

ACTAS DEL
VII CONGRESO
INTERNACIONAL
SOBRE CULTIVOS
ANDINOS

LA PAZ BOLIVIA 4 AL 8 DE FEBRERO DE 1991



EDITORES: D. MORALES Y J.J. VACHER



CRSICOM



ACTAS DEL VII CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE CULTIVOS ANDINOS

La Paz - Bolivia, 4 al 8 de febrero

Editores

D. Morales y J.J. Vacher

IBTA

INSTITUTO BOLIVIANO DE TECNOLOGÍA AGROPECUARIA

ORSTOM

L'INSTITUT FRANÇAIS DE RECHERCHE SCIENTIFIQUE POUR LE
DEVELOPPEMENT EN COOPERATION

CIID-Canada

CENTRO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION Y DESARROLLO

La Paz, 1992

ANALISIS DE LA COMERCIALIZACION DE LA QUINUA EN ECUADOR ESTADO ACTUAL Y PROYECCIONES FUTURAS

Carlos NIETO ¹ y Patricio ANDRADE ²

1 Programa de Cultivos Andinos INIAP. Ecuador.

2 Especialista en mercadeo. Técnico de QUINUASA S.A. Ecuador.

I. INTRODUCCION

Considerando que la QUINUA es un producto autóctono de la región de los Andes, cuya calidad alimenticia es superior a la de algunos alimentos similares y que su potencial para constituirse en una fuente alimenticia en la dieta humana y solucionar el gran problema de la desnutrición es significativamente alto; además, que es factible enviar éste producto a los mercados internacionales para su industrialización, es de vital importancia conocer los problemas de la producción, las del consumo y el potencial de comercialización de este grano para mejorar los niveles de oferta local y de la exportación. Los objetivos del estudio fueron:

- Describir el sistema de mercadeo de quinua en Ecuador.
- Identificar y describir las prácticas de comercialización aplicadas por los productores y comerciantes de quinua.
- Identificar el estado actual y las perspectivas futuras del consumo interno.
- Evaluar las posibilidades de exportaciones futuras.

II. METODOLOGIA

La selección de las áreas potenciales se determinaron en base a las estadísticas del MAG para el año 1987. Información del Instituto de Estrategias Agropecuarias, IDEA - 1988 y de la empresa QUINUASA, en 1989. Como zonas de análisis se tomaron los sectores más importantes de producción y consumo en las provincias de la Sierra; Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi y Chimborazo.

La investigación de campo se realizó tanto en la zona urbana como en la zona rural. En el área rural se realizaron entrevistas con productores y comerciantes para obtener información sobre la producción actual y la futura. Los comerciantes a nivel rural y urbano proporcionaron datos para determinar las prácticas comerciales más usadas y establecer los canales de distribución.

En cada provincia se visitaron las zonas agrícolas de producción, para entrevistas a pequeños, medianos y grandes productores, así como comerciantes mayoristas y minoristas en las zonas rurales y urbanas, al igual que en centros de venta como bodegas, tiendas, supermercados y tiendas de productos naturistas.

Esta investigación fue completa con entrevistas aleatorias a consumidores y comerciantes de los puntos de compra-venta de producto con un sondeo de mercadeo realizado en Europa (Holanda, Italia, Suiza y Francia) durante el mes de febrero de 1990.

III. RESULTADOS

1 Producción

Actualmente el volúmen de producción es bastante reducido y se registra una gran porción de producción asociada en el lugar de monocultivo. En el Cuadro 1, se pueden apreciar los datos de producción para 1988, de acuerdo a las principales provincias de producción y consumo.

Cuadro 1. Producción de quinua, para algunas provincias de la Sierra durante 1988, en miles de hectáreas.

PROVINCIA	SEMBRADA			COSECHADA			Rend. t/ha
	Total	Sola	Asoc.	Total	Sola	Asoc. Prod.	
Carchi	--	--	--	--	--	-- 1.6	1.06
Imbabura	0.12	0.12	--	0.10	0.10	-- 168.2	1.40
Pichincha	0.26	0.26	--	0.19	0.19	-- 119.6	0.46
Cotopaxi	0.10	0.03	0.07	0.10	0.03	0.7 35.4	0.35
Chimborazo	0.06	0.06	--	0.06	0.06	-- 29.2	0.48
TOTAL	0.54	0.47	0.7	0.45	0.38	0.7 354.0	0.65

FUENTE: MAG, Estimación de la superficie cosechada, producción y rendimiento agrícola, Resumen nacional y datos por provincia, 1988.

2. Costos y utilidades

El cuadro 2, intenta demostrar, que el productor es en realidad quien obtiene un mayor margen de ganancia sobre la unidad de producto vendida y no como es costumbre pensar que el intermediario es el mayor beneficiado. De producirse un cambio en los niveles de precio, el productor tiene mejor flexibilidad para afrontar los cambios puesto que sus márgenes son mayores. Situación que no existe para los comerciantes dado sus márgenes pequeños de utilidad.

Cuadro 2. Relación costos/precios por quintal a nivel de finca, en sures durante 1990*

PROVINCIA	Costo de Producción	Precio de venta	Utilidad	Porcentaje de utilidad
Carchi	3.649	16.500	12.851	352 %
Imbabura	3.536	17.000	13.464	831 %
Pichincha	7.040	18.000	10.960	156 %
Cotopaxi	8.508	17.000	8.492	99 %
Chimborazo	5.339	16.000	10.661	200 %

* Un dólar USA = 800 sures.

FUENTE: Investigación directa de campo.

La respuesta para este fenómeno parece estar en la ley de oferta y demanda. Existiendo mayor demanda y una oferta contraída, los productores tienen la alternativa de exigir precios más altos reduciendo de esta manera los márgenes de los comerciantes.

En el Cuadro 3, se aprecia claramente que los porcentajes de utilidad para el comerciante han decaído significativamente. Durante 1987 la producción de quinua creció notablemente lo cual deprimió más que proporcionalmente a los precios causando una disminución en la extensión sembrada a partir de ese año. Consecuentemente, a la baja de precios le siguió una baja en la producción lo cual incrementó los precios nuevamente. Los beneficiados de esta fluctuación parecen ser los productores fieles al producto, quinua, que mantuvieron la producción y obtuvieron altos precios por escasa producción.

Cuadro 3. Porcentajes de utilidad del intermediario, por quintal de quinua vendido en diferentes provincias de la Sierra.

PROVINCIA	Año 88	Año 90	VARIACION
Carchi	---	27.3 %	---
Imbabura	47.9 %	23.5 %	- 24.5 %
Pichincha	54.3 %	27.8 %	- 26.6 %
Cotopaxi	29.5 %	17.6 %	- 11.8 %
Chimborazo	50.6 %	37.5 %	- 13.1 %

FUENTE: IDEA, 1988. Investigación directa de campo, 1990.

3. Demanda actual

Del total de personas entrevistadas a nivel de campo, un 35% manifestaron consumir quinua; sin embargo, una extrapolación de la tendencia de consumo señala menor porcentaje, por lo que el dato de la muestra en relación al universo resultaría demasiado optimista. Por lo tanto, nos referiremos a datos generales por familias a nivel urbano y rural, sus tendencias de consumo de quinua y al 35 % de la población consumidora de quinua.

El cálculo de la demanda efectiva total incluye: la demanda en fresco para consumo directo (2.878.6 t.), la demanda actual de la industria (131.0 t.m.), la demanda de exportación (199,3 t.m.) calculada en un 100 % del total exportado en 1988 y, la demanda para semilla (69.0 t.m.). Por lo tanto, el volumen de la demanda efectiva alcanza las 3.277.9 t.m. de quinua. Además, hay que considerar la pérdida ocasionada en todo el proceso de la producción y comercialización (336.6 t.m.). Al incluir la pérdida en la demanda efectiva se obtiene el volumen de producción total requerido para satisfacer toda la demanda de quinua.

Si se utiliza el rendimiento promedio de las cinco provincias productoras de quinua, Cuadro 1, se calcula que la extensión necesaria para producir las 3614 toneladas métricas que se demanda actualmente, (Cuadro 4), es de aproximadamente 5500 hectáreas de producción. Pero se sabe que aplicando ciertos niveles de tecnología se podría llegar a promedios de productividad de 1 t/ha, por lo cual se requeriría solamente de una 3600 hectáreas aproximadamente, en lugar de las 5500 mencionadas anteriormente.

Cuadro 4. Cálculo de la demanda efectiva de quinua para Ecuador, en 1989 expresada en toneladas métricas.

Demanda actual de consumo directo	2.878,6
Demanda de la industria	131,0
Exportaciones en fresco*	199,3
Demanda total actual	3.208,9
Demanda para semilla (15 kilos/Ha)	69,0
Pérdida de la producción (10%)	336,9
Demanda total efectiva	3.613,9

* Calculada en base a la exportación efectiva durante 1988.

4. Sistemas de comercialización

Los canales de comercialización más usados durante 1989 fueron de tres modalidades:

1. El recolector recorre las parcelas comprando el producto y pagando por anticipado. Posteriormente revende el producto al comerciante acopiador de la zona; el cual, vende a comerciantes de la misma provincia o de otras provincias de la Sierra. Luego el producto es negociado a los minoristas, quienes acuden a los puntos de compra-venta, al igual que los comerciantes de los mercados y tiendas de abarrotes. Finalmente, la quinua llega al consumidor. (ver Figura 1).
2. En este canal el productor asiste directamente a las ferias y además comercializa la quinua eliminando al recolector. Posteriormente, esta forma de comercializar es igual al canal de comercialización de forma 1 (ver Figura 2).
3. Esta forma de comercializar incluye al intermediario, quién recorre las diferentes instalaciones de los acopiadores zonales realizando el mismo trabajo del recolector pero a mayor escala, obviando al acopiador provincial. El intermediario generalmente aparece en esta etapa cuando tiene pedidos concretos de minoristas o de industrias procesadoras. (ver Figura 3).

IV. CONCLUSIONES

- Los sectores productores de quinua en Ecuador, en su mayoría son pequeños agricultores, los mismos que utilizan tecnología tradicional **apropiada** para las condiciones del medio en que se desenvuelven y casi sin uso de insumos ni maquinaria.
- Se comprobó que el cultivo de quinua es de tipo marginal y su producción se utiliza básicamente para autoconsumo y reserva de semillas.
- El producto perdió la confianza del productor en 1987, debido a la no apertura de mercados en los años anteriores. Sin embargo, la creciente demanda actual y los precios registrados están motivando a los productores.

- A nivel de productores, la utilidad se ha incrementado debido a la poca oferta actual que ha empujado los precios a nivel de finca. Se encontró que las utilidades a nivel de productor variaban entre el 99 y 380 %.
- No existe infraestructura para el procesamiento y almacenamiento de grano, lo que afecta el manipuleo, transporte y la calidad de la quinua.
- A nivel interno, la demanda tiende a incrementarse lo cual determina un necesario aumento en las áreas sembradas, incremento de oferta y declinación de precios. Se calcula que la demanda interna alcanzaría a una 3600 toneladas de quinua para 1989.
- Se evidenciaron por lo menos tres canales de comercialización de la quinua, en todos ellos con significativa participación de intermediario.

V. BIBLIOGRAFIA

BARSKY, O. Los procesos de mercado y comercialización de fréjol en Pimampito, Ecuador, Quito. E.E. Proyecto INIAP - CORNELL. Documento de trabajo ASE-10.

CCI-MICIP. 1985. Promoción de las exportaciones no tradicionales y desarrollo de nuevas producciones orientadas a la exportación. Quito.

IDEA, Perspectivas para la producción de quinua en el Ecuador. Memorias del Seminario y Estudio Técnico. 1988. Quito.

INIAP. Reunión Nacional sobre producción, uso y comercialización del cultivo de quinua. 1987. Memorias, Convenio CIID-Canadá, Quito.