

UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**Análisis de tendencias de consumo de la quinua ecuatoriana y sus  
derivados para satisfacer el mercado chino.**

**AUTORA:**

**Del Pino Zambrano, Vanessa Alexandra**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TUTOR:**

**Ing. Reyes De Luca, María Antonieta, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**17 de febrero del 2025**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Del Pino Zambrano, Vanessa Alexandra** como requerimiento para la obtención del título de **Licenciada en Administración de Empresas.**

**TUTOR (A)**

f. 

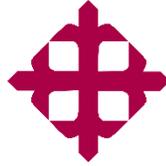
**Ing. Reyes De Luca, María Antonieta, Mgs.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**Ec. Pico Versoza Lucía, Mgs.**

**Guayaquil, a los 17 del mes de febrero del año 2025**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Del Pino Zambrano, Vanessa Alexandra**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, previo a la obtención del título de **Análisis de tendencias de consumo de la quinua ecuatoriana y sus derivados para satisfacer el mercado chino**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 17 del mes de febrero del año 2025**

**EL AUTOR (A)**

f.   
\_\_\_\_\_  
**Del Pino Zambrano, Vanessa Alexandra**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

### **AUTORIZACIÓN**

**Yo, Del Pino Zambrano, Vanessa Alexandra**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis de tendencias de consumo de la quinua ecuatoriana y sus derivados para satisfacer el mercado chino**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 17 del mes de febrero del año 2025.**

**LA AUTORA:**

f.   
**Del Pino Zambrano, Vanessa Alexandra**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**REPORTE COMPILATIO**

 CERTIFICADO DE ANÁLISIS  
magister

Vanessa.DelPino

**3%**  
Textos  
sospechosos

**< 1%** Similitudes  
0% similitudes entre comillas  
0% entre las fuentes mencionadas

**3%** Idiomas no reconocidos

**< 1%** Textos potencialmente generados por la IA

Nombre del documento: Vanessa.DelPino ID del documento: cc8a525eba4e71944362eb9b11efe563414f808f Tamaño del documento original: 1,76 MB Autores: []	Depositante: Lucía Magdalena Pico Versoza Fecha de depósito: 4/2/2025 Tipo de carga: interface fecha de fin de análisis: 4/2/2025	Número de palabras: 23.489 Número de caracteres: 154.672
--	--	---

**TUTOR (A)**

f. 

**Ing. Reyes De Luca, María Antonieta, Mgs.**

**ESTUDIANTE**

f. 

**Del Pino Zambrano, Vanessa Alexandra**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por sus bendiciones y por las personas que ha puesto en mi camino.  
A mi familia, por su constante e incondicional apoyo y por haber estado conmigo en  
este largo camino de preparación.  
A mi tutora por su predisposición, apoyo y guía para poder culminar este trabajo.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mis padres, por ser los pilares fundamentales en mi vida, por que sin ellos culminar esta etapa no hubiera sido posible.

Leonardo, mi guía.

Alexandra, mi corazón.

Nicky y Samy, mi luz.

Marujita, mi ángel.

Ricardo, mi mejor amigo.

Los amo.



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**Ec. Pico Versoza Lucía, Mgs.**

DIRECTORA DE CARRERA

f. \_\_\_\_\_

**Ec. Coello Cazar David, Mgs.**

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Moreira García Juan Arturo, Mgs.**

OPONENTE

## Tabla de Contenidos

Introducción .....	2
.1 Formulación del problema .....	3
.2 Objetivo General.....	3
.3 Objetivos específicos.....	3
.4 Justificación .....	4
Capítulo I.....	5
Marco Teórico .....	5
.5 Acuerdos de complementación económica .....	5
.6 Apertura comercial.....	6
.7 Teorías clásicas del comercio internacional .....	8
.7.1 Teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith.....	9
.7.2 Teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo.....	9
.7.3 Modelo Heckscher-Ohlin .....	10
.8 Nuevas teorías del comercio internacional .....	11
.9 Teoría de juegos.....	12
.10 Marco Conceptual.....	14
.10.1 Estudio cualitativo de mercado .....	14
.10.2 Tendencias de consumo .....	14
.10.3 Demanda de producto.....	15
.10.4 Oferta de producto .....	15
.10.5 Mercado chino.....	16
.10.6 Tendencias de consumo de Superfoods.....	17
.11 Marco Legal.....	18
.11.1 Constitución de la República del Ecuador.....	18
.11.2 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI).....	19
1 Capítulo II.....	21
2 Análisis del producto .....	21
.12 Características del Producto.....	21
.12.1 Variedades de quinua .....	22
.12.2 Uso de la quinua y sus derivados .....	23
.12.3 Elaborados de quinua en Ecuador.....	25
.12.4 Zonas de producción.....	26
.12.5 Producción de quinua por provincias.....	28
Capítulo III.....	30
3 Análisis de Mercado (interno y externo) .....	30
.13 Mercado chino .....	30
.13.1 Tendencias de consumo del mercado chino .....	30
.14 Exportación de Ecuador al mundo.....	33
.15 Balanza comercial Ecuador - China.....	36
.16 Tratado de Libre Comercio Ecuador - China .....	39
.17 Principales competidores.....	41
.17.1.....	41
.17.2 Bolivia .....	41
.17.3 Perú .....	43
.17.4 Variabilidad del precio internacional de quinua .....	46
4 Capítulo IV.....	48
5 Metodología .....	48

.18	Diseño de investigación.....	48
.18.1	Tipo de investigación .....	49
.18.2	Enfoque de la investigación .....	49
.18.3	Alcance .....	50
.18.4	Población y muestra.....	50
.18.5	Técnica de recogida de datos .....	51
.19	Análisis de datos.....	53
Capítulo V	.....	54
Resultados	.....	54
.19.1	Análisis de resultados .....	54
.19.2	Resultados cualitativos .....	54
.19.3	Resultados cuantitativos .....	56
Conclusiones	.....	67
Recomendaciones	.....	70
Referencias	.....	72
Anexo 1. Fichas documentales de los artículos consultados.....		78
Anexo 2. Cuestionario aplicado a colaboradores de Ministerio de Producción y Comercio Exterior - Mypimes.....		80

## Índice de tablas

Tabla 1: Contenido de macronutrientes por cada 100g.....	20
Tabla 2: Principales compradores - subpartida 100850.....	33
Tabla 3: Importación de quinua en china (kilogramos).....	41
Tabla 4: Tratados de Libre Comercio .....	56
Tabla 5:Frecuencia de éxito en el mercado chino.....	57
Tabla 6: Productos de valor agregado.....	58
Tabla 7: Frecuencia medidas de exportación.....	59
Tabla 8: Barreras y limitaciones de ingreso.....	60
Tabla 9: Oportunidades de inversión .....	61
Tabla 10: Preferencias de consumidores.....	62
Tabla 11: Reducción de aranceles.....	63
Tabla 12: Beneficios de acuerdos comerciales .....	64
Tabla 13: Incentivo de inversión.....	65

## Índice de figuras

Figura 1: Uso de la quinua y sus derivados .....	24
Figura 2: Derivados de la quinua .....	25
Figura 3: Zonas productoras de quinua.....	27
Figura 4: Porcentaje de producción de quinua por provincias (2023) .....	28
Figura 5: Productores por provincias de quinua año 2023. ....	29
Figura 6: Volumen de exportación por toneladas de quinua (2019-2023) .....	34
Figura 7: Balanza comercial Ecuador – China (2019 – 2023).....	37
Figura 8: Ranking de los principales países de destino de las exportaciones no petroleras de Ecuador.....	40
Figura 9: Exportaciones de quinua boliviana periodo 2013-2023 .....	42
Figura 10: Porcentaje de exportaciones de quinua – Perú 2023 .....	44
Figura 11: Destino de exportaciones de productos a base de quinua 2022-2023 .....	45
Figura 12: Precios de exportación de quinua en kilos .....	46
Figura 13: Tratado de Libre Comercio entre Ecuador y China.....	56
Figura 14: Porcentaje de éxito en el mercado chino .....	57
Figura 15: Respuesta de productos de valor agregado.....	58
Figura 16: Porcentaje de medidas de exportación .....	59
Figura 17: Barreras y limitaciones de ingreso .....	60
Figura 18: Porcentaje de oportunidades de inversión .....	61
Figura 19: Porcentaje de preferencias de consumidores .....	62
Figura 20: Porcentaje de reducción de aranceles .....	63
Figura 21: Beneficios de acuerdos comerciales .....	64
Figura 22: Incentivo de inversión .....	65

## Resumen

La presente investigación se presenta con el fin de analizar las tendencias de consumo de quinua ecuatoriana y sus derivados desde una perspectiva cuanti-cualitativa para satisfacer el mercado chino, considerando que hoy en día es uno de los mercados más grandes del mundo con una población estimada en 1.400 millones de personas, que se presentan como potenciales consumidores de este producto.

En el primer capítulo se encuentra todo lo referente al marco teórico, teorías que son aplicables al trabajo presentado, marco conceptual y marco legal de la presente investigación.

En el segundo capítulo se enfoca en el producto, se presentan las características, así como las tendencias de comercialización y cultivo de la quinua; además se mencionan sus propiedades nutricionales.

En el tercer capítulo, se analizará la información de productores y proveedores, para levantar información sobre el mercado nacional y los destinos actuales de exportación de quinua. También se investigará las tendencias del consumo de quinua en el mundo y los principales exportadores de quinua al mercado chino, así como su consumo para determinar si se logra satisfacer la demanda de este mercado.

En cuanto a la metodología, se utilizó el enfoque mixto y el diseño de tipo descriptivo. Con respecto a las técnicas e instrumentos de recolección de datos, para el aspecto cualitativo se realizó una investigación y las fichas documentales, además se aplicó una encuesta a colaboradores del Ministerio de Producción y Comercio Exterior subdirección Mypimes

***Palabras Claves:** estudio, consumo, mercado, tendencias, Superfoods, quinua y sus derivados, China.*

## Abstract

This research is presented to analyze the consumption trends of Ecuadorian quinoa and its derivatives from a quantitative-qualitative perspective to satisfy the Chinese market, considering that today it is one of the largest markets in the world with an estimated population of 1.4 billion people, who are presented as potential consumers of this product.

The first chapter contains everything related to the theoretical framework, theories that are applicable to the work presented, conceptual framework and legal framework of this research.

The second chapter focuses on the product, presenting its characteristics, as well as the marketing and cultivation trends of quinoa; in addition, its nutritional properties are mentioned.

In the third chapter, information from producers and suppliers will be analyzed to gather information on the national market and current quinoa export destinations. The trends in quinoa consumption in the world and the main exporters of quinoa to the Chinese market will also be investigated, as well as its consumption in order to determine if the demand of this market can be satisfied.

In terms of methodology, a mixed approach and descriptive design were used. Regarding the data collection techniques and instruments, for the qualitative aspect, a research and documentary records were carried out, and a survey was applied to collaborators of the Ministry of Production and Trade.

**Key words:** study, consumption, market, trends, Superfoods, quinoa and its derivatives, China.

## **Introducción**

La localización geográfica de Ecuador hace que sea una nación con las condiciones requeridas para la actividad agrícola. En este contexto, se pueden hallar numerosos productos en Ecuador que están siendo explotados a gran escala, además de otros productos que no han obtenido un mayor beneficio debido a la ausencia de una estrategia comercial eficaz para su expansión a escala nacional e internacional. Igualmente, es importante destacar que las tendencias en el consumo de alimentos son un elemento significativo en el ámbito de la salud.

En años recientes, la quinua ha ganado reconocimiento global como superalimento, principalmente debido a su elevado valor nutricional y sus características ventajosas para la salud. Este producto proveniente de la región andina de Sudamérica ha empezado a ganarse mayor reconocimiento en los mercados globales, siendo el mercado de China uno de los más alentadores para la exportación de quinua. De hecho, el aumento en la necesidad de alimentos saludables y sostenibles en China, junto con la inclinación de los consumidores hacia productos orgánicos y de alta calidad, crean un ambiente propicio para la introducción y aceptación de este grano milenario en esta nación.

En este caso específico, es importante subrayar que, según lo indica (MAGAP, 2017), la quinua en Ecuador se produce principalmente en las provincias de Chimborazo, Imbabura, Pichincha, Tungurahua y Loja. Adicionalmente, hasta el 2022, los principales países destinos de la exportación de este producto son Estados Unidos con un 33%, Canadá con un 9% y Alemania con un 7%, siendo Ecuador una nación con una demanda considerable de este producto. Sin embargo, han surgido algunos obstáculos con la exportación de este cereal.

Es importante destacar que el interés por este producto en China no se basa solo en su perfil nutricional y sostenible; también existe un interés creciente en integrarla a la cultura culinaria de la nación. Por este motivo, expertos en nutrición se encuentran estudiando e investigando métodos para poder incorporar la quinua en platos tradicionales, con el objetivo de actualizar las recetas antiguas para volverlas más saludables y modernas, acorde a la actualidad.

A partir de estas consideraciones, resulta evidente que este producto tiene un gran beneficio, considerando sus características alimenticias y de calidad, para

promover una dieta equilibrada en los nuevos consumidores del mundo globalizado, donde el mercado chino desempeña un papel crucial en el presente, como un aliado competitivo y de amplia visibilidad en el mercado global.

Por tanto, este análisis se lleva a cabo con el objetivo de entender las tendencias de consumo presentes en la demanda de quinua en China. Además, se examina la provisión actual de Ecuador para poder cubrir estos mercados, teniendo en cuenta su volumen de población y fomentando la productividad y crecimiento económico en la nación.

### **.1 Formulación del problema**

¿Cómo inciden las tendencias de consumo en el crecimiento de las exportaciones de quinua en el mercado internacional para fomentar el aumento en la demanda de quinua y derivados en el mercado chino?

### **.2 Objetivo General**

Realizar un estudio cualitativo de mercado para analizar las tendencias de consumo existentes de la quinua y sus derivados, la demanda de este producto y la oferta con la que cuenta Ecuador para satisfacer el mercado chino.

### **.3 Objetivos específicos**

Analizar los antecedentes, gustos y preferencias del mercado chino para identificar la oportunidad de aceptación de quinua ecuatoriana y sus derivados en el mercado.

Examinar los principales importadores del producto para identificar una oportunidad en el mercado chino.

Establecer el impacto que el Tratado de Libre Comercio entre Ecuador y China produciría en la economía ecuatoriana al facilitar el ingreso a ese mercado de exportación de quinua y sus derivados.

#### **.4 Justificación**

La base de este estudio se fundamenta en la importancia e impacto del mercado chino a escala mundial, y la oportunidad que representa para Ecuador el incremento comercial con un producto categorizado como *superfood*. Así pues, el desarrollo de nuevos elementos productivos para el comercio se basa en las perspectivas innovadoras del consumidor actual que valora los productos por sus ventajas nutricionales y de calidad. Actualmente, se considera a la quinua como un producto con un alto porcentaje proteico, que oscila entre el 14% y el 18%. Además, tiene un elevado valor biológico que le permitiría ser un sustituto de la proteína animal y de nuevos elementos productivos para el comercio.

Asimismo, la investigación se centra en el desarrollo comercial y en el emprendimiento productivo, lo que constituye un incentivo para el crecimiento social y económico de Ecuador. Por tanto, este análisis fomenta la creación de conocimientos sobre el mercado con el fin de robustecer sus fundamentos y fomentar la expansión de todos los sectores económicos, desde los pequeños y medianos emprendedores, microempresarios y grandes empresarios, que tienen la posibilidad de participar en el proceso comercial de exportación de la quinua a China.

Por otro lado, se encuentra el actual incremento de consumidores que valoran los productos de excelente calidad y con ventajas nutricionales. La quinua es un producto que se ha utilizado de manera tradicional en la cocina mundial, y que en la actualidad es considerado como un grano integral y es un producto que puede reemplazar a elementos tradicionales como el arroz, maíz, choclo y hasta la harina de trigo ya que no contiene gluten. En este momento, la quinua se presenta como un producto de importancia mundial para los consumidores que optan por ingerir productos que aportan beneficios a la salud lo que significa una oportunidad para Ecuador de introducir productos que ya están siendo utilizados por los países de la región andina.

## **Capítulo I**

### **Marco Teórico**

#### **.5 Acuerdos de complementación económica**

Las alianzas de complementación económica (ACE) son tratados comerciales entre países o regiones que persiguen la liberalización del comercio de bienes y servicios, además de promover la integración económica y el desarrollo de los involucrados (Baumann, 2009). El propósito de estos convenios es eliminar o reducir los aranceles y obstáculos comerciales entre las naciones signatarias, incentivando el comercio de bienes y fomentando la cooperación en áreas como la inversión, el transporte, el turismo, entre otras.

Un factor relevante vinculado a los ACE son las ventajas comparativas. Según David Ricardo (1817), los países acostumbran a centrarse en aquellos productos que pueden producir a un costo reducido, pero de manera eficiente en relación a las otras naciones. Los ACE ayudan a que los países adquieran conocimiento de las ventajas comparativas de otros, promoviendo de esta manera el intercambio recíproco y la conexión económica.

Además, una lista de varios niveles de integración económica vinculados con el área de libre comercio, uniones aduaneras, mercados comunes y uniones económicas: Una zona de comercio libre implica la eliminación de tarifas y barreras no tarifarias entre los países miembros, lo que facilita el intercambio de bienes y servicios y a la vez promueve la integración económica. Este principio fue propuesto por Jacob Viner, un economista estadounidense, (1950) que argumenta que el comercio libre conduce a una repartición más eficiente de los recursos y a un aumento en el bienestar de los países. Para las uniones aduaneras, estos son acuerdos comerciales que no solo establecen un ámbito de libre comercio entre sus miembros, sino que también establecen un impuesto externo compartido frente a otra ante otras naciones (Olarreaga, 2016).

En una unión de aduanas, las naciones miembros imponen un gravamen compartido para los productos y servicios que provienen de la parte externa de la unión. Esto les facilita negociar simultáneamente con otras naciones o bloques

económicos, lo que incrementa su capacidad de negociación y les facilita conseguir condiciones comerciales más ventajosas en tratados bilaterales o multilaterales.

Por otro lado, el mercado común, se caracteriza por la libre circulación de bienes, servicios, capitales y también mano de obra. El mercado común facilita una libre movilidad de bienes, servicios capitales y trabajadores entre los países que lo integran. Este posee como objetivo principal, fortalecer la cooperación política entre los países para que funcionen como una sola identidad. (Cimoli et al, 2017). En base a esta relación, las inversiones y el comercio se vuelven más fáciles, fomentando de esta manera el desarrollo conjunto lo que permite que se generen plazas de empleo y oportunidades de crecimiento económico.

Por otro lado, la unión económica implica un nivel de integración aun mayor, ya que estos países adoptan políticas económicas y fiscales comunes e incluso en diversos casos una moneda única de país. (Tussie, 2020). Un claro ejemplo de estos es la Unión Europea, donde los países miembros han unificado sus políticas fiscales y adoptan el euro como moneda compartida. Para que este sistema funcione correctamente, es fundamental una coordinación estrecha que garantice estabilidad y crecimiento en la región. Tener una moneda única facilita el comercio y la inversión al eliminar barreras cambiarias y simplificar las transacciones económicas. A pesar de esto, su éxito depende de la cooperación, la coordinación y el compromiso de todos los países involucrados para alcanzar metas económicas comunes.

## **.6 Apertura comercial**

El análisis del crecimiento promovido por el comercio argumenta que la liberalización comercial puede potencialmente incrementar el acceso a bienes y servicios, alcanzar eficacia en la distribución de recursos y elevar la productividad global de los elementos mediante la propagación de tecnología y saber a largo plazo (Bittencourt, Dussel, Doneschi, Reig, & Sarti, 2019). En base al anticipado beneficio, entre países están fortaleciendo e implementado bases de liberalización comercial como opciones alternas a la estrategia de crecimiento de su comercio internacional por reemplazo.

Es necesario adoptar estrategia de gemelas competitivas y comerciales para no desperdiciar las ventajas que aporta el comercio global. Para establecer en cuanto se

puede transformar un potencial que brinda una apertura a posibilidades, es necesario que una economía sea competente. Se requieren de reformas donde se incluyan normativas y políticas para frenar la competitividad mundial. Se promueve una infraestructura integral que incluya tanto la infraestructura dura o central en transporte, comunicaciones, energía y logística, como la infraestructura suave en educación y competencias.

Además, la literatura científica menciona los siguientes principales canales: acceso a la tecnología, costo de imitación, volumen de mercado, competencia interna, exportaciones, inversión, políticas del gobierno y distorsión de precios. El acceso a la tecnología es uno de los principales medios. De acuerdo con Edwards (1991) y Roca y Samibuko (2004), el comercio internacional facilita el acceso a cambios tecnológicos, saberes y variados elementos de producción. Para estos últimos, ya que el grado de conocimiento está vinculado con la cantidad de relaciones que los agentes locales mantienen en naciones extranjeras, al incrementar el intercambio, estos vínculos aumentarán.

Por otro lado, Romer (1994) examina las limitaciones comerciales, que representan la oposición a la liberalización comercial. Descubre que, en una economía, cuando las barreras comerciales son más altas, la oferta de bienes intermedios disminuye. Otra conclusión de su investigación es que hay una correlación positiva entre la liberalización del comercio y la productividad, manifestada mediante la idea de que la competencia fomenta la adopción y adaptación de la tecnología y la supresión de la "ineficiencia X".

Según Dornbusch (1992), en los países en vías de desarrollo, la tasa de crecimiento se incrementa porque una apertura más amplia favorece una asignación más eficiente de los recursos en comparación con los costos y beneficios marginales sociales. En otras palabras, se optimizan los recursos ya que los productos que se fabrican a costos más elevados a nivel local pueden ser importados. Además, se potencia el acceso a tecnologías superiores y a las externalidades favorables del crecimiento, como la transmisión de conocimientos, recursos y bienes intermedios más asequibles y de mejor calidad. Así, una mayor apertura impulsa el avance técnico (Santos y Thirwall, 2004).

Por otro lado, las reformas, destinadas a disminuir los aranceles de importación y exportación y los obstáculos no arancelarios, han sido implementadas por numerosos países en vías de desarrollo, considerándolas un factor de ventaja para el comercio internacional, en particular con los mercados globales de mayor relevancia, como China, que simboliza el mercado más extenso del planeta (Terán, 2018). No obstante, existen alegatos que sostienen que el incremento de la liberalización comercial podría poner en peligro a los países en vías de desarrollo ante una inflación en aumento y tasas de cambio más reducidas.

## **.7 Teorías clásicas del comercio internacional**

El objetivo principal de los modelos de comercio internacional es identificar las causas detrás de fenómenos como el comercio entre naciones y analizar los efectos que estos tienen en la producción y el consumo a nivel global. Las teorías clásicas son las que se destacan, ya que en ellas se basan que se realizan intercambios comerciales debido a las diferencias que existen entre países.

De esta forma, las doctrinas tradicionales fomentan a liberar patrones que subyacen las relaciones comerciales entre países. También, obtiene un marco fuerte para comprender cómo cada región se especializa en algunos tipos de producción y salen beneficiados con el intercambio de bienes y servicios en el ámbito internacional.

El proceso de desarrollo económico conlleva un incremento constante del Producto Interno Bruto per cápita y una transformación estructural, que hace referencia a la redistribución de los factores de producción entre distintas actividades o sectores (Burgos, Molestina, & Mackay, 2021). En este particular, muchos estudios han ilustrado la transformación estructural a nivel agregado, lo que usualmente conlleva la reorientación de la agricultura hacia la industria y posteriormente hacia los servicios, como un ejemplo ilustrativo de la evolución de productos como la quinua y sus derivados.

Además, con estas teorías se consideraba que, mediante el libre comercio, cada nación podría enfocarse en la fabricación de aquellos productos en los que posea una ventaja total (o que pueda producir de forma más eficaz que otras naciones) e importar aquellos en los que posea una desventaja total (o que produjera de forma menos eficaz). Esta especialización global (o división internacional del trabajo) propiciaría

un aumento en la producción global, compartido por las naciones involucradas en el comercio.

Entre las teorías tradicionales del comercio exterior destacan estas tres:

### **.7.1 Teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith**

De acuerdo con la teoría de la ventaja absoluta, por Adam Smith, un país supera a otro en la fabricación de un bien o servicio específico, gracias a una productividad superior o acceso a recursos. Por lo tanto, puede proporcionar una calidad superior a un costo más bajo gracias a que dispone de recursos como la tecnología, el capital humano, el tiempo o elementos naturales (Smith, 1776).

Así, Smith comprendía que los países suelen enfocarse en la producción de aquellos productos en los que tienen una ventaja total, exportando estos productos a otras naciones que producen otros tipos de bienes. Así, las relaciones comerciales entre diversas regiones resultarían ventajosas para todos, ya que cada país se centraría en la fabricación de productos donde posee una ventaja competitiva y, con los beneficios de estas exportaciones, podría adquirir lo que no produce. No obstante, la realidad es más intrincada de lo que se describe en esta teoría y existen situaciones en las que naciones con una ventaja total en diversos productos no requieren nunca de comerciar con otros.

Por tanto, se presenta una visión para generalizar la división laboral a nivel global, desde premisas y condiciones de producción local-nacional que hoy no se pueden confirmar en términos empíricos, especialmente cuando se detectan condiciones estructurales no equitativas en las productividades y habilidades de las diferentes naciones; y adicionalmente, se exponen los retos estructurales para la movilidad internacional de lo que los economistas clásicos y neoclásicos han denominado factores productivos (Appleyard y Field, 2014).

### **.7.2 Teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo**

David Ricardo se encargó de expandir la teoría ya introducida por Adam Smith a través de su teoría de la ventaja comparativa. El cual se basa en la capacidad de una economía para producir un bien o servicio a un costo menor que sus socios comerciales, inclusive cuando no se encuentra en una posición de ventaja absoluta. Según Ricardo, los países deberían centrarse en especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes para los que poseen una ventaja relativa (Katz, 1999).

En lugar de enfocarse solo en lo que se produce mejor en términos absolutos como lo planteaba Smith, los países deberían especializarse en aquello que pueden hacer con costos más bajos en comparación con otros. La teoría de la ventaja comparativa sostiene que esta ventaja se encuentra relacionada con el costo de oportunidad de producir cada bien. Esta idea sigue siendo muy relevante actualmente, ya que es la clave para comprender como funciona el comercio internacional de manera eficiente, como se distribuye los recursos y como se optimiza la economía a nivel global.

Por esta razón, esta teoría presenta por primera vez los términos de intercambio y argumenta que los países deben tener conocimiento de qué producen a un costo más reducido. Sin embargo, también es vital conocer qué bienes están recibiendo a cambio y las capacidades que tienen para su producción. En resumen, para Ricardo, el precio de los productos proporcionados se alinea con el precio de los productos que se adquieren. Es vital subrayar que en esta teoría, el valor del trabajo es el elemento clave en el valor del producto que se produce (Golub y Hsieh, 2000).

### **.7.3 Modelo Heckscher-Ohlin**

Este modelo económico fue propuesto en 1933 por Bertil Gottard Ohlin, un economista sueco, aunque ya en 1919, Eli Filip Heckscher, profesor de Ohlin, había planteado una teoría preliminar. Este nuevo principio, fundamentado en la teoría de David Ricardo, se enfoca en la idea de que las fluctuaciones en la disponibilidad de elementos como la mano de obra, el capital y los recursos naturales entre los países son las que justifican las discrepancias en las ventajas comparativas y los patrones de comercio global.

Por ello, un país tiene más tendencia a exportar aquellos productos que utilizan de manera intensiva los recursos que posee en mayor volumen. Estas teorías tradicionales del comercio internacional ofrecen un fundamento firme para comprender el intercambio de bienes y servicios entre naciones, lo cual promueve la generación de nuevas visiones acerca del asunto.

Además, esta teoría propone dos conceptos fundamentales: el primero sostiene que cada país, por ejemplo, dentro de un pacto comercial, se adaptará conforme a sus recursos de producción disponibles. Esto sugiere que un país puede contar con una

amplia población, sin educación, lo que implicaría un elevado número de trabajadores y territorios, pero a la vez tener un acceso restringido a capital.

Por otro lado, el otro país podría lograr un acceso más amplio al capital y ser más tecnológico, a pesar de no poseer territorio ni una considerable cantidad de trabajadores. En segundo lugar, existen naciones que muestran preferencias parecidas por un bien en relación a otro. En este escenario, si se conservan las mismas inclinaciones, el costo de producción y no la demanda relativa serán los factores que determinarán el total de un producto que se produce y se consume antes de su comercialización (Heckscher, 1919).

Además, la primera evaluación empírica del modelo H-O fue realizada por Wassily Leontief (ganadora del Premio Nobel de Economía 1973) utilizando datos de la matriz de insumo-producto de 1947 en Massachusetts. Leontief reveló que los productos que rivalizan con las importaciones de Estados Unidos tenían una demanda de capital cerca del 30 por ciento superior a las exportaciones de dicho país. Dado que Estados Unidos es el país con la mayor concentración de K, este resultado era lo contrario a lo que el modelo H-O anticipaba, y fue conocido como paradoja de Leontief.

## **.8 Nuevas teorías del comercio internacional**

Las teorías actuales del comercio internacional han surgido con el propósito de aportar matices y, en algunas situaciones, poner en duda las bases de las teorías tradicionales. Por lo tanto, conceptos como la teoría del coste de oportunidad de G. Haberler y el modelo de competencia monopolística abordan temas como la diferenciación de productos y la competencia imperfecta en el ámbito de los mercados globales. Estas nuevas perspectivas han enriquecido la discusión sobre el comercio global y han facilitado una comprensión más profunda de sus efectos económicos y políticos.

Era un fuerte defensor del libre comercio, sosteniendo que no solo aumenta la eficiencia económica, sino que también eleva los niveles de vida. En contraposición, el modelo monopolístico planteado por Paul Krugman se distancia de la competencia perfecta y presupone que las compañías poseen un cierto nivel de poder en el mercado. Para esta teoría se requieren dos premisas fundamentales; la existencia de economías de escala internas, dado que esto sucede cuando al aumentar los costos en factores, se

incrementa la producción en un porcentaje superior. En otras palabras, el costo medio de producir cada unidad se reduce al incrementar la producción y a medida que el consumidor tiende a la variedad. A los compradores les agrada tener la posibilidad de seleccionar entre diversas alternativas de cada producto, en vez de contar con una sola opción.

Krugman indica que una parte del comercio global, en especial entre naciones con atributos similares, mediante la competencia imperfecta y las economías de escala en incremento pueden comprenderse. En una competencia monopolística, estos países producen productos que, aunque resultan ser parecidos, tienen rasgos que los diferencian. Estos rasgos de distinción en los productos y el carácter de la competencia monopolística crean un efecto considerable en base a los patrones de comercio mundial, así pues, es la forma en que se reparten las ventajas comerciales entre las naciones que participan.

Krugman también argumentó que el comercio internacional se encuentra impulsado por la búsqueda de economías de escala y la especialización. Esto quiere decir que las empresas deben disminuir sus costos unitarios teniendo una producción en gran cantidad, lo que da como resultado una mayor especialización y comercio internacional.

## **.9 Teoría de juegos**

La teoría de juegos dirige su enfoque a analizar cómo la interacción estratégica entre países influye en la cooperación regional. Desarrollado por expertos como Robert Aumann y John Nash, este método identifica Acuerdos de Complementación Económica (ACE) desde una visión de interacción estratégica entre integrantes, de esta forma considera que los países toman decisiones basadas en sus intereses y las respuestas que los otros integrantes esperan, lo que permite entender cómo funcionan los incentivos y dinámicas de cooperación o conflicto en el contexto de los ACE (Jiménez, 2018).

Esta teoría resalta los desafíos de cooperación y estratégicos que dificultan la posibilidad de que existan acuerdos de integración comercial profunda entre países, con diferencias de intereses y poder. Este enfoque en específico se utiliza para analizar acuerdos de integración como los tratados comerciales o políticos entre naciones. En estos casos los países deben enfrentar incentivos, barreras, y costos que influyen en su

decisión de colaborar o actuar de forma individualista. Los incentivos se relacionan con los beneficios obtenidos mediante la cooperación, como el aumento del acceso al mercado exterior, la mejora de la eficiencia productiva y la reducción de costos a través de la integración económica, o la resolución de desafíos comunes, como la seguridad nacional y los problemas ambientales, a través de la cooperación política.

Por ello, la puesta en marcha de acuerdos de integración se topa con varios desafíos, tales como la desconfianza entre naciones, disputas de intereses, problemas para armonizar políticas y la resistencia nacional. Al examinar estos retos, sumado a los incentivos y costos, se puede entender de manera más profunda las decisiones estratégicas que adoptan las naciones al ponderar la cooperación o el egoísmo. Esto también contribuye a determinar las condiciones requeridas para alcanzar pactos de integración exitosos y sostenibles. Dentro del marco de acuerdos regionales, este estudio muestra que, a pesar de que los países tienen incentivos para mantener barreras comerciales para salvaguardar sectores vulnerables, el incremento generalizado de estas barreras puede provocar la pérdida de los posibles beneficios de un mercado unificado (Lee y Otros, 2004).

La teoría de juegos tiene como punto fuerte permitir realizar simulaciones sobre distintos posibles escenarios dentro de los ACE. Lo que permite que expertos y analistas tengan un instrumento fuerte para identificar y valorar los diferentes o posibles resultados de las decisiones estratégicas que se toman dentro de las naciones. Por otro lado, esta teoría permite determinar estrategias adecuadas dependiendo de la nación en base a sus metas, gustos, y tendencias.

Como toda teoría, también presenta restricciones, una de las más sobresalientes se basa en suposiciones de que los integrantes o participantes resultan lógicos y tienen datos perfectos. Lo que significa que esto podría resultar no factible ya que por lo general la información obtenida suele ser irracional y restringida. Esta teoría no considera elementos sociales y políticos que puedan alterar en forma negativa los resultados y restringir su utilidad.

## **.10 Marco Conceptual**

### **.10.1 Estudio cualitativo de mercado**

La investigación cualitativa en Marketing desempeña un papel vital en el respaldo de la toma de decisiones, en particular en su calidad de diseño exploratorio, pero también en su calidad de diseño descriptivo. El estudio cualitativo puede ayudar a identificar un problema de investigación, apoyar investigaciones cuantitativas, descriptivas o causales, o transformarse en una metodología autónoma (Flick, 2012).

A menudo, se utiliza la investigación cualitativa para establecer hipótesis y reconocer variables que requieren ser incluidas en los procedimientos cuantitativos. Además, puede utilizarse más adelante o en conjunto con los procedimientos cuantitativos, cuando se necesite clarificar los resultados estadísticos. Además, se pueden utilizar los diseños de investigación cualitativa de forma personal, después de una valoración minuciosa de las fuentes de datos secundarias, o incluso en un proceso iterativo junto a las fuentes de datos secundarias.

### **.10.2 Tendencias de consumo**

Las tendencias de consumo son los resultados de la preferencia general, pueden verse afectadas por la moda, pero no son tan rigurosas. Por lo tanto, la sociología de las tendencias busca comprender las condiciones que generan estas tendencias, teniendo en cuenta 1, Los procesos de emulación, 2. La difusión y 3. El papel de marca social (Requena, 2010). Según Erner, no interesa el formato, pueden ser macrotendencias o microtendencias, o como él las llama, pueden ser masivas o confidenciales, y estas últimas las llamaré fraccionadas. Las confidenciales (de acuerdo con mi entendimiento), hacen referencia a un grupo restringido de personas que se adhieren a determinados patrones simbólicos, mientras que las masivas se integran de manera más abierta a los grupos sociales.

Además, también es posible determinar las tendencias basándose en afiliaciones ideológicas, que se fomentan por un motivo, ya sea social, político, espiritual, entre otros. Estas se distinguen por una responsabilidad ideológico o una lucha o un deseo en torno al destino de la sociedad" (Dueñas y Otros, 2010), es en ese momento donde los individuos asumimos responsabilidades sociales. Aunque las

tendencias se expresan en los individuos, estas están regidas por un estado de evolución, propagación y asimilación.

### **.10.3 Demanda de producto**

Se puede denominar demanda a la cantidad de un producto o servicio específico que el mercado, compradores y consumidores estén dispuestos a adquirir con el fin de satisfacer deseos y necesidades, en distintos niveles de precio, dependiendo de su capacidad de compra individual. Según Fisher & Espejo (2011), la demanda se refiere a "las cantidades de un producto que los consumidores están preparados para comprar a los posibles precios del mercado". Por ello, la demanda se expresa mediante la relación entre la demanda y los precios, ilustrada mediante una curva que muestra las cantidades de un producto que un consumidor está dispuesto a comprar a diferentes tipos de precios.

### **.10.4 Oferta de producto**

De acuerdo con Ávila (2006), "se establece la oferta de un producto por las distintas cantidades que los productores están preparados y listos para presentar en el mercado, basándose en diversos niveles de precios, durante un periodo determinado". La cantidad de los productos o servicios que se encuentran disponibles para ser comercializados, son denominados oferta, los cuales se pueden comercializar a un precio y en un tiempo específico para lograr satisfacer las necesidades o anhelos, la oferta se fundamenta directamente en los productores. Así pues, la curva de oferta se representa a través de la relación entre el precio de un producto y la cantidad proporcionada, su curva presenta una inclinación positiva.

La interacción entre oferta y demanda se expresa a través de una relación, cuyo objetivo es determinar el precio, en la que los compradores y vendedores desempeñan un papel fundamental en el mercado. De acuerdo con García, Díaz, Upegui, J., & Velásquez (2016), establecen que "las variables de oferta y demanda contribuyen a la formación del precio". En otras palabras, la oferta y demanda determinan los precios entre compradores y vendedores, donde sin estos no existe el mercado. En cualquier mercado, la relación entre la ley de oferta y la demanda se fundamenta directamente

en el precio, lo que significa que, a mayor precio de un producto, más unidades se ofrecerán para la venta; en la ley de demanda, siempre es el contrario al precio.

### **.10.5 Mercado chino**

En términos de economía, China posee una de las economías más grandes y versátiles del mundo. Es considerado como el principal exportador y un punto clave en la industria manufacturera.

Por otro lado, Beijing es el centro político y cultural de China. Esta ciudad desempeña el papel de ser la capital de China, con una trayectoria de más de 3.000 años. Actualmente, alberga diversas empresas estatales y multinacionales, se dice que acoge más de 9.000 misiones diplomáticas, empresas y entidades multinacionales, además un sin número de instituciones privadas y públicas de China. Cada año, Beijing alberga la mayoría de los encuentros internacionales y se destaca como el principal núcleo creativo. La ciudad cuenta con una gran cantidad de monumentos históricos, entre los que se incluyen varios en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO, tales como el Templo del Cielo, la Ciudad Prohibida, el Palacio de Verano, las Tumbas Ming y la Gran Muralla (Red Mundial de Información Agrícola, 2009).

Con el progreso de Beijing, el crecimiento del interés de las personas ha aumentado con respecto a la seguridad alimentaria. En una entrevista sobre seguridad alimentaria llevada a cabo en 2007 por la Asociación de Cadenas de Tiendas y Franquicias de China (CCSFA) en cinco grandes ciudades de China, se demostró que, en 2006, más del 95% de los encuestados demostraron interés por la seguridad alimentaria. En base a lo encuestado, aproximadamente el 75% de las personas consultadas se encontraban dispuestas a entregar una suma de dinero extra para de esta forma garantizar la seguridad alimentaria. El sondeo también reveló que los consumidores prefieren a los supermercados e hipermercados para adquirir el 70% de todos sus alimentos refrigerados.

## **.10.6 Tendencias de consumo de Superfoods.**

El creciente interés de los consumidores por llevar una alimentación más saludable ha impulsado un notable crecimiento en la industria de alimentos ricos en nutrientes y que ayudan al bienestar del individuo. Como resultado, se espera que en los próximos años la demanda del consumo de estos productos catalogados como “superalimentos” continúe en aumento, lo que implica para los exportadores un desafío ya que son ellos quienes tendrán que adaptar sus estrategias para mantenerse de manera competitiva dentro de los mercados.

Cabe recalcar que el consumidor actual tiene conocimiento del valor nutricional de los productos que consume y de los efectos que estos tienen en su salud. La atracción del consumidor muestra una preferencia por alimentos naturales o sin aditivos artificiales. Tanto los productos funcionales como orgánicos han demostrado un aumento en su demanda. No obstante, en los últimos años, el comportamiento de los consumidores refleja un claro interés por invertir en una dieta equilibrada compuesta por lo que se conocen como superfoods (Journal, 2021).

Las tendencias actuales de consumo global han llevado a un incremento en la demanda de países avanzados o desarrollados y en lugares lejanos a su origen. Esto se ve en muchas de las guías alimentarias que algunos países aplican, cuyo fin es mejorar la calidad de vida de las personas, promoviendo el consumo de vegetales, frutas, cereales y alimentos bajos en sal, grasa y azúcar. Según la FAO, las proyecciones de uso global de cereales considerados superfood alcanzarán 2 859 millones de toneladas durante el 2024-2025, lo que representa 1,8 millones de toneladas y un aumento del 0,6 % en comparación con el periodo 2023-2024.

## **.11 Marco Legal**

En este apartado se presentan los aspectos legales fundamentados en las normas y leyes con respecto al tema de la investigación.

### **.11.1 Constitución de la República del Ecuador**

La Constitución de la República (2008), establece la política comercial del Ecuador, basada en la dinamización de la economía, la innovación productiva y el fomento del cambio de la matriz productiva del país, para la promoción de nuevos productos que respondan a los actuales desafíos y demandas del mercado nacional e internacional.

Especialmente en el artículo 304 se señala que es necesario fomentar, consolidar y estimular los mercados internos, siguiendo la meta estratégica definida en el Plan Nacional de Desarrollo. Además, normar, fomentar y llevar a cabo las medidas pertinentes para fomentar la integración estratégica del país en la economía global. Al mismo tiempo, potenciar el sistema productivo y la producción a nivel nacional. Adicionalmente, fomentar la soberanía alimentaria y energética, y disminuir las inequidades internas, promover el crecimiento de las economías a gran escala y del comercio equitativo. Es importante prevenir las acciones monopólicas y oligopólicas, especialmente en el sector privado, y otras que perjudiquen el funcionamiento de los mercados.

Como se puede observar, en este artículo se presentan los principios generales sobre la política exterior del país, como el respeto a la soberanía de otros Estados, la promoción de la paz y la cooperación internacional, la defensa de los derechos humanos a nivel global, entre otros aspectos.

Por otra parte, el artículo 305 señala que la determinación de tarifas y sus respectivos niveles son responsabilidad exclusiva de la Función Ejecutiva. Adicionalmente, en el artículo 306 de esta Ley se señala que el Estado fomentará las exportaciones que respeten el medio ambiente, dando preferencia a las que creen más empleos y valor añadido, especialmente las de los pequeños y medianos productores y la industria artesanal. El Estado promoverá las importaciones requeridas para alcanzar las metas del desarrollo y evitará las que impacten de manera adversa en la producción nacional, en la población y en la naturaleza (Constitución de la República del Ecuador, 2008, p. 142).

Como se puede apreciar, la legislación nacional en adecuación de la normativa constitucional promueve una política integral de desarrollo para exportación de productos ambientalmente responsables, lo que se adecua a la evolución del mercado internacional, en productos y demás artículos que no generen un impacto inadecuado en la naturaleza y las personas.

Por ello, la exportación de quinua a mercados de China se establece sobre las normativas presentadas en los artículos 304 – 306 (Constitución de la República del Ecuador), que fomentan una política comercial ambientalmente responsable que responde a los intereses del país para un posicionamiento competitivo en el contexto internacional de innovación productiva y exportaciones complementarias en la productividad globalizada.

### **.11.2 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)**

El COPCI se ha instaurado como un marco legal particular para el crecimiento económico, la producción y el fomento de la innovación en el progreso nacional. Por lo tanto, establece el papel del Estado en el progreso productivo, basado en la institucionalidad de Ecuador, como los cimientos de la expansión comercial y el desarrollo económico. Por lo tanto, se definen los siguientes artículos:

El artículo 5 establece que el Estado fomentará el desarrollo productivo y la alteración de la matriz productiva, mediante la implementación de políticas y la generación e implementación de instrumentos e incentivos, (...). Para cambiar la matriz productiva, el Estado fomentará la inversión en producción incentivando el crecimiento productivo de sectores con fuertes externalidades positivas, con el fin de incrementar el nivel mundial de productividad y las capacidades para la innovación en toda la economía. Esto se logrará a través de la coordinación y articulación de iniciativas públicas, privadas, populares y solidarias de innovación y transferencia tecnológica productiva, y la vinculación entre las iniciativas de innovación empresariales.

Simultáneamente, la implementación de una política comercial enfocada en el desarrollo de todos los actores productivos del país, en particular de los de la economía

popular y solidaria, junto con las micro, pequeñas y medianas empresas, con el objetivo de garantizar la soberanía alimentaria y energética, las economías de escala y el comercio justo, además de su integración estratégica a nivel global; g. i. El aumento de la productividad de los participantes.

Además, el artículo 57 indica que la democratización productiva se refiere a las políticas, procedimientos e instrumentos que promuevan la descentralización de recursos y factores productivos, y faciliten el acceso a financiación, capital y tecnología para llevar a cabo actividades de producción. Como protectores de la soberanía alimentaria, el Estado resguardará a la agricultura familiar y comunitaria, además de la artesanía, el sector informal urbano y la micro, pequeña y mediana empresa, aplicando políticas que controlen sus relaciones con el sector privado (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2013, pág. 28).

Como se puede apreciar, el COPCI promueve un cambio en la matriz de producción al orientar esfuerzos hacia la generación de nuevos productos y una agricultura ecológicamente consciente y sostenible. En este escenario, este análisis propone impulsar las exportaciones de quinua al mercado chino, con la finalidad de promover el desarrollo económico y productivo de Ecuador a escala mundial, incentivando de esta manera la expansión comercial del país en áreas de mercado de alta demanda a nivel mundial.

## 1 Capítulo II

### 2 Análisis del producto

#### .12 Características del Producto

La quinua, también conocida como el grano de oro de Ecuador, posee un elevado valor nutricional por lo cual se ha convertido en un producto llamativo con una tendencia creciente de exportación a diversos países en los últimos años. Normalmente se ingiere quinua en sopas, pero varias empresas la industrializan transformándola en harinas, aperitivos, pastas, fideos, galletas, barras energéticas y otros productos. La quinua puede ser encontrada en cualquier supermercado del país en sus diferentes versiones, y se está exportando a países como Alemania y Estados Unidos.

La quinua se caracteriza por su elevada calidad de semilla, las cuales se pueden ingerir de manera similar al grano. Normalmente, o se elabora y se añade a las sopas, o se transforma en harina para utilizarse en pan, bebidas o papillas. En términos nutricionales, la quinua puede competir en cuanto a energía con alimentos similares como frijoles, maíz, arroz o trigo. (FAO, 2015)

**Tabla 1**

*Contenido de macronutrientes por cada 100g*

	<b>Quinua</b>	<b>Frijol</b>	<b>Maíz</b>	<b>Arroz</b>	<b>Trigo</b>
Energía (kcal/100g)	399	367	408	372	392
Proteína (kcal/100g)	16,5	28	10,2	7,6	14,3
Grasa (kcal/100g)	6,3	1,1	4,7	2,2	2,3
Total de carbohidratos	69	61,2	81,1	80,4	78,4

Nota. Elaboración propia.

En años recientes, los estudios científicos acerca de la quinua han resaltado ampliamente por sus características nutricionales y funcionales. Esto se debe a que es uno de los escasos alimentos que incluye todos los aminoácidos necesarios y una extensa variedad de compuestos bioactivos, lo que la convierte en la opción más efectiva para luchar contra la desnutrición y prevenir enfermedades. Estas investigaciones también han resaltado la relevancia nutricional y la capacidad

antioxidante de las hojas de quinua, debido a su elevado contenido proteico, su presencia de compuestos fenólicos y una extensa variedad de compuestos bioactivos. De esta manera, se convierte en un alimento saludable debido a sus grandes proporciones de nutrientes y ventajas para la salud. (Pauca-Menacho).

Adicionalmente, la quinua posee la habilidad de ajustarse a diversos ambientes para su desarrollo (Hinojosa y Otros, 2018). Se trata de un cultivo facultativo halófilo con una elevada resistencia a la salinidad (Adolf y Otros, 2013) La quinua tiene la capacidad de resistir la sequía y se ha comprobado su correcto crecimiento en entornos regulados de alta temperatura (Hinojosa y Otros, 2019). Por otro lado, cuando se juntan el calor y la sequía puede reducir de una forma notoria la productividad de las semillas (Yang, y Otros, 2016). Las semillas de quinua son extremadamente provechosas para la salud, poseen un elevado contenido de fibra, vitaminas tales como el ácido ascórbico, alfa-tocoferol, tiamina y riboflavina, así como minerales, por lo cual ayudan a reducir los riesgos de sufrir enfermedades crónicas gracias a los atributos antioxidantes y anticancerígenos, mientras que su aporte de proteínas facilita el crecimiento y reparación de tejido celular y mejora el sistema inmune.

### **.12.1 Variedades de quinua**

La quinua de Ecuador es famosa por su calidad, destacando su color y sabor. En el suelo ecuatoriano, se cultivan diversos tipos de quinua, entre las cuales tenemos Chaucha, Tunkahuan, Imbaya, Chochasqui, entre otros. La Tunkahuan es la más cultivada debido a la facilidad de su semilla, sin embargo, cada sector y cada organización planta el tipo de quinua que prefieren. La quinua Chaucha se deriva de una planta baja y frondosa, cultivada en un sistema de monocultivo y su periodo de recolección es breve. Los granos de la quinua Tunkahuan tiene un sabor predominante dulce y posee un bajo nivel de saponinas, el cual es un compuesto propio de las plantas que las protegen de plagas, su consumo en los humanos es considerado como un anti nutriente ya que no permite que el cuerpo absorba el hierro, por lo cual en general es utilizada para la elaboración de detergentes, cosméticos, medicinas y suministros de limpieza. Su consumo puede ser ligeramente tóxico en los humanos, aporta un sabor amargo al grano por lo cual se debe reducir o eliminar este componente. Es por esto por lo que la quinua es sometida a un proceso de lavado químico y también se

recomienda lavar varias veces los alimentos o dejarlos en remojo, en especial los granos antes de su consumo.

## **.12.2 Uso de la quinua y sus derivados**

La quinua es una semilla que se puede emplear e ingerir de diversas formas. Es un superalimento que posee un elevado valor nutricional, sobresaliendo significativamente frente a los demás cereales. Esto es factible ya que, en su composición, posee los 10 aminoácidos indispensables que conforman las necesidades nutricionales del ser humano. Todas estas propiedades transforman a la quinua en un alimento integral y beneficioso para la salud. Podríamos utilizarlo en nuestro plan de alimentación. Según el tipo de quinua, pueden incorporarse en las dietas de pacientes con celíacos, además de individuos con diabetes (Quenua y Quinua, 2023).

Su principal aplicación es en la alimentación humana, siendo el grano andino el más versátil para el consumo: las hojuelas de quinua, el grano entero o tostado, polvos instantáneos y sémolas pueden ser elaborados de diversas maneras, lo que resulta en un amplio abanico de recetas, tanto tradicionales como innovadoras. (Organización de la FAO de las Naciones Unidas, 2013).

La mayoría de los productos de la industria de la harina se elaboran con granos enteros y harina de quinua. Diversas evaluaciones tanto en la región Andina como en otras regiones han demostrado la posibilidad de añadir 10, 15, 20 y hasta 40% de harina de quinua en pan, pasta, bizcochos y galletas. El mayor beneficio de la quinua como complemento en la industria del pan, radica en cubrir una demanda en aumento a nivel global de productos sin gluten. (Organización de la FAO de las Naciones Unidas, 2013).

Asimismo, existen otros usos industrializados, dado que de la quinua se pueden extraer una amplia gama de subproductos, como se puede observar en la figura 1, algunos de los derivados de la quinua son productos alimenticios en su mayoría, pero con la saponina que se extrae de la planta se elaboran productos tales como detergentes, cosméticos, productos de limpieza y aseo personal.

**Figura 1**

*Usos de la quinua y derivados.*



Nota. Obtenido de Food and Agriculture Organization of the United Nations.

En relación con las aportaciones de la quinua a la salud, los elementos fotoquímicos de esta son los encargados de sus características antioxidantes. Los antioxidantes contribuyen a disminuir la probabilidad de padecer enfermedades asociadas al estrés oxidativo. Se ha comprobado que los antioxidantes son útiles para una variedad de enfermedades, incluyendo el cáncer, las afecciones cardíacas, la diabetes y la obesidad. Al mismo tiempo, es un excelente aporte de fibra en la alimentación, que contribuye a disminuir el colesterol en la sangre y fomenta la sensación de saciedad. Teniendo en cuenta su carácter fibroso, resiste tanto la digestión como la absorción en el intestino delgado, fermentándose principalmente en este último (Yang, y Otros, 2016).

### .12.3 Elaborados de quinua en Ecuador.

Respecto al proceso de industrialización de la quinua, en el país se manejan procesos simples y semi complejos. En la gama ecuatoriana de productos elaborados a base de quinua se encuentran snacks, granola, barras energéticas, galletas, chocolates, pan de quinua, papilla para niños y en menor proporción se encuentran fideos. En la actualidad se están llevando a cabo procesos con tecnología que permitirá elaborar bebidas como yogurt, leche y jugos, pensando principalmente en la exportación de estos productos al mercado internacional.

#### Figura 2

##### *Derivados de la quinua*

Derivados de quinua	
Harina de quinua	Se emplea en panificación, galletería, repostería y en la elaboración de fideos de pasta corta
Hojuelas de quinua	Este producto es consumido previa cocción y mezclado con leche o jugo de frutas en el desayuno bajo la forma de "cereal".
Quinua perlada	Se utiliza directamente en la elaboración de sopas y guisos tradicionales o indirectamente para la elaboración de harinas, hojuelas y expandidos

Nota. INIAP , Elaboracion: Propia

Los productos derivados de la quinua se han ido diversificando en los mercados en el transcurso de los años. Aparte de la quinua perlada, los productos como snacks de quinua, pasteles y fideos son ahora demandados por los de los países desarrollados. La quinua se ha convertido en un nuevo recurso alimenticio en China, por lo cual ellos optaron por conseguir un permiso de comercialización de la administración de alimentos.

Este permiso se utiliza para indicar el control de calidad de la quinua perlada y es importante para la promoción del mercado de la quinua junto con el aumento de la producción y el permiso de ingreso al mercado. Actualmente, además de los productos

primarios es decir, de grano y harina de quinua, también se encuentra en el mercado muchos otros alimentos, como fideos, pan chino al vapor, copos, pasteles y galletas.

Los productos de quinua en el mercado chino se comercializan principalmente por internet, esto gracias a la tecnología desarrollada que poseen lo que facilita la obtención a los consumidores. Los precios de los productos aun no se encuentran estandarizados, el precio de la quinua perlada varía entre 3,5 y 23 dólares estadounidenses por kilogramo, esto va a depender de la marca y la calidad, mientras que el precio de un kilo de fideos de quinua oscila entre 11 y 31 dólares. Lo que nos indica que los productos a base de quinua una vez procesados, tienden a incrementar su precio en el mercado. Otro ejemplo podría ser, el precio del licor de quinua, que es de 80 dólares por botella de 500 ml.

#### **.12.4 Zonas de producción**

La quinua es un cultivo nativo de los Andes, cultivándose con mayor prevalencia en Perú, Bolivia y Ecuador, donde se siembra en áreas de mayor a menor extensión. En el país, se planta en la Sierra, particularmente en las provincias de Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Loja. Su ciclo de vegetación varía entre 5 y 8 meses, dependiendo de las múltiples variedades presentes, entre las que sobresalen la Tunkahuan, Ingapirca, Cochasqui, Imbaya, entre otras. Según Mena, 2013

Para un adecuado crecimiento y producción de quinua, se necesitan los siguientes elementos climáticos:

**Ambiente:** Es necesario mantener una temperatura de 15 a 20 grados centígrados, dado que este producto requiere climas cálidos y fríos para obtener un rendimiento superior.

**Precipitación:** Es imprescindible una lluvia de 400 a 1000 mm durante todo el ciclo vegetal.

**Iluminación:** Para llevar a cabo el proceso de fotosíntesis y transpiración de la planta, es necesario entre 6 a 7 horas de sol diariamente.

### Figura 3

#### *Zonas productoras de quinua*



Nota. Zonas productoras de quinua en Ecuador. Tomado de (blogspot, 2013)

Además, la quinua tiene la capacidad de adaptarse a una variedad de entornos para su crecimiento (Hinojosa y Otros, 2018). Es un cultivo facultativo halófilo que presenta una alta resistencia a la salinidad (Adolf y Otros, 2013). La quinua tiene la capacidad de resistir la sequía y se ha comprobado su correcto crecimiento en entornos regulados de alta temperatura (Hinojosa y Otros, 2019). No obstante, la mezcla de sequía y calor puede disminuir significativamente la productividad de las semillas (Yang, y Otros, 2016). Las semillas de quinua son tremendamente beneficiosas para la salud, contienen un alto nivel de fibra, y distintas vitaminas, aminoácidos, alfa-tocoferol, tiamina y riboflavina, además de minerales.

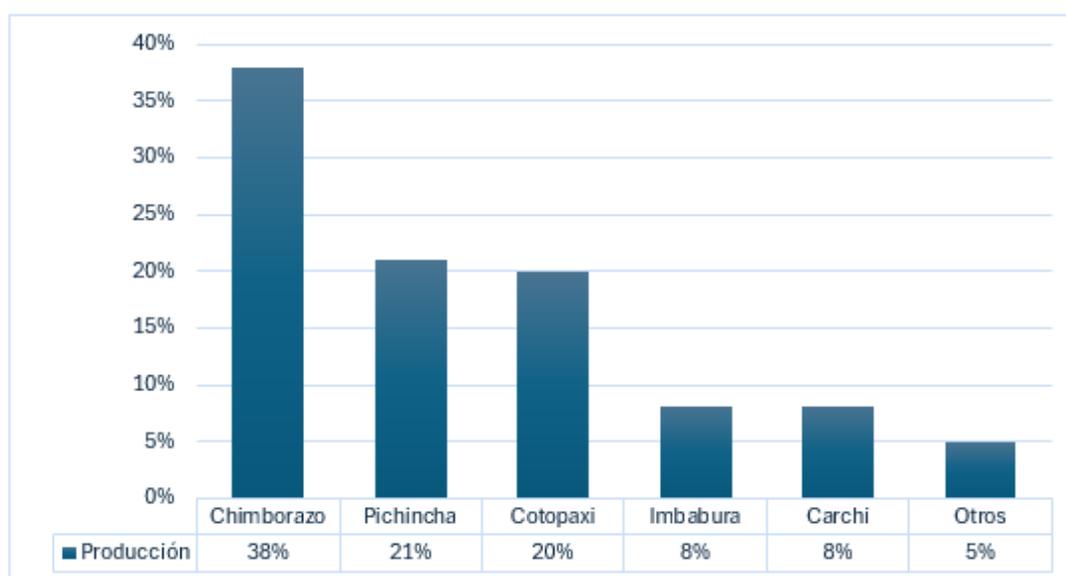
## .12.5 Producción de quinua por provincias.

En su mayoría la variedad de quinua que se produce en Ecuador es la INIAP Tunkahuán, esto se debe a su característico sabor entre amargo y dulce y es procedente de los cultivos tradicionales, es decir, cultivo orgánico. Esta es la variedad con más demanda por parte de las industrias ya que debido a la uniformidad y homogeneidad del grano procesarla resulta más fácil.

A finales del 2023, se registra que la provincia que tiene un volumen de producción mayor es en Chimborazo con un 38%, le sigue la provincia del Pichincha con un 21%; en tercer lugar, se encuentra Cotopaxi con un 20%; en cuarto y quinto le sigue Imbabura y Carchi con 5%.

**Figura 4**

*Porcentaje de producción de quinua por provincias (2023)*

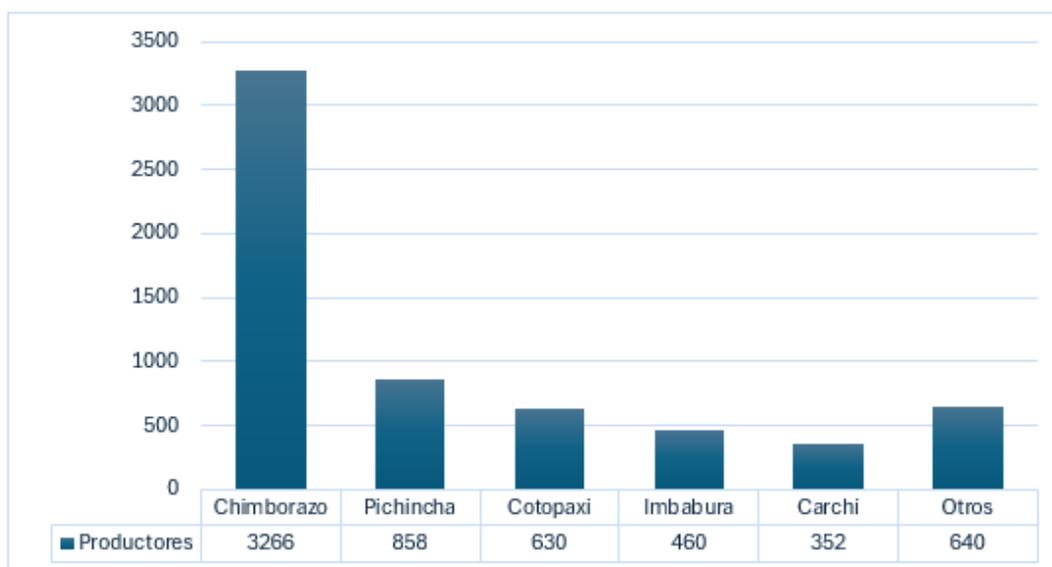


Nota. Obtenido de Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), elaboración propia.

Se registra un promedio de 6 mil pequeños productores, quienes pertenecen a 60 organizaciones, que actualmente se dedican a la siembra y cosecha de quinua, con media hectárea en promedio por familia. A continuación, en la figura 5, se muestra las cantidades de productores de quinua distribuidos por provincias.

## Figura 5

*Productores por provincias de quinua año 2023 (número de personas).*



Nota. Obtenido de Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), elaboración propia.

Según los datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), en Chimborazo es donde se encuentra la mayor cantidad de productores, con un 52% que corresponden a los 3266 productores. En segundo lugar, se encuentra la provincia del Pichincha con un 13% correspondiente a 858 productores; en tercer lugar, tenemos a la provincia de Cotopaxi con 630 productores que corresponden al 10%; en cuarto lugar, la provincia de Imbabura con 460 productores correspondientes al 7%; y por último tenemos a la provincia del Carchi con una cantidad de 352 productores que representan un 5% sobre el total. El porcentaje restante con un 11% corresponden a las otras provincias del país.

En su gran mayoría son pequeños productores, quienes son arrendatarios y su fuente de ingreso va a depender del nivel de producción y del cultivo. Por lo cual la mayoría de los agricultores buscan realizar otro tipo de actividades en diferentes zonas urbanas para poder solventar sus gastos, ya que esta es una producción estacionaria por lo que se ven obligados a buscar otras fuentes de ingresos.

## Capítulo III

### 3 Análisis de Mercado (interno y externo)

#### .13 Mercado chino

El mercado de consumo en China se destaca por ser uno de los más grandes y dinámicos a nivel mundial, con una población que ronda los 1.400 millones de personas y un notable aumento en la clase media. La creciente inclinación hacia productos más saludables y de alta calidad muestra cómo han cambiado las preferencias de los consumidores.

Para el consumidor chino, es importante conocer la historia detrás de los productos que consumen, debido a que valoran en gran parte su origen y autenticidad, por lo que esto va más allá de solo adquirir un producto alimenticio, ellos buscan crear una conexión de confianza con lo que consumen.

China, en el pasado ha enfrentado diversos problemas con la seguridad de los alimentos, por lo tanto, se ven atraídos por productos con certificaciones y con un origen definido lo que les garantiza calidad. El saber de dónde proviene el producto que consumen, les aporta tranquilidad al momento de comprarlo. También son tradicionales, por lo cual están dispuestos a pagar más por un producto con historia, que refleje un impacto positivo al medio ambiente y que las comunidades productoras se vean beneficiadas.

##### .13.1 Tendencias de consumo del mercado chino

Con un porcentaje de penetración del 57%, los consumidores chinos compran pan en cantidades considerablemente menores a las de la mayoría de los países: el promedio mundial es del 78%. Sin embargo, uno de cada cuatro afirma que su uso está en crecimiento, destacando como factores esenciales la salud, el aumento de la novedad y la diversidad. Un motivo clave para la compra es la reducción del azúcar, además de la seguridad de los productos y las declaraciones de naturaleza. En relación con los cereales, la penetración es inferior a la media mundial, aunque no por un margen considerable. Para los consumidores de China, los factores de salud son los más importantes, incluso sobre el gusto (Cheung, 2023).

La salud desempeña una participación principal en lo que respecta a las actuales tendencias de consumo de alimentos en China. Debido a esto, todo lo que implique o tenga que ver con atributos relacionados con la salud tienden a sobresalir ante este actual cambio de consumo, ya que los consumidores los valoran por encima de aspectos como el gusto y el precio en diversas categorías. De igual forma, los elementos saludables y funcionales son altamente demandados, lo que tiene como consecuencia un potencial beneficio para las marcas, quienes deben reflexionar sobre cómo introducirlos para elevar el atractivo de los productos.

Por otro lado, se sustenta que lo que los productos sostenibles y amigables con el medio ambiente pueden ser más frecuentes, ya que los consumidores del mercado chino serían más propensos que el promedio para adaptarse a estos cambios. En última instancia, lo tradicional añaden valor a los productos para los consumidores, aunque también se ven atraídos por la innovación y variedad. Como algo positivo, las marcas pueden explorar una combinación de lo tradicional con lo actual. Por ejemplo, en la categoría de productos vegetales, la soja y otros productos derivados de judías tienen una sólida presencia y aceptación en el país, sin embargo, existen oportunidades para enfocarse de manera innovadora en los sabores y las novedades (Cheung, 2023).

Un estudio realizado en China sobre los hábitos de consumo revela que las mujeres corresponden al grupo de consumidores más importantes de consumo de alimentos saludables. Además, dentro de los principales mercados de consumo en el país se encuentran ciudades como Qingdao, Shanghái, Cantón y Chengdu. Entre los principales interesados en estos productos se encuentran quienes buscan la forma de perder peso de manera saludable, y los vegetarianos.

Según los datos del Sistema de Verificación de Información de la Organización Nacional de China, hasta el 2020 se contabilizaron 40 empresas de producción y procesamiento de quinua en el país: 29 en Shanxi, 3 en Qinghai; 2 en Gansu y Jilin y 1 en Beijing. En el ámbito del comercio electrónico, generalmente se llevan a cabo ventas al por mayor a través de empaques de 25 kg, y una plataforma exitosa en ventas puede añadir 20 mil unidades al mes. En cambio, en el comercio al por menor, una sola marca posee la habilidad de vender 500 bolsas de medio kilo al mes, incluso sin requerir publicidad (Pita, 2021).

Al finalizar el 2020, China ratificó el pacto de comercio más amplio a escala mundial que incluye a la Asociación Económica Integral Regional (RCEP), donde se incluyen a países que pertenecen a la Asociación de las Naciones de Asia Sudoriental, Japón, Corea del Sur, y Nueva Zelanda. Lo que significa una competencia comercial sin barreras que está incitando el desarrollo y la vitalidad en una economía globalizada, donde este país asiático representa el principal mercado mundial. Este ámbito de comercio global equivale a un PIB de 26,2 billones de dólares, gestionando así un tercio de la economía y el comercio global.

## .14 Exportación de Ecuador al mundo

Las exportaciones de la quinua ecuatoriana corresponden a uno de los rubros más importantes que pertenecen a los productos no tradicionales debido a que genera un incremento en la economía del país, la quinua de exportación, igual que sus derivados deben cumplir con normas de calidad requeridas por lo países a donde se exportan, por lo cual se debe establecer formas para el control de calidad del producto.

Actualmente la modalidad que se establece o pacta para realizar la exportación del producto es el FOB (Free on Board) donde quien exporta es el encargado de establecer un precio en base a los costos que debe cubrir hasta entregar la mercancía en la cubierta del buque que transportara la carga.

**Tabla 2**

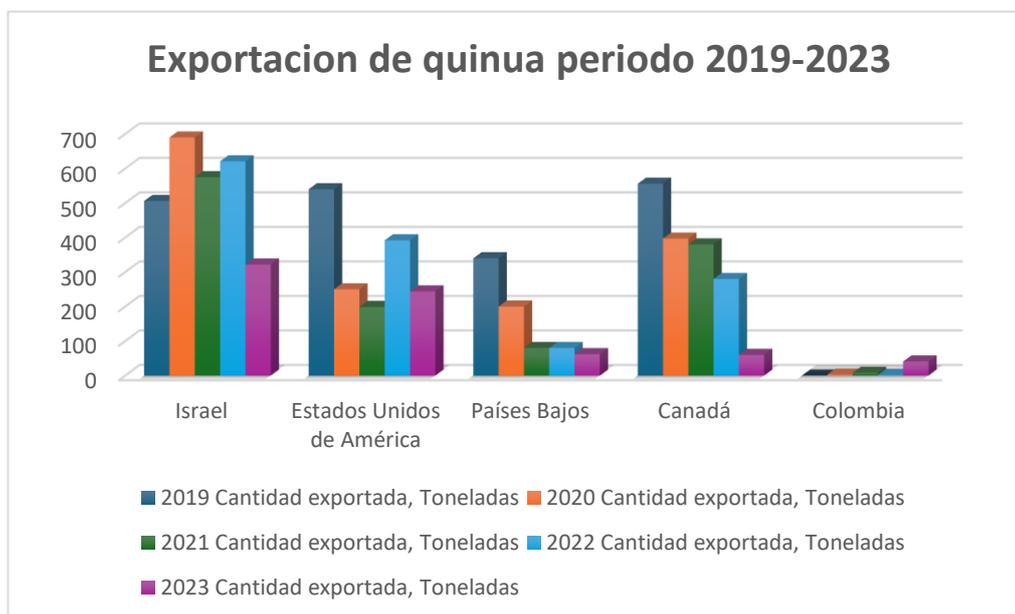
*Principales compradores de la subpartida 100850*

Importadores	2019 Cantidad exportada, Toneladas	2020 Cantidad exportada, Toneladas	2021 Cantidad exportada, Toneladas	2022 Cantidad exportada, Toneladas	2023 Cantidad exportada, Toneladas
Mundo	2389	1798	1439	1442	803
Israel	506	690	575	621	322
Estados Unidos	540	250	199	392	244
Países Bajos	340	200	80	80	62
Canadá	556	397	380	280	60
Colombia		3	8	2	41
Alemania	141	80	80		35
Francia	81	77	67	30	34

Nota. Datos obtenidos de Trademap. Elaboración propia.

**Figura 6**

*Volumen de exportación por toneladas de quinua (2019-2023)*



Nota. Obtenido de Trademap. Elaboración propia.

Como se puede observar los principales destinos de exportación de la quinua, lidera Israel con 322 toneladas, lo que corresponde al 40.6%, seguido de Estados Unidos con 244 toneladas, con un 30.4% y Países Bajos con 62 toneladas, 7.7% de exportaciones mundiales. Ecuador en los últimos años ha tenido inconvenientes en cuanto a su exportación, la producción se ha visto afectada por varios factores entre ellos las inundaciones, sequías, plagas. En el 2018 las inundaciones fueron la principal causa de disminución de la producción del producto.

Este descenso tanto en exportación como producción se puede evidenciar por tres factores: acrecentamiento desmedido de la producción de los principales países exportadores Perú y Bolivia, derrumbe en el precio internacional de la quinua, y la alta competitividad en costos de producción de los principales países exportadores. Esto desmotivó a los agricultores a que cambiaran por otros cultivos de ciclo corto, como: trigo, maíz, cebada, chocho, amaranto. (Velásquez, 2019).

La quinua es el quinto producto de exportación de Ecuador. El BCE registra a unos 10 exportadores de este producto, siendo Inagro el más grande, con USD 112.700 en exportaciones entre enero y marzo de 2023. (González, 2023)

En cuanto a los productos de exportación de quinua, en el 2022 el 95.3% fue en grano, seguido de salsas en conserva con 2.4%, hojuelas con 0.9%, harina con 0.6%, quinua pop con 0.4% y otras preparaciones dentro de las cuales se encuentra el chocolate, granola, entre otros, con un 0.4%. En cuanto al 2023, las exportaciones de la quinua en grano, la cantidad exportada fue de 51% para la variedad convencional y de 49% para la orgánica. Sobre las otras preparaciones de quinua, fue de 77 % hacia la quinua precocida, galletas 4%, y snack o barras 2%.

Para fortalecer la exportación de productos derivados de la quinua, empresas crearon el Consorcio Ecuatoriano de Exportadores de Quinua en el transcurso del 2018. El consorcio articulado principalmente por Urcupac, Inagro, Cereales Andinos, Fundamyf y Fundación Maquita. Estas empresas lograron llegar a convenios con asociaciones de productores que incluyen la entrega de la semilla, asistencia técnica, proveer maquinaria agrícola para la etapa de nivelación del suelo, cosecha y posteriormente la postcosecha, así también como capacitaciones y diferentes cursos para tratar el suelo y producción agrícola.

## **.15 Balanza comercial Ecuador - China.**

Las relaciones diplomáticas entre Ecuador y China se establecieron de manera formal el 2 de enero de 1980, y desde aquel entonces se han estrechado lazos comerciales para impulsar el intercambio de bienes, productos y servicios entre los dos países (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2022). Recientemente se logró firmar un tratado de libre comercio entre Ecuador y China, el primero del país andino con un país asiático, el cual entró en vigor en mayo 2024, con lo que productos ecuatorianos pueden ingresar sin aranceles a un mercado estimado de 1,4 millones de consumidores. El acuerdo comercial permitirá que el 99,6 % de las exportaciones no petroleras de Ecuador ingresen al país, con lo cual se podrían llegar a crecer entre 3.000 y 4.000 millones de dólares en 10 años. (Ministerio de Comercio Exterior)

En lo que se refiere a la exportación de quinua al mercado chino, la República del Ecuador debe promover e incentivar un mayor acercamiento al mercado chino, teniendo en cuenta la gran demanda de productos de este gigantesco país y su impacto en el mercado global. (González, 2017).

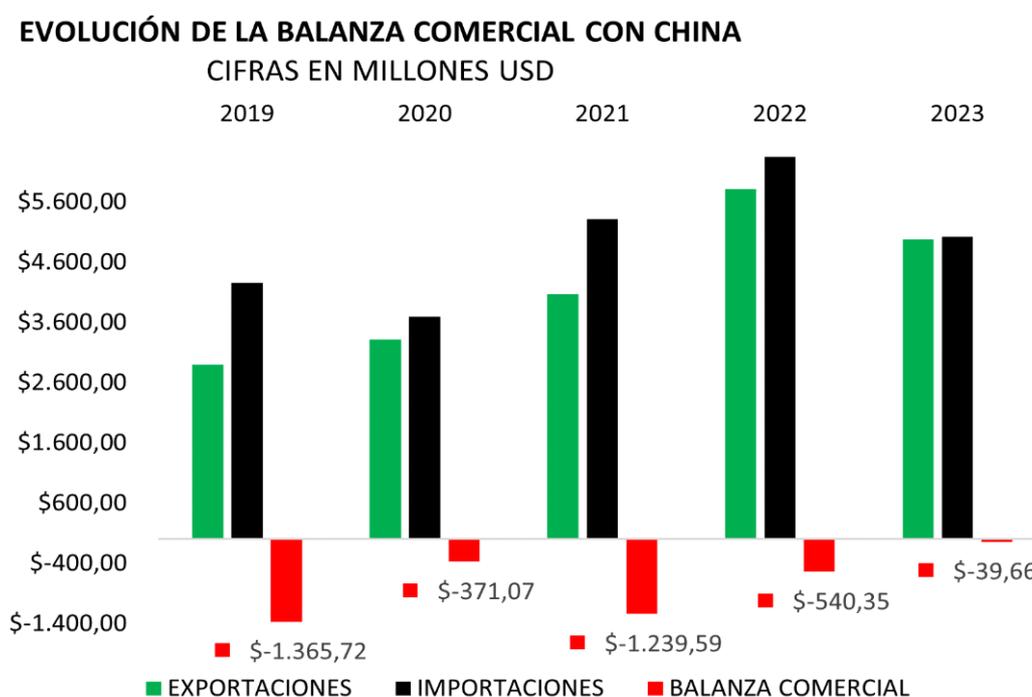
Al China ser una economía poderosa, el realizar nuevos acuerdos comerciales son fundamentales para propiciar el incremento económico del Ecuador. Con estos tratados se puede diversificar las exportaciones de los productos ecuatorianos como, por ejemplo, camarones, cacao, banano. Estos productos corresponder a las principales exportaciones no petroleras del país, las cuales durante el periodo de enero a octubre del 2023 alcanzaron \$ 4.977,3 millones, superando de esta forma las importaciones y se generando un superávit de \$ 675,7 millones, lo cual dio como resultado un avance positivo para la economía del país. (Actuarial, 2024)

Por otro lado, surgen algunas inquietudes sobre esta relación comercial, en base a si Ecuador podría tener avances en la capacidad de su proceso de industrializar. A pesar de que esta relación fomenta el crecimiento económico del país, también se encuentra el tema de que los productos chinos se ofertan en el mercado a un menor costo, por lo cual esto podría afectar a la industria o comercio local, ya que al tratar de igualar los precios que estos manejan no resulta beneficioso para los medianos y pequeños comerciantes. (Actuarial, 2024)

Al examinar el saldo de la balanza comercial entre ambos países, se observa una reducción progresiva del saldo negativo, que en 2021 fue aproximadamente de \$1200 millones. Para 2022, alcanzó una cifra de \$540 millones, aunque es cierto que para 2023 la situación mejora con un saldo negativo de \$39 millones USD, el intercambio comercial es relativamente menor a la situación de 2022, donde se exportó e importó un monto más bajo.

**Figura 7**

*Balanza comercial Ecuador – China (2019 – 2023), en miles de millones de dólares*



Nota. Banco Central del Ecuador; Ministerio de Economía y Finanzas, 2023.

La promoción de nuevos productos en el mercado global debe basarse en la evolución del comercio hacia nuevos nichos que exigen productos amigables con el medio ambiente y bajos en procesados. En este contexto, se establece el elemento de desarrollo de la innovación en productos de importancia actual, como la quinua, que representa un avance culinario en el cuidado y conservación de la salud y se adapta a los intereses de posicionamiento comercial de este producto, considerando que la

quinua tiene alta demanda en el mercado global, especialmente en la República Popular China, que es el segundo mercado de consumo para el Ecuador (Palacios & Garmendia, 2016).

Por esta razón, las relaciones bilaterales son claves para el desarrollo ecuatoriano, dado el peso que tiene el gigante asiático en el ámbito político, económico y productivo del mercado internacional y es sobre esta base que la diversificación del mercado nacional planea ingresar y reforzar a los productos ecuatorianos en el mercado chino.

En la actualidad, Ecuador exporta al país asiático camarón, rosas frescas, otras flores frescas, flores secas preservadas, banano, estevia, cacao, café y pitahaya. Los principales países que tienen como objetivo exportar la quinua a China son Bolivia y Perú, pero esto se hace principalmente para la elaboración de productos o se envían como productos finales, por esta razón existe un mercado potencial que no está suficientemente abastecido de la materia prima necesaria y a su vez se puede ofrecer otro tipo de producto de mayor calidad para que tenga una mejor aceptación

En relación con la política comercial, que se considera el marco nacional de leyes, reglamentos, decisiones, prácticas y posiciones negociadoras que adoptan los gobiernos para garantizar que las empresas nacionales regulen el intercambio de bienes y servicios con un país específico o grupo de países. Es decir, es la política que abarca el uso de aranceles y otras barreras comerciales, como limitaciones sobre qué bienes se pueden importar o exportar, y qué países pueden importar o exportar bienes al país de origen. En consecuencia, incluye tanto los aranceles (o subsidios) como las barreras no arancelarias (cuotas, derechos antidumping) que los gobiernos utilizan y que están relacionadas con el comercio entre países dentro de un marco de normativas que definen las relaciones comerciales entre países y bloques comerciales en la actualidad (Perrotti, 2020, p 49).

## **.16 Tratado de Libre Comercio Ecuador - China**

Según Enríquez, en medio de la complicada situación económica que enfrenta Ecuador en 2024, el pacto comercial firmado con China, que está activo desde el 1 de mayo, será un factor importante que afecta directamente al Producto Interno Bruto (PIB) de la nación y permitirá que este aumente.

El BCE afirma, según las proyecciones del Ministerio de Producción, que, en el primer año de validez del acuerdo, las exportaciones subirán un 22,8% y las importaciones un 39,1%.

Con este tratado se pretende reducir y hasta eliminar las barreras arancelarias de los productos que Ecuador exporta y de los que podría exportar. También, se busca agilizar y volver más simples los procesos administrativos, certificaciones sanitarias y técnicas, por lo que esto sería un resultado positivo para los sectores productivos ya que se beneficiarían teniendo un acceso más extenso a insumos, maquinaria, y hasta tecnología avanzada que el país no posee, esto permitirá que los costos de producción de ciertos productos sean menores. Lo cual para los consumidores significaría tener al alcance productos de calidad y mayor variedad con precios más competitivos.

Hasta el 2030, se anticipa, en promedio, un crecimiento de las exportaciones e importaciones ecuatorianas del 8,4% y 7,8%, respectivamente “La Junta de Política y Regulación Monetaria y el Banco Central del Ecuador piensan que el Tratado de Libre Comercio con China es una gran ocasión para el crecimiento económico y el desarrollo sostenible de nuestro país”. Según los funcionarios, los trámites serán más rápidos, tras la entrada en vigor del acuerdo. El país tiene prioridad, en las agencias chinas, para revisar los casos de cada producto que intenta ingresar.

De acuerdo con las cifras más recientes, entre 2019 y 2021, China se posicionó como el segundo país de destino de las exportaciones no petroleras de Ecuador. A partir de 2022, el país asiático se ubicó en el primer lugar en dicho ranking, situándose por encima de Estados Unidos, país que históricamente ha ocupado este puesto. Así, se resalta la importancia del mercado chino para la oferta exportable del país.

## Figura 8

*Ranking de los principales países de destino de las exportaciones no petroleras de Ecuador.*



Nota. Tomado del Banco Central del Ecuador, 2024.

Durante el período 2016-2023, las exportaciones acumuladas de enero a noviembre de Ecuador a China han sido, en promedio, de USD 2.844 millones. Durante estos meses en 2022, las exportaciones a este mercado asiático alcanzaron un récord histórico de USD 5.376 millones. En 2023, estas exportaciones registraron un alto nivel al ubicarse en USD 5.292 millones, representando una disminución de 1,6% frente al año anterior. Banco Central del Ecuador, 2024.

## .17 Principales competidores

Los principales países de los que China compra quinua en la actualidad son Bolivia y Perú, siendo Bolivia su principal proveedor. Es importante señalar que ha habido una reducción en la importación total del producto, ya que en 2023 se registró una importación total de 1.499,334 kg y un total de 1.707,106 kg en comparación con el periodo de 2022, donde se registró una importación total de 3.449,027 kg.

**Tabla 3**

*Importación de quinua en china (kilogramos)*

Exportadores	2019 Cantidad importada, kg	2020 Cantidad importada, kg	2021 Cantidad importada, kg	2022 Cantidad importada, kg	2023 Cantidad importada, kg
Mundo	2.043.627	1.860.244	3.141.063	3.449.027	1.707.106
Bolivia	2.043.625	1.540.040	1.854.623	2.535.027	1.499.334
Perú	-	320.204	1.286.440	914	207.772

### .17.1

### .17.2 Bolivia

Bolivia tiene maquinaria con mejor tecnología, lo que le permite sembrar más volumen en menos tiempo, lo que le permite también reducir sus costos de producción, logrando sembrar relativamente entre 18 y 20 quintales en pocas horas. Al igual que cualquier cultivo, la cosecha depende del control adecuado de plagas y del correcto manejo de la tierra. Bolivia actualmente cubre el 21% del mercado mundial de quinua, después de Perú, que tiene el 43%. El país era el primer exportador mundial de este grano, mientras que la nación vecina ocupaba el segundo lugar, pero todo esto dio un giro en el 2015.

A partir del 2015, Perú lleva el liderazgo en los porcentajes de ventas globales de este grano ancestral, de esta forma relegó a Bolivia a ocupar el segundo lugar. Este suceso se dio debido a que Perú inició una producción masiva de la quinua convencional desde 2013, cuando empezó a realizar dos cosechas al año, mientras que Bolivia solo realiza una, pero de quinua orgánica.

A pesar de esto, las exportaciones de quinua boliviana aumentaron en los primeros tres meses del 2024, el monto que los importadores pagaron es incluso uno de los más elevados en los últimos 3 años, lo que significó un incremento del precio de un 48.2% en comparación con el año anterior, es decir, el 2023.

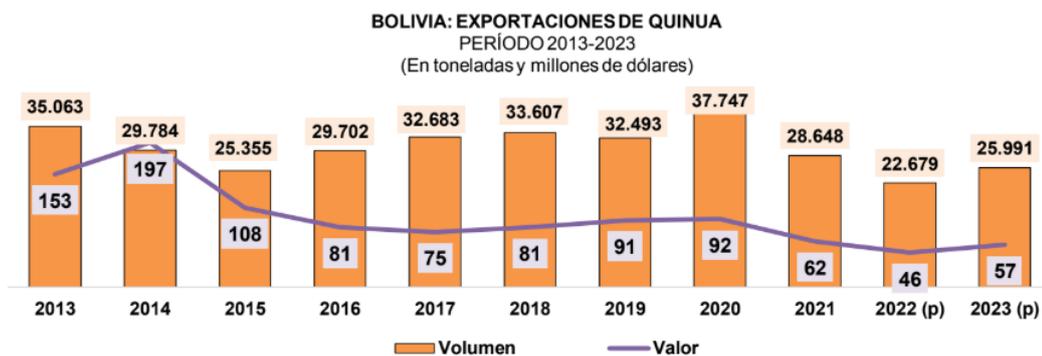
En referencia a los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), el valor de las ventas al mercado externo en dicho período de análisis ha pasado de \$10,5 millones a \$16,5 millones, lo que representa un crecimiento de 56,6%.

En cuanto al volumen, las exportaciones han mostrado un crecimiento modesto de 5,7% entre enero y marzo del 2024 en comparación con el mismo período de 2023, al aumentar de 5397 toneladas a 5704 toneladas. El factor precio ha contribuido a este buen resultado en la venta del cereal boliviano al mercado internacional.

Por ejemplo, de enero a marzo de 2023, los exportadores bolivianos obtenían \$us 1958 por la venta de una tonelada de quinua. Ahora, en el primer trimestre de este año, han recibido \$us 2902, un aumento del 48,2% (Lazcano, 2024).

**Figura 9**

*Exportaciones de quinua boliviana periodo 2013-2023*



Nota. Tomado de la-razon.com, 2024.

Como se puede ver en el gráfico, las exportaciones de quinua en Bolivia alcanzaron su máximo en 2014 con 197 millones de dólares y aproximadamente 30 mil toneladas, sin embargo, a pesar de que las exportaciones aumentaron, los precios disminuyeron. De igual manera, se nota que, durante el año 2023, las exportaciones crecieron un 23% en comparación con el año anterior.

Sus principales compradores son Estados Unidos con un 41% del total de exportaciones, seguido por Alemania con un 13%, China con un 6%, Países Bajos con un 6% y Francia con un 5%.

### **.17.3 Perú**

Actualmente Perú se posiciona como el primer productor y exportador de quinua en el mundo, sus exportaciones de quinua muestran un aumento en 2024, alcanzando de esta forma los 70 millones de dólares de enero a julio, lo que implica un incremento del 42% en comparación con el año anterior. La producción interna tiene un crecimiento conjunto a la demanda que se espera de este producto, lo que lleva a la conclusión de que los productores, quienes siembran quinua para consumo propio o mercado local han sido beneficiados con los montos actuales de exportaciones debido al aumento de la demanda internacional.

Finalizando el 2023, el precio de exportación de la quinua peruana tuvo un incremento notable. Con lo cual pudieron llegar a 75 mercados internacionales, obteniendo un total de \$9.958 millones en ingresos, lo cual generó un incremento del 65%, en comparación del 2022, donde obtuvieron \$9.351 millones. A pesar del incremento en sus ingresos, el volumen de exportación tuvo un decrecimiento del 46%, pasando de 47.894 toneladas a 45.694 toneladas en el 2022 y 2023 respectivamente. Sin embargo, el precio promedio de su quinua aumentó de \$195 a \$218, lo cual significa un crecimiento del 12%.

Quienes compraron principalmente la quinua peruana en 2023 fueron, Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Países Bajos y España. Al juntar estos países, el porcentaje del valor total de exportación del 61.3%. Se determina como el mercado más importante a Estados Unidos, quien tiene una participación del 39.5%, lo que equivale a \$412 millones y 18.047 toneladas adquiridas, y el precio promedio en este país fue de \$228 por quintal. Canadá ocupó el segundo lugar con una participación del 10%, lo que se tradujo en \$96 millones y 4.545 toneladas compradas. (FreshFruit, 2024)

Por su parte, el Reino Unido se situó en el tercer puesto, con una cuota de 52%, equivalente a US\$ 5 millones y 2,366 toneladas importadas. El precio promedio en este mercado fue de US\$ 213 por quintal, Países Bajos y España completaron el top

cinco, con cuotas de 35% y 32%, respectivamente Países Bajos importó 1,581 toneladas por US\$ 36 millones, con un precio promedio de US\$ 225 por quintal. Finalmente, España compró 1,475 toneladas por US\$ 26 millones, con un precio promedio de US\$ 175 por quintal. (FreshFruit, 2024)

**Figura 10**

*Porcentaje de exportaciones de quinua – Perú 2023*

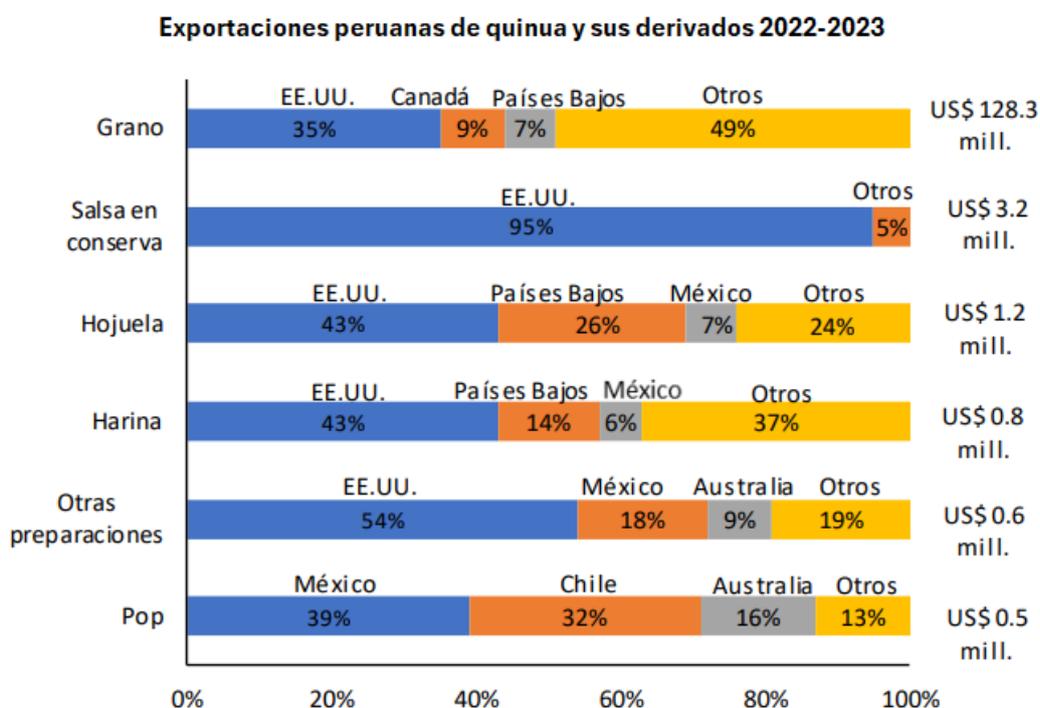


Nota. Tomado de Trademap, exportaciones de quinua peruana 2023.

En el caso de la quinua peruana, el continente americano fue el destino principal de las exportaciones de la quinua y sus derivados con un 61% de las exportaciones totales, mientras que el continente europeo importó el 34% y el continente asiático el 5%. Las exportaciones de granos de quinua tuvieron como destino principal Estados Unidos con un total de \$ 46 millones, seguido de Canadá con \$ 13 millones y Países Bajos \$ 9 millones. En cuanto a las exportaciones de derivados de quinua que tuvieron como principal destino Estados Unidos, se encuentra la salsa de quinua con un 94.8% lo que equivale a \$ 3 millones, mientras que las hojuelas de quinua, y harina de quinua correspondieron a un 42.9%, y por último los pop de quinua tuvieron un 39% destinados a México.

**Figura 11**

*Destino de exportaciones de productos a base de quinua 2022-2023*



Nota. Tomado de SUNAT, Data Trade.

Como se menciona anteriormente el principal exportador de quinua y sus derivados del Perú es Estados Unidos, donde se encuentra una amplia gama de los diferentes productos ofertados por el país, siendo estos, harina de quinua, salsas, hojuelas, galletas, yogurt, arroz y pastas, estos últimos entran en la categoría de otras preparaciones, y son distribuidos en los principales supermercados de USA.

#### .17.4 Variabilidad del precio internacional de quinua

Siendo Estados Unidos el principal importador de quinua del mundo, con un 45%; le sigue la Unión Europea, con más de un 30% del total (Francia, Holanda, Alemania, Italia) y después Canadá. El precio medio del kilo de quinua fue de 2.4 dólares en 2013 y de 2.2 dólares en 2022, en Ecuador y Perú respectivamente.

El consumo per cápita del producto lo lideran los dos principales productores: Bolivia consume 5,1 kg y Perú 1,8 kg, seguidos por Ecuador, con 332 gramos por persona.

#### Figura 12

*Precios de exportación de quinua en kilos.*

Exportadores	2019	2020	2021	2022	2023
Ecuador	\$ 2,848	\$ 2,700	\$ 2,166	\$ 2,158	\$ 2,414
Bolivia	\$ 2,819	\$ 2,690	\$ 2,182	\$ 2,217	\$ 2,219
Peru	\$ 3,053	\$ 2,551	\$ 2,345	\$ 2,194	\$ 2,103

Nota. Tomado de Trademap, exportaciones de quinua en kilogramos.

En el periodo 2019 – 2023 los precios se han mantenido estables, no existe una variedad notoria en ellos, sin embargo, Perú es quien maneja los precios más bajos en el mercado. Refiriéndonos al precio exclusivamente, ya que en cuestión de volumen de exportación si existe una marcada diferencia entre los tres exportadores siendo Ecuador el que lleva el nivel de exportación y producción más bajo.

Debido a sus beneficios, la quinua y sus derivados son considerados como productos gourmet, lo cual se ve reflejado en sus precios. En Ecuador, la producción de un quintal de quinua va de entre \$23 a \$26, y en el mercado internacional el quintal de la quinua tradicional y la orgánica, tienen un precio de \$140 y \$160 respectivamente. Mientras que el precio en el mercado local por quintal oscila entre \$50 y \$70 la convencional y \$80 la orgánica.

El costo de producción de la quinua peruana va desde \$57 y \$65 por quintal, mientras que su precio de exportación va desde \$170 a \$235 por quintal de quinua. Por otro lado, el precio de producción del quintal de quinua boliviana oscila entre \$80 y

\$89 dólares americanos, mientras que su precio de exportación es de 850 y 870 BOB lo que en dólares es \$122 y \$125 aproximadamente.

Lo llamativo para los compradores internacionales es conseguir quien produzca el producto en grandes cantidades (volumen de producción) para que los pueda proveer de forma sostenida y a gran escala. Por lo tanto, Perú a pesar de tener los precios más altos de exportación es quien tiene una mayor producción de quinua por lo cual es quien ha logrado mantener una presencia significativa en los mercados internacionales, además de los acuerdos comerciales que este tiene con varios países como el TCL que tiene con Estados Unidos que es el principal importador de este país.

## 4 **Capítulo IV**

### 5 **Metodología**

En este capítulo se describe lo inherente a la metodología aplicada a la investigación, abordando: diseño de investigación, tipo de investigación, enfoque de la investigación, alcance, población, muestra y técnicas de recogida de datos. La metodología que se presenta a continuación tiene relación directa con los objetivos planteados y las variables de la investigación. En este sentido, Balestrini (2012) hace referencia que “el marco metodológico es la instancia referida a los métodos, las diversas reglas, registros, técnicas, y protocolos con los cuales una Teoría y su Método calculan las magnitudes de lo real” (p. 126).

#### **.18 Diseño de investigación**

Kerlinger (2002) sostiene que el diseño de la investigación es el plan o la estructura de un estudio. Además, este plan pretende darle respuesta a las preguntas o interrogantes de la investigación. En este sentido, el diseño de la investigación indica la manera de conceptualizar un problema de investigación y la forma de colocarlo dentro de una estructura que se guía, la recopilación y el análisis de los datos.

En cuanto al diseño se trata del “no experimental” en el cual Pimienta y de la Orden (2012) señalan que en este diseño “se incluyen estrategias metodológicas que no manipulan las variables, sino sólo la observan y la miden” (p. 68). Por esta razón, en función de las características de este estudio se asumió este diseño, mediante la consulta y clasificación de libros, fuentes electrónicas y resultados de trabajos y otros medios de información sobre el fenómeno de estudio. En síntesis, de acuerdo con diversos autores, el diseño no experimental es un tipo de investigación que se realiza sin manipular deliberadamente las variables, sino que se basa en la observación de los fenómenos en su contexto natural para analizarlos posteriormente.

Además, se trata de un diseño descriptivo que según Arias (2012) es el que se enfoca en la descripción de un suceso, fenómeno, persona o grupo, con el objetivo de determinar su estructura o conducta. Además, Lerma (2004) indica que este tipo de investigación se caracteriza por detallar el estado, los atributos, los elementos y los procesos que se presentan en fenómenos y sucesos que suceden de manera natural, sin aclarar las relaciones que se detecten

Asimismo, Tal como lo detalla Méndez (2006) señala que en el estudio descriptivo se reconocen rasgos del universo de investigación, se indican comportamientos y actitudes de toda la población estudiada, se definen comportamientos específicos y se descubre y confirma la relación entre las variables de investigación. También se pueden emplear informes y documentos que faciliten el logro de los objetivos propuestos en la investigación.

### **.18.1 Tipo de investigación**

Existen diferentes tipos de investigación. Según Sabino (1996) para definir un tipo de investigación es necesario considerar los siguientes aspectos: el objetivo o el propósito dirigido a la resolución de un problema o a los objetivos internos de la investigación siguiendo algunos criterios, entre los que se encuentra: el nivel de aplicación, el tratamiento que se le da al objeto de estudio y los instrumentos de recolección de datos empleado.

En este particular, se trata de una investigación de tipo documental que según Arias (2012) se define como aquella que se orienta a la búsqueda, análisis, crítica, recuperación e interpretación de datos secundarios, es decir, aquellos que se obtienen a partir de otros investigadores en fuentes documentales de manera impresa, electrónica o audiovisual. En este tipo de investigación se dispone fundamental del resultado de otros investigadores y de sus reflexiones en torno a un tema en particular, que en este caso se relacionan estrechamente con el tema de la investigación.

Por otro lado, se refiere a una investigación de campo que según Arias (2012) se trata de aquella que consiste en la recopilación de datos de forma directa de los sujetos investigados o de la realidad donde se generan los hechos (datos primarios), esto sin controlar las variables involucradas en el estudio forma deliberada. Es decir, el investigador consigue la información son alterar las condiciones existentes.

### **.18.2 Enfoque de la investigación**

El enfoque utilizado en esta investigación es el mixto, donde se combina el enfoque cualitativo con el cuantitativo. Blasco y Pérez (2007), indican que la investigación cualitativa analiza la realidad en su entorno natural y cómo ocurre,

extrayendo e interpretando fenómenos en función de los individuos involucrados. Emplea diversas herramientas para recolectar datos como las entrevistas, fotografías, observaciones, relatos de vida, donde se detallan las rutinas y los problemas, además de los significados en la vida de los participantes.

Adicionalmente, estos escritores indican que, al referirse a la metodología cualitativa como un método para tratar el mundo empírico, señalan que en su sentido más extenso es la investigación que produce datos descriptivos: las palabras de las personas ya sean verbales o escritas, y el comportamiento que se puede observar. Desde el punto de vista de estos autores, se pueden reconocer las siguientes características del modelo de investigación cualitativa:

- Los investigadores son quienes se encargan de desarrollar conceptos e hipótesis a partir de la data o datos ya obtenidos, con el fin de evaluar los modelos y teorías ya establecidas. El enfoque se basa en un diseño flexible de investigación, empezando por preguntas abiertas y sin una estructura compleja sus preguntas.
- En cuanto al enfoque cualitativo es donde quien investiga se basa en analizar el contexto desde una perspectiva global, donde considera a los hechos de estudios como un todo, teniendo en consideración las condiciones y perspectivas en la que se desenvuelve la investigación.

En general este enfoque se fundamenta en recolectar y analizar los datos necesarios para poder solventar las preguntas planteadas y de esta forma poder comprobar una hipótesis sugerida, la metodología que se utiliza pretende cuantificar la frecuencia con la cual surgen los patrones dentro de una población.

### **.18.3 Alcance**

Con este estudio se pretende realizar un estudio cuanti-cualitativo de mercado para analizar las tendencias de consumo existentes, la demanda de este producto y la oferta con la que cuenta Ecuador para satisfacer el mercado chino.

### **.18.4 Población y muestra**

Para el caso de la investigación documental asociada al enfoque cualitativo, la población se refiere al conjunto de fuentes documentales que se estudiarán y la muestra es el subconjunto de estas fuentes. En este particular los documentos utilizados deben

estar estrechamente relacionados con el tema de la investigación que en este caso se trata de estudio cuanti-cualitativo de mercado para analizar las tendencias de consumo existentes, la demanda de este producto y la oferta con la que cuenta Ecuador para satisfacer el mercado chino.

Con respecto a la población asociada al enfoque cuantitativo, se optó por seleccionar para realizar una encuesta a profesionales expertos en el tema de comercio exterior, quienes realizan charlas, cursos, webinar con relación a las exportaciones actuales, se trata de colaboradores del Ministerio de Producción y Comercio Exterior subdirección Mypimes. De las cuales se seleccionaron como muestra a 46 individuos

### **.18.5 Técnica de recogida de datos**

Las técnicas de recolección de datos son un grupo de métodos que permiten la recopilación de la información necesaria para llevar a cabo el estudio y de esta manera obtener la información. Según Nava (2004) se define como la forma de realizar una actividad de manera sistemática, organizada y racional, ella representa un hacer que se utilizara como orientación para descubrir las posibles soluciones, contribuciones y ventajas de la problemática.

Para la revisión documental, una vez escogidas las fuentes de información, se lleva a cabo la lectura y creación de registros escritos, con el objetivo de descifrar y conservar una memoria de las ideas fundamentales de cada texto analizado. La técnica del subrayado u otras maneras de destacar los textos, junto con la anotación, son las dos tácticas más empleadas para elegir la información esencial durante la lectura.

Es importante señalar que, las anotaciones o apuntes de lectura desempeñan el papel de ser herramientas de memoria para registrar los datos que se van acumulando durante la lectura. Se inició la búsqueda de los estudios en las bases de datos Google Académico y Google Scholar. Inicialmente, contándose con una muestra de 5 artículos para llevar a cabo la revisión bibliográfica sobre las tendencias de consumo existentes, la demanda de la quinua y la oferta con la que cuenta Ecuador para satisfacer el mercado chino.

Se establecieron algunos criterios de inclusión y exclusión. Entre los principales criterios de inclusión se encuentra seleccionar estudios con al menos 8 años de antigüedad, es decir, desde el año 2016 hasta la escogencia de estudios en idioma

español e inglés, estudios como tesis de grado, artículos científicos, reportes de organismos nacionales e internacionales, estudios que guardan relación estrecha con el tema de la investigación. En cuanto a los criterios de exclusión estudios que estén fuera del período establecido, estudios en otros idiomas, fragmentos de libros o de autores desconocidos que no gocen de prestigio.

De manera que, como técnica, se aplicó la observación documental ya que es la más apropiada para examinar todo el conjunto de datos obtenidos. De acuerdo con Tamayo y Tamayo (2009), la observación directa se produce cuando el investigador adquiere datos a través de su propio estudio. De acuerdo con Lerma (2004) el investigador examina directamente al objeto de estudio con el propósito de evaluar sus características, para lograrlo emplea los sentidos y puede utilizar dispositivos.

Del mismo modo, se examina la información de forma crítica, evaluando la calidad de las fuentes, la validez de los argumentos y la posible presencia de sesgos. De la misma forma se resume la información de las fuentes con las propias palabras del investigador, evitando el plagio. Seguidamente, se comparan y contrastan las ideas de diferentes autores para identificar similitudes, diferencias y posibles contradicciones.

En cuanto a los instrumentos de recolección de datos, se utilizan fichas mixtas documentales donde se describe: el autor, título del estudio, resumen, nro. de páginas. Posteriormente, se plasma la información relevante de cada fuente, incluyendo citas textuales, resúmenes, paráfrasis, ideas clave, etc. Del mismo modo, se utilizan para comparar y contrastar la información de diferentes fuentes, identificar patrones, similitudes y diferencias, y para organizar el análisis crítico. Es importante destacar que, este análisis permite dar respuesta a los dos primeros objetivos de esta investigación.

Con respecto a la técnica utilizada para la evaluación de la parte cuantitativa, se optó por realizar una encuesta, misma que se utiliza para recoger información considerando un número importante de personas. Por tanto, se refiere a una herramienta accesible y versátil que facilita que los investigadores consigan información sobre actitudes, comportamientos, demografía y opiniones de una población objetivo. Una de las mayores fortalezas de la encuesta es su habilidad para recolectar datos de una gran cantidad de individuos en un lapso breve. Las encuestas

también son un instrumento eficaz y rentable, dado que posibilitan a los investigadores recolectar datos mediante un medio de comunicación más asequible que otros métodos, como las entrevistas (Corbetta, 2007).

En cuanto a la población está constituida por 52 profesionales de comercio exterior quienes laboran en el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, Subdirección Mypimes. Para la selección de la muestra se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

Dónde:

n= tamaño de la muestra.

z= nivel de confianza deseado.

p= proporción de la población con la característica deseada (fracaso).

e= nivel del error dispuesto a cometer.

N= Tamaño de la población.

En el caso de esta investigación, se considera un nivel de confianza del 95% y un margen del 5%. De la aplicación de esta fórmula se obtuvo una muestra de 46 personas a las que se les aplicó la encuesta vía online mediante un formulario de Google Forms relacionada con el tercer objetivo: Determinar el impacto que el Tratado de Libre Comercio entre Ecuador y China produciría en la economía ecuatoriana al facilitar el ingreso a ese mercado de exportación de quinua.

## **.19 Análisis de datos**

Primero, se llevará a cabo el análisis documental, esto es, examinar la realidad desde un punto de vista externo y recolectar los datos que son pertinentes para el estudio. Según Bernal (2000), las fuentes secundarias son "aquellas que suministran información sobre el tema a investigar..." como pueden ser libros, revistas, documentos escritos y otros. Además, el mismo autor expone la metodología de análisis de documentos basada en fichas bibliográficas que tienen como objetivo examinar contenido impreso.

## **Capítulo V**

### **Resultados**

#### **.19.1 Análisis de resultados**

#### **.19.2 Resultados cualitativos**

Conforme se examinan los documentos, se sitúa en la primera posición en relación con los antecedentes, preferencias y gustos del mercado chino respecto a la quinua y sus derivados. En este contexto, de acuerdo con Yang y Otros (2019), uno de los principales desafíos que surgen en China es la falta de variedad de quinua, lo que restringe la capacidad de cubrir las necesidades de una población que abarca más de 1.400 millones de individuos. Así, cuando China no logra diversificar su mercado, debido a que no posee variedades de quinua, surgen posibilidades de importar quinua de naciones de la región andina de donde proviene, lo que comprende a Ecuador.

En contraposición, Morocho (2022) indica en su estudio sobre la venta de la quinua y sus derivados a China que podría surgir un panorama de gran inestabilidad o modificaciones en la política, teniendo en cuenta la relevancia de este aliado comercial. Simultáneamente, se deben tener en cuenta las diferentes clases de economía, por lo que esta liberalización hacia China debe ser gradual para obtener una adecuada respuesta a las potenciales necesidades de consumo y de calidad de los productos. Además, se debe considerar al Tratado de Libre Comercio como un instrumento de integración entre países, para acceder de manera más fácil y adecuada a los mercados y que de esta forma exista un crecimiento económico sostenido.

Es crucial destacar que en América Latina, Bolivia y Perú son los rivales más potentes para Ecuador. En este caso específico, según Salazar y Otras (2023) entre las tácticas comerciales que Ecuador implementaría para una posible exportación significativa de quinua y sus derivados al mercado chino, se incluye la aplicación de certificaciones internacionales para fomentar la competitividad en el mercado.

Por otro lado, en lo que se refiere a los acuerdos comerciales de acuerdo con Astudillo (2023) el Tratado de Libre Comercio ha contribuido con la economía ecuatoriana, entre los que se puede mencionar el acceso al mercado en desarrollo y el incremento de las exportaciones, el vínculo económico y comercial con otros entre los que perfectamente se puede incluir China. Al mismo tiempo, este acuerdo puede tener

un impacto importante en la matriz productiva de los productos de exportación ya que con los beneficios de esta actividad es posible renovar la maquinaria y proporcionar productos competitivos en el mercado internacional. De modo que, las exportaciones ayudan con la bolsa comercial en su equilibrio.

Del mismo modo, resaltan los autores que este acuerdo de libre comercio incluye una serie de compromisos concretos que ambas partes han adquirido para promover el comercio y la inversión entre ambos países. El acuerdo promueve la preferencia en las exportaciones de una extensa variedad de productos de Ecuador al mercado chino, con una aplicación estimada de hasta 1400 millones de consumidores. En cuanto a las importaciones, el acuerdo facilitará a los distintos sectores de producción un acceso más amplio a insumos, bienes intermedios, maquinaria, equipos y tecnologías de vanguardia que no se producen a nivel local, a través de la simplificación y disminución de los gastos de importación.

En referencia a las estrategias para internacionalizar y fortalecer la introducción en el mercado exterior de la quinua orgánica ecuatoriana, según Sanmartín (2022) Son fundamentales para el posicionamiento de la quinua orgánica de Ecuador en el extranjero, inicialmente, ya que estas crean el ambiente y entorno apropiados para que las compañías inicien o potencien su comercio internacional. Por lo tanto, a través de un estudio interno y externo, se estableció que las estrategias más significativas son: las alianzas estratégicas, la diversificación, la diferenciación y las ferias internacionales.

Así, se determinó que las estrategias mencionadas poseen una interconexión relativa, ya que para su implementación se necesitaría definir un orden específico. Las alianzas estratégicas son cruciales y se fortalecen aún más si se forman con todas las partes involucradas (ONG, Estado, proveedores y competencia). De esta manera, se garantizaría el respaldo técnico, político e internacional para innovar o difundir el producto. Además, es oportuno señalar la postura de Salazar y Otros (2023) sobre las estrategias que emplea Ecuador frente a las de Perú para que la quinua sea competitiva, se resalta que en este último se implementan certificaciones internacionales que representan una opción viable para generar competitividad en los mercados internacionales. Al mismo tiempo, el estudio de las certificaciones que ha implementado Perú ha determinado que la calidad no es el único elemento que brinda

fiabilidad a un producto de exportación. Entre los hallazgos más destacados se destaca que las certificaciones internacionales más empleadas por las compañías exportadoras de Perú están vinculadas con la valoración de procesos, la calidad, la evaluación de riesgos y la producción orgánica.

### .19.3 Resultados cuantitativos

Con respecto al análisis cuantitativo, se presentan a continuación los resultados arrojados por la aplicación de la encuesta a los participantes:

#### Encuesta

**Pregunta 1:** ¿Se encuentra usted familiarizado con el TCL que se registra entre Ecuador y China en base al ingreso de productos al mercado chino?

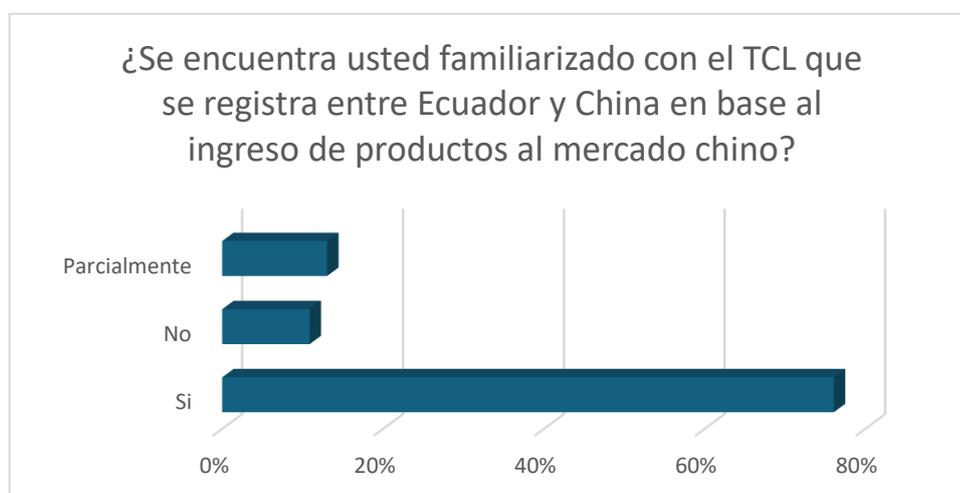
**Tabla 4**

*Tratado de Libre Comercio*

Alternativos	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	35	76%
No	5	11%
Parcialmente	6	13%
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

**Figura 13**

*Tratado de Libre Comercio entre Ecuador y China*



Como se puede observar en el gráfico, el 76% de los encuestados indicaron que tienen conocimiento sobre el actual tratado de libre comercio vigente desde mayo 2024, lo que corresponde a la mayoría, mientras que el 11% restante no se encuentran familiarizados a profundidad, pero si cuentan con una noción de este.

**Pregunta 2:** ¿Considera usted que los productos de quinua ecuatoriana y sus derivados podrán competir exitosamente en el mercado chino gracias al Tratado de Libre Comercio?

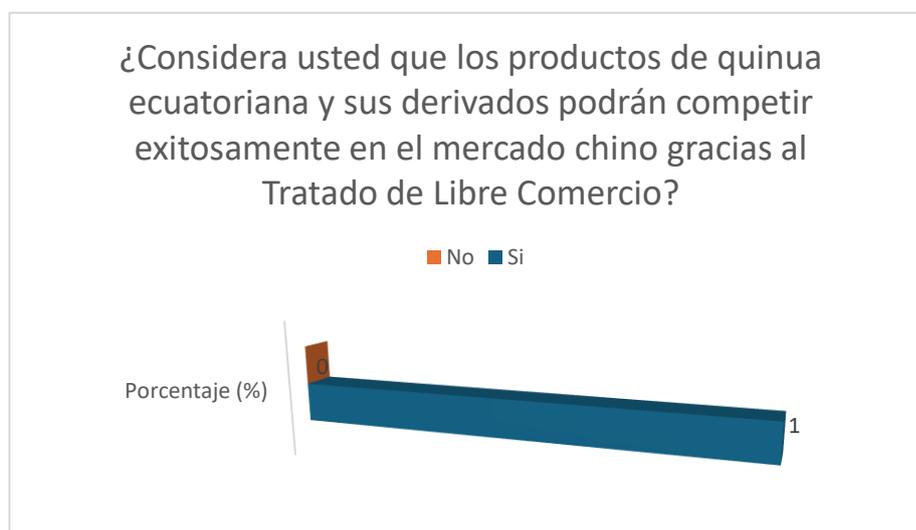
**Tabla 5**

*Frecuencia de éxito en el mercado chino*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	46	100%
No	0	0
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

**Figura 14**

*Porcentaje de éxito en el mercado chino.*



Todos los encuestados estuvieron de acuerdo con que la quinua y sus derivados podrán competir con éxito en el mercado chino gracias al tratado de libre comercio, se espera que exista un incremento en las exportaciones del país.

**Pregunta 3:** ¿Cree usted que el Tratado de Libre Comercio facilitará el acceso de productos con valor agregado de Ecuador al mercado chino?

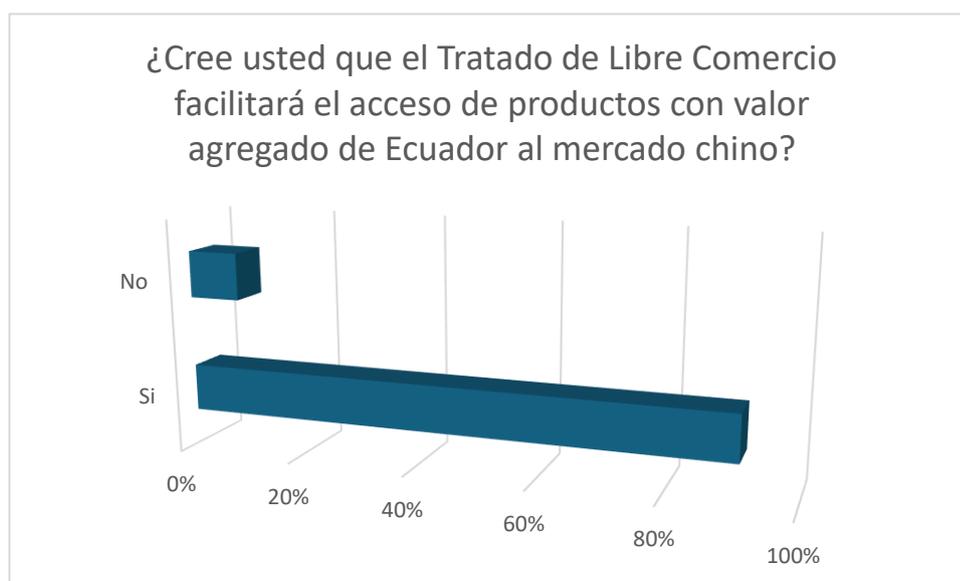
**Tabla 6: Productos de valor agregado**

Productos de valor agregado

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	42	91%
No	4	9%
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

**Figura 15**

*Respuesta de productos de valor agregado*



Actualmente, las exportaciones de quinua en mayor volumen corresponden a la quinua en grano u orgánica es decir como materia prima, no obstante, es importante conocer el valor agregado que podemos darle al producto identificando cuales son las preferencias del consumidor. Entre estos productos tenemos galletas de quinua combinadas con otros sabores, Quinua pop que es un producto ecuatoriano que se encuentra ganando mercado, este corresponde a las hojuelas de quinua, así también la leche de quinua, chips, entre otros. Por su lado Perú, es quien exporta ya estos productos con valor agregado, la Sociedad Agrícola Virú, es quien exporta cereales, salsas, pastas. Cabe recalcar que la mayoría de los productos se exportan al mercado

estadounidense. Según los encuestados, como se puede observar en el gráfico, el 91% indican que si sería factible el acceso de estos productos novedosos al mercado chino.

**Pregunta 4:** ¿Qué medidas considera usted que podrían facilitar la exportación de quinua de Ecuador al mercado chino?

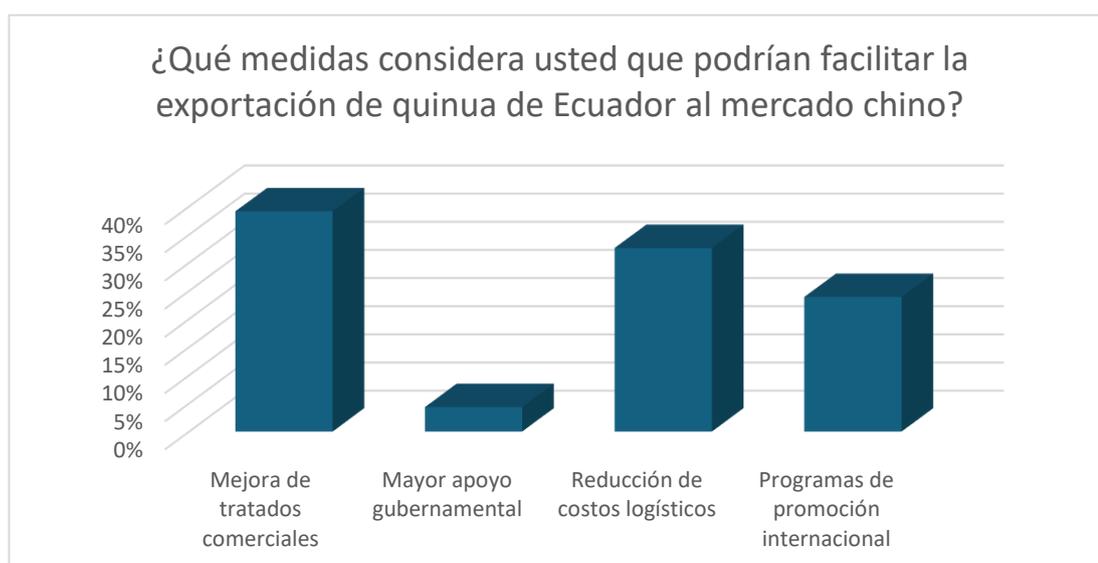
**Tabla 7**

Frecuencia medidas de exportación

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Mejora de tratados comerciales	18	39%
Mayor apoyo gubernamental	2	4%
Reducción de costos logísticos	15	33%
Programas de promoción internacional	11	24%
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

**Figura 16**

*Porcentaje de medidas de exportación*



Como se puede observar en el gráfico, las medidas que podrían facilitar el ingreso del producto al mercado chino, según la perspectiva de los encuestados sería,

en primer lugar, la mejora de tratados comerciales con un 39%, ellos consideran que una mejora en TC sería la forma más óptima de permitir el ingreso a la quinua y sus derivados y como última instancia consideran el apoyo gubernamental con un 4%, cabe recalcar que en la constitución y en el código orgánico de producción indica que el estado apoyara al desarrollo de la matriz productiva beneficiando al productor y por ende al exportador, lo que significa que el estado también cumple un rol importante para la certificar la exportación de la quinua y sus derivados a cualquier destino.

**Pregunta 5:** ¿Considera usted que es necesario superar barreras y limitaciones para que la quinua y sus derivados sean competitivas en el mercado chino?

**Tabla 8**

*Barreras y limitaciones de ingreso.*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	46	100%
No	0	0
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

**Figura 17**

*Barreras y limitaciones de ingreso*



En los resultados se muestra que el 100% de los encuestados, están de acuerdo en que es necesario superar ciertas barreras y limitaciones arancelarias para que la quinua y sus derivados resulten competitivos en el mercado internacional.

Es cierto que existen barreras significativas dentro del proceso de exportación, tales como los costos logísticos, aranceles, certificados y normas que se deben cumplir, todos los productos que se distribuyen en China deben tener su etiqueta y anotaciones en chino, entre otras.

**Pregunta 6:** ¿Cree usted que es necesario que los comerciantes de quinua y sus derivados saquen provecho de las oportunidades de inversión y cooperación de empresas privadas para satisfacer el mercado chino?

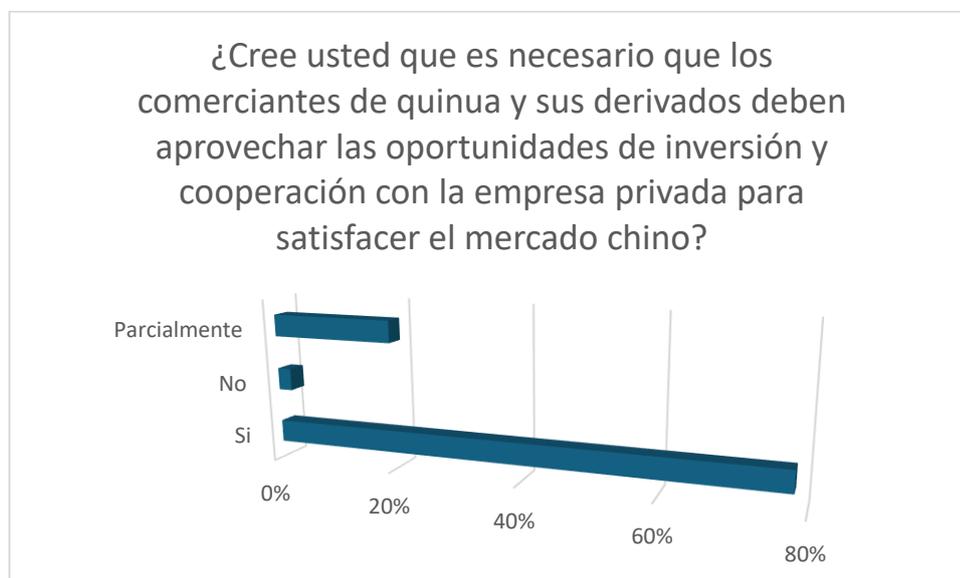
**Tabla 9**

*Oportunidades de inversión*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	36	78%
No	1	2%
Parcialmente	9	20%
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

**Figura 18**

*Porcentaje de oportunidades de inversión*



Los resultados muestran que el 78% se encuentran de acuerdo en que es necesario que los comerciantes de quinua y sus derivados aprovechen las oportunidades de inversión por parte de las empresas privadas. Lo que indica que la mayoría de los expertos encuestados, consideran como un factor importante esta colaboración como, por ejemplo, proveer maquinaria industrial para el proceso, así

como el aporte económico, para fortalecer la competitividad de la quinua y sus derivados en el exterior.

**Pregunta 7:** ¿Considera usted que los consumidores chinos tienen preferencia por los productos saludables o super alimentos?

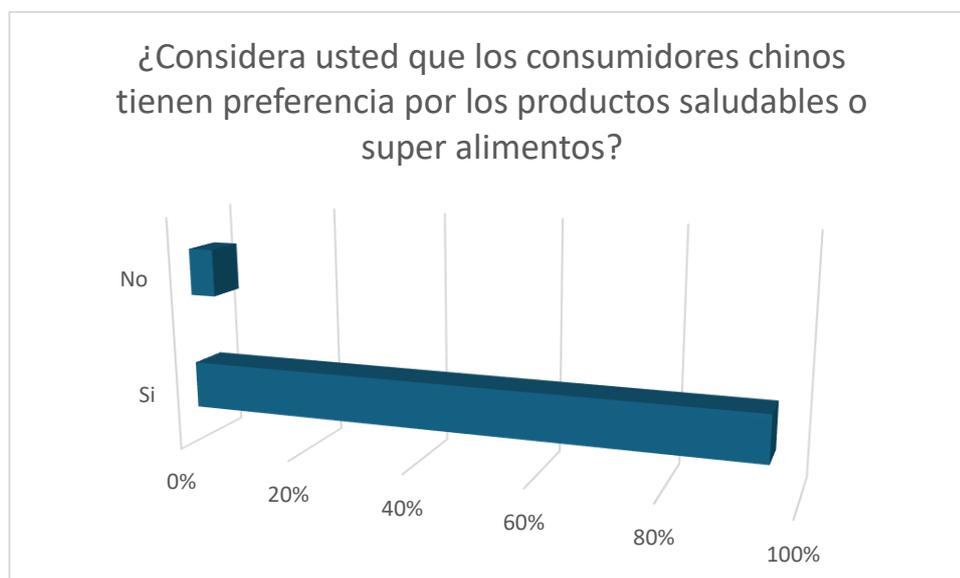
**Tabla 10**

*Preferencias de consumidores.*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	44	96%
No	2	4%
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

**Figura 19**

*Porcentaje de preferencias de consumidores*



En base a los resultados obtenidos el 96% considera que las tendencias de consumo de este mercado fomentan ingerir productos saludables catalogados como superalimentos, como se ha mencionado en la investigación y con la data levantada, es verídico que en la actualidad sus tendencias de consumo se enfocan en los alimentos que aporten bienestar en su salud, sobreponiendo al precio la calidad.

**Pregunta 8:** ¿Cree usted que la eliminación o reducción de aranceles en la competitividad de la quinua ecuatoriana frente a otros exportadores es positivo?

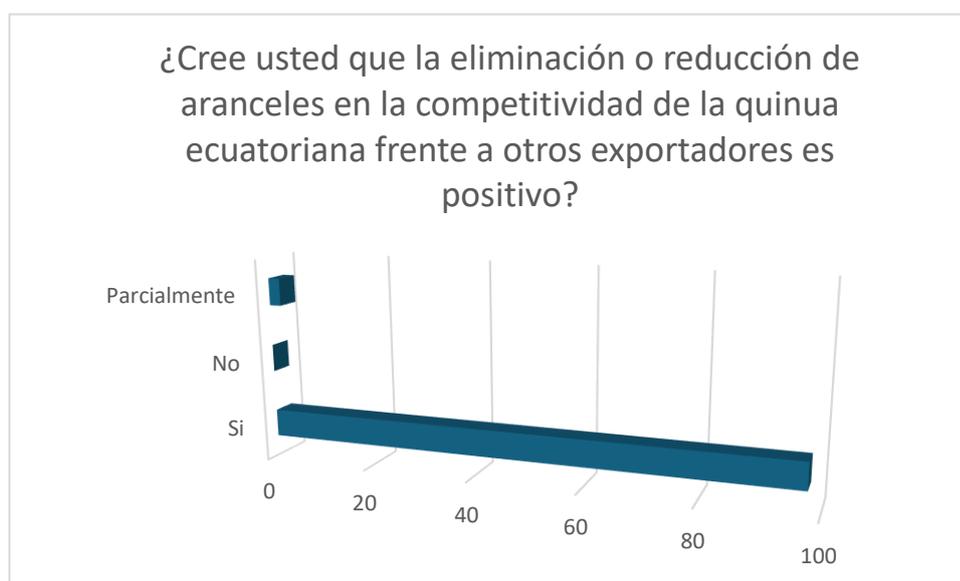
**Tabla 11**

*Reducción de aranceles.*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	45	98%
No	0	0%
Parcialmente	1	2%
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

**Figura 20**

*Porcentaje de reducción de aranceles*



La reducción de aranceles para sus derivados puede resultar positiva para fomentar la competitividad de sus productos dentro del mercado chino, el 98% de los expertos lo consideran positivo, mientras que un 2% consideran que no solo depende de los aranceles, si bien es cierto que la reducción es un punto clave, debe ir acompañada de ciertos factores de los cuales dependerá el impacto que cause, por ejemplo darle un valor agregado al producto, que marque la diferencia, como certificaciones orgánicas. De igual forma debería ir acompañada de mejoras en la infraestructura y políticas de apoyo a los productores para que pueda competir de forma sostenible.

**Pregunta 9:** ¿Cree usted que hay posibilidades reales de que los acuerdos comerciales sobre la exportación de quinua y sus derivados traigan beneficios a los agricultores ecuatorianos en el corto plazo?

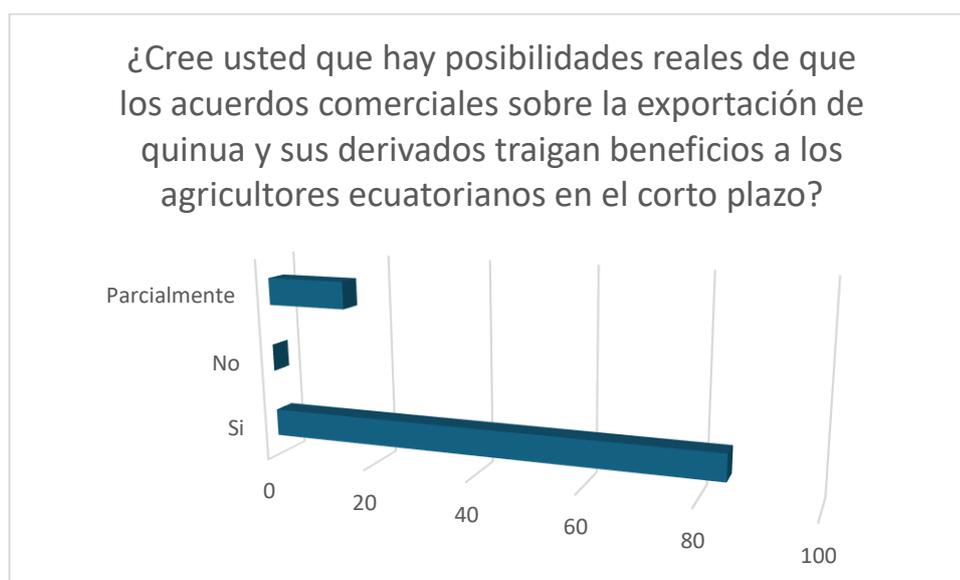
**Tabla 12**

*Beneficios de acuerdos comerciales*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	39	85%
No	0	0%
Parcialmente	7	15%
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

**Figura 21**

*Beneficios de acuerdos comerciales*



El 85% de los expertos consideran que si es posible que existan posibilidades reales de que con los acuerdos comerciales los agricultores se vean beneficiados en un corto plazo, sin embargo, consideran que también dependerá de que tan rápido los agricultores se adapten a nuevos mercados ya que no todos se encuentran preparados para exportar, necesitan capacitación para poder cumplir con los volúmenes de producción y exigencias de calidad necesarias. Por lo tanto, las posibilidades van de la mano de que tanto apoyo reciban en términos de certificaciones, logísticos y financieros.

**Pregunta 10:** ¿Considera usted que el Tratado de Libre Comercio incentivará la inversión en la producción de bienes exportables en Ecuador relacionados con la Quinua y sus derivados?

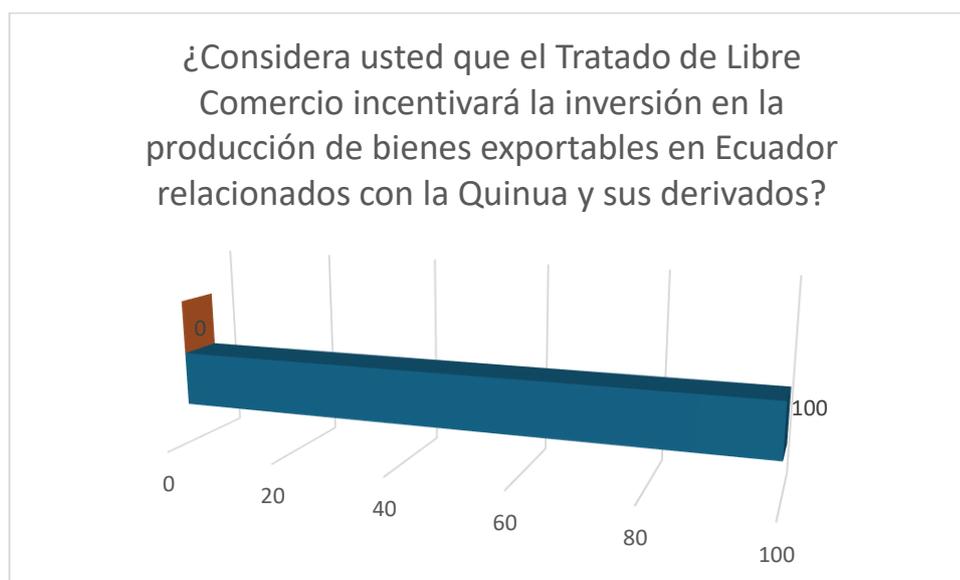
**Tabla 13**

*Incentivo de inversión*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	46	100%
No	0	0
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100</b>

**Figura 22**

*Incentivo de inversión*



En definitiva, si, el TLC permite el ingreso de ciertos productos con acceso preferencial a los mercados, reduciendo aranceles y barreras comerciales, volviendo sencilla la exportación de los derivados de la quinua, por lo cual se vuelven atractivos para inversión.

El 100% de los expertos indican estar de acuerdo, consideran que un TLC proporciona estabilidad y mayor confianza para el inversionista, también repercute en mejorar la tecnología agrícola y de procesamiento, para obtener un producto de alta

calidad. Cabe recalcar que Perú y Bolivia cuentan con una infraestructura desarrollada, por lo cual Ecuador debe mejorar en ese aspecto para ser más competitivo, a pesar de aquello, la quinua ecuatoriana es reconocida mundialmente por su calidad.

## **Conclusiones**

El presente documento ha sido enfocado en analizar la producción de quinua y sus derivados para satisfacer el mercado chino, en cuyo desarrollo ha podido encontrar diferentes argumentos que concluyen lo siguiente:

La base legal en la que se sustenta el cambio de la matriz productiva, esto es, dinamizar la economía mediante la innovación y exportación de productos agrícolas o de cualquier otra índole que sean ingresos no petroleros -principal fuente de ingresos en nuestro país- ha denotado que, tanto en la Constitución de la República como en el Código Orgánico de la Producción mencionan que el Estado Ecuatoriano cumple un rol importante en garantizar el desarrollo de políticas públicas para el cambio de la ya mencionada matriz productiva y por ende la diversificación de los ingresos, es decir, que el Estado ecuatoriano garantiza que los agricultores de quinoa cuenten con el fomento y estimulación estatal necesario para aumentar su producción y abastecer una gran parte de un mercado como el Chino, donde se encuentran más de 1400 millones de personas.

Del mismo modo, el grano de oro del Ecuador ha sido sometida a pruebas científicas que han destacado por su alto valor nutricional, convirtiéndola en uno de los escasos alimentos que cuentan con todos los aminoácidos y una extensa variedad de compuestos bioactivos, lo que ha permitido que la quinoa sea considerada una 'SuperFood', y que dentro de un mercado como el Chino, donde encontramos que tienden a inclinarse por los alimentos saludables y de calidad, esta 'SuperFood' tiene garantizado el consumo masivo por su excelente calidad del grano y su alto valor nutricional, en general este es el principal motivo por el cual el producto tiene una gran aceptación en mercados internacionales.

Bolivia, Ecuador y Perú, son los principales productores Latinoamericanos de quinua, siendo este último el principal productor y exportador del producto a nivel mundial. Sin embargo, Ecuador, con una producción representativamente inferior a la de sus países vecinos ocupa el tercer puesto.

Con relación a los competidores de Ecuador, se ha establecido que China en los últimos años ha comprado considerables cantidades de quinua producida en la región Andina a la que pertenecen Bolivia y Perú.

Por lo que, Ecuador aprovecharía dos grandes puntos a favor respecto de sus competidores, como primer punto, la quinua ecuatoriana es de excelente calidad, mucho mejor que la boliviana y la peruana; segundo punto, Ecuador cuenta con apoyo estatal para el fomento de su producción, es decir, que con el apoyo del gobierno, contaría con una infraestructura sólida para producir quinua de calidad y en grandes cantidades que le permitirá abaratar costos, lo que genera un impacto directo en el precio de comercialización. La quinua ecuatoriana asegura una apertura en el mercado chino de manera inminente al competir con países de la misma región, pero con un producto de mejor calidad y un Estado garantista de las condiciones para producirlo; y en este último punto no solo destaca la infraestructura con la que contará el productor sino el acceso a créditos productivos que le permitan tener maquinaria con la mejor tecnología y así Ecuador pueda ser el principal exportador al mercado chino.

De esta forma el aumento de la exportación de quinua ecuatoriana tendría un impacto significativo en las comunidades rurales productoras. Al ingresar la quinua al mercado chino, los agricultores recibirán mejores ingresos, lo que mejoraría su calidad de vida y ofrecer más oportunidades para el desarrollo de sus familias, de igual forma el comercio con un mercado tan grande como el chino incentivaría inversiones en infraestructura agrícola y capacitación, lo que llevaría a fortalecer la economía local en Ecuador. Desde el punto de vista del consumidor chino, esto haría que el producto sea más atractivo si sabemos que está apoyando a comunidades sostenibles y bien organizadas. En base a esto, y como se mencionó anteriormente, los consumidores chinos están dispuestos a pagar más por un producto que no solo garantiza el hecho de ser saludable y natural, sino que también se les asegura que proviene de un proceso justo y sostenible, lo cual es una estrategia para conquistar este mercado ya que es este tipo de historia detrás del producto lo que tiene un impacto emocional y cultural que valoran.

Con respecto al tratado de libre comercio se pretende obtener una variación del PIB de Ecuador dentro del periodo 2022-2034 de un 0.48% en el caso de un acuerdo de libre comercio que incluirían un global de los aranceles. Actualmente, la exportación de quinua al mercado chino no tiene aranceles, es decir 0%, lo que significa que su precio final podría ser más competitivo. Esto permitiría que el producto se vuelva más atractiva en el mercado, en especial por la reducción de costos, aumentando así su demanda y permitiendo que su precio se mantenga o mejore en

comparación con los valores actuales. Además, Ecuador podría aprovechar esta oportunidad para resaltar la calidad única de su quinua, destacando su origen andino y los beneficios que esta aporta a la salud. Esto la diferencia de la quinua de otros países como la peruana y boliviana, dándole un plus o una ventaja en el mercado chino.

Esto permitiría a los exportadores ecuatorianos ganar una mayor participación de mercado y competir de manera más directa y efectiva con otros productores en China.

## **Recomendaciones**

Con respecto a lo relacionado con el tema abordado en esta investigación, se presentan a continuación algunas sugerencias que se desprenden de las conclusiones obtenidas:

- Ecuador debe potenciar el incremento de cultivo en el sector agropecuario, e invertir en tecnología agrícola, ya que este es un generador con un alto valor agregado, y produce un efecto de crecimiento a la economía del país. De esta forma, también se estaría impulsando un cambio positivo contribuyendo al aumento de la producción nacional, para ser exportada al mercado internacional en condiciones óptimas para los productores a través de la obtención de mejores precios por sus productos. La mejora del precio de exportación resultaría un cambio interesante ya que se verían beneficiados los términos de intercambio, con los cuales se llevaría a cabo la obtención de aumento de demanda en el mercado internacional.
- El gobierno debe brindar mayores incentivos a los agricultores, productores y exportadores para fomentar la producción, industrialización y exportación de la quinua y sus derivados. Como por ejemplo lo llamado “drawback” el cual es un incentivo que implica la devolución sobre los montos que se exporten. Este es un régimen aduanero que beneficia a los exportadores ya que les permite una recuperación parcial o total sobre los derechos arancelarios pagados por la importación de insumos que fueron utilizados en el proceso de la producción del producto. En Ecuador ya fue implementado, sin embargo, el proceso para la devolución es demorada.
- Tramitar certificaciones reconocidas a nivel internacional, como orgánico, comercio justo, libre de transgénicos, entre otras, ya que esto aporta valor al producto y ayuda a posicionar la quinua ecuatoriana como un producto de alta calidad y confiable para los consumidores chinos.
- Con respecto a la exportación de quinua al mercado chino, Ecuador debe incentivar un mayor acercamiento del producto al mercado, se ha comprobado que las tendencias de consumo en este mercado han cambiado y hoy en día optan por ingerir productos que resultan beneficiosos para la salud y en el caso

de la quinua es un producto adaptable a varios tipos de preparaciones, no solo en el ámbito alimenticio sino también en sus derivados.

- El Estado ecuatoriano, por medio de ProEcuador y la embajada de Ecuador en China, podrían impulsar estrategias comerciales para dar a conocer a profundidad los beneficios de la quinua y la variedad de productos que se derivan de esta, así también como los Superfoods que, con el propósito de destacar su alto valor nutricional y la versatilidad de estos productos, como una estrategia para ser posicionados productos de alta calidad y saludables dentro del mercado. Para esto, se podrían realizar campañas de difusión, participación en ferias internacionales, buscar colaboraciones con expertos en nutrición, chefs y hasta influencers gastronómicos. De esta forma no solo se lograría fortalecer la presencia de los productos, sino que también esto podría generar nuevas oportunidades para los productores y exportadores, favoreciendo a la imagen del país como proveedor de alimentos de calidad y saludables.

## Referencias

- Actuarial, I. (2024, 03 19). *Iceberg Actuarial*. Retrieved from Iceberg Actuarial: <https://iceberg-actuarial.com/2024/03/19/acuerdo-comercial-con-china-estaria-en-juego-la-industrializacion-ecuatoriana/>
- Adolf, V., Jacobsen, S., y Shabala, S. (2013). Mecanismos de tolerancia a la sal en la quinua ( *Chenopodium quinoa* Willd.). *Environ. Exp. Bot* , 92 , 43–54.
- Appleyard, D. y Field, A. (2014). *International economics* (8.<sup>a</sup> ed.). Nueva York: McGraw-Hill & Irwin.
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica*. Caracas, Venezuela. Editorial Episteme. 6ta. Edición.
- Balestrini, M. (2012). *Cómo se elabora un proyecto de investigación*. Caracas, Venezuela. Editorial B.L. Consultores Asociados. Séptima edición.
- Banco Central del Ecuador. (2021). Principales destinos de las exportaciones del Ecuador en el mercado internacional: Datos de comercio exterior 2020 - 2021. Informe de comercio exterior, BCE, Departamento de Estadística, Quito.
- Bauman, Z. (2009) *El arte de la vida. De la vida como obra de arte*, Barcelona, Paidós.
- Bittencourt, G., Dussel, E., Doneschi, A., Reig, N., & Sarti, F. (Julio de 2019). El impacto de China en América Latina. Comercio Internacional e Inversiones. Revista Red MercoSur, II(7), 221.
- Burgos, G. , Molestina, M. S., & Mackay, R. (2021). Políticas comerciales en el marco del comercio internacional ecuatoriano. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Programa de Maestría en Comercio Exterior. Quito: PUCE.
- blogspot. (2013). blogspot. Obtenido de blogspot: <https://quinuaecuador.blogspot.com/>
- Carvajal, S. (2011). La quinua y la necesidad de realizar investigación agroambiental. *Tinkazos*, 14(30).
- Cheung, K. (2023). La clase media china: crecimiento, política y consume. Recuperado de: <https://www.china-briefing.com/news/la-clase-media-china-crecimiento-politica-y-consumo/>.

- Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Dornbusch, R., (1992), The case for trade liberalization in developing countries, *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 6, (1), pp. 69- 85.
- Edwards, S., (1998), Openness, productivity and growth: what do we really know?”, *Economic Journal*, 108 (March), pp.383-398.
- Fárez, J. V., & Segarra, M. G. (2020). Estudio de la evolución del comercio exterior en el Ecuador en función del grado de apertura comercial. Investigación científica, Universidad Politécnica Salesiana, Programa de Maestría en Desarrollo Económico, Cuenca.
- Food and Agricultural Organization, FAO. (2011). La quinua: cultivo milenario para contribuir a la seguridad alimentaria mundial. Recuperado de <http://www.fao.org/docrep/017/aq287s/aq287s.pdf>.
- Food and Agricultural Organization, FAO. (2014). Tendencias y perspectivas del comercio internacional de la quinua. Santiago de Chile: FAO-ALADI. Recuperado de <http://www.fao.org/3/a-i3583s.pdf>.
- Ferreira, D., Pallone, J & Poppi, R. (2015). Direct analysis of the main chemical constituents in Chenopodium quinoa grain using Fourier transform near-infrared spectroscopy. *Food Control*, 48, 91-95.
- Fruit, F. (2024). Fresh Fruit. Obtenido de <https://freshfruit.pe/2024/02/18/la-quinua-peruana-cerro-el-2023-con-mejores-precios/>
- García, J., Díaz, S., Upegui, J. C., & Velásquez, E. (2016). Determinantes Del Precio De La Vivienda Nueva No Vis En Medellín: Un Modelo Estructural (Price Determinants of No VIS New Housing In Medellin: A Structural Model).Center for Research in Economics and Finance (CIEF), Working Papers, (16-09).
- González, J. (2017). China: Comercio exterior y crecimiento económico en el camino del mercado. Banco de México, Instituto de Investigación Económica y Desarrollo Comercial. México D.F.: Bancomext.
- Golub, S. y Hsieh, C. (2000). Classical Ricardian Theory of Comparative Advantage Revisited, *Review of International Economics* 8(2), 221234.

- González, P. (2023, 06 20). *Primicias*. Retrieved from <https://www.primicias.ec/noticias/economia/superfoods-exportadores-alimentos-empresas-ecuador/>
- Guía de Tesis (2013). *Acerca de la investigación bibliográfica y documental*. Recuperado de: <https://guiadetesis.wordpress.com/2013/08/19/acerca-de-la-investigacion-bibliografica-y-documental/>.
- Heckscher, E. (1919). The effects of foreign trade in the distribution of income. En H. Ellis y L. A. Metzler (eds.), *Readings in the Theory of International Trade* (pp. 272-300). Filadelfia: Blackiston.
- Hinojosa, L., González, J., Barrios, F., Fuentes, F., y Murphy, K. (2018). Respuestas al estrés abiótico de la quinua: una revisión. *Plants*, 7, 106.
- Hinojosa, L., Matanguihan, J; Murphy, K. (2019). Efecto de la alta temperatura sobre la morfología del polen, el crecimiento de las plantas y el rendimiento de semillas en quinua ( *Chenopodium quinoa* Willd.). *J. Agron. Crop Sci.*, 205 , 33–45.
- Jiménez, J. (2018). Teoría de los juegos y su aplicación a los negocios internacionales: acuerdo comercial Unión Europea- Ecuador en el sector agrícola bananero. *INNOVA Research Journal*, 3(12), 55–66.  
<https://doi.org/10.33890/innova.v3.n12.2018.768>.
- Josua, C. C. (2014). repositorio ucsg. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2205/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-40.pdf>
- Journal, I. R. (2021). Los superalimentos como tendencia del mercado: Un análisis de las. *INNOVA Research Journal*, 23.
- Katz, J. (1999). Cambios estructurales y evolución de la productividad laboral en la industria latinoamericana en el período 1970-1996, Serie Reformas Económicas 14, CEPAL, LC/L.1171.
- Kerlinger, F. (2002). *Enfoque conceptual de la Investigación del comportamiento.*, p.83.
- Lara, A. D., Benalcázar, M. E., Pozo, F. M., & Soza, K. D. (2020). China una alianza favorable o desfavorable para América Latina y su influencia en la economía del Ecuador. Artículo científico, Universidad Regional Autónoma de los

Andes, Departamento de Investigación Económica y Crecimiento Comercial, Quito.

Lee, H., Ricci, A. y Rigobon, R., (2004). Once again, is openness good for growth?", IMF WP/ 04/ 135.

Lerma, K. (2004). *Mercadotecnia: el mercado y sus estrategias*. México: Gasca Sicco.

León, D., & Noboa, L. (2018). Exportación de harina de quinua de la Asociación de Productores de Quinua del Carchi, cantón Espejo, previa a la importación de maquinaria para su producción. Pontificia Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Programa de Maestría en Negocios y Comercio Internacional. Quito: PUCE.

MAGAP. (2017). *2017, año clave para Ecuador en exportación de quinua*. Obtenido de: <https://www.agricultura.gob.ec/2017-ano-clave-para-ecuador-en-exportacion-de-quinua/>.

Matsuoka, R., Ridia, T., y Torres, F. (2013) Plan de exportación de quinua y derivados con destino a Estados Unidos (Tesis de Magister en Administración de Empresas. Recuperado de: [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/325980/KAMIYA\\_NM.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/325980/KAMIYA_NM.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2022). BOLETÍN SITUACIONAL CULTIVO DE QUINUA. Obtenido de [https://fliphtml5.com/ijja/qplr/Bolet%C3%ADn\\_Situacional\\_Quinua\\_2022/](https://fliphtml5.com/ijja/qplr/Bolet%C3%ADn_Situacional_Quinua_2022/).

Morocho, C. (2022). Exportación de la harina de quinua a mercados de China. Tesis para optar al título de ingeniero en comercio exterior. Recuperado de: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/5331/1/T-ULVR-4321.pdf>.

Muñoz, J. (2013). Año Internacional de la Quinua. Revista Sociedad Química del Perú, 79(1), 1. Recuperado de <http://www.scielo.org.pe/pdf/rsqp/v79n1/a01v79n1.pdf>.

- Nations, F. a. (2013). Food and Agriculture Organization of the United Nations. Obtenido de FAO: [https://www.fao.org/quinoa-2013/what-is-quinoa/nutritional-value/es/?no\\_mobile=1](https://www.fao.org/quinoa-2013/what-is-quinoa/nutritional-value/es/?no_mobile=1)
- Nations, F. a. (2013). Food and Agriculture Organization of the United Nations. Obtenido de [https://www.fao.org/quinoa-2013/what-is-quinoa/use/es/?no\\_mobile=1](https://www.fao.org/quinoa-2013/what-is-quinoa/use/es/?no_mobile=1)
- Organización Mundial del Comercio. (2021). Índice de Comercio Internacional en países emergentes: América Latina: Perú, Ecuador, Bolivia. Informe anual, OMC, Departamento de Desarrollo Comercial, Ginebra.
- Paucar-Menacho, L. M. (2022). scielo. Obtenido de scielo: [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2077-99172022000300209#:~:text=La%20quinua%20\(Chenopodium%20quinoa\)%20es,en%20las%20diversas%20zonas%20agroecol%C3%B3gicas](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-99172022000300209#:~:text=La%20quinua%20(Chenopodium%20quinoa)%20es,en%20las%20diversas%20zonas%20agroecol%C3%B3gicas)
- Palacios, J., & Garmendia, J. (2016). El desarrollo económico de China. Investigación científica, Universidad del País Vasco; Euskal Herriko Unibersitatea, Grado de Administración Comercial y Dirección Empresarial, Madrid.
- Pita, D. (2021). Crece LA preferencia por la quinua tricolor en china. Recuperado de: <https://boletines.exportemos.pe/1739/crece-la-preferencia-por-la-quinua-tricolor-en-china>.
- Quinua&Quinua. (2023). Quinua&Quinua. Obtenido de <https://quinua.pe/los-principales-usos-de-la-quinua/>
- Requena, G., y Requena, B. (2010). *Una coolhunter en Nueva York : Manual práctico de una cazatendencias (Océano ambar)*.
- Sabino, C. (1996). *El proceso de investigación*. Panamericana: Bogotá.
- Santos, A. y Thirlwall, A., (2004), The impact of trade liberalization on exports, imports and the balance of payments of developing countries, *The Economic Journal*, 114, feb, F50- F72.
- Smith, A. (1776). La riqueza de las naciones. (Sin referencia editorial).
- Terán, N. (2018). Análisis de los efectos del comercio bilateral Ecuador - China en los indicadores macroeconómicos PIB, Balanza Comercial y Empleo en el

Ecuador. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Programa Doctoral en Negocios y Relaciones Internacionales. Quito: PUCE.

- Valenzuela, D. (2017). Nuevos productos alimenticios en el comercio mundial: situación y perspectivas actuales para el cultivo y exportación de quinua por parte del Ecuador. *Tesis de Maestría*. Universidad Andina Simón Bolívar.
- Yang, A., Akhtar, S; Amjad, M.; Iqbal, S.; Jacobsen, S. (2016). Crecimiento y respuestas fisiológicas de la quinua al estrés por sequía y temperatura. *J. Agron. Crop Sci*, 202 , 445–453.
- Yang Xiu-shi, Q. P.-y.-m.-x. (n.d.). Quinoa Industry Development in China. *Quinoa Industry Development in China*. Institute of Crop Science, Chinese Academy of Agricultural Sciences, China. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/335629782\\_Quinoa\\_Industry\\_Development\\_in\\_China](https://www.researchgate.net/publication/335629782_Quinoa_Industry_Development_in_China)
- Lazcano, M. (2024). La Razon. Obtenido de <https://www.la-razon.com/economia/2024/06/09/la-venta-de-quinua-repunta-y-su-precio-se-dispara-en-482/>
- Mena, M. B. (2013). IAMHI - Ecuador . Obtenido de INAMHI - Ecuador : <https://www.inamhi.gob.ec/meteorologia/articulos/agrometeorologia/El%20cultivo%20de%20la%20quinua%20y%20el%20clima%20en%20el%20Ecuador.pdf>
- Paredes, C. E. (2024). ANEFI, Administradora de fondos y fideicomisos. Obtenido de <https://www.anefi.com.ec/el-acuerdo-comercial-con-china-una-de-las-claves-para-el-crecimiento-de-ecuador-en-2024/>
- Paucar-Menacho, L. M. (2022). scielo. Obtenido de scielo: [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2077-99172022000300209#:~:text=La%20quinua%20\(Chenopodium%20quinua\)%20es,en%20las%20diversas%20zonas%20agroecol%C3%B3gicas](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-99172022000300209#:~:text=La%20quinua%20(Chenopodium%20quinua)%20es,en%20las%20diversas%20zonas%20agroecol%C3%B3gicas)
- Quinoa&Quinoa. (2023). Quinoa&Quinoa. Obtenido de <https://quinua.pe/los-principales-usos-de-la-quinua/>
- Samaniego. (11 de 2021). ICEBERG ACTUARIAL. Obtenido de ICEBERG ACTUARIAL: <https://iceberg-actuarial.com/2024/03/19/acuerdo-comercial-con-china-estaria-en-juego-la-industrializacion-ecuatoriana/>
- Velásquez, A. I. (2019). Estudio de mercado de quinua para su exportación a la Unión Europea. Observatorio de la Economía Latinoamericana.

## **Anexo 1. Fichas documentales de los artículos consultados**

YANG XIU-Shi, QIN PEI-you, GUO HUI-min, and REN Gui-xing

Desarrollo de la quinua en China 2019

PP-45-78.

Aunque es el momento adecuado para desarrollar la quinua en China, algunos desafíos merecen especial atención. El primer punto es la falta de buena variedad. Después de varios años de investigación, sólo existen 14 variedades registradas en China. (Yang Xiu-shi)

ASTUDILLO PINCAY, Adrián Alejandro

Análisis de factores relevantes del tratado de libre comercio Ecuador – China y su influencia en la economía ecuatoriana.

PP.10-11

El tratado de libre comercio ha beneficiado la economía del país. Los beneficios principales del acuerdo para Ecuador son: vinculo comercial y económico, acceso a mercado en desarrollo y aumento de exportaciones.

Los beneficios principales del acuerdo para Ecuador son: vinculo comercial y económico, acceso a mercado en desarrollo y aumento de exportaciones.

VALENZUELA CHAUCA, Diana Pamela

Nuevos productos alimenticios en el comercio mundial: situación y perspectivas actuales para el cultivo y exportación de quinua por parte del Ecuador

PP-15-18

El precio de la quinua en el mercado internacional ha experimentado un sostenible incremento de 2008 a 2014, solo en 2015 se registró un descenso en el precio, lo que ha llevado a países como Ecuador a esperar mejores condiciones del mercado para volver a vender su producto. (Valenzuela Chauca, 2016)

MOROCHO DUCHI, Carlos David

Plan de exportación de la harina de quinua a mercados de China

PP-25-28

Ecuador pretende tener un incremento en sus exportaciones, con un producto estacional como la harina de quinua, que desde hace algún tiempo se ha visto fortalecido su presencia dentro de mercados internacionales, a través de programas nacionales para fomentar la productividad, como el Plan de Mejora Competitiva de la Quinua, el cual fue impulsado por el Ministerio de Comercio Exterior y el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (2015), para ayudar a posicionar a la quinua en nuevos mercados internacionales, de igual forma pretendiendo asegurar el incremento de la productividad nacional y la calidad de este grano. (Morocho Duchi, 2022)

**Anexo 2. Cuestionario aplicado a colaboradores de Ministerio de Producción y Comercio Exterior - Mypimes**

**Información sociodemográfica**

Género:

**Preguntas**

Responda a las siguientes preguntas con sí, no, parcialmente:

- 1) ¿Se encuentra usted familiarizado con el TCL que se registra entre Ecuador y China en base al ingreso de productos al mercado chino?
- 2) ¿Considera usted que los productos de quinua ecuatoriana y sus derivados pueden competir exitosamente en el mercado chino gracias al Tratado de Libre Comercio?
- 3) ¿Cree usted que el Tratado de Libre Comercio facilitará el acceso de productos con valor agregado de Ecuador al mercado chino?
- 4) ¿Qué medidas considera usted que podrían facilitar la exportación de quinua de Ecuador al mercado chino?
- 5) ¿Considera usted que es necesario superar barreras y limitaciones para que la quinua y sus derivados sean competitivas en el mercado chino?
- 6) ¿Cree usted que es necesario que los comerciantes de quinua y sus derivados saquen provecho de las oportunidades de inversión y cooperación de empresas privadas para satisfacer el mercado chino?
- 7) ¿Considera usted que los consumidores chinos tienen preferencia por los productos saludables o super alimentos?
- 8) ¿Cree usted que la eliminación o reducción de aranceles en la competitividad de la quinua ecuatoriana frente a otros exportadores es positivo?

9) ¿Cree usted que hay posibilidades reales de que los acuerdos comerciales sobre la exportación de quinua y sus derivados traigan beneficios a los agricultores ecuatorianos en el corto plazo?

10) ¿Considera usted que el Tratado de Libre Comercio incentivará la inversión en la producción de bienes exportables en Ecuador relacionados con la Quinua y sus derivados?



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Del Pino Zambrano, Vanessa Alexandra**, con C.C: # **0940661762** autor/a del trabajo de titulación: **Análisis de tendencias de consumo de la quinua ecuatoriana y sus derivados para satisfacer el mercado chino**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Administración de Empresas** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **17 de febrero de 2025**.

f. \_\_\_\_\_

Nombre: **Del Pino Zambrano, Vanessa Alexandra**

C.C: **0940661762**



<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>		
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN</b>		
<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Análisis de tendencias de consumo de la quinua ecuatoriana y sus derivados para satisfacer el mercado chino.	
<b>AUTOR(ES)</b>	Del Pino Zambrano, Vanessa Alexandra	
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Ing. Reyes De Luca, María Antonieta, Mgs.	
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Economía y Empresa	
<b>CARRERA:</b>	Administración de Empresas	
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Licenciada en Administración de Empresas	
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	17 de febrero de 2025	<b>No. DE PÁGINAS:</b> 80
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Tendencias de consumo, Exportación de quinua ecuatoriana Análisis del mercado chino	
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Tendencias, mercado, exportación, china, quinua, consumo	
<b>RESUMEN/ABSTRACT</b>		
<p>La presente investigación se presenta con el fin de analizar las tendencias de consumo de quinua ecuatoriana y sus derivados desde una perspectiva cuanti-cualitativa para satisfacer el mercado chino, considerando que hoy en día es uno de los mercados más grandes del mundo con una población estimada en 1.400 millones de personas, que se presentan como potenciales consumidores de este producto.</p> <p>En el primer capítulo se encuentra todo lo referente al marco teórico, teorías que son aplicables al trabajo presentado, marco conceptual y marco legal de la presente investigación.</p> <p>En el segundo capítulo se enfoca en el producto, se presentan las características, así como las tendencias de comercialización y cultivo de la quinua; además se mencionan sus propiedades nutricionales.</p> <p>En el tercer capítulo, se analizará la información de productores y proveedores, para levantar información sobre el mercado nacional y los destinos actuales de exportación de quinua. También se investigará las tendencias del consumo de quinua en el mundo y los principales exportadores de quinua al mercado chino, así como su consumo para determinar si se logra satisfacer la demanda de este mercado.</p> <p>En cuanto a la metodología, se utilizó el enfoque mixto y el diseño de tipo descriptivo. Con respecto a las técnicas e instrumentos de recolección de datos, para el aspecto cualitativo se realizó una investigación y las fichas documentales, además se aplicó una encuesta a colaboradores del Ministerio de Producción y Comercio Exterior subdirección Mypimes</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b>	<b>E-mail:</b> vanessa.delpino@cu.ucsg.edu.ec
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b>	<b>Nombre: David Coello Cazar</b>	
	<b>Teléfono: +593-4-3804600</b>	
	<b>E-mail: <a href="mailto:david.coello@cu.ucsg.edu.ec">david.coello@cu.ucsg.edu.ec</a></b>	
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>		
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>		
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>		
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>		