



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**ANÁLISIS DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE QUINUA PARA EL
MERCADO OBJETIVO DE ESTADOS UNIDOS EN EL PERIODO 2021**

**ASTUDILLO ECHEVERRIA MARIA JOSE
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**JIMENEZ RAMIREZ NEMESIS DENISSE
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA
2021**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**ANÁLISIS DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE QUINUA PARA
EL
MERCADO OBJETIVO DE ESTADOS UNIDOS EN EL PERIODO
2021**

**ASTUDILLO ECHEVERRIA MARIA JOSE
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**JIMENEZ RAMIREZ NEMESIS DENISSE
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**MACHALA
2021**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ANÁLISIS DE CASOS

**ANÁLISIS DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE QUINUA
PARA EL
MERCADO OBJETIVO DE ESTADOS UNIDOS EN EL
PERIODO 2021**

**ASTUDILLO ECHEVERRIA MARIA JOSE
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

**JIMENEZ RAMIREZ NEMESIS DENISSE
LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR**

SOLORZANO SOLORZANO SANDRA SAYONARA

**MACHALA
2021**

plan de exportación de quinua para el mercado objetivo de Estados Unidos en el periodo 2021

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

6%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

docplayer.es

Fuente de Internet

1%

2

repositorio.upn.edu.pe

Fuente de Internet

1%

3

documentop.com

Fuente de Internet

1%

4

www.agricultura.gob.ec

Fuente de Internet

1%

5

www.ceimigra.net

Fuente de Internet

<1%

6

repositorio.uan.edu.co

Fuente de Internet

<1%

7

www.globalnegotiator.com

Fuente de Internet

<1%

8

repositorio.uss.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

9

sites.google.com

Fuente de Internet

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

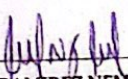
Las que suscriben, JIMENEZ RAMIREZ NEMESIS DENISSE y ASTUDILLO ECHEVERRÍA MARÍA JOSÉ, en calidad de autoras del siguiente trabajo escrito titulado ANÁLISIS DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE QUINUA PARA EL MERCADO OBJETIVO DE ESTADOS UNIDOS EN EL PERIODO 2021, otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Las autoras declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

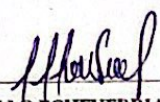
Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Las autoras como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.


JIMENEZ RAMIREZ NEMESIS DENISSE

0706718350


ASTUDILLO ECHEVERRÍA MARÍA JOSÉ

0705241735

RESUMEN

El estudio realizado hace referencia sobre la importancia que tiene un plan de exportación en este caso para la quinua, pero que es de gran ayuda para todas las empresas exportadoras, ya que permite que se conozca el mercado a donde se va a exportar y se da a conocer la empresa y el producto de exportación lo cual es de mucho beneficio económico. Esta investigación tiene como objetivo analizar el plan de exportación de quinua para el mercado objetivo de Estados Unidos. Dicho estudio se lo realiza por medio de un enfoque mixto ya que por medio de un estudio bibliográfico se pudo conocer cuál era el criterio que tienen otros autores sobre las variables de estudio que son el plan de exportación y la quinua, mientras que por otro lado se realizó una encuesta virtual a un grupo de productores de quinua de la serranía ecuatoriana, dichas encuestas permitieron dar a conocer que ellos están interesados en conocer más sobre el plan de exportación ya que esto les permitirá aumentar sus ventas y dar a conocer el nombre de la empresa, ya que por medio de este se estarán conociendo las fortalezas y debilidades que se presentan para poder establecer nuevas estrategias o mejorar las ya existentes.

Palabras claves: Plan de exportación, banano, exportaciones, estrategias.

ABSTRACT

The study carried out refers to the importance of an export plan in this case for quinoa, but that it is of great help for all exporting companies, since it allows the market to be exported to be known and to know the company and the export product, which is of great economic benefit. This research aims to analyze the quinoa export plan for the target market in the United States. This study is carried out through a mixed approach since through a bibliographical study it was possible to know what was the criteria that other authors have about the study variables that are the export plan and bananas, while on the other hand A virtual survey was carried out on a group of quinoa producers from the Ecuadorian highlands, these interviews made it possible to make it known that they are interested in knowing more about the export plan since this will allow them to increase their sales and publicize the name of the company, since through this the strengths and weaknesses that arise in order to establish new strategies or improve existing ones will be known.

Keywords: Export plan, banana, exports, strategies

INDICE

DEDICATORIA	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO	¡Error! Marcador no definido.
Reporte de similitud Turnitin	¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN	1
ABSTRACT.....	2
ÍNDICE DE TABLAS.....	5
INDICE DE ILUSTRACIONES.....	6
INTRODUCCIÓN.....	7
CAPITULO I	9
DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	9
1.1. Antecedentes Históricos.....	9
1.2 Antecedentes conceptuales y referenciales	10
1.3. Plan de Exportación.....	11
1.3.1. Importancia del plan de exportación	13
1.3.2. Ventajas del plan de exportación	13
1.3.2. Estructura de un plan de exportación.....	14
1.3.3. Etapas del plan de exportación.....	15
1.4. La Quinua	21
1.4.1. Valor nutricional de la quinua	22
1.4.2. Impacto ambiental en la producción de quinua	23
1.4.3. Principales organizaciones productoras de quinua	23
1.4.4. Estructura arancelaria de la quinua	24
1.4.5. Principales importadores de quinua ecuatoriana	25

1.4.6. Países exportadores de quinua.....	28
1.5. Marco Teórico Contextual	31
CAPITULO II	33
METODOLOGIA DE ESTUDIO	33
2.1. Tipo de investigación	33
2.2. Método.....	33
2.3. Técnica	34
2.4. Métodos teóricos, empíricos o estadísticos	34
2.5. Instrumentos de la investigación.....	35
CAPITULO III	36
RESULTADOS	36
3.1. Resultados de la investigación.....	36
CAPITULO IV	49
Discusión de Resultados.....	¡Error! Marcador no definido.
4.1. Análisis de resultados	¡Error! Marcador no definido.
CONCLUSIONES.....	51
RECOMEDACIONES.....	53
BIBLIOGRAFÍA.....	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Capacidades competitivas de la empresa.	16
Tabla 2. Factores de entorno y sector.	18
Tabla 3. Análisis DAFO.....	19
Tabla 4. Diagnóstico de exportación.	21
Tabla 5 Valor nutricional	22
Tabla 6 Datos de las organizaciones productoras de quinua.....	24
Tabla 7 Partida arancelaria.....	24
Tabla 8 Importadores de quinua ecuatoriana	25
Tabla 9 Países exportadores de quinua	28
Tabla 10. ¿Tiene Ud el conocimiento de sobre la siembra y cosecha de la quinua?	39
Tabla 11. ¿Ud conoce normas o políticas de exportación para producir y luego vender la producción de quinua fuera del país?	40
Tabla 12. ¿Conoce Ud. de alguna asociación dentro de la provincia que se dedique a exportar quinua?	41
Tabla 13. ¿Dentro de sus conocimientos de exportación conoce sobre el plan de exportación?42	
Tabla 14. ¿Cree que un plan de exportación puede mejorar las ventas al exterior de la quinua?43	
Tabla 15. ¿Indique cuál de las siguientes opciones serian la principal ventaja para su empresa aplicando un plan de exportación?	44
Tabla 16. ¿Considera que el plan de exportación es de ayuda para dar a conocer la empresa y los productos que se exportan?	45
Tabla 17. ¿Considera que el plan de exportación estudia algunas variables cómo?	46
Tabla 18. ¿Considera a un plan de exportación igual que un plan de marketing?	47
Tabla 19. ¿Cree que el plan de marketing ayuda a conocer los mercados de destino?	48

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Plan de exportación.	12
Ilustración 2. Etapas del plan de exportación.....	15
Ilustración 3 Importadores de quinua ecuatoriana	27
Ilustración 4. ¿Tiene Ud el conocimiento de sobre la siembra y cosecha de la quinua?	39
Ilustración 5. ¿Ud conoce normas o políticas de exportación para producir y luego vender la producción de quinua fuera del país?	40
Ilustración 6. ¿Conoce Ud. de alguna asociación dentro de la provincia que se dedique a exportar quinua?	41
Ilustración 7. ¿Dentro de sus conocimientos de exportación conoce sobre el plan de exportación?	42
Ilustración 8. ¿Cree que un plan de exportación puede mejorar las ventas al exterior de la quinua?	43
Ilustración 9. ¿Indique cuál de las siguientes opciones serian la principal ventaja para su empresa aplicando un plan de exportación?	44
Ilustración 10. ¿Considera que el plan de exportación es de ayuda para dar a conocer la empresa y los productos que se exportan?	45
Ilustración 11. ¿Considera que el plan de exportación estudia algunas variables cómo?	46
Ilustración 12. ¿Considera a un plan de exportación igual que un plan de marketing?	47
Ilustración 13. ¿Cree que el plan de marketing ayuda a conocer los mercados de destino?	48

INTRODUCCIÓN

La quinua es reconocida como la cereal madre, ya que es uno de los granos con mayor importancia que se da en la Región Andina, aproximadamente hace alrededor de 5000 años se cultivó en Ecuador en las zonas altas, este cereal es totalmente orgánico, durante 1975 en Estados Unidos en un estudio realizado por la real academia de ciencias determinó a la quinua entre los productos del consumo humano como el mejor alimento de origen vegetal (National Academy of Sciences, 1975).

Durante los últimos años, la representación de la quinua se encuentra en un cambio, ya que se está volviendo a cultivar en los Andes, por otra parte, se está llegando a sembrar con mucho éxito a varios países tales como Australia, Canadá, Estados Unidos e Inglaterra. Esto llega atribuir el alto valor nutricional con el que cuenta la quinua, debido al balance de aminoácido, la gran cantidad de lisina en las hojas y semillas, las vitaminas, hierro y calcio.

Por lo antes mencionado y debido a la importancia que tiene un plan de exportación se plantea como objetivo de estudio analizar un plan de exportación de quinua para el mercado objetivo de estados unidos en el periodo 2021, el mismo que permitirá que se puedan implementar mejoras para la exportación de este producto. Este análisis de caso se lo hizo mediante un enfoque mixto, utilizando como instrumento el estudio documental y una encuesta digital que permitió llegar a un estudio más profundo del tema.

Es así que, con estos antecedentes, inicia esta investigación, la misma que a más de realizar un análisis sobre la productividad de este producto, indagar sobre sus propiedades, consumo interno y demanda se pretende analizar un plan de exportación para el mercado de Estados Unidos para el fortalecimiento no solo de la económica de las empresas que lo realicen sino de toda la economía del país.

El desarrollo de esta investigación se divide en cuatro secciones principales que se compone de la siguiente manera:

Capítulo I: Se desarrolla el diseño teórico, donde por medio del criterio de varios autores se podrá tener un mejor entendimiento sobre el tema, conceptualizando las variables de estudio.

Capítulo II: Se procede a describir la metodología utilizada en esta investigación, además se llegan a exponer los métodos teóricos, empírico o estadísticos y por último los instrumentos que se utilizaron que en este caso fue la encuesta a los productores de quinua.

Capítulo III: Se muestra los resultados que se lograron obtener al momento que se aplican los métodos por medio de las tabulaciones y gráficas estadísticas.

Capítulo IV: se procede a realizar la discusión de los resultados que se obtuvieron por medio de la encuesta realizada a los productores de quinua, definiendo de esta manera la importancia que tiene el plan de exportación.

CAPITULO I

DIAGNÓSTICO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1. Antecedentes Históricos

El acontecimiento histórico de la quinua surge aproximadamente en los años 3000 A.C., de ritos religiosos desde el Norte de Chile y 5000 años A.C. en regiones de Perú. Tiempo luego que llegaron los españoles el desarrollo de producción de la quinua fue evolucionándose, implementándose en el proceso tecnología apropiada para su amplia distribución Olarte et al., (2016).

Se dice que desde 1970 a mediados de esa época se fue observando que en Ecuador se dio el aumento del proceso evolutivo a la plantación cultivada y a su vez a la merma genética de las mismas, llevándolo a la casi desaparición de la quinua y a otros cereales más por distintas causas, dentro de los más importantes estaban el poco consumismo interno porque hubo la facilidad de comenzar a consumir alimentos no territoriales es decir, alimentos del exterior y a su vez las costumbres de consumirlo a diario como lo hacían décadas atrás poco a poco iban disminuyendo (MIDAGRI, 2018)

En la década de los 80' gracias al apoyo de investigaciones, instituciones y empresarios nacionales se llevó a flote los cultivos que no eran tradicionales entre ellos la quinua, rescatando la producción de este grano especialmente de la semilla de la misma, generando a través del tiempo una mayor acogida de acuerdo al consumo nacional. Es importante destacar que para la década de los 90' gracias a las investigaciones y estudios se logra identificar distintas variedades de quinua, y a su vez poco a poco se va desarrollando los primeros cursos de cultivos de quinua para líderes campesinos, técnicos, entre otros.

Tiempo después se da la creación de la Asociación de los agricultores de quinua que fue de gran éxito, donde se determinaron normas específicas para este cereal teniendo como principal acuerdo para la comercialización.

En Ecuador actualmente la mayor parte del cultivo se ve reflejado en puntos específicos mayormente en como Chimborazo, pero también en Carchi, Cotopaxi, Imbabura, Pichincha y Loja, introduciéndose al consumo interno en distintas formas (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2017).

Gracias a las tecnologías de producción se avanzó un poco más dentro de lo que es la comercialización nacional e internacional, aunque no como se lo espera puesto que es un producto que a pesar de poseer una extraordinaria y diversa variedad en beneficios para el ser humano no ha recibido la debida atención que lo requiere para ser un producto estrella para el país.

1.2 Antecedentes conceptuales y referenciales

Se debe mencionar que existen deficiencias en las innovaciones de producción en Ecuador, siendo necesario que el estado implemente proyectos económicos que impulse las exportaciones en el mercado internacional, y al mismo tiempo incrementar la economía del país.

De acuerdo a Fernando (2019), afirma que las exportaciones permiten a los procesadores diversificar mercados, aumentar ingresos y evitar fluctuaciones, es precisamente EE.UU. el mercado de exportación principal para los productos elaborados por los procesadores de América Latina. Es así que este estudio permitirá ayudar a diversificar el mercado e impulsar la producción de quinua.

Por otra parte, Pardo et al (2019), mencionan que se existen distintos trabajos que corresponden a las zonas ecológicas que corresponden a la productividad y la calidad de quinua, para de esta manera poder tener una buena producción en lo que corresponde a la producción en el mercado internacional.

Otro punto de importancia que se debe mencionar es que la quinua posee nutrientes que benefician al consumo humano, a su vez esta planta se logra adaptar a distintos tipos de climas y suelos, a su vez se logra soportar la escasez de agua, por todo esto la OMS la menciona como un alimento del futuro Pardo et al (2019).

Mientras que Ricoy (2019), Conceptualiza a la producción como el medio que genera fuerza de trabajo mediante recursos productivos, esenciales para el crecimiento de la sociedad.

Por otra parte, Gómez (2011), manifestó que la producción es la forma o el método de transformar, crear o desarrollar un bien o servicio sea este nuevo o elaborado con el fin de satisfacer a la sociedad.

Partiendo de estas definiciones cabe recalcar que en el Ecuador la quinua es producida en pocas cantidades si nos comparamos con el volumen de producción a nivel internacional como los son Bolivia y Perú; que son grandes productores de este grano llamado “ORO”.

El ministerio de Agricultura y Ganadería en sus estadísticas el país llega a sembrar aproximadamente dos mil hectáreas de quinua anualmente, teniendo una producción de alrededor de 1400 TM. Lo cual da un promedio aproximado de 0,70 TM por hectárea. Dentro del año 2017 y el 2018 hubo un aumento de exportación en la quinua de 300 toneladas más, es decir hubo un alcance de exportación de 400 toneladas. Por otra parte, no se obtuvo el mismo resultado con las importaciones, ya que se disminuyó 785 toneladas métricas, pasando de 800 a 15 (MAGAP, 2018).

Los resultados obtenidos por la exportación han brindado grandes oportunidades económicas a los ciudadanos ecuatorianos. Se debe mencionar que un quintal de quinua tiene un valor aproximado de 23 a 28 dólares y se llega a vender en alrededor de 160 dólares, resultando una rentabilidad óptima para los agricultores del país. Al aplicar el Plan de Mejora Competitiva se obtiene el aumento en la producción de quinua.

Los productos que le dan un valor agregado a la quinua tienen que ofrecer estos productos para el consumo a nivel nacional e internacional, siendo esto muy importante para la cadena de valor dando todo el esfuerzo para que se pueda fortalecer el plan de mejora competitiva de la quinua.

1.3. Plan de Exportación

Se lo puede definir como una planeación estratégica de la exportación o como una hoja de ruta que se da para la comercialización, la misma que orienta al empresario a que dirija su esfuerzo para exportar y pueda competir tanto en servicio como en bienes en el

mercado exterior. De esta manera el plan de exportación es una herramienta que se encuentra adecuada para poder equilibrar las oportunidades internacionales que se puedan aparecer (Lopez & Gonzalez, 2020).

Esto se trata de una estrategia de ingreso de mercado la misma que va de la mano con varios objetivos que tiene la compañía, lo cual ayuda a que se determine e identifique la factibilidad que tienen las operaciones. Un plan de exportación estudia algunas variables tales como:

- La cultura.
- Situación política.
- Geografía.
- Gustos.
- Infraestructura.
- Entre otros.

Se debe indicar que todos estos factores llegan hacer incontrolables para una organización exportadora, pero llegan a existir otros factores se si se pueden llegar hacer controlados, siendo estas variables componentes del marketing. Un plan de exportación al igual que cualquier meta se tendrá que medir según el transcurso de su ejecución, resultados y objetivos estos se comparan para poder tener conocimiento si las estrategias han llegado ser exitosas o habría que modificarlas (Agila, 2018). Para poder realizar un plan de exportación se debe tener encuentra los siguientes puntos que se muestran en la siguiente ilustración:

Ilustración 1. Plan de exportación.

Distribución	<ul style="list-style-type: none"> • Importador • Representante. • Tienda. • Cliente final
Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Costos • Políticas de precio. • Descuentos. • Bonificaciones.
Promoción	<ul style="list-style-type: none"> • Mezclas adecuada • Publicidad
Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Adecuaciones. • Envases. • Marca de exportación

Elaborado por: Autores

1.3.1. Importancia del plan de exportación

Este tipo de plan tiene una gran importancia para las exportadoras ya que es considerada como una herramienta de mucha utilidad permitiendo a los empresarios que conozcan como se encuentra frente al mercado externo. Esto llega a servir como un instrumento que permite analizar de forma anticipada los riesgos que pueden encontrarse y se arme un plan de acuerdo a las medidas de la misma (Baque, 2018).

También se llega a permitir que se conozca de mejor manera los mercados de destino, permitirá que se elaboren estrategias de exportación y permitirá que se ayude a que se mejore la relación entre el proveedor y los agentes de ventas y las entidades financieras.

1.3.2. Ventajas del plan de exportación

De acuerdo a EUROINNOVA (2020), Dentro de las ventajas y los beneficios que puede dar un plan de exportación se pueden mencionar los siguientes:

- Examina la situación interna de la empresa, producto, situación sectorial.
- Descubre las principales fortalezas y debilidades.

- Prepara y evalúa los medios de distribución y logístico.
- Identifica cuales son las amenazas y las oportunidades en el entorno competitivo.
- Establece los aspectos formales y los aspectos financieros que se dan en el proceso de exportación.
- Optimiza recursos
- Precisa el posicionamiento de la empresa, de la misma manera identifica cuáles son sus aliados estratégicos.

1.3.2. Estructura de un plan de exportación

A pesar de que no llegue a existir una estructura establecida del plan de exportación, ya que esta se encuentra ligada a las características de cada una de las empresas, gran parte de los planes de negocios exterior pueden seguir este orden (Hernandez, 2019).

1.3.2.1. Situación actual y antecedentes de la empresa

Se lo conoce como el primer paso en el plan de exportación, es en este punto donde se debe describir cual es la situación actual y antecedentes de la empresa, también se conoce los tratados de libre comercio internacional que existen etc.

1.3.2.2. Comercialización

Por medio de esta etapa se están estableciendo objetivos a largo, mediano y corto plazo, donde se realiza una selección y evaluación de los precios, mercados, etc. Además, se llega aconsejar de manera específica si la empresa cuenta con asesor financiero o se realizan alianzas estratégicas (Romero & Velasco, 2017).

1.3.2.3. Actividades tácticas

Por medio de esta fase, se establecen todas las actividades que se van a ejecutar, para lo cual se deben tomar en cuenta cuales son los países principales y los secundarios donde se llegue a iniciar la comercialización y la mercadotecnia de forma directa (Piloso, 2021)

1.3.2.4. Presupuesto

Un plan de exportación pretende evaluar cuales son los costos tanto de exportación e importación, permite estudiar los estados financieros, los elementos de la mercadotecnia, viajes y demás gastos (Parra & La Madris, 2017).

1.3.2.5. Calendario

Esta es una de las etapas finales que se dan en el plan de exportación, donde se llegan a plantear varias acciones, seguimientos y revisiones operativas, entre las que se pueden mencionar al control de los resultados que son obtenidos en varios periodos.

1.3.3. Etapas del plan de exportación

Se debe mencionar que el plan de exportación se encuentra constituido por cuatro etapas las mismas que si visualizan en la siguiente ilustración.

Ilustración 2. Etapas del plan de exportación.



Elaborado por: Autoras.

1.3.3.1. Análisis interno

El plan de exportación empieza con un análisis de la capacidad competitiva que tiene la empresa que se encuentran relacionadas al mercado exterior, de esta manera al realizar un análisis interno se podrá reconocer cuales son los puntos fuertes y encontrar los puntos débiles para poder mejorarlos (Parody & Jimenez, 216).

Entre algunas fortalezas que permiten llegar al éxito de la internacionalización son las siguientes:

- Poseer capacidad de producción suficiente para lograr satisfacer la demanda del comercio exterior.
- Disponer de productos de calidad y tecnología de punta que permita emprender con éxito a nuevos mercados.
- Poseer facilidad para poder adoptar los productos de las necesidades de varios mercados externos.

Por otra parte, se mencionan las debilidades más recurrentes de las empresas exportadoras.

- No cuenta con recursos que les permita financiar el capital circulante.
- Desconocimiento de las vías y de la información del mercado exterior para poder elaborar una red comercial internacionalmente.
- No tener disponibilidad de los recursos humanos adecuados, en lo que se refiere a experiencia, conocimiento de comercio exterior, para las tareas de la exportación. Se presenta a continuación un ejemplo.

Se debe clasificar la capacidad competitiva que posee la empresa las mismas que puedan generar (Fortalezas) o las que dificulten que serán las debilidades, a esto se lo considerara como un proceso de internacionalización. Para el caso de que esta no se afecte a ninguna de las dos puede anotar un (-). Además de aquellas capacidades que han sido expuestas deberá añadir fortalezas y debilidades, dos de cada una, las mismas que son propias de la empresa las cuales deberán tener una importancia mayor en la actividad internacional.

Tabla 1. Capacidades competitivas de la empresa.

<i>Capacidad Competitiva</i>	<i>F, D o (-)</i>
<i>Ubicación de la empresa</i>	
<i>Disponibilidad de producción.</i>	
<i>Niveles de tecnología</i>	
<i>Recursos financieros</i>	
<i>Red comercial.</i>	
<i>Experiencia internacional.</i>	
<i>Comprensión de idiomas.</i>	
<i>Marca o imagen de la empresa</i>	
<i>Motivación para la internacionalización</i>	
<i>Facilidad en la toma de decisiones.</i>	

Elaborado por: autoras.

1.3.3.2. Análisis externo

Por medio de este análisis se tienen que conocer algunos factores económicos, sociales, políticas, etc. Los mismos que evaluarán la condición internacional que tiene el sector donde la empresa está desarrollando sus actividades (Arriaga & Avalos, 2017).

De manera general la empresa no llega a tener capacidad para poder influir algunas tendencias, pero que si se deben conocer:

- Tendencia negativa: se la considera como una amenaza, donde se debe hacer frente.
- Tendencia positiva: se considera como una oportunidad la cual se tiene que aprovechar. Se presenta a continuación un ejemplo.

En este análisis se deben clasificar los factores que se presentan en el entorno internacional y sectorial, en el caso de tener un impacto positivo se lo reconocerá como una Oportunidad y es un impacto negativo será una amenaza, en el caso que no llegue afectar ninguna de las dos anote (-).

Tabla 2. Factores de entorno y sector.

<i>Factores de entorno y sector</i>	<i>O, A o (-)</i>
<i>Disminución de barreras en el comercio exterior.</i>	
<i>Barreras técnicas al comercio exterior.</i>	
<i>Integración económica de países.</i>	
<i>Usos generalizados del internet.</i>	
<i>Aparición de mercados emergentes como fabricantes.</i>	
<i>Aparición de mercados emergentes como consumidores.</i>	
<i>Aparición de nuevos productos.</i>	

Elaborado por: autoras.

1.3.3.3. Análisis DAFO

Es conocido como un instrumento que se diagnostica y que es muy útil para poder identificar cuáles son los factores primordiales, los cuales se dan en el entorno externo e interno, los cuales tienen que tenerse en cuenta la empresa para que se puedan diseñar de acuerdo a las estrategias de internacionalización. En este análisis se distinguen la Debilidad, Amenaza, Fortaleza y Oportunidad (Brragan, 2020).

- Amenaza: es el factor externo de la empresa por esta razón no son controlables, por dicha razón llegan a poner en riesgo al no dejar que se cumplan los objetivos que se tienen para el plan.

- Oportunidad: también son factores que se dan fuera de la empresa, y estos a su vez pueden llegar a favorecer si se las llega aprovechar de manera adecuada, el cumplimiento de estos objetivos.
- Fortaleza: este es un factor interno de la empresa, de donde se va ayudar para que se pueda dar al éxito en la internacionalización.
- Debilidad: es un factor interno y llegan a poner en riesgo el éxito del plan y por ello se puede corregir.

En este punto se deben relacionar por orden de importancia para la empresa describiendo la fortaleza, debilidad, oportunidad y amenaza.

Tabla 3. Análisis DAFO

<i>Orden</i>	<i>Fortaleza</i>	<i>Debilidad</i>
1		
2		
3		
<i>Orden</i>	Oportunidad	Amenaza
1		
2		
3		

Elaborado por: autoras

1.3.3.4. Diagnóstico de exportación

Luego que se han identificado las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas se procede a extraer varias conclusiones, y por medio de ellas se procede a realizar las acciones que permitan se afronten con éxito los mercados internacionales. Por medio de estas conclusiones se presentan dos vertientes las cuales son las estrategias comerciales y los recursos.

Dentro de las estrategias comerciales la empresa se plantean preguntas tales como:

- ¿Está autorizada para que pueda desempeñar con la normativa legal de los países con mayores exigencias?
- ¿Posee grandes volúmenes de producción que les permita abastecer a varios clientes?
- ¿Esta en la capacidad de adaptar los servicios y productos de las necesidades del mercado muy distintos al mercado nacional?
- ¿El producto de la empresa se llega a vender de manera internacional por medio del internet?

Recursos: las conclusiones de los recursos disponibles tienen que manifestar lo siguiente:

- ¿Es indispensable se cuente con personas especialistas para vender en el mercado exterior?
- ¿La empresa cuenta con recursos para poder financiar la compra de maquinarias, materiales, etc., los mismos que son indispensable para poder internacionalizarse?
- ¿Es necesario que la imagen y la marca de la empresa se fortalezcan para poder vender en el exterior?

De acuerdo al análisis que se realiza en las fichas mencionadas anteriormente, se deberán señalar cinco aspectos que sean fundamentales para la empresa y poder llevar a cabo la internacionalización.

Tabla 4. Diagnóstico de exportación.

<i>Orden</i>	<i>Aspectos fundamentales</i>
1	
2	
3	
4	
5	

Elaborado por: autoras

1.4. La Quinua

Este tipo de planta es herbácea y se reproduce anualmente, esta pertenece a la familia chenopodiaceas, el tamaño de esta planta se da entre 1 metro a 3.5 metros, esto de acuerdo a las distintas variedades, se menciona que la quinua es conocida como un grano de alimentación el cual se cultiva de manera amplia por la región andina, la cual va desde Colombia hasta Argentina. Las culturas prehispánicas la domesticaron y a servido como alimento desde hace muchos años atrás (Pinedo & Gomez, 2020).

El consumo per cápita que tiene la quinua en Ecuador llega hacer apenas de 24 gramos durante el año. El 95% de la producción se la exporta al mercado de Estados Unidos, y el porcentaje restante se va al Reino Unido, Alemania, Francia, Israel y España (Banco Central del Ecuador, 2019).

El tallo de esta planta es erguido y de acuerdo a las ramificaciones se presentan con un tallo principal y este a su vez con varias ramas laterales, esta planta es muy importante debido a las características que se dan en los eco tipos que se han cultivado en el espacio interandino, las hojas de estas plantas son variada y los bordes son dentados.

Las raíces de esta planta son más o menos profundas y tienen un tamaño de medio metro hasta más de 2 metros, las flores son pequeñas y consideradas como hermafroditas, esto permite que se tenga una gran diversificación sexual de acuerdo a los diferentes ecotipos, por otra parte, al mencionar al fruto de esta planta se debe indicar que es pequeño.

Se debe mencionar que Ecuador no es el país con mayor volumen de producción de quinua a nivel internacional, debido a varios factores como: alto costo de la maquinaria para el procesamiento del grano, así también la falta de apoyo por parte del gobierno e instituciones nacionales a los pequeños y medianos agricultores quienes son los que siembran y producen la quinua, otro factor sería el capital de trabajo que muchos no tienen y se le es difícil poder conseguirlo por medio de un crédito y como último punto se encuentra la tecnología ya que al no poseer las herramientas adecuadas la producción se hace más complicada.

En el país se producen aproximadamente 4500 toneladas de quinua, el 40% de estas provienen de familias campesinas, de las provincias de Pichincha, Imbabura, Chimborazo, Cotopaxi y Carchi, en estas provincias existen 2089 productores que siembran la quinua en 2.957 has (MAGAP, 2020).

1.4.1. Valor nutricional de la quinua

La nutrición humana es el elemento que no puede faltar en las proteínas, es por ello que los contenidos de las proteínas de la quinua se los estudia, por lo cual se pudo encontrar el contenido de las proteínas que tiene el grano de la quinua, esta composición nutricional se encuentra asociada a las proporciones de los aminoácidos que son esenciales Vargas et al., (2019). La quinua es rica de las siguientes proteínas:

Tabla 5 Valor nutricional

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL	
PROTEÍNAS	14 y 22%
GRASAS	25% omega

HIDRATOS DE CARBONO	Almidón
VITAMINAS Y MINERALES	Vitamina E, B2 y Ácido Fólico

Nota: adaptado de (FAO, 2016)

1.4.2. Impacto ambiental en la producción de quinua

La diversidad de la quinua conforma el acervo genético el cual es muy valioso y se llega a expresar de acuerdo a la variabilidad de los colores de la planta, semilla e inflorescencia, formas de la planta, ciclo productivo y valor nutricional, por todos estos factores se llega a generar el impacto ambiental Rojas et al., (2016).

Este impacto ambiental se da cuando la actividad genera una alteración pudiendo ser esta favorable o desfavorable, en el medio o que lo produzca en algún componente del medio. Estas acciones pueden ser un proyecto, una ley, un plan o alguna disposición administrativa que tenga implicaciones ambientales (Perez, 2017).

Es así que cualquier programa, proyecto, ley o plan, tenga una disposición administrativa o productiva la cual deberán tener en cuenta cómo manejar el impacto ambiental que produzca la fábrica ya que al no tenerlo se estará contaminando a gran escala siendo esto perjudicial para el mundo entero.

1.4.3. Principales organizaciones productoras de quinua

La quinua es la planta que llega a presentar las características fisiológicas que son capaces de soportar condiciones complicadas tanto en el clima como en el suelo, las mismas que son metabólica, ecofisiológica y genética (García & Plaza, 2019)

El área ecológica de quinua se encuentra comprometida en altitudes las cuales oscilan en 2500 a 3200 msnm, donde se manifiesta una gran adaptación y tiene una mayor resistencia que presentan otros cultivos para poder soportar problemas de sequías y heladas.

Las organizaciones de productores se los considera como organizaciones autónomas las cuales se encuentran basadas en una afiliación, en los principios de no discriminación y

llega ofrecer una discriminación, ofreciendo una variedad de servicios para quienes lo integran, a esto se le incluye las oportunidades de mercado Villafuerte et al, (2016). Las principales organizaciones de quinua dentro del Ecuador se encuentran en Chimborazo e Imbabura, a continuación, se muestra las organizaciones en la tabla tres.

Tabla 6 Datos de las organizaciones productoras

<i>Provincia</i>	<i>Nombre de organización</i>	<i>Nº socios</i>	<i>Niveles de producción</i>	<i>Mercado</i>
Chimborazo	Coprobich	1630	114.000	Francia, Bélgica, Alemania, Canadá, Perú, Estados Unidos
Imbabura	Chaupiloma	114	38.880	Interno
	Cangahua			
	Pimampiro			
	Otavalo			

Nota: adaptado de MAGAP (2019)

1.4.4. Estructura arancelaria de la quinua

La partida arancelara es conocida como la parte de la codificación numérica que se da en los productos objetos de la importación de un sistema armonizado. De esta manera, es una subdivisión que se da en el código arancelario, la partida arancelaria consta de 6 dígitos como mínimo y 10 como máximo. Mientras mayor sea el número de del código arancelario se encontrará más específico el producto (Padin, 2019).

La partida arancelaria nacional para este producto se hace referencia en la tabla tres.

Tabla 7

Partida arancelaria

PARTIDA ARANCELARIA

100850*	Quinoa
1008509010	Quinoa orgánica

Nota: adaptado de (Trade map, 2020).

1.4.5. Principales importadores de quinua ecuatoriana

Para el año 2018 a nivel mundial se llegó a importar de manera aproximada un total de \$198 millones y la cantidad equivalente a 412 mil toneladas en lo que corresponde a los demás cereales, se debe mencionar que entre estos se encuentra la quinua, el cual corresponde a la subpartida 100850 (Ibarra, 2019). Entre los principales importadores en el mundo de este alimento son Israel, Canadá, Estados Unidos, países bajos. En la tabla cinco se hace referencia a la lista de los mercados importadores de quinua exportada por Ecuador.

Tabla 8 Importadores de quinua ecuatoriana

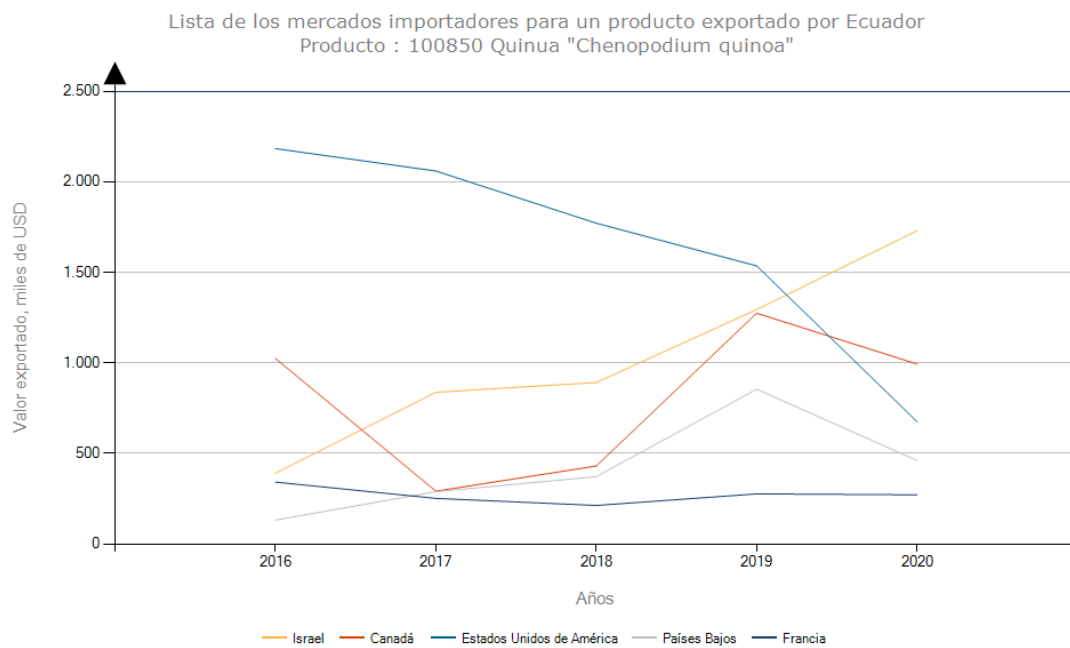
IMPORTADORES	VALOR EXPORTADO EN 2016	VALOR EXPORTADO EN 2017	VALOR EXPORTADO EN 2018	VALOR EXPORTADO EN 2019	VALOR EXPORTADO EN 2020
Mundo	4.794	4.707	4.270	6.117	4.572
Israel	391	838	892	1.295	1.731
Canadá	1.025	292	431	1.275	994
Estados unidos de américa	2.184	2.060	1.772	1.536	675
Países bajos	132	289	372	855	461
Francia	342	252	213	277	272
Alemania	358	622	171	325	191

IMPORTADORES	VALOR EXPORTADO EN 2016	VALOR EXPORTADO EN 2017	VALOR EXPORTADO EN 2018	VALOR EXPORTADO EN 2019	VALOR EXPORTADO EN 2020
Reino unido	164	104	112	112	112
Perú	1	0	38	49	78
España	83	27	33	24	39
Colombia	99	92	23	0	8
Guatemala	0	0	0	0	5
México	0	0	66	52	3
Paraguay	0	0	0	0	3
Chile	0	15	3	0	1
Australia	0	0	3	0	0
Bélgica	0	39	76	162	0
República checa	2	3	0	0	0
República Dominicana	1	0	0	0	0
Irán, república islámica del	0	22	0	0	0
Italia	2	2	0	0	0
Kuwait	9	0	0	0	0
Líbano	0	13	0	0	0
Mauricio	0	0	13	0	0
Marruecos	0	18	0	58	0

IMPORTADORES	VALOR EXPORTADO EN 2016	VALOR EXPORTADO EN 2017	VALOR EXPORTADO EN 2018	VALOR EXPORTADO EN 2019	VALOR EXPORTADO EN 2020
Panamá	0	0	12	0	0
Polonia	0	0	42	44	0
Rumania	0	0	0	51	0
India	0	20	0	0	0
Emiratos árabes unidos	0	0	0	1	0

Fuente: (Trade map, 2020).

Ilustración 3 Importadores de quinua ecuatoriana



Fuente: (Trade map, 2020)

1.4.6. Países exportadores de quinua

La inserción de productos agrícolas al mercado exterior, se la considera como una condición necesaria para poder superar las restricciones, para lo cual se generarán nuevas oportunidades comerciales, promover el desarrollo, elevar la eficiencia de manera especial de los productos donde el consumo doméstico es bajo (Salcedo & Salcedo, 2020).

El ministerio de Agricultura y Ganadería en sus estadísticas el país llega a sembrar aproximadamente dos mil hectáreas de quinua anualmente, teniendo una producción de alrededor de 1400 TM. Lo cual da un promedio aproximado de 0,70 TM por hectárea. Por otra parte, la Unidad Nacional de Almacenamiento, durante el año pasado las exportaciones de quinua llegaron sobre pasar de 100 a 400 toneladas métricas.

Se debe indicar que cinco mil pequeños productores pertenecen alrededor de 61 organizaciones, esto se dedican a sembrar y comercializar a la quinua, teniendo como promedio familiar de media hectárea. En la tabla seis se detalla los principales países que exportan quinua, Ecuador es el décimo país en exportaciones de quinua, lo cual resulta favorable para la economía del país.

Tabla 9 Países exportadores de quinua

Lista de países exportadores de quinua
Producto: 100850 Quinua "Chenopodium quinua"

EXPORTADORES	VALOR EXPORTADO EN 2016	VALOR EXPORTADO EN 2017	VALOR EXPORTADO EN 2018	VALOR EXPORTADO EN 2019	VALOR EXPORTADO EN 2020
MUNDO	255.163	268.207	290.280	321.185	304.832
PERÚ	103.062	122.127	121.829	134.460	124.706
BOLIVIA, ESTADO PLURINACIONAL DE	81.437	74.469	80.630	90.656	92.414
PAÍSES BAJOS	11.448	12.328	24.500	15.084	14.137
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	20.075	16.307	15.358	13.996	13.829

EXPORTADORES	VALOR EXPORTADO EN 2016	VALOR EXPORTADO EN 2017	VALOR EXPORTADO EN 2018	VALOR EXPORTADO EN 2019	VALOR EXPORTADO EN 2020
ESPAÑA	1.881	3.582	8.111	16.489	9.225
ALEMANIA	6.268	7.530	7.054	7.886	8.636
CANADÁ	3.341	2.837	2.881	3.680	7.611
FRANCIA	5.977	5.770	6.312	7.172	6.774
BÉLGICA	2.597	2.725	4.029	5.885	4.687
ECUADOR	4.794	4.707	4.270	6.117	4.572
ITALIA	3.923	4.709	3.297	4.139	4.316
AUSTRIA	2.654	2.784	2.347	3.504	2.637
REINO UNIDO	2.683	2.573	2.270	2.251	1.699
IRLANDA	114	783	1.638	1.587	1.242
ESLOVENIA	35	32	54	1.329	1.090
INDIA	3	50	282	960	1.009
SUECIA	1.047	815	580	685	652
POLONIA	35	147	638	842	610
ISRAEL	86	75	70	35	431
AUSTRALIA	573	377	345	620	372
HUNGRÍA	241	225	196	232	360
ZAMBIA	0	0	0	0	354
SUIZA	4	12	138	242	322
BULGARIA	237	204	447	438	312
CHILE	0	9	457	114	273
REPÚBLICA CHECA	179	152	175	206	268
REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA	248	10	5	15	257
RUSIA	58	82	136	174	225
GRECIA	60	50	146	144	214
LETONIA	29	41	94	118	198
DINAMARCA	473	444	341	539	178
TURQUÍA	10	92	56	132	177
HONG KONG, CHINA	153	551	178	144	156

EXPORTADORES	VALOR EXPORTADO EN 2016	VALOR EXPORTADO EN 2017	VALOR EXPORTADO EN 2018	VALOR EXPORTADO EN 2019	VALOR EXPORTADO EN 2020
LITUANIA	136	212	291	211	133
SINGAPUR	141	137	168	164	119
MALASIA	126	129	103	66	84
EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	23	165	160	312	77
ESLOVAQUIA	95	62	27	78	47
COSTA RICA	4	6	7	18	39
EGIPTO	0	30	0	0	37
PORTUGAL	7	42	88	25	35
COLOMBIA	578	413	152	69	31
LÍBANO	51	37	22	49	30
REPÚBLICA DOMINICANA	0	0	0	30	28
LUXEMBURGO	4	17	34	40	25
SERBIA	14	14	21	18	25
NUEVA ZELANDIA	44	32	16	8	24
SUDÁFRICA	8	12	20	49	24
MARRUECOS	0	0	2	0	22
TAIPEI CHINO	31	87	57	17	20
FINLANDIA	20	16	25	24	16
CHINA	0	0	0	1	12
MACEDONIA DEL NORTE	8	19	11	8	10
BOSNIA Y HERZEGOVINA	4	6	14	19	6
RUMANIA	15	22	6	1	6
TAILANDIA	1	17	16	13	6
MÉXICO	15	11	4	0	5
CROACIA	2	10	7	8	5
URUGUAY	1	2	6	2	5
PANAMÁ	26	32	23	1	4
TRINIDAD Y TOBAGO			1		3
BRASIL	1	1	4	1	3
BELARÚS	0	0	0	0	2

EXPORTADORES	VALOR EXPORTADO EN 2016	VALOR EXPORTADO EN 2017	VALOR EXPORTADO EN 2018	VALOR EXPORTADO EN 2019	VALOR EXPORTADO EN 2020
UCRANIA	0	0	4	9	2
MALTA	21	0	0	2	2
ARMENIA	0	0	0	0	1
ESTONIA	1	2	2	2	1
REPÚBLICA DE COREA	0	24	89	0	0
KUWAIT	2	0	0	0	0
SRI LANKA	0	0		1	0
BRUNEI DARUSSALAM	0	0	0	3	0
NORUEGA	0	5	8	29	0
ARABIA SAUDITA	54	0	0	0	0
LIBIA ESTADO DE	0	0	0	1	
OMÁN	0	6	13		
NEPAL	3	39	13	21	
BAHREIN	0	0	2	4	
BANGLADESH	2	1			
IRÁN, REPÚBLICA ISLÁMICA DEL	0	0	0	1	
IRAQ				5	

Fuente: (Trade Map, 2021).

En Sudamérica se encuentran localizados los países con un mayor índice de exportaciones a nivel mundial donde están: Ecuador, Perú y Venezuela, de acuerdo al orden que se presenta en la tabla seis.

1.5. Marco Teórico Contextual

El proceso de evolución de la quinua comienza en el año 2013, por lo cual la ONU lo declaró como el año de la quinua ya que era excelente para la alimentación y la agricultura. Al pasar el tiempo se logró construir con cinco empresas entre pequeñas y medianas el primer consorcio ecuatoriano de la quinua el mismo que se dedicaba a la exportación de este producto (Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura, 2018).

El mercado de Estados Unidos llega a poseer un grupo potencial de clientes, es por esto que esta investigación tiene como objetivo crear un plan de negocios que pueda posicionar la quinua en ese mercado, para lo cual se analiza cada uno de los factores que incluye la economía.

Las empresas que exportan quinua llegan a beneficiar de manera directa e indirecta alrededor de 10.000 familias de los pequeños productores, los cuales se dedican al cultivo de este cereal, estos cultivos se encuentran en las siguientes provincias Chimborazo, Cotopaxi, Tungurahua, Pichincha e Imbabura.

En el 2013 cinco pequeñas y medianas empresas exportadoras de quinua dieron su primer paso para conformar una asociación que lleva adelante Pro Ecuador y el Instituto Estatal de Promoción de Exportaciones e inversiones. Para agosto del mismo año se unieron más empresas con el fin de que se pueda lograr muchas más exportaciones de este producto y poder competir de una forma conjunta con los países vecinos como Perú y Bolivia, donde la quinua es el principal producto de exportación.

Los exportadores han logrado visualizar el gran potencial que presenta el consumo de la quinua y de manera especial en Estados Unidos en los mercados gourmet. A nivel mundial la quinua se la encuentra valorada como el único alimento vegetal, rico en aminoácidos.

Los exportadores de quinua en el Ecuador tienen como objetivo poder llegar al mercado internacional aplicando un plan de negocio que les permita posicionarse en el mercado estadounidense.

CAPITULO II

METODOLOGIA DE ESTUDIO

2.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación según su finalidad es aplicado por lo que se diseñara un plan de exportación para expandir el proceso de comercialización de la quinua de las empresas ecuatorianas, la investigación realizada es de carácter bibliográfico y descriptivo ya que se encuentra dirigida para poder determinar cómo se encuentra y como es la situación de las variables, se podrá también ofrecer propuestas para poder solucionar el problema.

El Estudio se basa en una investigación mixta, ya que por medio de información existente se podrá indagar sobre este producto, sus ventajas, fortalezas, debilidades para de esta manera poder implementar un plan de negocios que sirva a las empresas exportadoras a que posicionen su producto a mercados internacionales y por medio de encuestas a los productores de quinua se podrá conocer cómo se encuentra este sector.

- **Investigación descriptiva:** es de gran importancia ya que permite que se obtenga la información explorando los gustos de los consumidores, para de esta manera poder introducir la quinua a un nuevo mercado.
- **Investigación documental:** permitirá apoyar el estudio en fuentes documentales, las cuales serán por medio de fuentes bibliográficas o archivistas.

2.2. Método

Los métodos que se utilizan en esta investigación son los siguientes:

- **Método Inductivo:** este tipo de método va de lo particular a lo general, se emplea la observación cuando los hechos particulares obtienen proposiciones generales (Rodriguez & Perez, 2017).
- **Método deductivo:** Este tipo de método es todo lo contrario al inductivo ya que va de lo general a lo particular, una manera más comprensible es decir que va de lo más complejo a lo más fácil (Rodriguez & Perez, 2017).

2.3.Técnica

Para el desarrollo de esta técnica se lo realiza por medio de una investigación bibliográfica de acuerdo a Bernal (2015) manifiesta que esta investigación se encarga de explorar todo lo que se ha escrito sobre el problema de estudio, por medio de esta investigación se cumplirán las siguientes funciones.

- Sustenta y apoyar de manera teórica el trabajo que se está realizando.
- Evitar que la actual investigación sea igual a una ya realizada.
- Permitirá confirmar o dar a conocer experimentos previos.
- Ayudará a completar investigaciones que han sido incompletas o interrumpidas.

Se realiza un muestreo probabilístico el cual permite que se recolecte información por medio de una muestra seleccionada de manera aleatoria, para lo cual se toma el muestreo aleatorio simple el mismo que consiste en elegir a un grupo objetivo para poder incluirlos en el estudio.

2.4.Métodos teóricos, empíricos o estadísticos

- Método histórico-lógico para determinar la evolución de la gestión de exportación de la quinua en el proceso de comercialización de las empresas ecuatorianas hacia el mercado internacional.
- Método analítico-sintético para la caracterización Gnoseológica en el proceso de comercialización internacional de la quinua; para la caracterización Gnoseológica en la gestión de exportación de la quinua.
- Método Inductivo- deductivo para la caracterización Gnoseológica en el proceso de comercialización internacional de la quinua; para la caracterización Gnoseológica en la gestión de exportación de la misma.
- Método Hipotético-deductivo, para el desarrollo de toda la investigación, desde la identificación de los posibles efectos que interfieren en el problema científico relacionado con el logro de la exportación de las empresas ecuatorianas de quinua.
- El método de abstracción- concreción, interviene desde la Evaluación de la situación actual del diseño de un plan de exportación de quinua para el mercado internacional, aumentando la producción de las empresas ecuatorianas.

2.5. Instrumentos de la investigación

Dentro de los instrumentos que se van a utilizar en esta investigación se han considerado los siguientes:

- Revistas.
- Boletines económicos.
- Artículos y publicaciones científicas.
- Libros.
- Tesis referente a la producción y exportación de quinua.
- Cuestionario

Estos instrumentos permitirán tener una información real sobre la producción y exportación de los últimos años de la quinua, de esta manera la investigación realizada permitirá realizar un análisis de la situación real de este producto y se planteará la elaboración de un plan de negocio efectivo para las empresas que la exportan.

Se realizará un cuestionario o banco de preguntas virtual el mismo que estará dirigido a un grupo pequeño de productores de quinua de la provincia de Pichincha, con estos resultados se podrá tener de manera real información sobre la condición actual de los productores de quinua.

CAPITULO III

RESULTADOS

3.1. Resultados de la investigación

Luego de realizada la investigación se puede conocer el plan de exportación de una empresa de Quinoa, tomando como referencia la estructura de este plan se pone a consideración los siguientes puntos:

Situación actual y Antecedentes de la empresa

Las empresas productoras cuentan con pequeñas hectáreas de plantaciones, para lo cual se necesitó que vayan agrupando y formando asociaciones para de esta manera puedan cumplir con las exportaciones, al ser ya asociaciones y cumplir con el primer requisito se debe mencionar que los productos que se comercializan son productos orgánicos y certificados por las BCS.

Estas asociaciones producen, transforman y comercializan quinua, pero no se llega a cumplir con los estándares de calidad para que se pueda satisfacer y superar la demanda de los clientes, donde a su vez se debe cuidar el medio ambiente y se pueda ayudar al desarrollo social y económico de cada socio.

Clientes

Los clientes a nivel nacional de estas asociaciones de quinua son las siguientes:

- Fundación Marco.
- Organización MCCH.
- Empresa Tierras altas.
- Consumidores finales.

Mientras que los clientes internacionales de estas asociaciones son:

- Factory Quinoa.
- GOGO quinua.

- Inca Organic.

Mercado Internacional de Empresas de Quinoa

El comercio justo ha permitido que las empresas puedan tener mejores oportunidades por medio del mercado internacional, por lo cual en la actualidad han llegado a ingresar sus productos a otros países.

Análisis FODA

Este tipo de metodología llega a permitir realizar análisis sobre las características internas de la empresa (Fortaleza y Debilidades), y de las externas que son (oportunidades y amenazas), de esta manera se podrá saber cuál es la situación real que esta la empresa y de manera posterior que se puedan formular algunas estrategias para que se pueda mejorar las gestiones de la empresa y de los productos que llega a ofrecer.

Análisis interno

Fortaleza:

- La empresa cuenta con infraestructura propia y maquinaria para la producción de quinoa, cumpliendo las normas técnicas de fabricación y se pueda obtener los productos con calidad alta.
- Cuentan con certificación internacional de comercio justo, pertenece al símbolo de pequeños productores (SPP).
- Se encuentra de manera solida constituida, teniendo objetivos principales sin contar sin fines de lucros.
- Se utiliza materia prima al 100% orgánica, permite que se obtenga productos de alta calidad.

Debilidad

- Capital de trabajo insuficiente.
- Mano de obra no calificada.

- La empresa no participa en ferias internacionales.
- Solo cuenta con un vehículo para poder realizar el recorrido local.

Análisis externo

Oportunidad

- Apoyo técnico y financiero estatal por parte de PRO ECUADOR y MAGAP.
- Recibe capacitaciones técnicas de ONGs.
- Se exonera el pago de los impuestos a la renta.
- Los medios de comunicación han podido dar a conocer a la empresa.
- En la actualidad los consumidores elijen productos nutritivos y naturales los cuales ayuden a mantener la salud.

Amenaza

- La competencia llega a agrandar los niveles de precios que están ya fijados.
- Existen piratas en las compras.
- Los cambios en el clima no dejan que la semilla germine perjudicando la cosecha.
- Plagas y enfermedades en la quinua lo cual produce perdida en el producto.

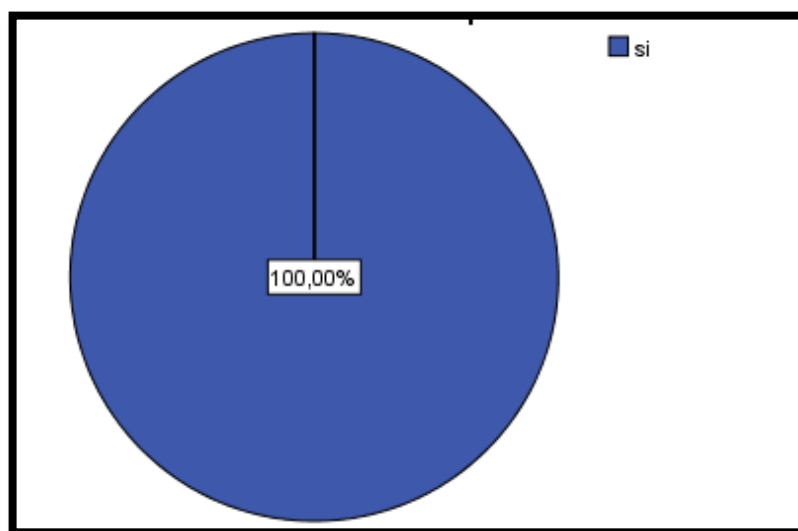
Luego de conocidos el plan de exportación que aplican estas empresas, se procede a realizar una pequeña encuesta que nos permita, tener más clara la situación de estos productores y se pueda determinar las fallas que están sucediendo.

Tabla 10. ¿Tiene Ud el conocimiento de sobre la siembra y cosecha de la quinua?

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Si	50	100,0

Elaborado por: Autoras

Ilustración 4. ¿Tiene Ud el conocimiento de sobre la siembra y cosecha de la quinua?



Elaborado por: Autoras

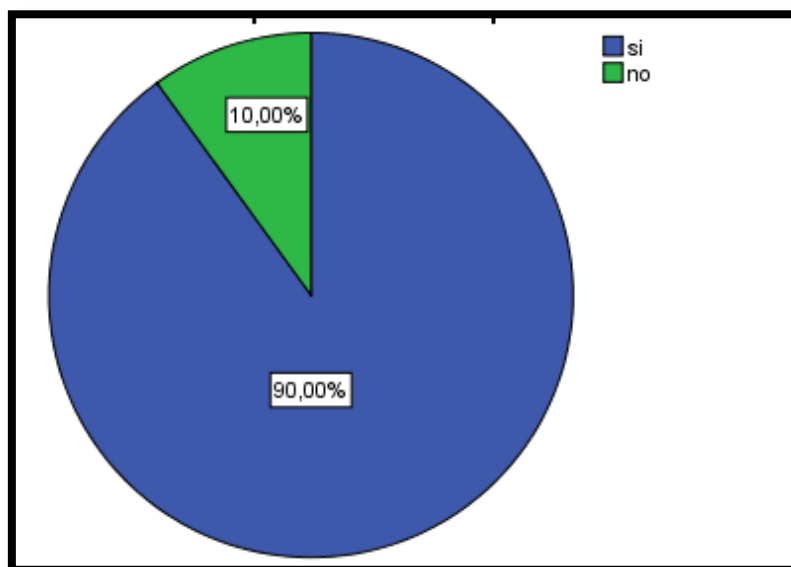
Análisis: Todos los proveedores encuestados manifiestan que saben cómo realizar la siembra y cosecha en este caso de la quinua, al tener estos conocimientos se presume que tendrán buenas cosechas.

Tabla 11. ¿Ud conoce normas o políticas de exportación para producir y luego vender la producción de quinua fuera del país?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Si	45	90,0
	No	5	10,0
	Total	50	100,0

Elaborado por: Autoras

Ilustración 5. ¿Ud conoce normas o políticas de exportación para producir y luego vender la producción de quinua fuera del país?



Elaborado por: Autoras

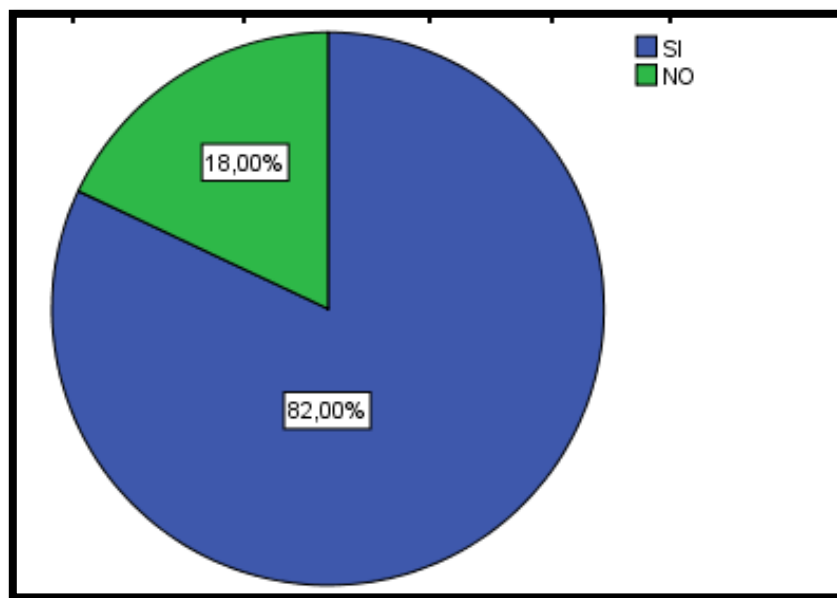
Análisis: Este punto de suma importancia ya que si se dedican a la producción y también a la exportación la empresa tiene mayores posibilidades económicas, como se puede observar el 90% de los encuestados cuentan con estos conocimientos. Y solo un 10% aún tiene desconocimientos.

Tabla 12. ¿Conoce Ud. de alguna asociación dentro de la provincia que se dedique a exportar quinua?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SI	41	82,0
	NO	9	18,0
	Total	50	100,0

Elaborado por: Autoras

Ilustración 6. ¿Conoce Ud. de alguna asociación dentro de la provincia que se dedique a exportar quinua?



Elaborado por: Autoras

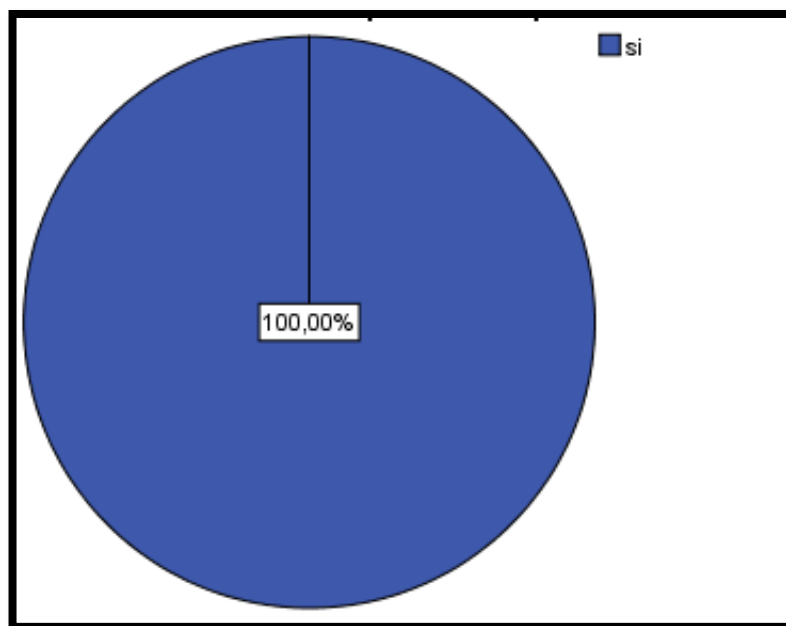
Análisis: Estos productores si conocen a asociaciones que se dedican a la exportación de quinua, una mínima cantidad del 18% aun estando en el mercado de la producción de quinua no conocen a asociaciones que se dediquen a la exportación de estos productos.

Tabla 13. ¿Dentro de sus conocimientos de exportación conoce sobre el plan de exportación?

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Si	50	100,0

Elaborado por: Autoras

Ilustración 7. ¿Dentro de sus conocimientos de exportación conoce sobre el plan de exportación?



Elaborado por: Autoras

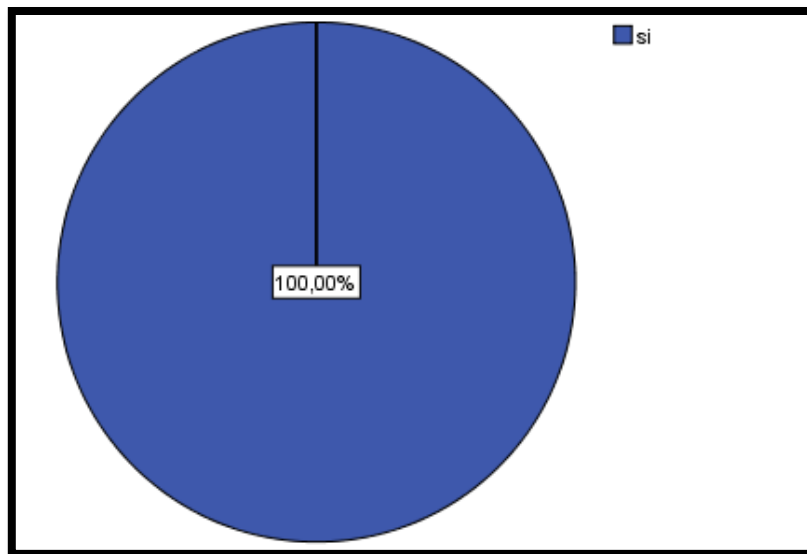
Análisis: Todos los encuestados coincidieron de que, si conocen sobre el plan de exportación, lo cual resulta ventajoso para ellos mismos ya que por medio de este pueden sacar provecho para las ventas de sus productos.

Tabla 14. ¿Cree que un plan de exportación puede mejorar las ventas al exterior de la quinua?

	Frecuencia	Porcentaje
Válido si	50	100,0

Elaborado por: Autoras

Ilustración 8. ¿Cree que un plan de exportación puede mejorar las ventas al exterior de la quinua?



Elaborado por: Autoras

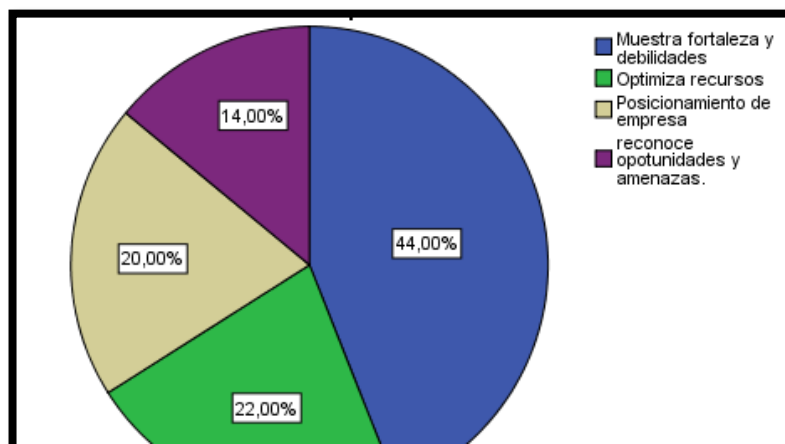
Análisis: Todos llegaron a la misma respuesta el plan de exportación puede mejorar sus ventas en el exterior, por lo cual se encuentra necesario que el plan de exportación sea aplicado en todas las empresas exportadoras, sin importar el producto que vendan.

Tabla 15. ¿Indique cuál de las siguientes opciones serian la principal ventaja para su empresa aplicando un plan de exportación?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Muestra fortaleza y debilidades	22	44,0
	Optimiza recursos	11	22,0
	Posicionamiento de empresa	10	20,0
	reconoce oportunidades y amenazas.	7	14,0
	Total	50	100,0

Elaborado por: Autoras

Ilustración 9. ¿Indique cuál de las siguientes opciones serian la principal ventaja para su empresa aplicando un plan de exportación?



Elaborado por: Autoras

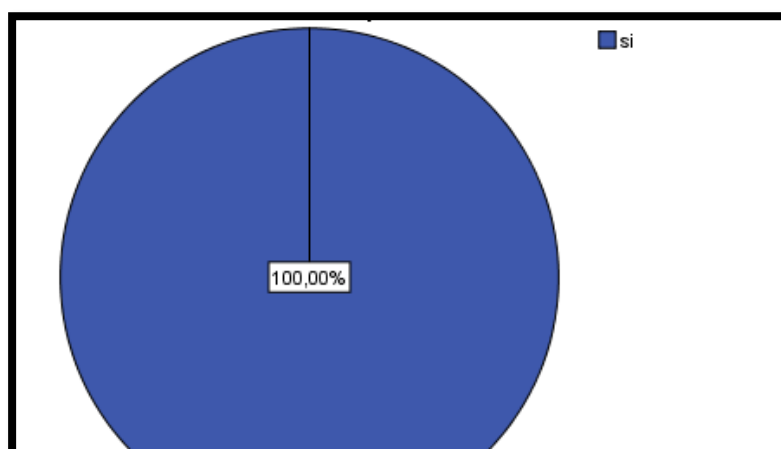
Análisis: Dentro de las opciones con mayor relevancia que los encuestados manifestaron es que el plan de exportación les permitirá mostrar cuales son las fortalezas y las debilidades que como empresa poseen, para de esta manera poder corregir o mejorar estos puntos, por otra parte la optimización de recursos con un 22% indica que es el segundo punto relevante entre las ventajas del plan de exportación.

Tabla 16. ¿Considera que el plan de exportación es de ayuda para dar a conocer la empresa y los productos que se exportan?

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Si	50	100,0

Elaborado por: Autoras

Ilustración 10. ¿Considera que el plan de exportación es de ayuda para dar a conocer la empresa y los productos que se exportan?



Elaborado por: Autoras

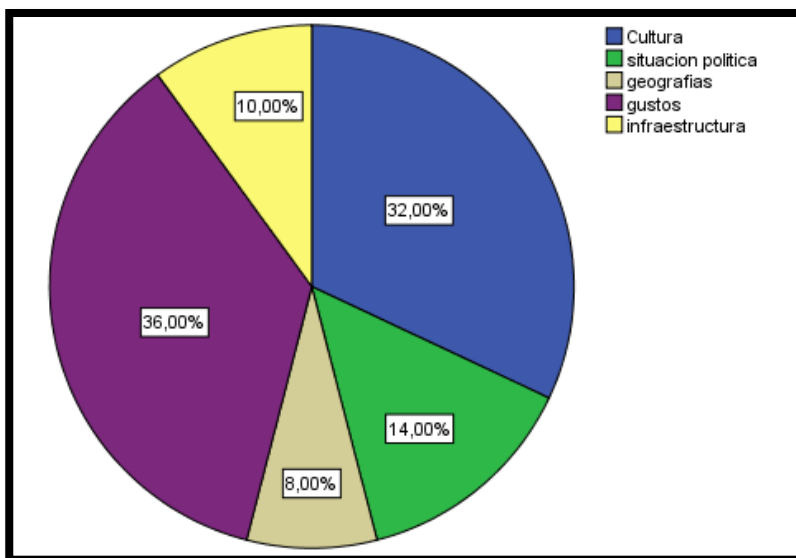
Análisis: Los encuestados están de acuerdo que el plan de exportación los ayudara a que la empresa como el producto en este caso la quinua puedan ser reconocidas en el mercado exterior.

Tabla 17. ¿Considera que el plan de exportación estudia algunas variables cómo?

	Frecuencia	Porcentaje
Válido		
Cultura	16	32,0
situación política	7	14,0
Geografías	4	8,0
Gustos	18	36,0
Infraestructura	5	10,0
Total	50	100,0

Elaborado por: Autoras

Ilustración 11. ¿Considera que el plan de exportación estudia algunas variables cómo?



Elaborado por: Autoras

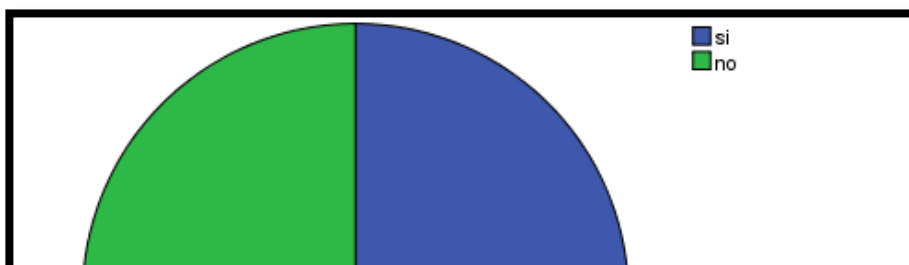
Análisis: Los productores encuestados indican que la más grande variable que estudia un plan de exportación son los gustos y preferencias de la población, por medio de la cual ellos podrán mejorar o lanzar nuevos productos, como segundo punto se señala la importancia de conocer la cultura del mercado a donde se va a enviar en este caso la quinua.

Tabla 18. ¿Considera a un plan de exportación igual que un plan de marketing?

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	si	23	46,0
	no	27	54,0
Total		50	100,0

Elaborado por: Autoras

Ilustración 12. ¿Considera a un plan de exportación igual que un plan de marketing?



Elaborado por: Autoras

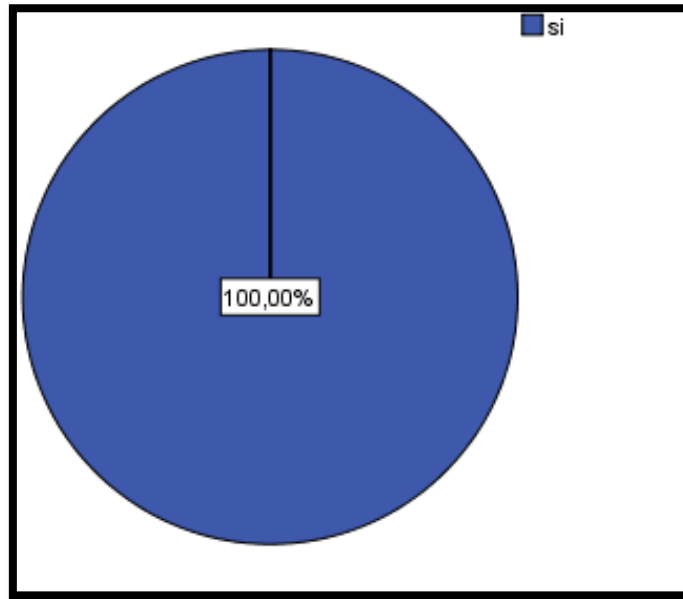
Análisis: Un punto de análisis es esta pregunta ya que el 54% considera que el plan de exportación no es igual que un plan de marketing mientras que el 46% indica que, si es igual, se debería hacer un análisis más profundo ya que estos dos planes estudian las mismas variables del mercado de destino.

Tabla 19. ¿Cree que el plan de exportación ayuda a conocer los mercados de destino?

	Frecuencia	Porcentaje
Válido si	50	100,0

Elaborado por: Autoras

Ilustración 13. ¿Cree que el plan de exportación ayuda a conocer los mercados de destino?



Elaborado por: Autoras

Análisis: Los encuestados manifiestan que el plan de marketing si ayuda a conocer el mercado de destino, es por eso que se estudian las variables del mercado para poder indagar sobre el destino de exportación.

CAPITULO IV

4.1.Discusión de resultados

Luego de realizada la investigación indagando el criterio de varios autores sobre el tema de estudio y realizadas las encuestas se pudo llegar a los siguientes resultados:

El plan de exportación que tienen los productores de quinua de la serranía ecuatoriana no llega hacer el indicado, ya que lo manejan de una manera empírica sin cumplir con todas las condiciones que este necesita, como lo puede señalar (Hernandez, 2019) El plan de

exportación, se lo entiende como un elemento básico que se da para planificar el marketing internacional, por lo cual se concentra información importante de los grandes mercados metas y se llegan a convertir como una forma principal donde los ejecutivos de marketing llega a tener de acuerdo para de esta manera poder cooperar para cumplir con el objetivo del comercio exterior que la empresa se propone lograr.

Dentro del estudio se puede notar que el plan de exportación no contiene la información sustantiva de acuerdo a la relación que tienen las capacidades reales que posee la empresa para poder dedicarlas a la exportación. De acuerdo a (Cedeño & Larrea, 2019) el plan de exportación cuenta con las principales características de cada mercado se llegan analizar para de manera posterior realizar las primeras recomendaciones que les permita ingresar al mercado meta que una vez estudiado propondrá oportunidades de alto nivel.

Este no pretende que se realicen profundos análisis sobre la viabilidad financiera y económica las cuales permitan que se asuma la posición de acuerdo a las ventajas competitivas de cada uno de los mercados, el plan de exportación pretende concentrar, de una forma organizada y sistemática, las principales variables informativas las cuales permitan que se tomen las decisiones respecto a cuál mercado es considerado.

Los productores de quinua tienen conocimientos sobre lo que siembran y cosechan, se brindará un mejor cuidado a las plantaciones, ya que se reconoce cuando algo está bien o mal, pudiendo de esta manera poder tomar decisiones correctas para el cultivo en este caso de la quinua, la misma que será para la exportación. De acuerdo a (Pineda & Gomez, 2018) para que los cultivos puedan ser los mejores los productores deben contar con conocimientos sobre el tema de plantación o del producto que se pretende exportar.

Los productores al no contar un plan de exportación bien definido no cuentan con la descripción o beneficios de las políticas de exportación siendo esto perjudicial para la empresa ya que no saben o no conocen los puntos claves de la exportación. Según (Baena, 2019) Las políticas de exportación permiten que se pueda ganar el acceso preferencial de las exportaciones, por lo cual se generan atractivos intercambios en los accesos a nuevos mercados, es por eso que los productores se mantienen informados sobre las políticas de exportación de sus productos.

El estudio demuestra que no todos los productores se encuentran asociados, lo cual no les permite que cuenten con todos los beneficios como exportadores, de acuerdo a Villafuerte et al. (2016) permite fortalecerse en las ventas de los productos, trabajando en equipo por un mismo objetivo común, resulta recomendable que los pequeños productores puedan agruparse para que puedan tener beneficios.

Al no formar parte de una asociación no se benefician del SPA, por lo cual los productores no pueden vender sus productos en este caso la quinua con los beneficios que las asociaciones cuentan de acuerdo a (Baena, 2019) el SPA consiste en tener una reducción del gravamen arancelario o de la eliminación del mismo lo cual resultaría de gran beneficio no solo para los productores sino para la economía del país.

Un plan de exportación puede mejorar de manera radical la situación de la empresa, ya que es considerada como una herramienta útil, permitiendo al empresario que conozca cual es la situación del mercado externo, las posibles ventajas y riesgos que puedan existir, para de esta manera poder elaborar estrategias de exportación, esto resulta beneficioso para los productores de quinua ya que ellos si reconocen que el plan de exportación mejorara sus ventas.

Un plan de exportación permitirá dar a conocer tanto a la empresa como al producto que se va a exportar, ya que es un estudio tanto del mercado de destino como la promoción de lo que ofrece la empresa ya que por medio de este se estudian algunas variables tales como los gustos, cultura, situación política etc., es por estas razones que algunas personas consideran que un plan de exportación es igual que un plan de marketing.

CONCLUSIONES

Luego de que se haya finalizado el análisis de caso, se procede a realizar las siguientes conclusiones:

- Un plan de exportación es considerado como una planeación estratégica de la exportación, conocida también como una ruta que permite tener la comercialización la misma que orienta o dirige al empresario a donde debe dirigir

su exportación de la misma manera le permitirá lograr competir con los bienes y servicios que se dan en el mercado exterior.

- La quinua se cultiva mayormente en la sierra ecuatoriana y ha tenido un crecimiento considerable, por lo cual se encuentra necesario que para que este crecimiento continúe los productores puedan mejorar desde la producción hasta su exportación.
- El plan de exportación permitirá que la quinua ecuatoriana sea reconocida a nivel mundial ya que por medio de este plan se estará dando a conocer tanto al producto como a la empresa, de la misma manera el empresario podrá conocer las características principales del mercado donde se va a exportar la quinua.
- Los pequeños productores no obtienen de manera completa los beneficios de exportadores, deben contar con un plan de exportación debidamente diseñado para que puedan obtener todos los beneficios como exportadores.

RECOMEDACIONES

Para la realización del presente trabajo se tiene que tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Considerar la disponibilidad de generar asociaciones que se encuentre registradas dentro de las Instituciones Públicas que permitan generar la salida de Exportaciones
- Realizar capacitaciones sobre el manejo del plan de exportación que permita que los productores estén actualizados sobre el tema y puedan mejorar sus ventas por medio de este plan.
- Evaluar el plan de exportación existente para reconocer sus fortalezas o debilidades de esta manera se lo podrá modificar y generará mejores resultados para la empresa y los productores.
- Utilizar herramientas tecnológicas que permita que el plan de exportación pueda dar mejores resultados ya que por medio de la tecnología será mucho más fácil que la empresa y el producto exportado puedan ser reconocidos a nivel mundial.
- La necesidad de buenas políticas de exportación y de manejo adecuado de los recursos económicos permitirá que la asociación de personas dedicada a la exportación de quinua pueda cumplir con los objetivos y metas cumplidas para su desarrollo.