

January 2015

## Posibilidades en el comercio internacional de la quinua: un análisis desde la perspectiva de la competitividad

Lucy Andrea Cely Torres

*Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad de La Salle, Bogotá, lcely@unisalle.edu.co*

Julio César Ducón Salas

*Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Universidad de La Salle, Bogotá,*

*jcducson@unisalle.edu.co*

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/eq>

---

### Citación recomendada

Cely Torres, L. A., y J.C. Ducón Salas (2015). Posibilidades en el comercio internacional de la quinua: un análisis desde la perspectiva de la competitividad. *Equidad y Desarrollo*, (24), 119-137. <https://doi.org/10.19052/ed.3683>

This Artículo de Investigación is brought to you for free and open access by the Revistas científicas at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in *Equidad y Desarrollo* by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact [ciencia@lasalle.edu.co](mailto:ciencia@lasalle.edu.co).

# Posibilidades en el comercio internacional de la quinua: un análisis desde la perspectiva de la competitividad\*

119

Lucy Andrea Cely Torres\*\*

Julio César Ducón Salas\*\*\*

## Palabras clave

Quinua, cultivos andinos, comercio internacional, cadena de valor, factores productivos

## Clasificación JEL

Q10, F10, F20

## Resumen

El artículo expone el papel y la importancia que tiene la producción y la comercialización de quinua en el mercado internacional, debido a las inmensas posibilidades de transformación en productos terminados y beneficios que posee y brinda este cultivo. Lo anterior ha permitido que, a la luz de referentes teóricos como la competitividad y las ventajas competitivas, se pueda llevar a cabo un estudio de tipo descriptivo en el cual se evidencia la importancia de este tema en las exportaciones que han realizado principalmente países como Bolivia y Perú, y en las importaciones de la Unión Europea y Asia. De ahí que se vislumbre el papel protagonista que pueden desempeñar los países andinos al aprovechar sus tradiciones y convertirlas en oportunidades comerciales y de bienestar para la población mundial.

---

Cómo citar este artículo: Cely Torres, L. A. y Ducón Salas, J. C. (2015). Posibilidades en el comercio internacional de la quinua: un análisis desde la perspectiva de la competitividad. *Equidad & Desarrollo*, (24), 119-137.

---

Fecha de recepción: 2 de marzo del 2015 • Fecha de aceptación: 7 de julio del 2015

\* Este artículo es resultado del proyecto titulado *Estrategias de competitividad de los países andinos de cara al mercado mundial*, desarrollado por los autores.

\*\* Economista en Comercio Internacional, Fundación Universitaria Los Libertadores; Magíster en Relaciones y Negocios Internacionales, Universidad Militar Nueva Granada; doctoranda en Unión Europea, UNED. Docente-investigadora de tiempo completo, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad de La Salle. Correo electrónico: lcely@unisalle.edu.co

\*\*\* Administrador financiero, Uniagraria; Especialista en Proyectos de Desarrollo, Escuela Superior de Administración Pública (ESAP); Magíster en Desarrollo Educativo y Social, CINDE; doctorando en Análisis de Problemas Sociales, UNED. Docente-investigador de tiempo completo, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Universidad de La Salle. Correo electrónico: jducon@unisalle.edu.co

## Possibilities in the International Trade of Quinoa: An Analysis from the Perspective of Competitiveness

### Abstract

The article studies the role and importance of the production and marketing of quinoa in the international market, due to the immense possibilities of processing it into finished products and the benefits offered by this crop. In the light of theoretical references such as competitiveness and competitive advantages, it was possible to carry out a descriptive study which evidenced the importance of this issue in exports realized mainly by countries like Bolivia and Peru, and imports from the EU and Asia. Thus, Andean countries could play an important role if they take advantage of their traditions and turn them into business and welfare opportunities for the world population.

### Keywords

Quinoa, Andean crops, international trade, value chain, production factors

## Possibilidades no comércio internacional da quinoa: uma análise a partir da perspectiva da competitividade

### Resumo

O artigo expõe o papel e a importância que a produção e a comercialização de quinoa têm no mercado internacional, devido às imensas possibilidades de transformação em produtos terminados e nos benefícios que este plantio possui e oferece. O anteriormente dito permitiu que, à luz de referentes teóricos como a competitividade e as vantagens competitivas, se pudesse realizar um estudo de tipo descritivo no qual se evidencia a importância deste tema nas exportações que têm realizado principalmente países como Bolívia e Peru, e nas importações da União Europeia e Ásia. Daí que se vislumbre o papel de protagonismo que os países andinos podem exercer ao aproveitar suas tradições e convertê-las em oportunidades comerciais e de bem-estar para a população mundial.

### Palavras chave

Quinoa, cultivos andinos, comércio internacional, cadeia de valor, fatores produtivos

*La utopía está en el horizonte. Camino dos pasos,  
ella se aleja dos pasos y el horizonte se corre diez pasos más allá.  
¿Entonces para qué sirve la utopía? Para eso, sirve para caminar.*

Eduardo Galeano

## Introducción

El comercio internacional ha sido un campo objeto de estudio en el que confluyen diferentes tipos de racionalidades, en especial aquellas de tipo económico. Así, resultado de las diferentes formas de pensamiento, se establecen mecanismos de acción que determinan el rumbo de políticas y estrategias a través de las cuales se busca alcanzar aquellos objetivos de desarrollo y crecimiento para la economía de los países. Por ejemplo, entender que no todos los países tienen las mismas capacidades productivas conlleva a pensar en la denominada *especialización de la producción*, la cual depende de varios factores, como por ejemplo, el nivel de desarrollo alcanzado, el uso de bienes de capital, infraestructura, recursos naturales, factores culturales, entre otros. Por consiguiente, se llega a pensar en la importancia de producir aquello que mejor se conoce y puede hacerse para obtener mejores resultados en la oferta e intercambios comerciales, aprovechando así sus ventajas comparativas.

Así, el comercio internacional evidencia su importancia no solo en relación con la competitividad de los países, sino con la posibilidad de mirar hacia el interior de las costumbres y tradiciones para aprovechar aquellos recursos que por su naturaleza y particularidad, marcan una diferencia importante por sus beneficios para el ser humano, tal es el caso de la quinua.

La quinua es considerada como un pseudocereal que ha sido cultivado principalmente en países andinos como Perú y Bolivia, a pesar de que también se produce en Colombia, Ecuador, Chile, entre otros. Este cultivo ha sido usado originariamente en estos países aproximadamente por 6000 años, lo cual le da un carácter ancestral, ya que los pueblos que habitaban y habitan esta parte del continente americano lo utilizaban como parte de sus rituales y ceremonias religiosas.

Una de las principales características que tiene la quinua es su alto contenido alimenticio, esto le ha permitido posicionarse gracias al reconocimiento de sus bondades nutritivas. Por ejemplo, en el 2010, de acuerdo con estudios realizados por el Instituto Boliviano de Comercio Exterior, se indica que el contenido proteico de la quinua está en un rango del 13,81 % al 21,9 %, el cual, en comparación con cereales

como el arroz, la avena o la cebada, es mayor, por lo cual se constituye como uno de los productos andinos con mayor proyección que abre un espacio para la identificación de aquellas ventajas competitivas que posibilitan el diseño de estrategias orientadas a alcanzar un mayor nivel de participación en el mercado mundial.

En este sentido, conocer el papel e importancia que tiene un producto como la quinua en el mercado mundial, permite la identificación de las posibilidades competitivas y oportunidades comerciales para los países andinos, más aún cuando se reconoce la importancia que tiene para la sociedad en general advertir que gran parte de la solución a los problemas alimenticios puede estar en el reconocimiento de los saberes y tradiciones ancestrales, dado que la tendencia del mundo actual evidencia una precarización en la calidad alimenticia y, por lo tanto, en el bienestar de las condiciones de vida del ser humano.

## Marco teórico

Teniendo en cuenta que el comercio es una de las actividades que el ser humano ha desarrollado como una forma de suplir sus necesidades, lo que le ha conducido a la concepción de estructuras como familia, tribu, comunidad o nación, es en la globalización, que por su perspectiva internacional comienza a considerarse como uno de los principales ejes para el crecimiento y desarrollo de un país, donde deben tenerse en cuenta aspectos tales como la productividad y la competitividad.

En este orden de ideas, cabe traer a colación a Adam Smith, quien publica su principal obra *La riqueza de las naciones* hace ya más de doscientos años, la cual se constituye como una propuesta revolucionaria, considerada como el comienzo de las ciencias económicas (Acosta, 1996). En esta obra, el economista escocés expresa su preocupación por el crecimiento económico y aquellos temas relacionados como la distribución, el valor, el comercio internacional, entre otros. Uno de sus objetivos principales fue la denuncia de las ideas mercantilistas restrictivas de la libre competencia que estaban aún muy extendidas en ese momento. Para Adam Smith, el Estado debía abstenerse de intervenir en la economía, toda vez que si los hombres actuaban libremente en la búsqueda de su propio interés, existía una mano invisible que convertía sus esfuerzos en beneficios para todos (Borges, 2003).

Por su parte, David Ricardo fundamentaría su principal aporte en la teoría del valor y la distribución, bajo los siguientes epígrafes: teoría del valor; teoría de los salarios, las utilidades y la renta; la teoría de la acumulación; y, por último,

la teoría del desarrollo económico centrado en el dinero, la banca y el comercio internacional (Ricardo, 1994). Ricardo trataba de demostrar que el trabajo creaba el valor tanto en las condiciones de producción capitalista como en las primitivas; afirmaba que el valor lo determina no solo el trabajo presente, sino también el pasado, incorporado en los instrumentos, las herramientas y los edificios, entre otros (Bustelo, 1994).

Con esta teoría, él pretendía concluir que el comercio internacional se da si la cantidad de trabajo para producir un bien es mayor que la de un país extranjero, esto lleva al país a importar. Por lo tanto, la mano de obra nacional dedicada a esta actividad se utiliza para la fabricación de un producto que sea de menor valor y así se reducirán las necesidades del trabajador y, de igual forma, el valor de producción (Patten, 1998).

Para Heckscher y Ohlin, quienes vinculan la teoría de la ventaja comparativa con la dotación de factores o lo que también denominarían *proporción de los factores*, los bienes pueden ser producidos con distintas proporciones de insumos y pueden movilizarse entre distintos sectores, basados en el supuesto de que todas las naciones tienen una tecnología equivalente pero difieren en los factores de producción (Krugman, 1995).

De acuerdo con lo anterior, si un país cuenta con mucha tierra fértil, probablemente tendrá una ventaja comparativa en la agricultura, y aquella nación que posee grandes sumas de capital acumulado probablemente tendrá una ventaja comparativa en la fabricación de maquinaria pesada. Con esto se llega a concluir que factores tales como los recursos naturales, el capital del conocimiento, el capital físico, la tierra y la mano de obra calificada y no calificada permiten explicar las pautas que puede tener el comercio internacional (Krugman, 2007).

Por consiguiente, se ha entendido que el comercio internacional es parte fundamental para el desarrollo económico y el bienestar de los países, en consecuencia, se ha convertido en una disciplina de estudio basada en la evolución económica y las necesidades sociales. Se asume que este desarrollo inició en los procesos de fortalecimiento político y militar, teniendo como fin específico la defensa contra las agresiones presentadas por otros Estados o supra Estados (Blackhurst, 1993).

En este sentido y dada la importancia que tiene para las naciones participar en el campo internacional de manera competitiva, no solamente es fundamental contar con una serie de factores productivos, sino también el desarrollo de ventajas competitivas que se generan dentro de las organizaciones, lo que evidencia la importancia macro y micro de la competitividad.

En el plano microeconómico, no es posible entender la empresa en su conjunto sin tener en cuenta el papel que cumplen las ventajas competitivas, ya que es a través de estas que las diferentes actividades como la comercialización, entrega y apoyo del producto cumplen un papel particular que contribuye a alcanzar una posición relativa en cuanto a costos de producción, siendo la base para la diferenciación, con lo cual, aspectos tales como la obtención de materias primas, sistemas de recepción de pedidos, calidad en el diseño del producto se convierten en aspectos decisivos para que las organizaciones logren diferenciarse por sus ventajas con respecto a su entorno económico.

La ventaja competitiva necesita ser analizada de manera sistémica, teniendo como referencia aquellas actividades que se llevan a cabo en la cadena de valor, la cual es una forma de entender o interpretar la organización, analizando cada una de las actividades que se realizan dentro de esta a partir de sus costos de producción y las posibilidades de diferenciación, lo cual puede traducirse como un aspecto tanto estratégico como competitivo.

Por consiguiente, el concepto de *cadena* implica la interacción de una serie de actividades que en un ámbito competitivo tendrán influencia en la generación de una ventaja, ya que allí los costos desempeñan un papel crucial para el desempeño de la organización.

Otro de los factores por tener en cuenta tiene que ver con las regulaciones gubernamentales, como por ejemplo, aquellas a través de las cuales se establecen exenciones fiscales, incentivos financieros, las posibilidades de sindicalización, los aranceles, y otro tipo como las subvenciones, ya que la incidencia que tienen las políticas de gobierno permite que las actividades empresariales encuentren nuevas posibilidades para que el aparato productivo pueda vislumbrar un camino para aumentar sus exportaciones hacia los mercados internacionales por medio de un conjunto de acciones basadas en un modelo económico que promueva la productividad y la competitividad por medio del fortalecimiento de las empresas en sus procesos de gestión de cara a la inserción en los mercados internacionales.

Por consiguiente, la internacionalización es considerada como una estrategia en la cual es esencial la combinación de factores básicos tales como recursos naturales, clima, ubicación y datos geográficos, al mismo tiempo que se deben tener en cuenta factores avanzados entre los que se destacan los centros de investigación, la especialización industrial y las capacidades tecnológicas en el desarrollo de procesos productivos.

## Metodología aplicada

Para alcanzar el objetivo propuesto de analizar las posibilidades que tiene la producción y comercialización de la quinua en los mercados internacionales, se asume que, desde la perspectiva de la competitividad y las ventajas competitivas, se pueden generar procesos de mejoramiento productivo de este cultivo. Así, se muestran algunos resultados obtenidos a lo largo de un análisis realizado de manera descriptiva que posibilitó tanto la identificación de oportunidades comerciales como la perspectiva hacia el futuro que hay de este cultivo y sus derivados en el contexto internacional.

En este sentido, la consulta de fuentes de información secundaria fue clave en la medida en que, a través de estas, se recolectaron datos relacionados con las importaciones, las exportaciones y los precios del cultivo de la quinua.

## Resultados

La internacionalización es considerada como una estrategia de competitividad, en la cual es esencial la combinación de factores entre los que se encuentran aquellos considerados como básicos (recursos naturales, clima, ubicación y datos geográficos) y los factores avanzados (centros de investigación, especialización industrial y capacidades tecnológicas en el desarrollo de los procesos productivos). Sin embargo, para que estos factores puedan convertirse en ventajas competitivas nacionales es indispensable que junto con el papel de la empresa, exista la intervención del Gobierno para generar un ámbito productivo a través de políticas de capacitación, normas técnicas de producción, regulación de mercados de capital y la regulación de las políticas cambiarias y comerciales, como por ejemplo, los aranceles (específicos y *ad valorem*), subsidios agrícolas, cuotas de importación y exportación, requisitos de contenidos locales, acuerdos comerciales, entre otros.

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante resaltar el papel que ocupa la quinua en el mercado internacional, ya que su producción ha aumentado de manera progresiva especialmente en países como Bolivia, Perú y Ecuador, con lo cual se estima que su producción alcanza el 80% de la oferta mundial. Lo anterior permite inferir que la concentración de su producción no solamente se debe a su origen andino, sino también a la apuesta que han hecho los gobiernos de estos



"Una de las principales características que tiene la producción de la quinua radica en que, principalmente, es cultivada por pequeños campesinos que, generalmente, lo hacen en condiciones orgánicas, lo cual genera un valor agregado para quienes buscan productos que contengan una alta calidad nutritiva".

países a través de estímulos para el incremento progresivo de la producción y comercialización de este tipo de cultivo.

Una de las principales características que tiene la producción de la quinua radica en que, principalmente, es cultivada por pequeños campesinos que, generalmente, lo hacen en condiciones orgánicas, lo cual genera un valor agregado para quienes buscan productos que contengan una alta calidad nutritiva. En este sentido, se puede resaltar su composición de aminoácidos tanto en calidad como en cantidad, el acceso y la utilización biológica, lo que ha hecho que la quinua sea considerada como un cultivo estratégico que contribuye a la seguridad y soberanía alimentaria debido a su calidad nutritiva, su amplia variabilidad genética, su adaptabilidad a diferentes condiciones tales como el clima y el suelo y su bajo costo de producción (Bojanic, 2011).

Otro de los aspectos importantes del cultivo de la quinua en relación con su potencial competitivo tiene que ver con su diversidad agronómica, ya que se estima que, aproximadamente, hay veinticinco variedades, de las cuales nueve se producen en Europa y

dieciséis en América Latina. Esta variedad se podría considerar clave en función de la contribución a la seguridad alimentaria de diversas regiones del planeta, especialmente en aquellos países donde la población no tiene acceso a fuentes de proteína, o donde tiene limitaciones en cuanto a la producción de alimentos (tabla 1).

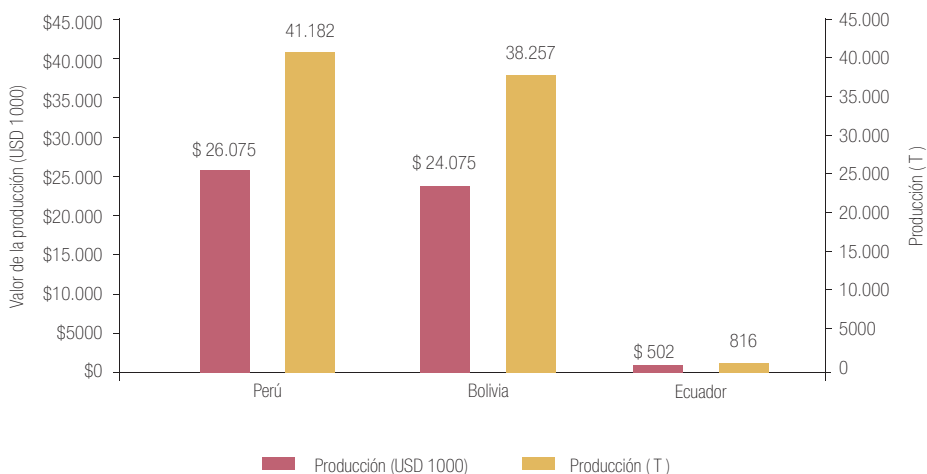
La producción de la quinua ocurre principalmente en el altiplano del Perú y Bolivia, y en las tierras altas de Ecuador, en donde su cultivo, según la investigación, se da de manera casi exclusiva por pequeños productores campesinos. Asimismo, debido a los diferentes productos derivados, es posible que se pueda realizar una amplia segmentación en mercados tales como los Estados Unidos, Canadá y Europa, lo que genera una mayor dinámica del comercio internacional de la quinua y sus derivados. La figura 1 permite apreciar los principales países productores de quinua, y allí queda claro que Perú y Bolivia tienen un grado muy importante de participación mundial (Montoya y Martínez, 2005) (figura 1).

Tabla 1. Variedades de quinua por continente

1	Variedades europeas	E-DK-4-PQCIP-DANIDA-UNA	Dinamarca
2		RU-2-PQCIP-DANIDA-UNA	Inglaterra
3		RU-5-PQCIP-DANIDA-UNA	Inglaterra
4		NL6- PQCIP-DANIDA-UNA	Holanda
5		G-205-95- PQCIP-DANIDA-UNA	Dinamarca
6		Control 'N°407	Grecia
7	Variedades latinoamericanas	02-EMBRAPA	Brasil
8		BAER-II-U-CONCEPTION	Chile
9		Cica-127-Cusco	Perú
10		Cica-17-Cusco	Perú
11		Huariponco-CRIDER-Puno	Perú
12		Kancolla-UNA	Perú
13		Narino-INIA-Pasto	Colombia
14		Salcedo-INIA-Puno	Perú
15		Ratuqui-IBTA	Bolivia
16		Kamiri-IBTA	Bolivia
17		Real-IBTA	Bolivia
18		Juiuy-UNA	Argentina
19		Sayana -IBTA	Bolivia
20		Ingapirca-INIAR	Ecuador
21		03-21-07RM-Una-Puno	Perú
22		03-21-072RM-Una-Puno	Perú
23		Ecu-420-INIAP	Ecuador
24		Canchones-Uap-Iquique	Chile
25		Illpa-UNIA-Puno	Perú

Fuente: FAO (2013).

Figura 1. Principales productores de quinua (2012)



Fuente: FAO y Aladi (2012).

A pesar de que la quinua es un cultivo que fácilmente se puede dar en diferentes tipos de suelo, se puede observar la gran ventaja que tiene la producción y exportaciones en Perú y Bolivia, que se podrían considerar como países abanderados de este producto, además, porque han sabido aprovechar sus ventajas comparativas; por ejemplo, en el caso peruano, según el Ministerio de Agricultura, la posibilidad que se tiene de cultivar y cosechar en la costa del mar ha sido uno de los aspectos que más se ha explotado, de igual forma, los tratados de libre comercio que ha firmado el país y el desarrollo de la logística en cuanto a costos y acceso a rutas comerciales han favorecido su comercialización en los mercados internacionales (tabla 2).

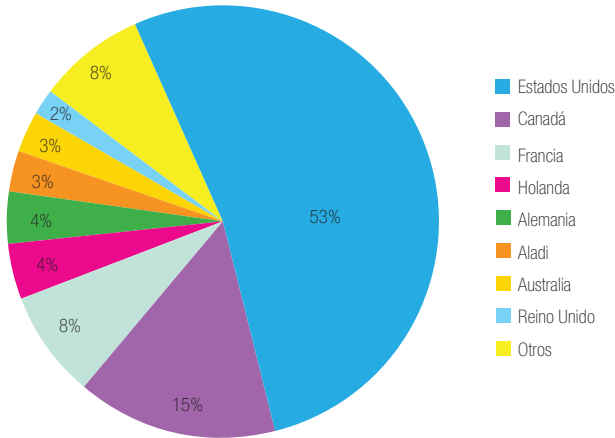
Tabla 2. Principales exportadores mundiales de quinua (por años)

País	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Perú	32,6	30,4	31,8	29,9	39,4	41,1	41,2	44,2	52,1
Bolivia	25,2	26,9	26,6	27,2	34,2	36,7	40,9	45,8	50,5
Otros	0,7	0,7	0,7	0,7	0,8	0,9	0,8	0,8	0,8
Mundial	58,4	58	59,1	57,8	74,4	78,7	82,9	90,8	103,4

Fuente: FAO (2013).

En cuanto a las importaciones, como se puede observar en la figura 2, más de la mitad del comercio mundial de quinua tiene como destino los Estados Unidos (53%). En segundo lugar, pero bastante alejado, se ubica Canadá con un 15% de las compras mundiales. Finalmente, le siguen Francia (8%), Holanda (4%), Alemania (4%), Aladi (3%), Australia (3%) y Reino Unido (2%).

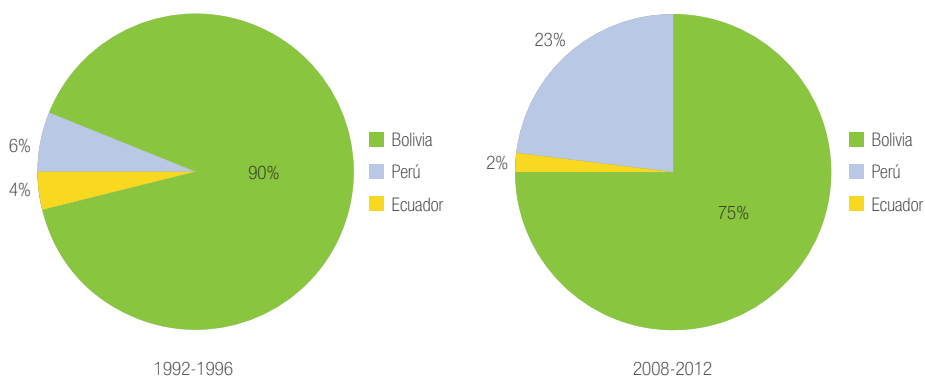
Figura 2. Principales importadores mundiales de la quinua (2012)



Fuente: FAO y Aladi (2012).

En la evolución de las exportaciones regionales de quinua se han presentado modificaciones en los últimos veinte años. Bolivia ha sido el principal exportador regional, seguida por Perú y Ecuador. Sin embargo, en los últimos años, como se observa en la figura 3, el porcentaje ha variado de manera importante para los países mencionados. Bolivia, entre 1992-1996, ocupó en la región un 90% del mercado exportado, porcentaje que presentó una variación importante, al pasar para el periodo comprendido entre el 2008 y el 2012 a un 75% y darle una mayor participación a Perú, que ha terminado ocupando en el mercado exportador un 23% del comercio para este último periodo.

Figura 3. Exportaciones regionales de quinua

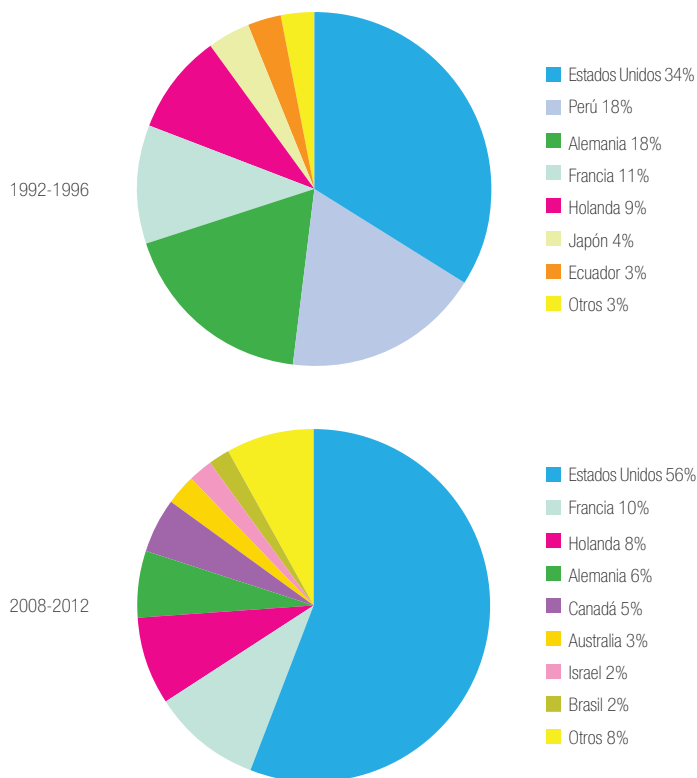


Fuente: FAO (2013).

En este orden de ideas, el número de países destino de las exportaciones y su respectiva participación en volumen ha ido aumentando. Mientras que en el periodo 1992-1996 las exportaciones de quinua se concentraban en Estados Unidos con 34%, Perú y Alemania con 18% cada uno, Francia con 11%, Holanda con 9%, Japón con 4%, Ecuador con 3% y otros países 3%, para el periodo 2008-2012 el número de países destino se aumentó, redistribuyendo la participación que estos países tenían. Sin embargo, el país que tuvo un mayor porcentaje de importaciones siguió siendo Estados Unidos con 56%, lo cual indica que en un lapso de 12 años las exportaciones a este país tuvieron un aumento del 24%. Adicionalmente, se destaca que otros países empezaron a tenerse en cuenta en las estadísticas de exportaciones mundiales, como por ejemplo, Canadá, Australia, Brasil e Israel, entre otros, los cuales, aunque en menor proporción, empezaron a considerarse en el mercado de la quinua (figura 4).

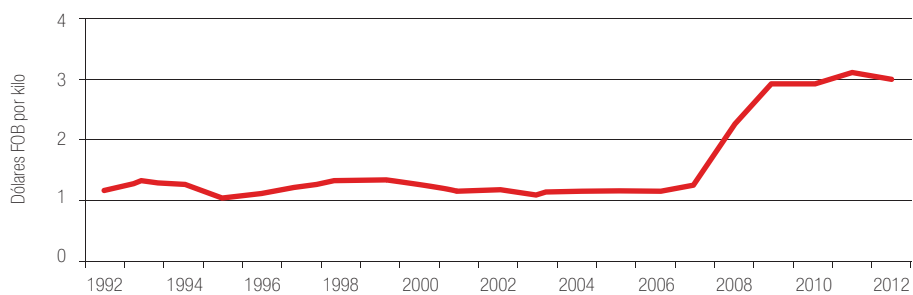
De acuerdo con la figura 5, el comportamiento de los precios de las exportaciones que tuvo la quinua en el periodo 1992-2012 permite observar cierta estabilidad, oscilando entre USD 1,1 y USD 1,3 por kilogramo; a partir del 2007 se experimentó un fuerte aumento al alcanzar USD 2,9 por kilogramo hasta el 2009, para luego volver a estabilizarse hacia los USD 3 por kilogramo desde el 2010. Lo anterior indica que el rápido aumento en el nivel de los precios refleja el fortalecimiento de la demanda en el mercado internacional y, por consiguiente, las áreas cultivadas y, por lo tanto, la oferta.

Figura 4. Destino de las exportaciones de quinua



Fuente: FAO y Aladi (2012).

Figura 5. Evolución del precio de las exportaciones de quinua, 1992-2012



Fuente: Aladi (2012).

Como se ha venido mencionando, el aumento en el posicionamiento de la quinua en diferentes mercados internacionales es alto, en especial en los últimos años; así mismo, el aprovechamiento del potencial del mercado ha contribuido a que se aumenten las expectativas de manera favorable para los productores y comercializadores, quienes ante un producto que tiene tantas cualidades, requieren condiciones que sean propicias para su adecuada puesta en el mercado.

Por otra parte, es importante resaltar que con base en la quinua se han desarrollado una serie de productos derivados tales como insuflados, harinas, fideos, hojuelas, granolas, barras energéticas y otros que, con ayuda de la tecnología, permiten incluso la extracción de aceites naturales. De igual forma, la producción de concentrados proteicos es uno de los productos que más se puede destacar por su gran potencial económico. Por ello, es importante reconocer que, como ventaja competitiva, la quinua es muy versátil, ya sea en cuanto a productos elaborados tradicionales como no tradicionales; así se puede apreciar en la tabla 3.

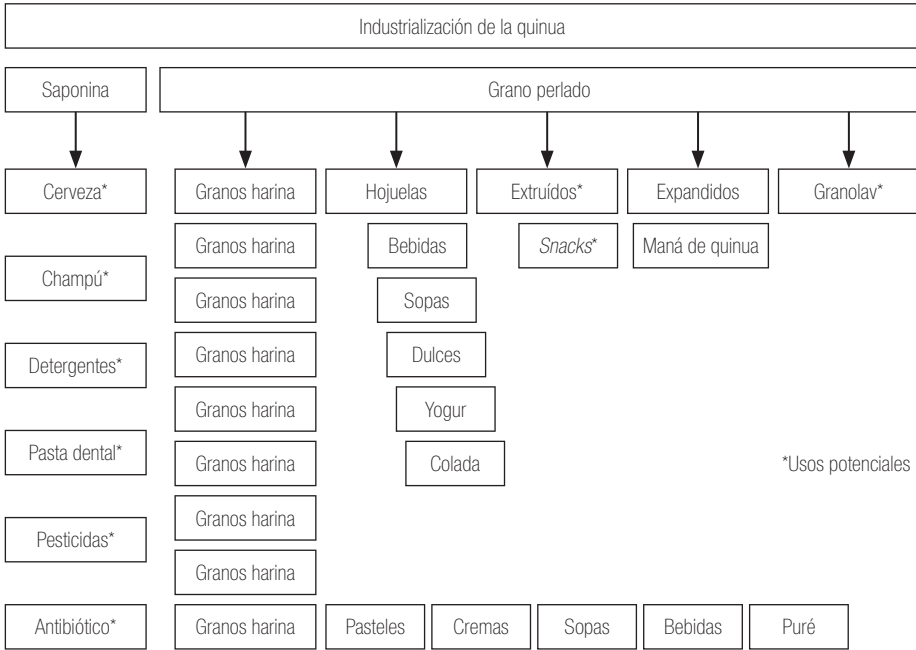
Tabla 3. Alimentos tradicionales y no tradicionales elaborados con quinua

Preparado	Tipo de alimento
Sopas y segundos	Sopa de quinua, lawa, juchacha, chiwa de quinua, p'esque con ahogado, mazamorra, phiri, p'hisara (graneado), p'esque huracha, p'esque con leche, p'esque con queso
Masas	Kispiña, mucuna, buñuelos, pan, galletas, kispiña de ajara, tortas de quinua, tortillas de quinua, tacti o tactacho, mululsito quispiña, kispuiña de ajara, k'api kispiña, acu kispiña, jupha t'anta, buñuelos de quinua, kaswira de quinua, queque de quinua, turucha kispiña, quichi quispiña
Bebidas	Refresco (ullpu); qúsa (chicha), api
Merienda seca	Pito de quinua

Fuente: Montoya y Martínez (2005).

Además de los usos anteriormente mencionados, la quinua es una materia prima de la cual se puede obtener una serie de productos en la industria de alimentos, cosméticos, farmacéuticos, entre otros, por lo que ha llegado a considerarse como una cadena productiva para las economías de Perú y Bolivia, tal como se puede apreciar por su complejidad y amplitud de posibilidades de producción en la figura 5.

Figura 5. Potencial industrial del grano de quinua



Fuente: Montoya y Martínez (2005).

Considerar la quinua como una cadena productiva conduce a concluir que a pesar de que son muchas sus posibilidades comerciales, hace falta realizar investigaciones que conduzcan a desarrollar prácticas, procesos y productos innovadores que deriven en valores agregados, ya sea a través de productos terminados o semielaborados, y así construir procesos articulados en los cuales se logre captar la verdadera dimensión de las posibilidades comerciales que tiene este cultivo.

## Discusión

Para el desarrollo de factores productivos que se caractericen por un alto grado de competitividad, el concepto de *cadena de valor* en la producción es totalmente relevante, ya que implica entender que la complejidad de los mercados requiere producir con base en la asociación y la colaboración. En el caso de la quinua, la cual



"Se evidencia que para aprovechar de una mejor forma las oportunidades comerciales que tiene la quinua, se necesita del apoyo institucional del Gobierno, por medio de la generación de programas que fortalezcan la cadena productiva con programas orientados a aumentar su productividad y competitividad".

ha sido prácticamente producida por pequeños agricultores que se caracterizan por una baja capacidad de inversión en bienes de capital e investigación, se debe tener en cuenta que el fortalecimiento de la producción debe conducir a una acción colectiva más que a esfuerzos individuales y aislados. Así, llegar a niveles de producción eficientes que como resultado evidencien un mayor posicionamiento en los mercados internacionales, requiere inicialmente generar un ambiente favorable para su producción, en donde los productores encuentren posibilidades para acceder a factores financieros, tecnológicos, comerciales, políticos, entre otros, que coadyuven a la construcción de sinergias que faciliten la entrada y permanencia en los mercados.

Por otra parte, se evidencia que para aprovechar de una mejor forma las oportunidades comerciales que tiene la quinua, se necesita del apoyo institucional del Gobierno, por medio de la generación de programas que fortalezcan la cadena productiva con programas orientados a aumentar su productividad y competitividad. Para ello, es necesario

que la cadena productiva interactúe también con instituciones académicas que realicen proyectos de investigación y que brinden capacitación para mejorar las técnicas de cultivo y aprovechamiento de la tierra.

Hacer referencia a la competitividad que puede desarrollarse a través de la explotación del cultivo de la quinua conduce a resaltar aquellos aspectos que pueden ser aprovechados, como por ejemplo, la adaptabilidad que esta tiene, lo cual podría considerarse como algo privilegiado, ya que su composición genética le permite ser resistente a condiciones climáticas como el frío o el calor, lo cual, para otro tipo grano, podría ser adverso.

En cuanto a las ventajas competitivas, cabe resaltar que para lograr un mejor aprovechamiento de sus cualidades (de acuerdo con algunos estudios se estima que la quinua contiene un valor nutricional que la equipara con alimentos tales como el pescado, los huevos o la leche) se necesita la incorporación del componente tecnológico, no desde la perspectiva industrial que busca la masificación de

la producción, sino desde los saberes ancestrales que tienen los pueblos originarios y los campesinos en cuanto al uso de la tierra, esto con el fin de obtener un producto orgánico que contribuya asimismo al cuidado del planeta.

Finalmente, es importante que como parte de un trabajo mancomunado a lo largo de la cadena productiva, se empiecen a desarrollar y promover de una manera más intensiva los beneficios, usos y cualidades de la quinua para que el mercado, ya sea interno o externo, vuelque su mirada con mayor avidez hacia este cultivo que, a pesar de no ser algo recientemente descubierto, sí es novedoso para gran parte de la población mundial, y que puede llegar a considerarse como una solución a graves problemas, como por ejemplo, las hambrunas y otros considerados de salud pública.

## Conclusiones

La generación de ventajas competitivas a través del aprovechamiento de la quinua es un desafío que los países productores deben enfrentar a través de formas de asociación, producción y comercialización que viabilicen el desarrollo de factores de diferenciación basados en la investigación, la innovación y el desarrollo de productos en los cuales la quinua sea primordial por sus múltiples beneficios. Para esto, el papel del Estado es relevante en cuanto al apoyo y generación de un marco de producción a partir del cual, la política pública esté basada en la comprensión de la importancia que tiene hoy en día la seguridad alimentaria y las condiciones climáticas por las que atraviesa el planeta en general.

La expansión que viene teniendo el mercado de la quinua requiere que, el o los productos desarrollados con base en esta se den a conocer, ya que en gran parte de la población mundial hay un importante desconocimiento acerca de los beneficios de la quinua y, por consiguiente, el desaprovechamiento de sus bondades, lo cual en las condiciones del mundo actual podría mejorar la calidad de vida y el bienestar en un alto porcentaje de la población que tiene problemas nutricionales, no solamente por estar en condiciones de pobreza, sino también por sufrir problemas de salud pública.

Sin embargo, mientras las relaciones comerciales sigan reflejando la asimetría que existe entre los países andinos (productores) y los importadores de la quinua (Estados Unidos, Europa, Asia), que compran el cultivo para transformarlo y agregarle valor para venderlo a un mayor precio, la generación de valor agregado y,

por ende, la obtención de mayores beneficios económicos seguirá limitando las posibilidades de desarrollo para sus productores, ya que mientras no se pase de ser exportadores de materias primas a exportadores de bienes terminados de productos con alto valor agregado y con elementos más competitivos, no será posible mejorar el nivel de vida y el bienestar de quienes se encargan de cultivar la tierra, y de por sí, de los países de la región.

## Referencias

- Acosta, J. (1996). Algunos fundamentos de la teoría general de la integración económica internacional. *Serie de Ensayos Número*, 80, 10-15.
- Blackhurst, R. (1993). *La integración regional y el sistema mundial de comercio*. Suiza: Ginebraerson K.
- Bojanic, A. (2011). *La quinua: cultivo milenario para contribuir a la seguridad alimentaria*. América Latina y el Caribe: FAO.
- Borges, A. G. (2003). Teoría neoclásica de la integración. *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*, 34, 10-20.
- Bustelo, F. (1994). *Historia económica: una ciencia en construcción*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Calduch, R. (1991). Métodos y técnicas de investigación en relaciones internacionales. *Universidad Complutense de Madrid*. Recuperado el 11 de agosto de 2013 de <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/sdrelint/Metodos.pdf>
- Centro de Asesorías y Estudios Sociales. (14 de marzo de 2012). La dictadura del mercado. *Nodo50.orgs*. Recuperado el 18 de julio de 2013 de [www.nodo.50org/caes](http://www.nodo.50org/caes)
- Cerda, H. (2008). *Los elementos de la investigación*. Bogotá: El Búho.
- Hamburguer, A. (2001). *Escribir para objetivar el saber: cómo producir artículos, libros, reseñas y textos*. Bogotá: Universidad de La Salle.
- Hernández, R. (1998). *Metodología de la investigación*. México D. F.: McGraw Hill.
- Infante, C. (2010). *Guía para la presentación de proyectos de investigación*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

- Instituto Boliviano de Comercio Exterior. (2010 ). *La quinua: oportunidades para su comercialización a nivel mundial*. Santa Cruz de la Sierra: Instituto Boliviano de Comercio Exterior.
- Krugman, P. (1995). *Economía internacional*. Madrid: McGraw Hill.
- Krugman, P. (2007). *Introducción a la microeconomía*. Barcelona: Reverté.
- Méndez, C. (2009). *Metodología: diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*. México D. F.: Limusa.
- Montoya, L. y Martínez, L. (2005). Análisis de las variables estratégicas para la conformación de una cadena productiva de la quinua en Colombia. *Revista Innovar*, 15, 103-120.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y Aladi. (2012). *Tendencias y perspectivas del comercio internacional de quinua*. Santiago: Aladi.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) (2013). *Perspectivas alimentarias*. Roma: Autor.
- Patten, S. (1998). The Interpretation of Ricardo. *Quarterly Journal of Economics*, 49, 10-23.
- Porter, M. (2010). *Ventaja competitiva*. Madrid: Pirámide.
- Ricardo, D. (1994). *Principios de la economía política y tributación*. México D. F.: Fondo de Cultura Económica.