbabura ayudaría a implementar certificaciones a sus productos y en efecto a cubrir los requerimientos de posibles clientes extranjeros.

DEBILDADES

La implementación de certificaciones, un plan de marketing y ventas, generará un posicionamiento en el mercado a través del proceso de promoción de sus servicios como procesadora de productos agrícolas.

OPORTUNIDADES

Crear una asociación que involucre a los productores de la provincia del Carchi e Imbabura para implementar una certificación a los productos y poder crear una marca que garantice y ayude a posesionar los productos en el mercado nacional como internacional.

AMENAZAS

Impulsar a los productores agrícolas con capacitaciones en temas como; certificaciones internacionales, logística y transporte, comercio justo, marketing y demás procesos que les puedan ayudar a obtener más beneficios e internacionalizar sus productos.

Fuente: Elaboración propia

4.1.6.4. Matriz cuadrática FODA

Tabla 63. MATRIZ CUADRÁTICA FODA

	FORTALEZAS					DEBILIDADES					Suma	Promedio	
	F1	F2	F3	F4	F5	D1	D2	D3	D4	D5			
OPORTUNIDADES	O1	1	2	1	2	0	0	0	1	2	1	10	1
	O2	2	4	3	3	4	1	1	2	1	3	24	2,4
	O3	3	5	5	3	4	2	3	3	1	4	33	3,3
	O4	1	4	2	2	1	1	2	1	1	1	16	1,6
	O5	2	4	5	1	3	1	1	1	1	1	20	2
AMENAZAS	A1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	6	0,6
	A2	4	4	3	2	1	1	4	1	2	2	24	2,4
	A3	2	3	2	2	2	1	3	2	1	3	21	2,1
	A4	3	2	2	1	2	1	3	3	1	3	21	2,1
	A5	2	2	1	1	2	1	4	2	1	2	18	1,8
Suma	21	31	24	18	19	9	22	16	12	21			
Promedio	2,1	3,1	2,4	1,8	1,9	0,9	2,2	1,6	1,2	2,1			

Fuente: Elaboración propia

Aplicar factores claves estratégicos adecuados en base a los resultados obtenidos.

F2: Contacto permanente con proveedores de las provincias Carchi e Imbabura

D2: Falta de reconocimiento a nivel provincial en la prestación de servicios como procesadora de productos agrícolas

O3: Número considerable de productores agrícolas a nivel de la provincia

A2: Constante variación de precios de materias primas

A4: Precios elevados en la obtención de una certificación internacional.

4.1.6.5. FODA estratégico

Tabla 64. Estrategias matriz FODA

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES INTERNOS	1.	Dispone de un vasto centro de acopio con control de humedad y deterioro	1. Falta de certificaciones en los productos
	2.	Contacto permanente con proveedores de las provincias Carchi e Imbabura	2. Falta de reconocimiento a nivel provincial en la prestación de servicios como procesadora de productos agrícolas
	3.	Eficiencia en operaciones de procesamiento de materia prima	3. No cuenta con una marca, logo ni slogan en sus productos
	4.	Dispone de una infraestructura propia con estándares industriales de última tecnología	4. Falta de frecuencia en auditoría y evaluación en el proceso de implementación de la certificación.
	5.	Dispone de asesoría y disponibilidad técnicas impartida por el MAGAP e Instituciones de Educación Superior	5. No dispone de una plataforma WEB para ofertar sus servicios y productos
FACTORES EXTERNOS			
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)	
1. Facilidad en la obtención de créditos por parte de entidades bancarias privadas y públicas	F1/O1: Invertir en la obtención de una certificación de uso y mantenimiento de las maquinarias del centro de acopio.	D1/O1: Buscar un financiamiento para la obtención de certificaciones internacionales.	
2. Oportunidad de obtener certificaciones a través de los programas que ofrece Agrocalidad.	F2/O2: Realizar un plan de exportación y conocer que certificaciones demandan los países de destino.	D2/O2: Lanzar una campaña de publicidad en las redes y solicitar apoyo a Agrocalidad en la implementación del sello BPA.	
3. Número considerable de productores agrícolas a nivel de la provincia	F3/O3: Llevar un control de cuantas toneladas se procesan de cada producto al año.	D3/O3: Convocar a una reunión a las asociaciones para la elaboración y diseño del logo y el slogan.	
4. Ubicación geográfica estratégica de la planta	F4/O4: Promocionar la planta procesadora con el fin de crear alianzas entre asociaciones productoras.	D4/O4: Buscar asesoramiento en temas de auditorías en certificaciones y proceso productivo.	
5. Experiencia en actividad productiva por parte de los socios	F5/O5: Trabajar conjuntamente en proyectos que aporten a la federación a tener más oportunidades de exportar sus productos.	D5/O5: Diseñar una página Web y redes sociales para la federación, enfocadas en la experiencia como procesadora y en los servicios que ofrece.	

AMENAZAS	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
1. Tasas elevadas de interés e impuestos para el sector empresarial	F1/A1: Buscar financiamiento por parte de BanEcuador enfocado en certificaciones.	D1/A1: Organizar las actividades de la federación por sectores para un mejor manejo de la certificación.
2. Constante variación de precios de materias primas	F2/A2: Obtener una certificación para que los productos de más garantía y por ende su costo se mantenga.	D2/A2: Implementar un área de marketing digital para aumentar los clientes y promocionar la procesadora.
3. Pérdida de interés productiva por parte los agricultores.	F3/A3: Realizar ferias comerciales donde se dé a conocer los beneficios de consumir productos agrícolas	D3/A3: Fomentar la alimentación saludable en los consumidores de la provincia del Carchi.
4. Precios elevados en la obtención de una certificación internacional.	F4/A4: Realizar una inversión para adecuar la federación a los requerimientos de una certificación.	D4/A4: Implementar una certificación en la cual les sirva como prueba de que les falta cambiar, que ejecutar y cuanto se va a invertir.
5. Saturación de mercados locales y competitividad de precios	F5/A5: Planificar los tipos de productos que se consumen al año.	D5/A5: Tratar de llegar a los clientes a través de las plataformas digitales.

Fuente: Elaboración propia

4.1.7. Resultado del estudio de mercado a través de la matriz POAM

Matriz POAM producto quinua

Consecutivamente de haber examinado y ponderado los entornos económicos, políticos, sociales y legales de los países objeto de investigación como son, Estados Unidos, Canadá, Francia, se analizó la matriz de oportunidades y amenazas del medio (POAM), al comprobar si el factor correspondía a una oportunidad o amenaza, se consiguieron los siguientes valores: 0,83 para Estados Unidos, 0,17 para Canadá y 0,63 para Francia. Por ende, se determinó que Estados Unidos es el mercado internacional óptimo con mayores oportunidades para realizar la comercialización del producto quinua de la Federación de Granos Andinos del Norte.

Estados Unidos es el mercado meta para la exportación de la quinua, esto se debe a que su cultura enfocada en el bienestar los lleva a adquirir productos que traigan beneficios a la salud, que no sean procesados químicamente y sobre todo se encuentren libres de plagas, pesticidas, en efecto prefieren consumir productos naturales y orgánicos. La mayoría de familias escogen al menos una vez a la semana comprar productos sanos, naturales y libre de conservantes, siempre y cuando se garantice con sellos y certificaciones necesarias, esto lo hace ser un

mercado atractivo para los vendedores que deseen comercializar sus productos a este país debido a que su único propósito es cuidar de la salud de manera natural.

Los productos orgánicos es el tema más regulado en Estados Unidos, indica que todos los productos denominados como orgánicos ya sean agrícolas, procesados e importados deben cumplir con ciertos parámetros establecidos en el reglamento, todo con el objetivo de cuidar el bienestar y la salud de las personas, para lo cual emplean inspecciones a todos los productos que se encuentren listos para ser consumidos, al momento de exportar productos orgánicos a este mercado se debe tener en cuenta las posibles actualizaciones ya que el Gobierno de Estados Unidos se encuentra en constante actualización en lo que concierne a las reglas de importación.

Matriz POAM producto chocho

Consecutivamente de haber examinado y ponderado los entornos económicos, políticos, sociales y legales de los países objeto de investigación como son, Canadá, Alemania y España se analizó la matriz de oportunidades y amenazas del medio (POAM), al comprobar si el factor correspondía a una oportunidad o amenaza, se consiguieron los siguientes valores: 0,74 para Alemania, 0,54 para Canadá y 1,17 para España. Por ende, se determinó que España es el mercado internacional óptimo con mayores oportunidades para realizar la comercialización del producto chocho de la Federación de Granos Andinos del Norte.

España es el mercado meta para la exportación del producto chocho, esto se debe a que su cultura enfocada en el bienestar los lleva a adquirir productos que traigan beneficios a la salud, que no sean procesados químicamente y sobre todo se encuentren libres de plagas, pesticidas, en efecto prefieren consumir productos naturales y orgánicos. La mayoría de familias escogen al menos una vez a la semana comprar productos sanos, naturales y libre de conservantes, siempre y cuando se garantice con sellos y certificaciones necesarias, esto lo hace ser un mercado atractivo para los vendedores que deseen comercializar sus productos a este país debido a que su único propósito es cuidar de la salud de manera natural.

La producción nacional de chocho en España es insuficiente y no es tan accesible debido a los factores climáticos que se presentan, por lo que decide realizar importaciones que sean de predilección para los consumidores españoles. El flujo de movimiento de los productos certificados se desarrolla favorablemente gracias a la intervención que tienen las empresas, que ya han logrado exportar sus productos, asimismo ayuda a los productores a obtener un pago justo y a impulsar el aumento de la producción nacional.

Al efectuarse una negociación con un comprador español, es un compromiso directo de él, efectuar el pago del impuesto provincial debido a que es un componente considerado para que el producto se pueda comercializar, y nosotros como exportadores la política comercial de España es la encargada de conceder un trato arancelario de nación más favorecida a casi todos los países miembros de la OMC.

Los productos orgánicos es el tema más regulado en España, según el Régimen Orgánico de España, indica que todos los productos denominados como orgánicos ya sean agrícolas, procesados e importados deben cumplir con ciertos parámetros establecidos en el reglamento, todo con el objetivo de cuidar el bienestar y la salud de las personas, para lo cual emplean inspecciones a todos los productos que se encuentren listos para ser consumidos, al momento de exportar productos orgánicos a este mercado se debe tener en cuenta las posibles actualizaciones ya que el Gobierno de España se encuentra en constante actualización en lo que concierne a las reglas de importación de productos.

4.1.8. Análisis de la nueva teoría del comercio internacional

La economía de escala es importante tanto para los consumidores como para la compañía, porque la reducción de costos de producción impactará en el precio final del producto, haciéndolo mucho más asequible para los mercados interesados. La economía de escala es fundamental para planear y conseguir un crecimiento a largo plazo.

Si aplicáramos la economía de escala, en una situación en donde la Federación de Granos Andinos del Norte quiera reducir sus gastos de producción al expandirse a trabajar conjuntamente por internacionalizar el chocho y la quinua. Se trataría de un beneficio debido a que cuanto más se produce, el costo que tendría la Federación por fabricar un producto sería menor. Esto ocurre cuando el chocho y la quinua se pueda producir a mayor escala, pero a un costo menor por unidad.

Una ventaja estratégica para el sector agrícola de la provincia del Carchi sería trabajar colectivamente todas las asociaciones productoras de chocho y quinua con el objetivo de reducir los costos a través de la producción masiva tomado en cuenta que los países desarrollados apetecen este tipo de productos como materia prima, en efecto la demanda que se puede alcanzar es alta debido a que Ecuador es un exportador de materia prima por ende se puede buscar la forma de diferenciarnos de la competencia a través de la aplicación de las certificaciones. Al aumentar el rendimiento de la Federación de Granos Andinos del Norte,

aumentan los beneficios, las ventajas y la posibilidad de internacionalizar los productos frente a la competencia.

4.1.9. Matriz de Priorización

Tabla 65. Criterios de evaluación según la importancia de la estrategia

PESO			CALIFICACIÓN	
Bajo	Medio	Alto	Bajo	Alto
0,1-0,3	0,4 -0,6	0,7-10	1	5

Fuente: Elaboración propia

Tabla 66. Estrategias comerciales para la internacionalización de los productos chocho y quinua

PRIORIZACIÓN DE ESTRATEGIAS			
Objetivo: Internacionalización de los productos chocho y quinua de la Federación de Granos Andinos del Norte			
ESTRATEGIAS COMERCIALES	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL
1 Participar en ferias internacionales dando a conocer las propiedades y beneficios de consumir chocho, quinua.	0,65	4	2,60
2 Buscar contactos de empresas Brokers que ayude a diversificar mercados y a ofrecer los productos.	0,70	4	2,80
3 Buscar aplicar un contrato de piggyback, con una empresa que tenga experiencia en exportación y conocimiento con clientes extranjeros.	0,90	5	4,50
4 Desarrollar el empaque acorde a los requerimientos de los países meta.	0,60	3	1,80
5 Crear una alianza con una empresa que nos ayude a la venta de nuestro producto.	0,85	5	4,25
TOTAL			15,95

Fuente: Elaboración propia

Para la realización de la matriz de priorización de las estrategias comerciales se tomó en cuenta la importancia y ventajas de las estrategias que ayudaran a la internacionalización de los productos quinua y chocho. La estrategia comercial que alcanzo el mayor puntaje es, buscar aplicar un contrato de piggyback, con una empresa que tenga experiencia en exportación y conocimiento con clientes extranjeros. Para el desarrollo de esta estrategia se puede poner como una opción a la empresa Mira fruits debido a que esta empresa está dedicada a la exportación de frutas que se producen en la provincia del Carchi cómo, por ejemplo, el aguacate, pitahaya, mango, entre otras. En efecto lograr obtener una mayor experiencia al ofertar los productos de

la Federación de Granos Andinos del Norte, debido a que esta empresa Mira fruits tiene un alto conocimiento en lo que son los mercados europeos y Estados Unidos.

Tabla 67. Estrategias de integración para la internacionalización de los productos chocho y quinua

PRIORIZACIÓN DE ESTRATEGIAS			
Objetivo: Internacionalización de los productos chocho y quinua de la Federación de Granos Andinos del Norte			
ESTRATEGIAS DE INTEGRACIÓN	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL
1 Buscar asesoramiento de instituciones gubernamentales encargadas de la promoción a las exportaciones como: Agrocalidad, MIPRO, MAGAP, Cámara de comercio, PRO ECUADOR, para planificar periódicamente capacitaciones y evaluaciones sobre la aplicación de la certificación BPA.	0,9	4,5	4,05
2 Realizar controles de los procesos productivos desde la tierra, semilla y hasta la cosecha	0,7	4	2,80
3 Asesoramiento en sistemas de producción para la generación de valor agregado en los procesos organizacionales.	0,7	3,5	2,45
4 Identificar las debilidades que tiene la Federación de Granos Andinos del Norte para el cumplimiento de una certificación, y en efecto llevar un control de los puntos que hay que mejorar en todo el ciclo de producción.	0,8	4,5	3,60
5 Ejecutar un plan de objetivos de cumplimiento a corto, medio y a largo plazo, sobre los tratamientos que se esté llevando durante el proceso de producción del chocho y la quinua.	0,65	4	2,60
TOTAL			15,50

Fuente: Elaboración propia

Para la realización de la matriz de priorización de las estrategias de integración se tomó en cuenta la importancia y las ventajas de las estrategias que ayudaran a la internacionalización de los productos quinua y chocho. La estrategia de integración que alcanzo el mayor puntaje es, buscar asesoramiento de instituciones gubernamentales encargadas de la promoción a las exportaciones como: Agrocalidad, MIPRO, MAGAP, Cámara de comercio, PRO ECUADOR,

para planificar periódicamente capacitaciones y evaluaciones sobre la aplicación de la certificación BPA. Para el desarrollo de esta estrategia se ha tomado en cuenta la información conseguida al representante de la Federación de Granos Andinos del Norte, recalca que ellos se encuentran en condiciones de implementar una certificación por ende, la certificación BPA es una opción óptima para que puedan tener más competitividad, debido a que esta certificación ya tiene los estándares del global Gap esto genera ventajas debido a que con la obtención de esta certificación podrían tener más posibilidades de entrar a un mercado como Estados Unidos y la mayoría de países europeos.

4.2. DISCUSIÓN

En cuanto al objetivo de la investigación se ha logrado analizar que las certificaciones internacionales son de vital importancia para ser más competitivos y dar una garantía en mercados extranjeros, y lo que primero se debe hacer es desarrollar una capacidad de gestión, para que en esa forma la empresa pueda ir implementando certificaciones de acuerdo al grado de cumplimiento de los estándares requeridos por los entes certificadores, que van desde el sistema de producción hasta el producto final, es por ello que Agrocalidad sugiere cumplir con la certificación BPA (Buenas Prácticas Agrícolas).

Avanzando con el tema, tenemos los objetivos específicos propuestos en la investigación, en el cual señalamos la realización de un estudio de mercado para los productos chocho y quinua de la Federación de Granos Andinos del Norte de la provincia del Carchi, donde en la investigación de mercado de la quinua seleccionamos tres países potenciales, Estados Unidos, Canadá y Francia por ser países demandantes de productos como el chocho y la quinua. Mediante la Matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio (POAM), dio como resultado que Estados Unidos es el país con ventajas y facilidades de cumplir con el proceso de exportación y certificación internacional.

En la investigación de mercados del chocho seleccionamos tres países potenciales, Canadá, Alemania y España por ser países demandantes de productos como el chocho. Mediante la Matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio (POAM), dio como resultado que España es el país con ventajas en los factores sociales, económicos, políticos y legales, en donde gracias a la Unión Europea el país puede cumplir con las formalidades, documentos y procesos requeridos por este mercado.

Con relación al objetivo enfocado en el planteamiento de estrategias de internacionalización para la Federación de Granos Andinos del Norte mediante las certificaciones internacionales para los productos chocho y quinua. En base a los resultados obtenidos en las entrevistas, análisis FODA y la matriz de priorización de estrategias se puede resaltar que para obtener una certificación internacional se debe conocer de una manera muy amplia los requisitos del país demandante, debido a que la principal limitante es el desconocimiento debido a que en Ecuador existe mucha producción convencional de productos agrícolas, pero los productores desconocen el tipo, forma y estado del producto que requiere el mercado internacional, sino se cumple con estos requerimientos se convertirá en una barrera no arancelaria al comercio exterior.

En el desarrollo de la estrategia comercial, buscar aplicar un contrato de piggyback, con una empresa que tenga experiencia en exportación y conocimiento con clientes extranjeros. Una buena opción es la aplicación de un contrato de piggyback a la empresa Mira fruits debido a que esta empresa está dedicada a la exportación de frutas que se producen en la provincia del Carchi como, por ejemplo, el aguacate, pitahaya, mango, entre otras. En efecto lograr obtener una mayor experiencia al ofertar los productos de la Federación de Granos Andinos del Norte, debido a que esta empresa Mira fruits tiene un alto conocimiento en lo que son los mercados europeos y Estados Unidos. También se podría plantear un contrato de joint venture a la empresa Alisur S.A. que se encarga de la exportación y venta online de granos andinos y legumbres a todos los continentes, además poseen una amplia experiencia en las certificaciones, por ende, se tendría beneficios significativos con empresas en el extranjero dedicadas a ofertar el producto y que puedan dar un plus a nuestro producto.

Para el desarrollo de la estrategia de integración, buscar asesoramiento de instituciones gubernamentales encargadas de la promoción a las exportaciones como: Agrocalidad, MIPRO, MAGAP, Cámara de comercio, PRO ECUADOR, para planificar periódicamente capacitaciones y evaluaciones sobre la aplicación de la certificación BPA. se ha tomado en cuenta la información conseguida con los representantes de la Federación de Granos Andinos del Norte, donde recalcan que ellos se encuentran en condiciones de implementar una certificación por ende, la certificación BPA es una opción óptima para que puedan tener más competitividad, debido a que esta certificación ya tiene los estándares del global Gap esto genera ventajas debido a que con la obtención de esta certificación podrían tener más posibilidades de entrar a un mercado como Estados Unidos y la mayoría de países europeos.

Con relación al análisis de las certificaciones internacionales requeridas para internacionalización de los productos chocho y quinua de la Federación de Granos Andinos del Norte FEGRANDINOS de la provincia del Carchi, encontró información para destacar aspectos que influyen, o en cierta medida afectan a la obtención de certificaciones internacionales. Para ello, es importante señalar el aporte de Ceballos (2016), el cual señala que el objetivo primordial de las certificaciones es garantizar a sus clientes que sus productos, están fabricados de acuerdo a condiciones establecidas por ente regulador y esto les permitirá fidelizar y ampliar sus mercados, por ende, las certificaciones se convierten en un obstáculo no arancelario al comercio, cuando son utilizados por los países como requisito previo para poder ingresar a un mercado.

Las certificaciones internacionales desempeñan un papel importante para las exportaciones ecuatorianas, sin importar el sector al que pertenezcan, lograr certificarse es un desafío, pero brinda grandes beneficios a las empresas, como incrementar sus ventas, fidelizar clientes y conquistar nuevos mercados. La iniciativa de adoptar estándares internacionales es una respuesta a la exigencia por parte de los consumidores, quienes al momento de seleccionar la fruta reconocen y aprecian los procesos que aseguran la calidad y la seguridad. Es decir, a los consumidores no les importa pagar un poco más por su compra, sino que requieren que estas certificaciones garanticen la inocuidad del producto, respeto al ecosistema, que se realice un comercio justo, que se desarrollen las mejores prácticas agrícolas, en fin, exigen un banano certificado que afiance la calidad y la seguridad.

Todo esto es porque en los mercados internacionales los consumidores si se preocupan por conocer si la fruta que van a consumir se cosecha sin perjudicar el ecosistema, si el trabajador que plantó a la misma tuvo un pago justo y si el proceso de producción se realizó con los mejores estándares. Además, el obtener una certificación internacional permitiría que las exportaciones de Ecuador se conviertan en productos con valor agregado, lo que comúnmente muy poco ocurre en la actualidad, debido a que Ecuador se ha caracterizado por ofrecer materia prima a otros mercados. Esto permitirá crear una mayor oportunidad para dar a conocer mucho más los productos ecuatorianos, que cuentan con la ventaja de ser conocidos como productos de calidad, y de excelentes sabores. (Pachacama, 2020)

En este sentido, es importante indicar los resultados obtenidos en la aplicación de la primera entrevista al ingeniero Armado Bonifaz, representante comercial regional de la certificadora Kiwa América Latina, en referencia a las certificaciones internacionales requeridas para el

chocho y la quinua, indica que en el caso de estos productos agrícolas es recomendable es obtener una certificación orgánica, debido a que este tipo de sellos va a generar que los productos sean más competitivos a nivel nacional como internacional, en efecto estos sellos son los más requeridos en Europa, EEUU, Canadá, Japón, Brasil, entre otros. Otra situación importante que se menciona es que después de obtener el sello orgánico debe darle una normativa social, como las certificaciones de comercio justo, esto le dará un valor agregado que le permite llegar a nichos de mercado que son mucho más especializados.

En sentido es importante indicar los resultados obtenidos en la aplicación de la segunda entrevista al ingeniero Marco Javier Cruz, responsable de inocuidad de alimentos de Agrocalidad, en referencia a la certificación BPA para los productos chocho y la quinua, indica que esta certificación ha sido homologada a los requisitos de la certificación Global Gap, por ende la certificación BPA va a servir para ingresar a mercados europeos en efecto se debe acudir a un auditor de Agrocalidad para que verifique y evalúe los procesos productivos de la empresa y tomar en cuenta los requerimientos que deben cumplir para ser certificada. Otra situación importante que se menciona es que esta certificación es gratuita y que los gastos que se presentarían es la adecuación de los estándares de la certificación que a futuro se convertirá en una inversión, también se puede destacar que existen beneficios al implementar la certificación BPA, como por ejemplo incentivos; acceso a mercados, productos garantizados, compensaciones económicas, entre otras. La inspección que se maneja para la certificación BPA consta de cinco ejes fundamentales que ayudaran ala desarrollo de la empresa como son; cuidado del medio ambiente, manejo de la inocuidad del producto, seguridad del personal y procesos de bienestar para los trabajadores.

De acuerdo con los resultados obtenidos en base a las certificaciones internacionales se puede realizar un contraste con la investigación " Conocimiento y aplicación de las certificaciones internacionales para el sector agrícola del Oriente Antioqueño", tomando en cuenta los aspectos más importantes que ayuden a la comprensión tema.

Esta investigación está enfocada en las certificaciones requeridas para los productos chocho y quinua dónde finalmente se puede mencionar que para este tipo de productos agrícolas para exportar necesitan mínimo una certificación orgánica, Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y Global Gab. Debido a que estás certificaciones son las más comunes para poder llegar a este tipo de mercados: Estados Unidos y España. Un aspecto que comparten estas dos investigaciones es que los mercados extranjeros consumen y prefieren productos sanos,

orgánicos esto quiere decir que una certificación orgánica puede ayudar a ser más competitivo al momento de ofertar nuestros productos al exterior.

Otro punto importante a tomar en cuenta en el desarrollo del tema es que la inversión que se necesita para la implementación de una certificación es bastante cara y a los productores se les dificulta considerando que las certificadoras demandan estándares de calidad muy altos en efecto para los productores cambiar su proceso de producción es un reto donde necesitan una gran cantidad de dinero y que a la mayoría de productores no tienen los recursos necesarios. Este aspecto también comparte los resultados de la otra investigación al igual que en una de las conclusiones se puede evidenciar que una barrera para la obtención de una certificación son los altos costos, que se necesitan al momento de implementar los estándares requeridos por los entes certificadores.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- El desarrollo de la globalización genera una concienciación social sobre los efectos de las actividades económicas en el ambiente y la responsabilidad social de las empresas, esto ha llevado a una mayor regulación para el acceso a los mercados extranjeros, en ese sentido, las empresas exportadoras se enfrentan a fuertes presiones para mantenerse competitivas, en efecto la adopción de certificaciones se muestra como una estrategia para generar una garantía y más competitividad en los mercados internacionales.
- La investigación ha determinado que los productores conocen la importancia de obtener certificaciones, por cuanto les brinda la oportunidad de competir en el mercado intencional y obtener beneficios, garantía e incentivos por la mejora del producto.
- Para concluir con la investigación, tomado en cuenta el FODA, se podría aprovechar las fortalezas, para desarrollar más oportunidades de alcanzar los estándares de calidad y acceder a certificaciones internacionales.
- Según los datos obtenidos se llega a la conclusión que las empresas prefieren mantener una producción convencional debido a que el trámite para obtener las certificaciones que internacionalicen sus productos es un proceso largo, complejo y costoso, el cual no pueden cumplir.
- El estudio evidencia que el sector agrícola carece de un estudio de mercado y el conocimiento de las exigencias que demandan, por tanto, en varias ocasiones se identifica las falencias al finalizar el proceso y por qué no es factible la exportación de ese producto.
- El análisis de mercado realizado muestra que los destinos acertados, tanto por convenios comerciales, preferencias arancelarias son: Estados Unidos mercado óptimo para la explotación de la quinua, debido a la demanda y facilidades de comercialización, mientras que el mercado meta para el chocho es España, por el índice de aceptación del producto.

5.2. RECOMENDACIONES

- Seguir implementando certificaciones de calidad, seguridad alimentaria, orgánica, responsabilidad social empresarial y de comercio justo, que ayude a generar más beneficios y ser más competitivo en mercados internacionales.
- Las asociaciones productoras deben planificar proyectos encaminados a la prosperidad, la productividad, la calidad, obtener certificaciones por ende ser más competitivos a nivel internacional para mejorar la calidad de vida de la comunidad.
- Posterior al análisis de los resultados, se recomienda mantener una comunicación efectiva entre los ministerios encargados de promover las exportaciones y el sector agrícola para planificar estrategias encaminadas a conseguir certificaciones internacionales.
- Además, es importante organizar al sector agrícola para que puedan solicitar que se creen alianzas entre el estado, empresa privada y certificadoras internacionales con el fin de trabajar conjuntamente en estrategias que faciliten el acceso a la implementación de certificaciones
- Es importante que le empresario agrícola se asesore con personal especializado para realizar un estudio a priori que disminuya el potencial riesgo del proceso agrícola.
- Fomentar el uso de actividades agrícolas amigables con el entorno, con el objeto de cuidar el suelo y la soberanía ciudadana.

IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AENOR. (2019). *La Certificación*. Recuperado el 03 de febrero de 2020, de <https://www.aenor.com/certificacion/certificacion-de-producto>
- Agrocalidad. (2021). *Manual de uso del sello BPA*. Recuperado el 30 de agosto de 2021, de Agrocalidad:
<https://www.agrocalidad.gob.ec/BPA/#:~:text=Son%20un%20conjunto%20de%20principios,los%20trabajadores%20y%20su%20familia.>
- Baena, J. (2016). *Las restricciones y los aranceles a las exportaciones*. Recuperado el 18 de 12 de 2021, de https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/397711/JJBR_TESIS.pdf;jsessionid=2B64136999B804F0FC48F17843B12B51?sequence=1
- Banco Mundial. (2020). *Balanza comercial de bienes y servicios (% del PIB) - Ecuador, United States*. Recuperado el 10 de agosto de 2021, de Banco Mundial:
<https://datos.bancomundial.org/indicador/NE.RSB.GNFS.ZS?end=2020&locations=E C-US&start=2016>
- Banco Mundial. (2021). *Canadá*. Recuperado el 20 de 07 de 2021, de Banco Mundial:
<https://datos.bancomundial.org/pais/canada>
- Banco Mundial. (2021). *Crecimiento del PIB per cápita (% anual) - Spain*. Recuperado el 10 de agosto de 2021, de Banco Mundial:
<https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.KD.ZG?end=2020&locations=ES&start=2016>
- Banco Mundial. (2021). *Desempleo, total (% de la población activa total)*. Recuperado el 10 de agosto de 2021, de Banco Mundial:
<https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.UEM.TOTL.ZS>
- Banco Mundial. (2021). *Desempleo, total (% de la población activa total) (estimación modelado OIT) - France*. Recuperado el 28 de 07 de 2021, de <https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.UEM.TOTL.ZS?locations=FR>
- Banco Mundial. (2021). *Inflación, índice de deflación del PIB (% anual) - Canada*. Recuperado el 27 de 07 de 2021, de <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.DEFL.KD.ZG?locations=CA>

Banco Mundial. (2021). *Inflación, precios al consumidor (% anual) - France*. Recuperado el 28 de 07 de 2021, de <https://datos.bancomundial.org/indicador/FP.CPI.TOTL.ZG?locations=FR>

Banco Mundial. (2021). *Inflación, precios al consumidor (% anual) - Spain*. Recuperado el 10 de agosto de 2021, de Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/FP.CPI.TOTL.ZG?start=2016&locations=ES>

Banco Mundial. (2021). *Inflación, precios al consumidor (% anual) - United States*. Recuperado el 27 de 07 de 2021, de <https://datos.bancomundial.org/indicador/FP.CPI.TOTL.ZG?locations=US>

Banco Mundial. (2021). *PIB (US\$ a precios actuales) - France*. Recuperado el 28 de 07 de 2021, de <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD?locations=FR>

Banco Mundial. (2021). *PIB (US\$ a precios actuales) - United States*. Recuperado el 19 de 07 de 2021, de <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD?end=2019&locations=US&start=2016>

Banco Mundial. (2021). *PIB per cápita (US\$ a precios actuales) - France*. Recuperado el 28 de 07 de 2021, de <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD?locations=FR>

Banco Mundial. (2021). *PIB per cápita, PPA (\$ a precios internacionales actuales) - United States*. Recuperado el 27 de 07 de 2021, de <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.PP.CD?locations=US>

Banco Mundial. (2021). *Población Activa Spain*. Recuperado el 10 de agosto de 2021, de Banco Mundial: Población Económicamente Activa de España

Banco Mundial. (2021). *Población activa, total - Canada*. Recuperado el 20 de 07 de 2021, de Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.TLF.TOTL.IN?end=2020&locations=CA&start=2008>

Banco Mundial. (2021). *Población activa, total - France*. Recuperado el 28 de 07 de 2021, de <https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.TLF.TOTL.IN?end=2020&locations=FR&start=2008>

Banco Mundial. (2021). *Población activa, total - United States*. Recuperado el 19 de 07 de 2021, de Banco Mundial:

- <https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.TLF.TOTL.IN?end=2020&locations=US&start=2015&view=chart>
- Banco Mundial. (2021). *Población Total Spain*. Recuperado el 10 de agosto de 2021, de Banco Mundial:
<https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL?end=2020&locations=ES&start=2017>
- Banco Mundial. (2021). *Población, total - France*. Recuperado el 28 de 07 de 2021, de <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL?locations=FR>
- Banco Mundial. (2021). *Relación entre empleo y población, entre 15 y 24 años, mujeres (%) (estimación nacional) - Canada*. Recuperado el 27 de 07 de 2021, de <https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.EMP.1524.SP.FE.NE.ZS?locations=CA>
- Banco Mundial. (2021). *Relación entre empleo y población, entre 15 y 24 años, mujeres (%) (estimación nacional) - France*. Recuperado el 28 de 07 de 2021, de <https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.EMP.1524.SP.FE.NE.ZS?locations=FR>
- Banco Mundial. (2021). *Balanza comercial de bienes y servicios (% del PIB) - Ecuador, Germany*. Recuperado el 10 de agosto de 2021, de Banco Mundial:
<https://datos.bancomundial.org/indicador/NE.RSB.GNFS.ZS?end=2020&locations=EC-DE&start=2016>
- Botello, H. (2016). *Las certificaciones de calidad y la internacionalización de las firmas industriales colombianas*. Recuperado el 13 de 12 de 2021, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S2215-910X2016000200073&script=sci_abstract&tlng=es
- Bravo, B. (2016). *INTEDYA Internacional*. Obtenido de Certificación orgánica, una ventaja no sólo para el consumidor: <http://www.intedya.com/internacional/1476/noticia-certificacion-organica-una-ventaja-no-solo-para-el-consumidor.html>
- Bruzzone, D. (2018). *Economía y Finanzas Internacionales*. Obtenido de Teoría de la ventaja comparativa: <http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/60-ventaja-absoluta-y-ventaja-comparativa>
- Castro, M. (28 de 02 de 2016). *Recursos tecnológicos*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/MarilCastroMora/recursos-tecnologicos-58805702>
- Ceballos, L. (2016). *Conocimiento y aplicación de las certificaciones internacionales por las empresas del altiplano del oriente Antioqueño*. Recuperado el 4 de 12 de 2021, de https://www.academia.edu/36610633/Conocimiento_y_aplicaci%C3%B3n_de_las_cer

- tificaciones_internacionales_por las empresas del altiplano del oriente Antioque%
C3%B1o
- Cognos. (2018). *Certificaciones Internacionales*. Obtenido de <https://cognosvirtual.com/info/certificaciones.html>
- Datosmacro. (2020). *Francia: Economía y demografía*. Recuperado el 28 de agosto de 2021, de Expansion/Datosmacro: <https://datosmacro.expansion.com/paises/francia>
- Datosmacro. (2021). *El PIB sube un 1,4% en Canadá en el primer trimestre*. Recuperado el 20 de 07 de 2021, de <https://datosmacro.expansion.com/pib/canada>
- DISCOVER. (2018). *DISCO Internacional*. Recuperado el 10 de 12 de 2021, de <https://www.appliesl.com/navi/discover/?tid=20011010&lid=1>
- EcuRed. (2021). *Canadá*. Recuperado el 20 de 07 de 2021, de <https://www.ecured.cu/Canad%C3%A1>
- El Universo. (2019). *Acuerdo comercial con la Unión Europea incrementó exportaciones en Ecuador*. Recuperado el 15 de agosto de 2021, de América economía: <https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/comercio/acuerdo-comercial-con-la-union-europea-incremento-exportaciones-en>
- Embajada de Canadá. (2020). *Relaciones Canadá-Ecuador*. Recuperado el 20 de agosto de 2021, de Embajada de Canadá: https://www.canadainternational.gc.ca/ecuador-equateur/bilateral_relations_bilaterales/index.aspx?lang=spa
- Estrella , P. (29 de Noviembre de 2012). *Recursos Materiales*. Recuperado el 04 de febrero de 2020, de SCRIBD: <https://es.scribd.com/doc/114845654/DEFINICION-RECURSOS-MATERIALES>
- FAO. (2018). *Ecuador Nota de Análisis Sectorial Agricultura y Desarrollo Rural*. Recuperado el 10 de abril de 2020, de ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA AGRICULTURA Y LA ALIMENTACIÓN: <http://www.fao.org/3/ak168s/ak168s00.pdf>
- FAO. (2019). *Análisis de Estados Unidos*. Recuperado el 30 de agosto de 2020, de Fao.org: <http://www.fao.org/3/y1669s/y1669s0g.htm>
- Fernández, R. (2020). *Población total de Canadá desde 2000 hasta 2020(en millones)*. Recuperado el 20 de 07 de 2021, de Statista: <https://es.statista.com/estadisticas/635249/poblacion-total-de-canada/>
- Fernández, R. (2021). *Población de los Estados Unidos desde 2010 hasta 2025(en millones)*. Recuperado el 19 de 07 de 2021, de statista: <https://es.statista.com/estadisticas/635251/poblacion-total-de-estados-unidos/>

- Frhomimex. (2017). *Certificación orgánica ¿Ya conoces su importancia?* Obtenido de <http://www.donaguacato.com/certificacion-organica-2/>
- Gárate, M. (2017). *ANÁLISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL DE LOS ARTESANOS TALLADORES DE TAGUA DE LA COMUNA DOS MANGAS, PARROQUIA MANGLARALTO, CANTÓN SANTA ELENA, PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD DE EXPORTACIÓN DIRECTA DE SUS PRODUCTOS, AÑO 2014*". Recuperado el 06 de 02 de 2020, de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/832/1/T-ULVR-0576.pdf>
- García, R. (2018). Las certificaciones agrícolas crecen un 4% en el mundo. *AENOR*, 5. Obtenido de <https://portal.aenormas.aenor.com/revista/pdf/dic17/18dic17.pdf>
- Gonzabay, R. (2017). *Análisis de la política comercial del Ecuador respecto a la exportación de sus productos*. Recuperado el 27 de 11 de 2021, de <https://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/handle/24000/5095/TEISIS%20Gonzabay%20Mazza%20Roberto%20Andr%c3%a9s.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Guía de Negocios en España. (2020). *España: Un país atractivo para la inversión*. Recuperado el 10 de agosto de 2021, de *Guide to business in Spain*: <https://www.guidetobusinessinspain.com/espana-un-pais-atractivo-para-la-inversion/1-1-introduccion/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Recuperado el 28 de 05 de 2021, de <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Methodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (Interamericana, Ed.) México: McGraw-Hill . Recuperado el 03 de febrero de 2020, de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Ibarra, A. (2019). *Observatorio de la Economía Latinoamericana*. Recuperado el 2022 de febrero de 14, de *Estudio de mercado de quinua para su exportación a la Unión Europea*: <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/07/estudio-mercado-quinua.html#:~:text=Sin%20embargo%2C%20las%20exportaciones%20proyectadas,tendencia%20la%20pendiente%20es%20positiva.>
- ICEX. (2021). *RÉGIMEN ARANCELARIO Y REGLAMENTACIÓN UE*. Obtenido de Red de Oficinas Económicas y Comerciales UE: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion->

principal/exportar-a/acceso-al-mercado/regimen-arancelario-y-reglamentacion/index.html?idPais=EC

- INEC. (2019). *Reporte estadístico del SECTOR AGROPECUARIO*. Recuperado el 7 de noviembre de 2021, de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac-2019/Presentacion%20de%20los%20principales%20resultados%20ESPAC%202019.pdf
- INEC. (2020). *El Sistema de Certificación de la Calidad de las Operaciones Estadísticas*. Recuperado el 05 de febrero de 2020, de Instituto Nacional de Estadística y Censos: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/certificacion-de-calidad-estadistica/>
- KPMG. (2021). *El consumidor español, más preocupado y digital, se vuelve más selectivo y concienciado*. Recuperado el 10 de agosto de 2021, de KPMG S.A.: <https://home.kpmg/es/es/home/sala-de-prensa/notas-de-prensa/2020/07/consumidor-espanol-selectivo-concienciado.html#:~:text=La%20COVID%2D19%20est%C3%A1%20definiendo,su%20gasto%2C%20digital%20y%20concienciado.>
- La Hora. (2019). *Productores de quinua con problemas en la comercialización*. Recuperado el 23 de febrero de 2020, de LA HORA: <https://lahora.com.ec/noticia/1102018516/productores-de-quinua--con-problemas-en--la-comercializacic3b3n->
- La Hora. (2020). *En Carchi ya cuentan con planta procesadora de quinua y granos andinos*. Recuperado el 22 de febrero de 2020, de LA HORA: <https://lahora.com.ec/carchi/noticia/1102104745/en-carchi-ya-cuentan-con-planta-procesadora-de-quinua-y-granos-andinos>
- Laboral Kutxa. (2019). *Barreras Arancelarias*. Obtenido de Consulting Pro: <https://consultingpro.laboralkutxa.com/noticias/las-tasas-de-aduana-al-comprar-articulos-por-internet/>
- Les Echos. (2019). *Las dificultades de satisfacer al consumidor francés*. Recuperado el 28 de 07 de 2021, de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/noticias/NEW2019814753.html?idPais=FR>
- Llangari, D. (2017). *MasScience*. Recuperado el 15 de febrero de 2022, de Perspectiva dela exportacion de chocho a España:

- <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5121/1/T2038-MRI-Valenzuela-Nuevos.pdf#page=74&zoom=100,110,94>
- Llanos, J., Martínez, G., & Rodríguez, J. (2005). *Universidad Nacional Autónoma de México*. Recuperado el 07 de febrero de 2020, de <http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/2005/contaduria/2/1260.pdf>
- Logycom. (2021). *Barreras arancelarias*. Recuperado el 28 de enero de 2022, de Logycom Logística y Comercio Exterior: <https://www.logycom.mx/blog/barreras-arancelarias-exportar-comercio-exterior>
- López, I. (2015). *Oportunidades de mercado colombiano y la comercialización de malanga producida en Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador*. Recuperado el 28 de 11 de 2021, de <http://repositorio.upec.edu.ec:8080/bitstream/123456789/405/1/327%20Oportunidades%20de%20mercado%20colombiano%20y%20la%20comercializaci%C3%B3n%20de%20malanga%20producida%20en%20Santo%20Domingo%20de%20los%20Ts%C3%A1chilas.pdf>
- López, J. (2020). *La importancia y necesidad de las certificaciones en el proceso de innovación*. Recuperado el 08 de noviembre de 2021, de Red Forbes: <https://www.forbes.com.mx/la-importancia-y-necesidad-de-las-certificaciones-en-el-proceso-de-innovacion/>
- López, P., & Fachelli, S. (2015). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA*. Recuperado el 01 de febrero de 2020, de Universitat Autònoma de Barcelona: https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
- MAGAP. (2018). *El sector agropecuario ecuatoriano: análisis histórico y prospectiva a 2015*. Recuperado el 25 de febrero de 2020, de Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca: <http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/01PPP2016-POLITICA01.pdf>
- Martínez, C. (2017). *Investigación Documental: Características Principales*. Recuperado el 07 de febrero de 2020, de LIFEDER.com: <https://www.lifeder.com/investigacion-documental/>
- Martínez, J. (2019). *COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN ESPAÑA*. Recuperado el 10 de agosto de 2021, de LIDERAZGO Y MERCADEO: EL PORTAL DE LOS LIDERES: <https://liderazgoymercadeo.co/comportamiento-del-consumidor-en-espana/>

- Mayacert. (2020). *JAPANESE AGRICULTURAL STANDARD*. Recuperado el 10 de noviembre de 2021, de Mayacert: <https://www.mayacert.com/old/jas.html#:~:text=El%20certificado%20JAS%2C%20es%20el,tengan%20certificados%20de%20otros%20pa%C3%ADses.>
- Merino, J. P. (2013). *Materiales Económicos*. Recuperado el 03 de febrero de 2020, de Definicion.de: <https://definicion.de/recursos-economicos/>
- Mora, E., Lituma, A., & González, M. (2020). *Las certificaciones como estrategia para la competitividad de las empresas exportadoras*. Recuperado el 25 de 10 de 2021, de <file:///C:/Users/HP/Downloads/1274-Texto%20del%20art%C3%ADculo-6208-1-10-20200507.pdf>
- Murillo, J., Garcia, M., Martínez, C., Martín, N., & Sanchez, L. (2012). *La entrevista*. Recuperado el 2020, de http://www.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy.pdf
- Navarro, A., Rey, M., & Barrera, R. (2016). *Compromiso, recursos, emprendimiento exportador y resultados empresariales*. Recuperado el 23 de 10 de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/1551/155150417002.pdf>
- OIT. (2020). *Políticas de certificación en América Latina*. Recuperado el 30 de enero de 2022, de Organización Internacional del Trabajo: <https://www.oitcinterfor.org/node/5758>
- Pachacama, L. (2020). *Las certificaciones internacionales y como benefician a las exportaciones ecuatorianas*. Obtenido de Comunidad todo comercio exterior: <https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/qu-son-las-certificaciones-internacionales-y-como-benefician-a>
- Pacheco, J. (2019). *Método Analítico (Reglas, Características, Etapas)*. Recuperado el 02 de febrero de 2020, de <https://www.webyempresas.com/metodo-analitico/>
- Padilla, R. (2016). Certificación internacional de calidad para granos ancestrales. *Banco Interamericano de Desarrollo*, 114. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40662/1/S1601085_es.pdf
- Pereira, M. (2018). *SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL*. Recuperado el 05 de febrero de 2020, de PRESENCIA DEL AIRE, AGUA, TEMPERATURA, SUELO Y SERES VIVOS QUE HABITAN: <https://mariapereiraa.wordpress.com/2011/11/18/sistema-de-gestion-ambiental-sga/>
- Pérez, D. (2018). *Requisitos para exportar a Estados Unidos desde Ecuador*. Recuperado el 25 de 07 de 2021, de

- <https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/requisitos-para-exportar-a-estados-unidos-desde-ecuador>
- Pons, J. (2019). *Certificación de Calidad de los Alimentos Orientada a Sellos de Atributos de Valor en Países de América Latina*. Recuperado el 28 de 08 de 2021, de <https://www.fao.org/agroecology/database/detail/es/c/1202198/>
- PRO ECUADOR. (2019). *Certificación Halal en Indonesia*. Recuperado el 10 de noviembre de 2021, de PRO ECUADOR: <https://www.proecuador.gob.ec/certificacion-halal-en-indonesia/>
- ProColombia. (2019). *GUÍA PRÁCTICA PARA CONOCER LAS CERTIFICACIONES QUE SE REQUIEREN PARA EXPORTACIÓN DE AGROALIMENTOS*. Recuperado el 09 de noviembre de 2021, de ProColombia: <https://es.slideshare.net/pasante/gua-prctica-para-conocer-las-certificaciones-que-se-requieren-para-exportacin-de-agroalimentos>
- Quiroa, M. (2019). *Internacionalización*. Recuperado el 24 de febrero de 2020, de Economipedia: <https://economipedia.com/author/m-quiroya>
- Riquelme, M. (18 de 06 de 2018). *Balanza Comercial (Definiciones Y Factores)*. Recuperado el 06 de febrero de 2020, de <https://www.webyempresas.com/balanza-comercial/>
- Rodríguez, J. (2019). *OPORTUNIDAD EN MERCADOS INTERNACIONALES PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE QUINUA ORGÁNICA, DESDE EL CANTÓN BOLÍVAR DE LA PROVINCIA DEL CARCHI-ECUADOR*. Recuperado el 16 de 09 de 2021, de <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/850/1/459%20Oportundiades%20de%20mercados%20internacionales%20para%20la%20comercializaci%C3%B3n%20de%20quinua%20org%C3%A1nica.pdf>
- Rosado, R. (2013). *Metodo Inductivo - Deductivo*. Recuperado el 01 de febrero de 2020, de <https://prezi.com/k3aknauk-j9s/metodo-inductivo-deductivo/>
- Santander. (2019). *CANADÁ: POLÍTICA Y ECONOMÍA*. Recuperado el 27 de 07 de 2021, de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/canada/politica-y-economia>
- Santander. (2019). *FRANCIA: LLEGAR AL CONSUMIDOR*. Recuperado el 28 de 07 de 2021, de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/francia/llegar-al-consumidor>
- Servicio de Acreditación Ecuatoriano. (2019). *Certificación de procesos en la producción orgánica*. Recuperado el 09 de noviembre de 2021, de Servicio de Acreditación Ecuatoriano SAE: <https://www.acreditacion.gob.ec/certificacion-procesos-en-produccion-organica/>

- SINAC. (2019). *Sistema Nacional de Áreas de Conservación*. Recuperado el 06 de 02 de 2020, de Convenios Internacionales: <http://www.sinac.go.cr/ES/normativa/Paginas/convinter.aspx>
- Statista. (2021). *Estados Unidos: tasa de desempleo entre 2000 y 2020*. Recuperado el 19 de 07 de 2021, de <https://es.statista.com/estadisticas/635245/tasa-de-desempleo-de-estados-unidos-en-2020/>
- Statista. (2021). *Tasa de desempleo en Canadá desde 2010 hasta 2025*. Recuperado el 20 de 07 de 2021, de <https://es.statista.com/estadisticas/635243/tasa-de-desempleo-de-canada/>
- Tasty. (2020). *PERFIL DEL CONSUMIDOR DE ESTADOS UNIDOS*. Recuperado el 19 de 07 de 2021, de <http://tastyfoodandwine.es/perfil-consumidor-de-estados-unidos/>
- TFO Canadá. (2021). *Bienvenido al mercado canadiense: Un manual para exportar a Canadá*. Recuperado el 20 de 07 de 2021, de https://ctoro.cancilleria.gob.ar/userfiles/Bienvenido%20al%20Mercado%20Canadiense_Un%20Manual%20para%20Exportar%20a%20Canada.pdf
- Torreblanca, F. (2017). *Cómo definir la ventaja competitiva según Michael Porter* *Cómo definir la ventaja competitiva según Michael Porter*. Recuperado el 30 de enero de 2020, de Teorías del Comercio: <https://franciscotorreblanca.es/como-definir-la-ventaja-competitiva/>
- Torres, I. (2019). *Sistema de gestión de la calidad*. Recuperado el 05 de febrero de 2020, de IVE Consultores: https://iveconsultores.com/sistema-de-gestion-de-calidad/?gclid=CjwKCAiAj-_xBRBjEiwAmRbqYtrhaV5Ssiq5P3yMmpoVGOrejxMWB-x_qZ8sWi2HbWueWMIcbv_0hhoCLqEQAvD_BwE
- Turmero, I. (2015). *Nueva Teoría del Comercio Internacional*. Recuperado el 10 de enero de 2020, de https://www.monografias.com/usuario/perfiles/iva_n_turmero_astros
- UMNG. (16 de julio de 2017). *Certificaciones Internacionales*. Obtenido de <https://www.umng.edu.co/web/guest/extension/centro-sistemas/certificaciones-internacionales>
- Universidad de Alcalá. (2018). *Normas de Técnicas*. Recuperado el 06 de febrero de 2020, de La Universidad de Alcalá: http://www3.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/normas_tcnicas.html
- Valenzuela, D. (2017). *SciELO - Scientific Electronic Library Online*. Recuperado el 15 de febrero de 2022, de Situación y perspectivas actuales para el cultivo y exportación de la

quinua.: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5121/1/T2038-MRI-Valenzuela-Nuevos.pdf>

Veletanga. (2019). *Economía y Finanzas*. Recuperado el 28 de enero de 2020, de Teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith: <http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica/71-teoria-de-la-ventaja-absoluta-de-adam-smith>

Veletanga, G. (2019). *EFI*. Recuperado el 06 de 02 de 2020, de Política Comercial: <http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/74-politica-comercial>

Vivero, A., & Piloza, A. (2018). “*Modelo de Promoción de Exportaciones y su relación con la Comunidad Andina*”. Recuperado el 10 de 12 de 2021, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/30288/1/Modelo%20de%20promoci%c3%b3n%20de%20exportaciones%20y%20su%20relaci%c3%b3n%20con%20la%20CAN.pdf>

Westreicher, G. (2021). *Barreras no arancelarias*. Recuperado el 28 de enero de 2022, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/barreras-no-arancelarias.html>

V. ANEXOS

Anexo 1: Aceptación de FEGRANDINOS para el desarrollo de la investigación

Fegrandinos

RUC: 1091752391001

OFICIO No. FEGRA-11-2020
Bolívar, 03 de marzo del 2020

ASUNTO: Aceptación solicitud

Ing.
Edison Casa Guevara Msc.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

Presente

De mi consideración:

Reciban Uds. un cordial saludo de la Federación de Granos Andinos del Norte, atendiendo al memorándum Nro. UPEC-CEYNCI-2020-275-M con fecha 02 de marzo del 2020, donde se solicita facilitar la información y la asistencia del Sr. Bryan Jonathan Imacaña Villacorte estudiante del séptimo nivel de la Carrera de Comercio Exterior, Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía, Empresarial donde desarrollará el trabajo de investigación **“Certificaciones Internacionales requeridas para internacionalización de los productos chocho y quinua de la Federación de Granos Andinos del Norte de la provincia del Carchi”**.

En base a los acuerdos y compromisos adquiridos en la firma de Convenio y Cooperación Interinstitucional de Pasantías y Prácticas Pre-Profesionales y dando cumplimiento a las cláusulas descritas en el mencionado convenio, nos complace apoyar y aceptar la solicitud donde se facilitará la información necesaria y nuestra experiencia adquirida en FEGRANDINOS con la finalidad que la investigación llegue a buenos resultados.

Atentamente,

José Feliberto Cangas Ortiz
CC: 0400881314
PRESIDENTE DE FEGRANDINOS



Dirección Cantón Bolívar /Carchi / Sector Monjas a 1 km. De la Virgen de Fátima vía a Ibarra telf.:0968421196
Correo representante legal: jocangas@gmail.com

Anexo 2: Entrevistas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL



COMERCIO EXTERIOR
Universidad Politécnica Estatal del Carchi

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Variables

Independiente: Certificaciones Internacionales

Dependiente: Internacionalización de los productos chocho y quinua

Información. La presente entrevista tiene como objetivo desarrollar una investigación basada en certificaciones internacionales requeridas para internacionalización de los productos chocho y quinua de la Federación de Granos Andinos del Norte FEGRANDINOS de la provincia del Carchi. La cual tiene fines académicos.

Entrevista: Certificadoras Internacionales en Ecuador

1. Qué costos conlleva la obtención de una certificación internacional para el sector agrícola
2. Qué documentos se necesita para iniciar el proceso de certificación
3. Qué tiempo se demora la implementación de una certificación
4. Qué tipo de especialistas hacen la inspección para saber si la empresa puede ser certificada.
5. Como se maneja el proceso de inspección y de certificación para productos agrícolas como el chocho y la quinua.
6. ¿Cuáles son los beneficios de adquirir una certificación internacional en el mercado?
7. Que certificación internacional necesita la quinua para llegar a mercados como: Estados Unidos, Canadá y Francia.
8. Que certificación internacional necesita el chocho para llegar a mercados como: Rusia, España y Suiza.
9. ¿Qué grado de importancia tienen las certificaciones para la internacionalización de productos agrícolas? (Justifique su respuesta)

10. Cuáles son los factores que no permiten la implementación de certificaciones internacionales en el sector agrícola.
11. Que política aplicaría para fomentar la promoción a las exportaciones en el sector agrícola.

Entrevista: Presidente de la Federación de Granos andinos del Norte y productores

1. Que tipos de productos se procesan en la Federación de Granos Andinos del Norte
2. Usted conoce como se realiza la producción del chocho y la quinua ¿Como la realizan la producción?
3. Que cantidades se producen de chocho y quinua
4. En el año cuantas veces se produce el chocho y la quinua.
5. Que asociaciones de la federación producen chocho y quinua
6. Reciben algún tipo de apoyo por parte del gobierno o de alguna empresa privada destina para la producción comercialización distribución y certificación de este tipo de productos.
7. La producción de chocho y quinua a sido destinada a exportación. Si su respuesta es SI ¿Cómo fue la experiencia de exportar esos productos?
8. Qué tipo de valor agregado se incorpora a estos productos para que tengan una mejor comercialización tanto nacional como internacional.
9. Usted cree que en este tipo de producción esta ajustado para obtener certificaciones internacionales.
10. Qué procesos están implementando en la federación para alcanzar las certificaciones internacionales en los productos.
11. Como incide el costo de una certificación internacional en la producción de chocho y quinua.
12. De las opciones propuestas ¿Qué tipo de certificación implementaría usted?
 - a. Calidad
 - b. Comercio justo
 - c. Orgánica
 - d. Protección al medio ambiente

Entrevista: Instituciones gubernamentales que promocionan las exportaciones; Pro Ecuador, MAGAP, MIPRO y Cámara de la pequeña Industria del Carchi

1. Conoce usted a la Federación de Granos Andinos del Norte (FEGRANDINOS)
2. Que tipo de apoyo brindan a federaciones como a FEGRANDINOS para poder incentivar las exportaciones de productos agrícolas.
3. Ustedes como institución han ayudado a la exportación de quinua y chocho.
4. Que tipo de costo se maneja para la inspección de la producción certificada.
5. Existe programas para mejorar la producción certificada.
6. Porque cree usted que este tipo de productos no obtiene una certificación internacional.
7. Ustedes tienen algún convenio con las empresas de certificación internacional.
8. Por parte del estado que mecanismos se están aplicando para que los productores puedan obtener una certificación internacional.
9. Ustedes creen que la mayoría de productores les gustaría obtener una certificación internacional.
10. ¿Qué impide a los productores agrícolas adquirir una certificación internacional?
11. Que beneficios podría tener el Ecuador si la producción se realiza con estándares de calidad para obtener una certificación internacional.

Anexo 3: Certificado del abstract

CERTIFICADO

A QUIEN INTERESE:

A petición verbal del interesado, el señor **Bryan Jonathan Imacaña Villacorte** con cédula de identidad N° **0401873393**, certifico que una vez realizadas las correcciones del Abstract del tema de investigación "Certificaciones Internacionales requeridas para internacionalización de los productos chocho y quinua de la Federación de Granos Andinos del Norte FEGRANDINOS de la provincia del Carchi", cumple con todas las normas respecto a la lengua extranjera Inglés, en temas de gramática y cohesión de ideas.

El mencionado señor puede hacer uso del presente documento, como mejor convenga a sus intereses.

Atentamente,



Lic. ESTHER CARDENAS

Quito, marzo de 2022

Anexo 4: Validación del abstract centro de idiomas UPEC



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER**

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Bryan Jonathan Imacaña Villacorte		DATE: 22 de marzo de 2022		
TOPIC: "Certificaciones Internacionales requeridas para internacionalización de los productos chocho y quinua de la Federación de Granos Andinos del Norte FEGRANDINOS de la provincia del Carchi"				
MARKS AWARDED		QUANTITATIVE AND QUALITATIVE		
VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED		TOTAL 9	



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL
CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE
CENTER**

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Bryan Jonathan Imacaña Villacorte

Fecha de recepción del abstract: 22 de marzo de 2022

Fecha de entrega del informe: 22 de marzo de 2022

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



Empleado electrónicamente por:
EDISON BOANERGES
PENAFIEL ARCOS

**Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc.
Coordinador del CIDEN**

Anexo 5: Acta de la sustentación de Predefensa



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: IMACAÑA VILLACORTE BRYAN JONATHAN **CÉDULA DE IDENTIDAD:** 0401873393
NIVEL/PARALELO: EGRESADO **PERIODO ACADÉMICO:** 2021-B

TEMA DE INVESTIGACIÓN: "Certificaciones Internacionales requeridas para internacionalización de los productos chocho y quinua de la Federación de Granos Andinos del Norte FEGRANDINOS de la provincia del Carchi"

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. LÓPEZ CADENA JULIO IVÁN
LECTOR: MSC. MONTENEGRO OBANDO BLANCA LILIANA
ASESOR: MSC. RUANO ENRÍQUEZ LORENA ELIZABETH

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 105
FECHA: miércoles, 16 de marzo de 2022
HORA: 16H00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 5,95
2) Trabajo escrito 2,55
Nota final de PRE DEFENSA 8,50

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcan el miércoles, 16 de marzo de 2022

MSC. LÓPEZ CADENA JULIO IVÁN
PRESIDENTE

MSC. RUANO ENRÍQUEZ LORENA ELIZABETH
TUTOR

MSC. MONTENEGRO OBANDO BLANCA LILIANA
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones