

ASOPROCAMPO CC, CAMINO A LA EXPORTACIÓN

CARMENZA GRANADA GARCÍA

Artículo de investigación para optar por el título de Administrador De Empresas

Administrador de Empresas

Universidad de Cundinamarca, Seccional Ubaté

Ubaté, abril de 2019

Tabla De Contenido

Resumen.....	4
ABSTRACT.....	4
Asoprocampo cc, Camino A La Exportación.....	5
INTRODUCCION:.....	5
Marco de Referencia:	7
EMPRESAS:	7
<i>Factoría Quinua.....</i>	<i>7</i>
<i>Chisk Mamic:.....</i>	<i>8</i>
PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN	8
<i>Plan Estratégico Exportador De Quinua Para La Empresa Codespa De Colombia, Para El Mercado De Frankfurt (Alemania)</i>	<i>8</i>
MARCO TEÓRICO	9
QUINUA.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
<i>Componentes de la quinua.....</i>	<i>9</i>
<i>La quinua, cereal de exportación</i>	<i>10</i>
<i>Principales países productores de quinua:.....</i>	<i>11</i>
<i>Comportamiento del Mercado Canadiense</i>	<i>11</i>
BARRERAS ARANCELARIAS:	14
DOCUMENTOS PARA EXPORTACIÓN:	12
CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO:	13
BARRERAS ARANCELARIAS:	13
TRATADOS DE LIBRE COMERCIO ENTRE COLOMBIA Y CANADÁ.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
PRINCIPALES PRODUCTORES Y EXPORTADORES DE QUINUA EN COLOMBIA:.....	15
<i>Codespa De Colombia:.....</i>	<i>15</i>
<i>Chish Mamic (Alimentos Saludables).....</i>	<i>16</i>
<i>Procolombia.....</i>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
<i>Factoría Quinua:</i>	<i>16</i>
<i>Proceso Exportación De La Quinua.....</i>	<i>16</i>
<i>Ciudades Demandantes De Quinua.....</i>	<i>17</i>
<i>Mercado canadiense:.....</i>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
<i>Precios:.....</i>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
Hipótesis:	18
MÉTODOS Y MATERIALES:	18
ENFOQUE Y ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN:	19
PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN:.....	19
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS:	19
Resultados:	20
MATRIZ DOFA:.....	20
<i>Análisis:</i>	<i>22</i>
Referencias	25

Anexos:	29
----------------------	-----------

Listado de Tablas

TABLA 1: COMPONENTES DE LA QUINUA.....	9
--	---

TABLA 2: EXPORTACIONES HACIA CANADÁ.....	12
--	----

TABLA 3: TÉCNICAS DE EVALUACIÓN.....	19
--------------------------------------	----

TABLA 4: MATRIZ DOFA ASOPROCAMPO CC	20
---	----

Resumen

Asoprocampo CC es una asociación sin ánimo de lucro, ubicada en el municipio de Carmen de Carupa, dedicada a la producción, cosecha, selección y comercialización del grano de la quinua en el mercado nacional. El artículo denominado Asoprocampo CC, Camino a la Exportación realizará una evaluación y visión sobre la posibilidad de exportar este producto a Canadá, teniendo en cuenta que el 58% de su población está dispuesta a pagar más por productos naturales y con beneficios para la salud de acuerdo con información de Procolombia. Para dicho fin se tendrá en cuenta los tratados de libre comercio firmados por estos dos países.

ABSTRACT

Asoprocampo CC is a non-profit association, located in Carmen de Carupa, which is a town. This company is dedicated to the production, harvest, selection and marketing of the quinoa grain in national market. This article called Asoprocampo CC: Camino a la Exportación, carried out an evaluation, and vision on the possibility of exporting this product to Canadá, because of 58% of its population is willing to pay more for natural products and with health benefits. For this reason they currently demand the vegetable grain of quinoa as natural food and high protein content. In addition to seeking to benefit as an association with FTA established with that country.

Asoprocampo CC, Camino A La Exportación

Introducción:

Este artículo pretende evaluar la posibilidad de exportar quinua a Canadá desde Colombia teniendo en cuenta la partida arancelaria 10.08.50 que agrupa al trigo sarraceno, el mijo, el alpiste y otros cereales ‘Chenopodium quinoa’, establecida por la DIAN. Cabe mencionar que este renglón se encuentra libre de aranceles para ingresar a dicho país y el grano es proveniente del municipio de Carmen de Carupa, en el departamento de Cundinamarca, a 90 kilómetros al norte de la ciudad de Bogotá DC. La quinua, en este caso, es producida por la asociación ASOPROCAMPO CC, una asociación sin ánimo de lucro, conformada por 22 asociados oriundos de este municipio y dedicados a la producción, cosecha, selección y comercialización de la quinua, principalmente en grano. Asimismo, se elaboran derivados del grano como yogurt, galletas, arepas, tortas, entre otros productos caseros.

Este trabajo de investigación se realiza partiendo de la importancia del consumo de alimentos orgánicos y con gran valor nutricional demandados por el 58% de la población canadiense de acuerdo con informes expedidos por Procolombia en 2017, en los que además se resaltan los beneficios y las oportunidades que hay en el mercado para desarrollar dicha exportación.

Es así que este artículo pretende evaluar la viabilidad en términos técnicos, tecnológicos, legales y monetarios requeridos para lograr una relación comercial con el producto de la quinua cumpliendo a satisfacción las necesidades del comprador.

Este estudio se realiza partiendo de la producción de ASOPROCAMPO CC para analizar cómo sería el proceso de exportación cumpliendo con las exigencias y necesidades del

mercado, buscando de forma directa el crecimiento de la asociación y la contribución positiva a la economía del país en el incremento de ingresos para la población del área de influencia de la asociación, ya que con la exportación de este producto se generan nuevos empleos, mayor adquisición de semillas para el cultivo de la quinua, empleabilidad de servicios de transporte de carga del país, conllevando a un aumento del poder adquisitivo de la población, que contribuye a fortalecer la economía nacional.

Este proyecto de expansión, además, tiene su aporte social con el mejoramiento de las condiciones de vida de los consumidores del producto y la calidad de los asociados y su entorno, convirtiendo la iniciativa en un elemento generador de cambio, dando el primer paso para motivar a las pequeñas empresas a iniciar sus procesos de crecimiento en el mercado nacional e internacional.

Marco de Referencia

Para la elaboración de este artículo se tomaron como referencias empresas nacionales que han tenido éxito en su trabajo de exportación con el producto de la quinua, además de algunos proyectos y planes de negocio, que se han realizado evaluando la viabilidad y factibilidad de exportar este producto. Algunos de los resultados consultados son los siguientes:

Empresas:

Factoría Quinua, hoy Quinoasure.

Santana, (2014) afirma:

Es una compañía que nació de la idea de un estudiante de la Universidad de Los Andes. El proyecto ha logrado encontrar el equilibrio entre medio ambiente, campesinos, empresas, consumidores y cooperativas teniendo en cuenta que es un producto de origen ancestral. Años más tarde, este emprendimiento logró vincular a varios profesionales interdisciplinarios para lograr las adaptaciones agroindustriales para la producción de la quinua logrando la mayor asimilación nutricional.

Santana es uno de los creadores de Factoría Quinua (Quinoasure) y reconoce que una de las mayores dificultades para exportar ha sido el proceso de registro del producto, debido a altos y las medidas de protección al mercado.

Actualmente, esta compañía exporta principalmente a países como Chile, Estados Unidos, Suiza, Reino Unido, Emiratos Árabes, Japón y Malasia, este último donde el producto ya está disponible en todos los supermercados. Actualmente, la empresa ha

crecido a tal punto que cuenta con inversionistas en Estados Unidos, 23 empleados directos y 4 indirectos.

Chisk Mamic

Chisk Mamic significa alimentos saludables y fue fundada por el indígena Juan Carlos Muelas, quien nació en el resguardo de Guambía, ubicado en el municipio de Silvia (Cauca). Muelas ha trabajado en agricultura, piscicultura, ganadería y en cultivos de quinua. Esta última labor ha tomado fuerza y con el tiempo buscó ayuda de la Gobernación del Cauca, con recursos del Sistema General de Regalías, quienes le propusieron al indígena exportar la quinua a Estados Unidos.

Proyectos De Investigación

Plan Estratégico Exportador De Quinua Para La Empresa Codespa De Colombia, Para El Mercado De Frankfurt (Alemania).

De acuerdo con Pantoja (2012), este proyecto busca la apertura de mercados europeos para la exportación del producto de la quinua, pues es evidente una creciente demanda de los productos saludables y naturales. Asimismo, en este trabajo se evidencia que el producto de la quinua tiene ventajas y facilidades para su exportación según los tratados comerciales con los que cuenta Colombia para exportar y gracias a los valores nutritivos del producto su demanda está creciendo mundialmente, hecho que favorece el proyecto de exportación de Asoprocampo CC.

Por otra parte, este proyecto muestra que, aunque se cuenta con una gran demanda del producto en Europa y otras partes del mundo, el éxito de una relación comercial estable y

beneficiosa para las dos partes está basada en la calidad del producto y en el cumplimiento por parte de la asociación para entregar la cantidad requerida por el cliente.

Además, invita a construir relaciones directas con entidades financieras, que permitan la expansión de los mercados y garanticen el retorno de la inversión a los asociados, puesto que las pequeñas asociaciones en general no cuentan con un músculo financiero que permita realizar grandes inversiones para exportación. Pantoja, (2012).

MARCO TEÓRICO

Quinua

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la quinua es un cereal natural con un alto valor nutritivo por su alto componente proteico que con el tiempo se ha vuelto más reconocido en temas nutricionales y por su origen ancestral que ha permitido la protección, el control y la preservación de estos cultivos.

Componentes de la quinua:

Tabla 1: Componentes de la Quinua

Componentes (%)	Quinua	Carne	Huevo	Queso	Leche Vacuna	Leche Humana
Proteínas	13,00	30,00	14,00	18,00	3,50	1,80
Grasas	6,10	50,00	3,20		3,50	3,50
Hidratos de carbono	71,00					
Azúcar					4,70	7,50
Hierro	5,20	2,20	3,20		2,50	
Calorías 100 g	350	431	200	24	60	80

Fuente: Informe agroalimentario, 2009 MDRT-BOLIVIA

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2013) también señala que este cereal es una semilla vegetal, pero se consume como el trigo y se cultiva en países andinos donde es popularmente conocido como el grano de oro de los Andes. Este grano tiene la capacidad de adaptarse a las condiciones climáticas y es un alimento alternativo en aquellos países donde hay seguridad alimentaria, a tal punto que puede sustituir alimentos básicos como el trigo y el arroz.

En 2013, La Asamblea General de las Naciones Unidas declaró el Año Internacional de la Quinoa como señal de reconocimiento frente a las prácticas ancestrales teniendo en cuenta que se han perdido, pero que vuelven a tomar importancia por la inseguridad alimenticia que se presenta. Este cereal ha representado la forma en la que pequeños agricultores indígenas recuerdan sus antepasados y se convierten en grandes productores de quinoa de la región.

La quinoa, cereal de exportación

La demanda de la quinoa ha aumentado en un 10% en países como Canadá y algunos de la Unión Europea que ven en este producto una fuente de alimento nutritiva y saludable para el consumo diario, de acuerdo con data que maneja Procolombia.

Tal es su importancia que estos países le han otorgado a Colombia un 0% en arancel. Sin embargo, este mismo beneficio fue dado a Estados Unidos, México, Panamá, Perú, Jordania e Islandia, razón por la que se convierten en principales competidores del país.

Para ello, Colombia ha generado una estrategia y es convertirse en el máximo proveedor de este producto para Canadá teniendo en cuenta que la mayoría (58%) de esta población

culturalmente está dispuesta a pagar más por aquellos alimentos saludables. Procolombia (s.f.)

Principales países productores de quinua:

Los cereales se imponen cada vez más en el mercado y representan uno de los alimentos más importantes del mundo no solo para el consumo humano sino además como insumo de la producción pecuaria. FAO (2019).

Cifras del Ministerio de Agricultura consolidan que en 2007 la producción de la quinua en el país era de 140 toneladas al año, mientras que a la fecha son 1.400 anuales a tal punto que en el país hay más de 1.000 hectáreas destinadas para la siembra de la quinua.

Pero la importancia de este cereal no está dada solo en su exportación al llegar a países con alta demanda, sino además que en Colombia uno de los objetivos de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) para combatir la pobreza y hambruna es buscar la producción de este grano especialmente en departamentos como Nariño, Boyacá, Cauca y Cundinamarca.

Comportamiento del Mercado Canadiense

Canadá es un mercado estratégico y potencial para enviar productos como la quinua, ya que tiene una tendencia por el consumo de sabores nuevos y exóticos, además de ser buenos para la salud.

Tabla 2: Exportaciones Hacia Canadá

Sector	Miles de USD FOB		Variación	Part. % 2018
	enero-agosto			
	2017	2018		
Total	315.822	587.477	86,0%	100,0%
Minero-energéticos	120.669	371.574	207,9%	63,2%
No minero-energéticos	195.153	215.903	10,6%	36,8%
Agrícolas	156.955	161.737	3,0%	27,5%
Agroindustriales	8.912	9.061	1,7%	1,5%
Industriales	29.286	45.105	54,0%	7,7%

Fuente: DANE-DIAN Cálculos OEE Mincit.

En Canadá, la quinua ha tomado bastante auge, ya que por su alto valor ha reemplazado cereales como el arroz. El mercado de los cereales representa el 96% de la demanda. Es tal así que se ha convertido en un alimento básico de la canasta familiar del país nórdico. De allí la importancia de que los cultivadores y las Pymes de Colombia logren incursionar en mercados internacionales. (Revista Dinero, 21 de julio de 2016).

Documentos Para Exportación:

En Legiscomex (s.f.) se consignan los documentos exigidos para la exportación a Canadá y son:

- Conocimiento de embarque o carta de transporte aéreo.
- Factura pro-forma.
- Factura comercial.
- Certificado de origen: la Aduana canadiense exige un certificado de origen para establecer el origen de fabricación y para calcular los derechos de aduana correspondientes.
- Lista de embalaje exigida algunas veces como complemento de la factura comercial.
- Certificados de inspección sanitaria o de otro tipo pueden ser exigidos para ciertos tipos de productos que entran a Canadá, como por ejemplo plantas, semillas, animales, productos farmacéuticos, plantas de viveros y carne.

- Permisos de exportación emitidos por el gobierno del exportador, como por ejemplo, el permiso para importar especies en peligro de extinción.

Características del producto:

ICA (2015). El mercado canadiense requiere que el producto exportado cumpla con los siguientes requerimientos:

- Demandan granos enteros un 96%, con 1% grano dañado.
- 0.5% grano verde.
- 1% grano de color.
- 1.5% grano quebrado.
- 0.5% de impurezas.
- 0% presencia de insectos.

Esta semilla no debe tener SAPONINA y debe ser blanca. Procolombia (2016).

En el Sistema Automatizado de Referencia de Importaciones se explican las exigencias fitosanitarias para la llegada de la quinua a Canadá y varían según los siguientes aspectos:

1. Naturaleza del producto.
2. País de procedencia.
3. Sitio de destino.
4. Fin del producto (consumo humano, uso industrial).

Barreras Arancelarias:

La partida arancelaria bajo la cual es importada la quinua en Canadá es 10.08.50, que agrupa a otros trigos y cereales como 'Chenopodium quinoa'.

De acuerdo con Canadian Custom Tariffs (2014), la quinua está libre de arancel para Colombia, hecho que genera una gran ventaja para iniciar el proceso de exportación.

Tratados de libre comercio

Actualmente, la República de Colombia cuenta con un Tratado de Libre Comercio con Canadá. El acuerdo fue firmado mediante la Ley 1363 del 9 de diciembre de 2009, por el Congreso de Colombia, suscrito en Lima, Perú el 21 de Noviembre de 2008 y entró en vigor el 15 de agosto de 2011. Tratados de Libre Comercio (s.f)

En Colombia, este acuerdo es de gran importancia para el sector agrícola, ya que al momento de exportar sus productos no hay barreras arancelarias y este mercado exige un alto volumen de los cereales en especial la quinua.

El contenido de este tratado es un acuerdo comercial donde no solo trata el campo abierto del comercio, sino también los compromisos del comercio en temas de inversiones, servicios, competencias ambientales y laborales del comercio. Canadá acepta por primera vez este tipo de compromisos.

En este acuerdo se describe, además, algunos temas agrícolas, no agrícolas, medidas sanitarias y fitosanitarias, inversión, comercio transfronterizo de servicios, medio ambiente y solución a diferencias.

Según este tratado se tiene:

- **Acceso a los mercados de bienes no agrícolas:**

De este programa se benefician aquellas mercancías que hagan uso de la exportación como Plan Vallejo y Zonas Francas, también algunos productos como máquinas

remanufacturadas también equipos con los cuales sirvan para el crecimiento de la industria a menor costo.

○ **Acceso a los mercados de bienes agrícolas:**

Colombia obtuvo un gran logro con el SGP (Sistema Generalizado Preferencias Andinas), y también asimetría en la desgravación, teniendo en cuenta el impacto en su producción, sobre todo en productos avícolas, lácteos bajo la mirada de la OMC (Organización mundial del Comercio).

Este convenio, además, se llevó a cabo con el fin de crear un espacio sin restricciones para el crecimiento y desarrollo de los países teniendo en cuenta tres factores fundamentales según la Organización Mundial del Comercio:

1. Reglas de origen.
2. Medidas Sanitarias y fitosanitarias.
3. Procedimientos de origen y facilitación de Comercio.

Principales Productores Y Exportadores De Quinua En Colombia:

Codespa De Colombia:

Codespa es una fundación que impulsa a mujeres a superarse y tener independencia en todos los aspectos de su vida. Uno de sus programas está orientado a la exportación de quinua desde 2009 a Frankfurt (Alemania). La fundación está ubicada en Pasto, Nariño. Pantoja (2012).

Chish Mamic (Alimentos Saludables)

De acuerdo con la publicación del Periódico El Tiempo, que data del 25 de enero de 2017, Chish Mamic es una empresa creada por un indígena y ubicada en el Valle del Cauca, que exporta quinua a los Estados Unidos de América, por medio de la gobernación del Valle, potencializando su producción en el año 2013.

Factoría Quinua (Hoy llamada Quinoasure)

De acuerdo con Luis Felipe Avella, confundador de la empresa, la compañía inició el proceso de exportación en 2013 y actualmente su producto llega a los cinco continentes y continúa con la creación de nuevas estrategias que permitan llegar a más mercados involucrando 5 comunidades indígenas.

Proceso Exportación De La Quinua: (Legiscomex, s.f)

1. Estudio de suelos.
2. Preparación del terreno.
3. Siembra de la semilla.
4. Recolección de cosecha.
5. Lavado de la quinua.
6. Secado de la quinua.
7. Selección de producto.
8. Empacado de producto.
9. Etiquetado el producto
10. Embalaje del producto.
11. Gestión documentación.

12. Despacho de fábrica.
13. Control aduanero.
14. Embarque de la mercancía.
15. Entrega de mecánica al cliente.
16. Entrega satisfacción de mercancía.
17. Gestión de pago del producto.

Ciudades Demandantes De Quinua

Las principales ciudades de Canadá que adquieren esta semilla o grano son Ontario y Quebec. Los canadienses consumen grandes cantidades de alimento orgánico y saludable, razón por la que demandan la quinua. En 2012 importaron 17 millones y en 2014 fueron más de 54 millones de acuerdo con cifras consignadas en el portal de Procolombia.

Comportamiento del mercado

Más del 58% del salario de un ciudadano originario del país norteamericano es destinado a la compra de alimentos y el 73% de ellos van al menos una vez a la semana a conseguir granos sanos y nutritivos al supermercado, en cuenta el precio de los alimentos sino los beneficios para la salud de acuerdo con investigaciones de Procolombia.

Canadá es un país tan multicultural que este grano es un plato típico en la mesa de diferentes religiones y razas que consumen la quinua en sopas, ensaladas, cereal, pure, postres y hasta barras energéticas (Procolombia, 2014).

Precios de la quinua en el mercado

Procolombia, bajo el artículo titulado “Mayor consumo de quinua en Canadá aumenta oportunidades para Colombia”, estimó que los precios en el mercado para la venta de la quinua eran:

Entre US\$15 y 14 el kilo de quinua orgánica de grano blanco y rojo

Entre US\$21 y US\$90 el kilo de quinua en harina y galletas

Entre US\$15 y US\$18 el kilo de quinua no orgánica. Procolombia (s.f.).

Hipótesis:

Una vez consultada la información pertinente para conocer las empresas que han exportado la quinua con éxito a diversas partes del mundo, las condiciones arancelarias para exportación, algunas investigaciones, planes de negocio relacionados con la exportación de la quinua y observando que han sido favorables se establece para la asociación ASOPROCAMPO la siguiente pregunta de investigación: *¿Cómo lograr que la Asociación Asoprocampo exporte quinua a Canadá?* La inquietud expuesta se responde a continuación:

Métodos Y Materiales:

Para tener éxito en el desarrollo del artículo denominado ASOPROCAMPO CC, CAMINO A LA EXPORTACIÓN, se realizaron diferentes actividades para conocer la actualidad de la asociación, el tratado de libre comercio, los beneficios de la quinua, las ventajas y desventajas que se tienen para realizar la exportación de la quinua desde la asociación. Es así como este trabajo de investigación se desarrolló bajo los siguientes métodos:

Enfoque y alcance de la investigación:

Este proyecto se desarrolló con una metodología cualitativa, con un alcance exploratorio puesto que se buscará información con empresas las cuales ya tienen envíos, investigaciones del mercado de exportación de quinua y sobre la posibilidad de llevar a cabo la exportación de la producción realizada por la asociación ASOPROCAMPO de quinua al mercado canadiense.

Procedimiento de la investigación:

Esta investigación se centrará en los aspectos observables de la exportación susceptibles de ser calificables, utilizando medidas para evaluar en qué parte se puede realizar el proyecto con los atributos y características de la quinua en aras de los mejores resultados. Para esto es necesario utilizar las herramientas e instrumentos los cuales permitirán el estudio y con base en la información recolectada se realizarán las correspondientes sugerencias y conclusiones.

Técnicas e instrumentos:

Tabla 3: Técnicas de Evaluación

<i>Técnica</i>	<i>Justificación</i>
<i>Observación</i>	<i>A través de la observación del desarrollo de los procesos y su descripción se crean las bases para la planificación de las actividades para desarrollar la exportación.</i>
<i>Instrumento</i>	<i>Justificación</i>
<i>Lista de chequeo</i>	<i>Esta permitirá identificar con lo que no cuenta Asoprocampo en términos de características del producto y proceso de venta.</i>

<p>Técnica</p> <p><i>Revisión Documental</i></p>	<p>Justificación</p> <p><i>La utilización de fuentes documentales, como páginas web con autoridad, revistas académicas y libros que ayuden teniendo un panorama del estado del arte e identificar dificultades y oportunidades de mercado. Además, es vital para entender qué se ha hecho, qué podría hacerse y de qué manera.</i></p>
<p>Instrumento</p> <p><i>Observación</i></p>	<p>Justificación</p> <p><i>Mediante el método de observación, seleccionar las fuentes literarias que aporten conceptos, técnicas, ejemplos y casos que planteen solución del problema.</i></p>

Fuente: Elaboración propia.

Resultados:

Una vez desarrollada una lista de chequeo en la que se evaluó la actualidad de la asociación, se entrevistó a una de las socias activas, Flor María Vanegas, quien reconoció que ASOPROCAMPO CC presenta diversas dificultades para emprender un proyecto de exportación, pues su trabajo aún se realiza de forma manual y no se tienen estimados los procesos y procedimientos. Estos stops se manifiestan en la siguiente:

Matriz Dofa:

Tabla 4: Matriz DOFA ASOPROCAMPO CC

MATRIZ DOFA ASOPROCAMPO CC		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
		1	Convenios con entidades gubernamentales.	Entrada en el mercado de nuevos competidores.	
		2	Tratados de libre comercio.	Suspensión de actividades, por incumplimiento de registros sanitarios ICA - INVIMA.	
		3	Apoyo de las entidades bancarias para contar con respaldo financiero.	Afectación de los cultivos por los cambios climáticos.	
		4	Cultura de consumo, productos naturales y altos en proteína.	Tecnificación de los competidores mejorando la calidad.	
		5	Demanda insatisfecha del producto a nivel internacional.	Falta de Madurez Política.	
FORTALEZAS		ESTRATEGIAS FO		ESTRATEGIAS FA	
1	Elaboración de Producto Orgánico.	Realizar convenios con entidades gubernamentales, para fortalecer los procesos de producción de la asociación, con la calidad que lo caracteriza, y con las características orgánicas que demanda el mercado. Fortalecerse en el mercado por su cumplimiento característico, logrando llegar a satisfacer la demanda insatisfecha que se presenta a nivel internacional, para esto puede respaldarse con las entidades financieras, en pro de buscar beneficios y ampliar su producción.		proyectar cobro de pedidos con compradores, respaldándose en su cumplimiento, en pro de buscar la tecnificación de los procesos, y desarrollar las actividades con mayor efectividad, manteniendo la excelente calidad del producto. Trabajar el producto 100% orgánico, y buscar convenios o beneficios que ayuden a realizar los registros necesarios para continuar produciendo sin exposición a suspensiones.	
2	Participación y distribución de producto en ferias nacionales.				
3	Calidad del producto.				
4	Cumplimiento y responsabilidad de los pedidos.				
5	Precio competitivo.				
DEBILIDADES		ESTRATEGIAS DO		ESTRATEGIAS DA	
1	Ausencia de plan de marketing online y offline.	Establecer convenios con universidades, que permitan la formación de los asociados, en pro de mejorar los procesos y procedimientos de la compañía. Incrementar la planta física, tecnificar los procesos y establecer plan de marketing, con apoyo de universidades publicas, y con vínculos comerciales con la banca.		Elaborar un registro documental del producto, y los procesos, que permita prever cambios climáticos, y/o afectaciones de producto, contando con reservas. Implementar Plan de Marketing, para captar a los clientes del mercado y fidelizarlos con la asociación, evitando que nuevos competidores puedan alejarlos de la compañía.	
2	Falta documentación de registro y certificación del producto.				
3	Procesos manuales, falta tecnificación de los procesos.				
4	Carencia de planta física y equipos de trabajo.				
5	Falta de preparación del talento humano.				

Fuente: Elaboración Propia.

La matriz DOFA muestra claramente que la asociación ASOPROCAMPOCC aún no se encuentra preparada para iniciar procesos de ampliación de su producción. Por el contrario, presenta riesgos en el entorno que pueden afectar su funcionamiento puesto que los procesos y procedimientos de la compañía no se encuentran estandarizados, y aun no cuentan con la documentación legal requerida en un 100 por ciento.

Vanegas, socia de la asociación, señala:

“La asociación ASOPROCAMPO CC actualmente se encuentra desarrollando actividades productivas a menor escala, cumpliendo con pequeños pedidos realizados en la provincia,

generando ingresos para cumplir con sus obligaciones. Pero, lamentablemente, para el año 2019 no se ha podido iniciar el proceso de producción, pues los terrenos son difíciles de conseguir, pues a estos terrenos se les realizan estudios de suelos para determinar que favorezcan la siembra de la quinua y se estima que se tiene producto para comercializar hasta el mes de agosto, produciendo mensualmente 250 Kilos del grano blanco de Jericó y 150 kilos del amarillo.

Agrega, además, que “con este producto suplimos la demanda de la provincia y fabricamos productos para participar en las ferias gastronómicas de la región”. Vanegas enfatiza que la asociación está presentando inconvenientes por la falta de compromiso de algunos asociados, pues de los 22, 4 no están interesados en continuar con la asociación y se encuentran sancionados: mientras que los activos presentan inconvenientes con la organización administrativa establecida, pues el actual representante legal se presenta como un líder negativo al no motivar a los participantes a desarrollar nuevas estrategias. Vanegas lo define como “un líder con resistencia al cambio que no admite nuevas ideas”. Sin embargo, reconoce que la fortaleza de la asociación faoes la excelente calidad del producto, y el cumplimiento de los pedidos comprometidos, porque siempre se trabaja con responsabilidad y entusiasmo para ofrecer el mejor grano.

Análisis:

Desarrollado el Check List (ver anexo), el trabajo de observación de los procesos y procedimientos, la entrevista a Flor Vanegas y la documentación analizada sobre las empresas que han exportado con éxito el grano, se deduce que:

1. La asociación ASOPROCAMPO CC es una pequeña empresa que aún está en formación, pues, aunque lleva cinco años en el mercado de la quinua no ha logrado estandarizar los procesos y procedimientos para tener claro el funcionamiento y las responsabilidades de cada uno de los socios en pro de visualizar el futuro de la compañía, orientando las actividades para el fortalecimiento de la asociación.
2. Hay una gran oportunidad en el mercado nacional e internacional para las empresas productoras y comercializadoras de la quinua debido a las propiedades y valores nutricionales del producto.

En ese orden de ideas, la asociación ASOPROCAMPO CC debe proceder a realizar los registros y adquirir las certificaciones necesarias para cumplir con todos los requisitos legales para la producción y comercialización, además de generar convenios, y/o financiamientos con los bancos para tecnificar los procesos y estandarizar el desarrollo de las actividades que permita la producción y comercialización a gran escala.

3. Es vital que la asociación busque convenios con el sector público más cercano como la Alcaldía Municipal de Carupa, Gobernación de Cundinamarca y/o sistemas de finagro, que aporten a esta iniciativa por medio de comodatos de maquinaria, alquiler de terrenos, aporte para el crecimiento de las pequeñas empresas y comercialización del producto a un mejor precio por la calidad entregada.

4. Contactar ONGS para lograr el crecimiento de la asociación con la consecución de clientes, asistencia técnica, capacitación tecnificada, aportes en especie o en dineros para ampliar la producción y de esta forma satisfacer la demanda vigente en el mercado.

5. La asociación requiere inyección de capital para satisfacer sus necesidades básicas como la gestión de los registros sanitarios, laboratorios de propiedades del producto, certificaciones necesarias. Todo esto, porque es esencial contar con bienes propios como terrenos para cultivar, equipos tecnológicos que garanticen el desarrollo de las actividades y elaboración del manual de procesos y procedimientos.

6. ASOPROCAMPO CC debe desarrollar un plan robusto de marketing a nivel digital y offline para abrir sus puertas y evidenciar el producto con el que cuentan en todo el mundo a través de una página online, con un hosting propio y usando las redes sociales como medios fundamentales para la difusión del producto, además de vallas comerciales y un aviso claro para quienes quieran adquirir el producto a nivel local.

Referencias

Canadian Custom Tariffs (2014). Customs Tariff. Departament Consolidation 2014. 10.04.

Consultado el 15 de marzo de 2019 y disponible en <https://www.cbsa-asfc.gc.ca/trade-commerce/tariff-tarif/2014/01-99/01-99-t2014-eng.pdf>

Dirección de Aduana e Impuestos Nacionales (2019). “Consulta código nomenclatur”.

Consultado el 14 de febrero de 2019 y disponible en

<https://muisca.dian.gov.co/WebArancel/DefResultadoConsNomenclaturas.faces>

FAO (2019). “La FAO y la quinua. Consultado el 20 de enero de 2019 y disponible en

<http://www.fao.org/quinoa/es/>.

Legiscomex (s.f). “Normatividad canadiense para tener en cuenta”. Consultado el 19 de marzo de 2019 y disponible en

https://www.legiscomex.com/Documentos/normatividad_canadiense

Legiscomex. Proceso General de una Exportación (s.f). Consultado el 13 de marzo de 2019 y

disponible en <https://www.legiscomex.com/Documentos/proceso-general-para-exportacion-desde-colombia>

Mincomercio (2012) . “Tratado de libre comercio entre Colombia y Canadá. Consultado el 22 de enero de 2019 y disponible

http://www.tlc.gov.co/publicaciones/721/resumen_del_tratado_de_libre_comercio_en_tre_colombia_y_canada

Organización Mundial del Comercio. “Acuerdo sobre la aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias”. Consultado el 20 de marzo de 2019 y disponible en

https://www.wto.org/spanish/tratop_s/SPS_s/spsagr_s.htm

Pantoja (2012). Plan Estratégico Exportador de quinua para la empresa Codespa de Colombia, para el mercado de Frankfurt (Alemania). Tesis publicada en la Universidad de Nariño. Consultada el 15 de marzo de 2019 y disponible en

<http://biblioteca.udenar.edu.co:8085/atenea/biblioteca/85180.pdf>

Periódico El Tiempo. El Indígena colombiano que creó empresa y exporta quinua a Estados Unidos. Publicado el 25 de enero de 2017. Consultado el 13 de marzo de 2019 y disponible en <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16801122>

Procolombia, (s.f.) Mayor consumo de quinua en Canadá aumenta oportunidades para Colombia. Consultada el 1 de marzo de 2019 y disponible en

www.procolombia.co/actualidad-internacional/agroindustria/mayor-consumo-de-quinua-en-canada-aumenta-oportunidades-para-colombia.

Procolombia. (s.f). “En agosto y octubre Canadá aumenta sus importaciones de quinua”

consultada el 14 de marzo de 2019 y disponible en <http://www.procolombia.co/actualidad->

[internacional/agroindustria/en-agosto-y-octubre-canada-aumenta-sus-importaciones-de-quinua.](#)

ProColombia (2016). “Cadena proceso de frío, proceso clave para exportar productos perecederos con calidad. Consultado el 15 de marzo de 2019 y disponible en

[http://www.procolombia.co/ruta-exportadora/sites/default/files/documentos/Cartilla%20Cadena%20de%20frio 2016.pdf](http://www.procolombia.co/ruta-exportadora/sites/default/files/documentos/Cartilla%20Cadena%20de%20frio%202016.pdf)

Procolombia (2014). Mayor consumo de quinua en Canadá aumenta oportunidades para Colombia. Consultado el 12 de marzo de 2019 y disponible en

<http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/agroindustria/mayor-consumo-de-quinua-en-canada-aumenta-oportunidades-para-colombia>

Revista Dinero, 21 de julio de 2016. Edición impresa. “El Mercado Saludable Impone la Quinua como el Grano del Futuro” consultada el 15 de marzo de 2019 y disponible en

<https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/el-mercado-de-la-quinua-en-colombia/225920>

Santana, J (2014), La empresa Factoria Quinoa exporta su producto a más de ocho países,

consultado 16/02/2019, disponible en; <https://www.larepublica.co/archivo/la-empresa-factoria-quinoa-exporta-su-producto-a-mas-de-ocho-paises-2181996>

Tratados de Libre Comercio (s.f). “Resumen del tratado de libre comercio entre Colombia y Canadá). Consultado el 20 de marzo de 2019 y disponible en

[http://www.tlc.gov.co/publicaciones/721/resumen del tratado de libre comercio entre colombia y canada](http://www.tlc.gov.co/publicaciones/721/resumen_del_tratado_de_libre_comercio_entre_colombia_y_canada)

Anexo

CHECK LIST				
No	REQUERIMIENTO	CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACION
1	Acta de Constitución	X		Asociación conformada por 22 socios, constituida en el año 2014
2	Cámara de Comercio	X		Registro en Cámara y Comercio de Bogotá No. S0046195 del 25 de marzo de 2014. Vigente
3	Registro Único Tributario RUT	X		Si cuentan con registro único tributario, vigente.
4	Numero Identificación tributaria (NIT)	X		Nit 9007190881
5	Trazabilidad del producto (ICA)		X	No se cuenta con Registro de Trazabilidad
6	Buenas Practicas Agropecuarias (BPA)		X	No se cuenta con certificado de BPA
7	Registro Invima		X	No se ha logrado gestionar por costos, y falta de alguna documentación
8	Factura Comercial	X		Cuentan con resolución de aprobación para facturación emitida por la DIAN.
9	Certificado Fitosanitario (ICA)		X	No se ha realizado la gestión para evaluar las condiciones fitosanitarias del producto.
10	Etiqueta del Producto (nombre común o genérico del producto, cantidad neta y lista de los ingredientes, nombre y dirección del concesionario o distribuidor, número y tamaño de las porciones, fecha de vencimiento del producto o antes de qué fecha es mejor consumirlo)	X		Cuenta la etiqueta del producto, si embargo se desconoce la fecha de vencimiento, pues no se ha realizado un estudio que determine este factor.
11	Capacidad de Producción		X	Manejan producción a menor escala por falta de tierras para cultivar.
12	Capacidad Técnica		X	Los procesos de recolección, lavado y secado se realiza manual.
13	Calidad del Producto	X		Se realizan pruebas manuales de sabor, olor, textura y color del producto antes de empacar.
14	capacidad tecnológica		X	No cuentan con procesos tecnificados.
15	Experiencia de la asociación	X		Cuentan con 5 años de experiencia en cultivo de Quinua, sin embargo carecen de formación profesional, se han capacitado en cursos básicos de manejo de la Quinua.
16	Costos fijos de producción	X		Se tiene establecidos, en los libros de contabilidad de la asociación.

CHECK LIST				
No	REQUERIMIENTO	CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACION
17	Costos Variables de producción	X		Se estiman antes de iniciar, cada proceso de siembra
18	Punto de Equilibrio	X		Basados en costos de producción, y en precio del mercado.
19	Estandarización de procesos y Procedimientos		X	No cuentan con manual de procesos y procedimientos, únicamente se basan en la información recibida de las capacitaciones.
20	Cronograma escalonamiento de Siembra de cultivos	X		Se cuenta con cronograma establecido para realizar siembra en distintos meses del año y contar con producción continua.
21	Formación de Talento Humano		X	No cuentan con formación profesional, todas las personas realizan las funciones de la asociación de forma autónoma, teniendo la capacitación entregada por las entidades gubernamentales.
22	Cumplimiento de los Pedidos	X		Se cuenta con un 100% de cumplimiento en los pedidos locales, sin embargo son pequeños pedidos, el mayor pedido entregado ha sido de 250 Kilos.
23	Precio Competitivo	X		Se cuenta con precios de comercialización por debajo del mercado, gracias a que se realiza todo el proceso de producción.
24	Posicionamiento y demanda		X	Se cuenta con demanda, a nivel local sin embargo no se esta produciendo por falta de terrenos, la marca esta posicionada pero solo a nivel provincial.
25	Publicidad de la Asociación		X	Participacion en ferias y eventos del departamento, ademas del Voz a Voz, y por el conocimiento de los beneficios de la Quinoa. No cuenta con plan de marketing.
26	Propiedad, Planta y Equipo		X	No cuenta con terrenos propios de la asociación, y la maquinaria esta en comodato, por el municipio.
27	Precio de Venta	X		Se cuentan estimados los costos de produccion hecho que facilita estimar el precio de venta del producto en cualquier momento.

Elaboración Propia.