



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**“BIOCOMERCIO EN EL DESARROLLO DE LA OFERTA
EXPORTABLE DE LA QUINUA - 2018”**

EXAMEN DE SUFICIENCIA DE COMPETENCIA PROFESIONAL
ARTÍCULO ORIGINAL

PRESENTADO POR:

Bach. ROBERSON DIONICIO VELASQUEZ SONCCO

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PUNO – PERÚ

2020



BIOCOMERCIO EN EL DESARROLLO DE LA OFERTA EXPORTABLE DE LA QUINUA

BIO TRADE IN THE DEVELOPMENT OF THE IN THE EXPORT OFFER THE QUINUA

Roberson Dionicio Velasquez Soncco

Universidad Nacional del Altiplano, Facultad de Ciencias Contables y Administrativas,
Escuela Profesional de Administración, Av. sesquicentenario N° 1150, ciudad
universitaria, Puno, Perú.

rconsultoriavel@gmail.com

RESUMEN

El biocomercio es un modelo de negocio que tiene como insumo a la biodiversidad nativa, tomando en cuenta los tres pilares de sostenibilidad: Rentabilidad económica, conservación de la biodiversidad y la consideración de los aspectos sociales. En ese contexto, la presente investigación tiene como **Objetivo:** Determinar la relación que existe entre el biocomercio y los componentes de la oferta exportable de la quinua, en la Cooperativa Agroindustrial Cabana - 2018. **Método:** Enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo-correlacional, diseño de investigación no experimental – transversal; la técnica utilizada fue la encuesta y como instrumento para la recolección de datos un cuestionario estructurado; la población y la muestra estuvo constituida por 16 asociaciones de productores de quinua que pertenecen a la Cooperativa Agroindustrial Cabana, se aplicó el muestreo no probabilístico. **Resultados:** Como resultados relevantes se tiene que, cuando las asociaciones de productores de quinua de la COPAIN Cabana “cumplen totalmente” con los principios y criterios del biocomercio, la oferta exportable es alta en 43.75% y regular en 12.5%. Asimismo, se tiene que cuando las asociaciones de productores de quinua de la COPAIN Cabana “cumplen parcialmente” los principios y criterios del biocomercio; la oferta exportable es regular en 43.75%. **Conclusión** El cumplimiento de los principios y criterios del biocomercio tiene una relación positiva con el desarrollo de los componentes de la oferta exportable (Disponibilidad del producto, capacidad económica y financiera y capacidad de gestión), en la Cooperativa Agroindustrial Cabana - 2018.

Palabras clave: Biocomercio, biodiversidad, oferta exportable, quinua



ABSTRACT

Biotrade is a business model that uses native biodiversity as an input, taking into account the three pillars of sustainability: economic profitability, biodiversity conservation and consideration of social aspects. In this context, this research **objective:** Determine the relationship between biotrade and the components of the exportable supply of quinoa, in the Cooperativa Agroindustrial Cabana - 2018. **Method:** Quantitative approach, descriptive-correlational type, non-experimental research design - cross-sectional; The technique used was the survey and a structured questionnaire as an instrument for data collection; The population and the sample consisted of 16 associations of quinoa producers that belong to the Cooperativa Agroindustrial Cabana, non-probabilistic sampling was applied. **Results:** As relevant results, when the associations of quinoa producers of COPAIN Cabana "fully comply" with the principles and criteria of biotrade, the exportable supply is high at 43.75% and regular at 12.5%. Likewise, it is necessary that when the associations of quinoa producers of COPAIN Cabana "partially comply" with the principles and criteria of biotrade; the exportable supply is regular at 43.75%. **Conclusion** Compliance with the principles and criteria of bio trade has a positive relationship with the development of the components of the exportable offer (Product availability, economic and financial capacity and management capacity), in the Cabana Agroindustrial Cooperative - 2018.

Key words: Biodiversity, bio trade, exportable offer, quinoa

INTRODUCCIÓN

El biocomercio constituye un modelo de negocio que busca crear mecanismos para la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad a través de la comercialización de productos y servicios de la naturaleza que generen ingresos a la población (Naciones Unidas, 2007).

PROMPERU (2014) afirma que el biocomercio surge en medio de cambios en las tendencias mundiales de consumo, en respuesta a la mayor conciencia sobre el frágil equilibrio ambiental, fomentando el comercio sostenible y a la vez contribuyendo a la conservación de la biodiversidad, a la inclusión social y al fortalecimiento de todos los eslabones de la cadena de valor.

En ese contexto, el biocomercio es un gran modelo de negocio para muchos países en vías de desarrollo, ya que algunos de estos cuentan con gran cantidad de biodiversidad, lo que significa una ventaja comparativa en el comercio internacional, debido a las



tendencias ecológicas que contribuyen con el medio ambiente (Mendoza & Cárdenas, 2018).

De este modo, la demanda de productos y servicios que pertenecen al Biocomercio han ganado importancia y popularidad entre los consumidores, además de ser un modelo de negocio ético que permite a la empresa u otro tipo de organización ser competitivo con productos diferenciados, contribuye a preservar el uso y la conservación del medio ambiente y su involucramiento con la comunidad. Así, estos productos cuentan cada vez con mayor demanda por aquellos consumidores que buscan alimentos cada vez más saludables; y, como afirma Nina (2018) que sean producidos sin afectar la salud del medio ambiente y con pago justo a los productores.

Según PROMPERU (2014) el Perú es uno de los países con mayor biodiversidad biológica del planeta, lo cual nos convierte en uno de los países más ricos en capital natural y nos brinda una oportunidad para transformarnos en un país abastecedor de bienes y servicios derivados de la biodiversidad. En esa línea, para el Perú y los países de Latinoamérica los recursos naturales pueden, en unos años convertirse en una plataforma que les permita dar un salto sostenible hacia el desarrollo, por ello se debe priorizar en el aprovechamiento de la segmentación de los mercados, las actividades y las tecnologías en los productos naturales, lo que permitirá el aumento significativo de las exportaciones (Pérez, 2010).

En la actualidad, el Perú es uno de los países líderes en el desarrollo del biocomercio, con impacto positivo en el mercado internacional, lo cual generó que las exportaciones al 2018 ascendieran a \$ 484'997, lo que significó un incremento en 1.8% en relación al 2017 que alcanzó los \$ 461'187. Cabe agregar que, existe un incremento del 40% en los montos exportados entre los años 2013 y 2018, siendo el principal mercado de destino para las exportaciones de los productos de la biodiversidad durante los últimos 5 años, Estados Unidos, seguido de Corea del Sur; siendo el producto más representativo del biocomercio la quinua (SIICEX, 2019).

Asimismo, la quinua orgánica constituye el principal producto del biocomercio, cultivado principalmente en Perú y Bolivia, que se ha posicionado en el mercado internacional por su alto valor nutritivo, dado la tendencia mundial de consumir alimentos más saludables y que sean amigables con el medio ambiente. De esa manera, el Perú se posicionó como líder en la producción y en volúmenes de exportación (MINAGRI, 2018).

Sin duda, los consumidores prestan mayor atención a aquellas alternativas con valor agregado, lo cual se logra con la articulación de cadenas productivas, recursos humanos



y el conocimiento, en busca de una estrategia para reducir la pobreza y contribuir al desarrollo sostenible (Buse, Chong & Vélchez, 2017).

Frente al número creciente de consumidores, los productores y las empresas han adaptado a sus actividades productivas y comerciales prácticas de sostenibilidad ambiental y social, generando una serie de beneficios internos y acceso a nuevos mercados.

Ante ello, surge la pregunta ¿En qué medida el biocomercio se relaciona con los componentes de la oferta exportable de la quinua, Cooperativa Agroindustrial Cabana - 2018?

El objetivo general de la investigación es: Determinar la relación entre el biocomercio y los componentes de la oferta exportable de la quinua, Cooperativa Agroindustrial Cabana - 2018.

Y, como objetivos específicos:

- Objetivo específico 1: Determinar la relación entre el biocomercio y la disponibilidad del producto de la oferta exportable de la quinua, Cooperativa Agroindustrial Cabana - 2018.
- Objetivo específico 2: Determinar la relación entre el biocomercio y la capacidad económica - financiera de la oferta exportable de la quinua, Cooperativa Agroindustrial Cabana - 2018.
- Objetivo específico 3: Determinar la relación entre el biocomercio y la capacidad de gestión de la oferta exportable de la quinua, Cooperativa Agroindustrial Cabana - 2018.

Se planteó como hipótesis general de la investigación: Existe una relación positiva entre el biocomercio y los componentes de la oferta exportable de la quinua, Cooperativa Agroindustrial Cabana - 2018.

Biocomercio

Durante los últimos años, las tendencias globales de consumo, se vislumbran en productos con componente natural y saludable, además cuyos procesos sean responsables con el medio ambiente y la distribución equitativa entre los actores de la cadena. En el año 1996, el término biocomercio fue adoptado por la Iniciativa BioTrade de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo – UNCTAD.

En esa perspectiva, el biocomercio es entendido como aquella actividad de recolección, producción, transformación y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa (recursos genéticos, especies y ecosistemas) que involucran

prácticas de conservación y uso sostenible, y son generados con criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica. (Naciones Unidas, 2007).

En esa misma línea, PROMPERU (2014) indica que, el biocomercio se basa en la gestión sostenible de ecosistemas y especies provenientes de la biodiversidad nativa, buscando la generación de beneficios económicos y su distribución equitativa entre todos los actores involucrados en la cadena de valor del producto. De este modo, podemos afirmar que el biocomercio es una excelente alternativa de negocio que permite desarrollar una oferta exportable competitiva y sostenible, en base a los productos de la biodiversidad, cumpliendo los pilares de sostenibilidad: Rentabilidad económica, conservación de la biodiversidad y la consideración de aspectos sociales.

Principios del biocomercio

Según Naciones Unidas (2007), el biocomercio se rige por 7 principios, que a su vez definen 26 criterios para su implementación en las organizaciones.

Tabla 1. Principios y criterios del biocomercio

PRINCIPIOS	CRITERIOS
1. Conservación de la Biodiversidad	1.1 Mantenimiento de las características de los ecosistemas y hábitats naturales de las especies aprovechadas.
	1.2 Mantenimiento de variabilidad genética de flora, fauna y microorganismos (para uso y conservación)
	1.3 Mantenimiento de los procesos ecológicos
	1.4 Las actividades deben enmarcarse en planes de manejo, sean en áreas protegidas o no, en coordinación con las autoridades competentes y actores involucrados.
2. Uso sostenible de la Biodiversidad	2.1 La utilización de la biodiversidad debería basarse en un documento de gestión sostenible, que incluya elementos como una tasa de aprovechamiento menor a la tasa de regeneración, sistemas de monitoreo (estado poblacional) e índices de rendimiento
	2.2 El aprovechamiento de la agrobiodiversidad debería incluir prácticas agrícolas que contribuyan a la conservación éstas.
	2.3 Cumplimiento de estándares técnicos para el desarrollo de iniciativas de servicios ambientales
	2.4 Generación de información y documentación de las experiencias de la organización como aporte al conocimiento sobre la biodiversidad.
3. Distribución justa y equitativa de los beneficios derivados del uso de la Biodiversidad	3.1 Interacción e inclusión en el marco de las actividades de Biocomercio de los actores de la cadena de valor.
	3.2 La generación de valor debe tener lugar a lo largo de la cadena, bajo condiciones de transparencia, aportando así todos los actores al posicionamiento de productos de valor agregado en los mercados.
	3.3 Información y conocimiento de los mercados.



- 4.1 Existencia de potencial de mercados.
- 4.2 Rentabilidad financiera
- 4.3 Generación de empleo y mejora de calidad de vida.
- 4.4 Prevención de eventuales impactos negativos sobre prácticas productivas y culturales locales que puedan, por ejemplo, afectar la diversificación y la seguridad alimentaria).
- 4.5 Capacidad organizativa y de gestión
- 5.1 Conocimiento y cumplimiento de la legislación para el uso de la biodiversidad y el comercio de sus productos y servicios derivados (Manejo de vida silvestre, legislación laboral, fitosanitaria, comercial, impacto ambiental, etc.).
- 5.2 Conocimiento y cumplimiento de legislación internacional aplicable para el uso de la biodiversidad y el comercio de sus productos y servicios derivados.
- 6.1 Respeto a los derechos humanos, generacionales y de género
- 6.2 Respeto a los derechos de propiedad intelectual
- 6.3 Respeto a los derechos de comunidades locales y pueblos indígenas (territorio, cultura, conocimiento, prácticas).
- 6.4 Mantenimiento y rescate de conocimientos y prácticas tradicionales.
- 6.5 Seguridad laboral y adecuadas condiciones de trabajo
- 7.1 Tenencia de la tierra de acuerdo con la normativa correspondiente
- 7.2 El acceso a los recursos biológicos y genéticos para su uso sostenible con consentimiento informado previo y con base a condiciones mutuamente acordadas
- 7.3 El acceso al conocimiento tradicional se realiza con consentimiento informado previo.

Fuente: Naciones Unidas UNCTAD

A través del cumplimiento de los criterios del biocomercio se alcanzan los objetivos del Convenio sobre Diversidad Biológica, los Objetivos de Desarrollo del Milenio; así como, los acuerdos multilaterales de la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres-CITES, la Convención de las Naciones Unidas de Lucha contra la Desertificación, y a la Convención sobre los Humedales de Importancia Internacional –RAMSAR (Naciones Unidas, 2007). De ese modo, el biocomercio se distingue de los demás modelos de negocios tradicionales, porque garantiza el uso responsable de los recursos de la biodiversidad y mejoran la calidad de vida de las poblaciones locales.

Debido a que el Perú posee una diversidad de ecosistemas, se creó el Programa Nacional de Promoción de Biocomercio – PNPB, con el objetivo de impulsar y apoyar la



generación y consolidación de los negocios basados en la biodiversidad nativa, aplicando criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica en concordancia con los objetivos del Convenio sobre la Diversidad Biológica y la Estrategia Nacional de Diversidad Biológica (Ministerio del Ambiente, 2014).

Oferta exportable

MINCETUR (2013) señala que, la oferta exportable no solo es contar con los volúmenes solicitados por el importador o con un producto acorde con las exigencias del mercado, además de ello se debe contar con cuatro componentes que se encuentran interrelacionados: a) Capacidad física: Referida a la capacidad instalada con la que se cuenta, insumos, tecnología y volúmenes de producción que permitan atender la demanda en el tiempo requerido por el cliente, b) Capacidad económica: Posibilidad de solventar la actividad de la exportación y el costo, con la capacidad de utilizar recursos propios, ajustándose a las condiciones de un entorno competitivo, c) Capacidad financiera: Capacidad de cubrir una necesidad de recursos a través de endeudamiento con terceros y, d) Capacidad de gestión: Grado que se debe alcanzar para posicionar un producto de manera competitiva en el mercado internacional, siguiendo objetivos que se logran con el respaldo de profesionales capacitados e idóneos para implementar una estrategia de internacionalización. Cuando estos componentes alcanzan un mayor nivel de capacidad, la empresa es más competitiva.

En esa misma línea, el Ministerio de Agricultura y Riego (2016), señala que la oferta exportable es contar con: a) Disponibilidad de producto: la empresa debe determinar el volumen (estable o continua) que tiene disponible para el mercado externo, debiendo contar con las exigencias y requerimientos; b) Capacidad económica y financiera de la empresa: la empresa debe contar con los recursos necesarios para solventar una exportación, estar en condiciones de contar con precios competitivos. Si la empresa no cuenta con posibilidades de solventar el proceso con recursos propios, deberá contar con capacidad de endeudamiento y conseguir financiamiento externo; c) Capacidad de gestión: la empresa debe desarrollar una cultura exportadora, con objetivos claros y conocimiento de sus capacidades y debilidades.

Para efectos de la investigación se tomó en parte la clasificación realizada por el MINAGRI, ello por cuestiones metodológicas, se consideró tres (3) componentes de la oferta exportable.

Granos andinos

Los granos andinos, como la quinua, la kiwicha y la cañihua, vienen conquistando tanto el mercado interno y externo debido a su alto valor nutritivo. Según MINAGRI (2018),

entre las características nutricionales: La cañihua posee proteínas y fibra; la kiwicha grasas (grasas insaturadas) y, la quinua proteínas y carbohidratos, lo cual es útil para las personas que realizan una elevada actividad física.

Al respecto, los granos andinos son cosechados a nivel nacional por más de 143 mil productores según estimaciones de la Encuesta Nacional Agropecuaria - ENA del año 2017. La quinua representa el 98% de las exportaciones totales de los granos andinos, lo cual lo pone en el primer lugar a nivel mundial como productor y exportador de este grano andino. (MINAGRI, 2018).

Quinua en el Perú

En el Perú, el principal producto representativo del biocomercio es la quinua, según IICA, (2015) presenta una gran diversidad biológica, con alto contenido de macro nutrientes, aminoácidos y minerales.

Durante estos últimos años, la demanda de este producto en el mercado internacional, permitió la mejora en los precios e incentivo para sembrar mayores áreas de quinua, a nivel nacional. La zona de mayor producción de la quinua en el periodo 2017 fue el departamento de Puno, con 39 610t, lo que representó el 50% de la producción nacional, seguido de Ayacucho (20%), Apurímac (9%), Cusco (5%), Arequipa (4%) y Junín (3%) (MINAGRI, 2018).

Del mismo modo, el volumen de las exportaciones de quinua durante estos últimos años presenta una tendencia creciente, ello en un contexto mundial de mayor demanda de este oligoelemento, por su alto valor nutricional, por ser un alimento libre de gluten y catalogado como saludable en las tendencias de consumo (MINAGRI, 2018).

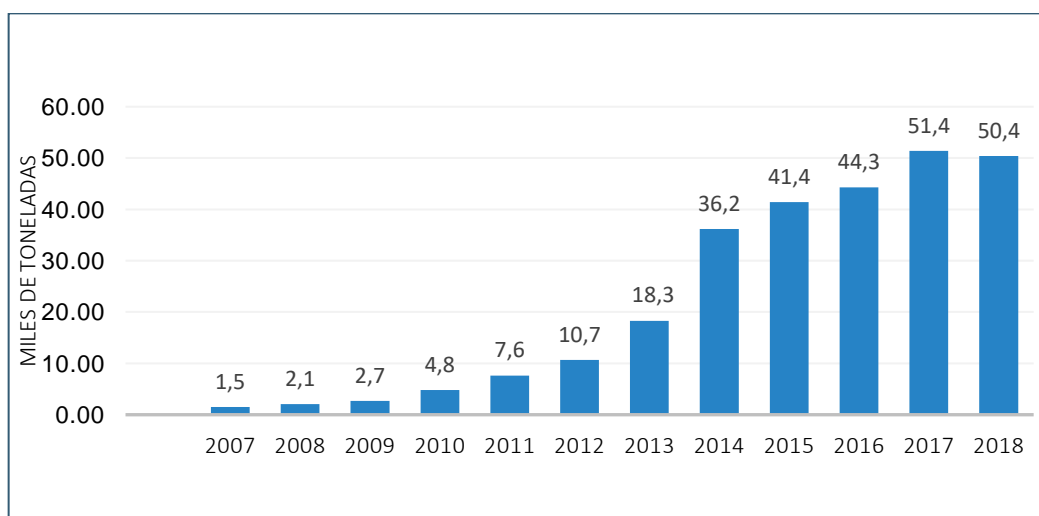


Figura 1. Volumen de exportaciones de la quinua en miles de TN desde el 2007 al 2018

Fuente: Ministerio de Agricultura

El principal mercado de destino para la quinua en el periodo 2017 fue Estados Unidos, con una participación de 36%, seguido de Canadá con un 8%, y de países de la Unión Europea.

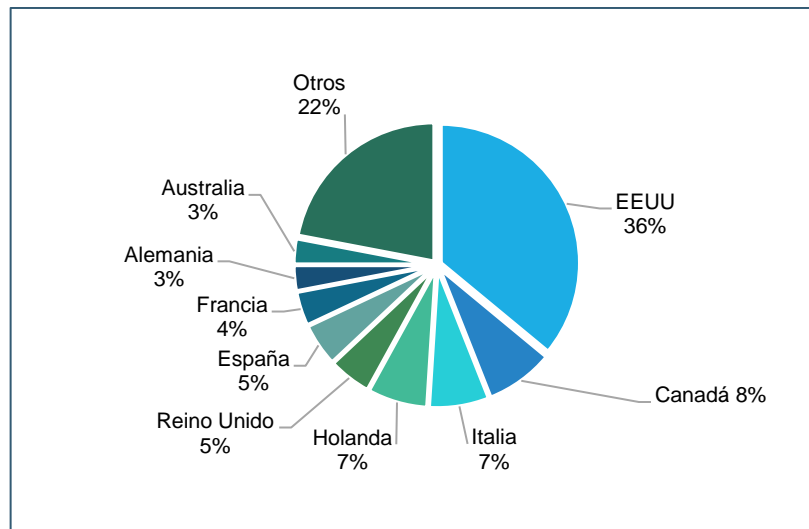


Figura 2. Destino de las exportaciones de quinua 2017
Fuente: Elaborado en base a datos de SUNAT (2018)

MATERIAL Y MÉTODOS

La investigación se enmarcó bajo el enfoque cuantitativo, porque las variables se analizaron utilizando métodos estadísticos en concordancia con Hernández, Fernández & Baptista (2014), quienes mencionan que la recolección de datos se fundamenta en la medición de las variables o conceptos contenidos en la hipótesis. La investigación es de tipo descriptivo-correlacional, porque se describe las características más importantes de las variables, y según Hernández et al., (2014) la investigación es de tipo correlacional, porque mide el grado de relación o asociación existente entre dos o más conceptos o variables; en la investigación se determinó el grado de relación entre las variables biocomercio y oferta exportable. El diseño de la presente investigación es no experimental, porque los datos obtenidos fueron tomados sin la manipulación deliberada de las variables (oferta exportable y biocomercio).

La población de estudio estuvo conformada por 16 asociaciones de productores de quinua que pertenecen a la Cooperativa Agroindustrial Cabana - COPAIN Cabana de la provincia de San Román, región Puno. Para determinar la muestra nos basamos en lo propuesto por Hernández et al., (2014), se asume el método del tipo censal no probabilístico, porque la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación y, el muestreo por conveniencia, por la facilidad de acceso y por las características de la población; en ese sentido la muestra estuvo conformada por 16 asociaciones de productores de quinua.

Mediante la aplicación de la encuesta (técnica) considerando un cuestionario estructurado (instrumento) a los productores de quinua de la COPAIN Cabana, permitieron recopilar datos para el estudio, los cuales nos permitieron conocer la relación entre los componentes de la oferta exportable (disponibilidad del producto, capacidad económica – financiera y capacidad de gestión) de la quinua y el biocomercio (principios y criterios del biocomercio); posteriormente, se utilizó el Alfa de Cronbach para determinar el nivel de confiabilidad.

Los resultados de la encuesta se procesaron en base a técnicas estadísticas, para lo cual se tabularon en tablas en el programa SPSS 23; posteriormente, se contrastó la hipótesis utilizando el coeficiente Rho de Spearman que mide la correlación o influencia entre las variables (biocomercio y oferta exportable); finalmente, de acuerdo a los resultados obtenidos el nivel de significancia resultó menor a 0.05 ($0,000 < 0.05$), por lo que, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados obtenidos durante el proceso de investigación respecto a las variables biocomercio y oferta exportable (Disponibilidad del producto, capacidad económica - financiera y capacidad de gestión); los mismos que se exponen según la secuencia de los objetivos propuestos en la investigación:

Objetivo específico 1: Determinar la relación entre el biocomercio y la disponibilidad del producto de la oferta exportable de la quinua, Cooperativa Agroindustrial Cabana-2018.

Tabla 2. Correlación entre el biocomercio y la disponibilidad del producto

		DISPONIBILIDAD DEL PRODUCTO		TOTAL	
		REGULAR	ALTO		
BIOCOMERCIO*	Cumplen parcialmente	Recuento	8	1	9
		% del Total	50.0%	6.25%	56,25%
	Cumplen totalmente	Recuento	1	6	7
		% del Total	6.25%	37.5%	43,75%
TOTAL	Recuento	9	7	16	
	% del Total	56.25%	43.75%	100,0%	

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a productores de la COPAIN Cabana

*Principios y criterios del biocomercio, según UNCTAD.

En la Tabla 2 se muestra los resultados del grado de asociación de la variable biocomercio (Principios y Criterios) y la oferta exportable (Disponibilidad del producto);

se observa que cuando las asociaciones de productores de quinua de la COPAIN Cabana “cumplen totalmente” con los principios y criterios del biocomercio, la oferta exportable es alta en 37.5% y regular en 6.25%; asimismo, se observa que cuando las asociaciones de productores de quinua de la COPAIN Cabana “cumplen parcialmente” con los principios y criterios del biocomercio, la oferta exportable es alta en 6.25% y regular en 50%; se concluye que, el 43.75% de las asociaciones de productores de quinua de la COPAIN Cabana, “cumplen totalmente” con los principios y criterios del biocomercio, mientras que el 56.25% restante “cumplen parcialmente”, lo que nos permite deducir que el biocomercio influye en la “disponibilidad del producto” de la oferta exportable de las asociaciones de productores de quinua de la COPAIN Cabana.

Objetivo específico 2: Determinar la relación entre biocomercio y la capacidad económica - financiera de la oferta exportable de la quinua, Cooperativa Agroindustrial Cabana - 2018.

Tabla 3. Correlación entre el biocomercio y la capacidad económica - financiera

			CAPACIDAD ECONÓMICA FINANCIERA		TOTAL
			REGULAR	ALTO	
BIOCOMERCIO*	Cumplen parcialmente	Recuento	8	1	9
		% del Total	50,0%	6.25%	56,25%
	Cumplen totalmente	Recuento	2	5	7
		% del Total	12.5%	31.25%	43,75%
TOTAL		Recuento	10	6	16
		% del Total	62.5%	37.5%	100,0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a productores de la COPAIN Cabana

*Principios y criterios del biocomercio, según UNCTAD

En la Tabla 3 se muestra los resultados del grado de asociación de la variable biocomercio (Principios y Criterios) y la oferta exportable (Capacidad económica-financiera); se observa que cuando las asociaciones de productores de quinua de la COPAIN Cabana “cumplen totalmente” con los principios y criterios del biocomercio, la oferta exportable es alta en 31.25% y regular en 12.5%; asimismo, se observa que cuando las asociaciones de productores de quinua de la COPAIN Cabana “cumplen parcialmente” con los principios y criterios del biocomercio, la oferta exportable es alta en 6.25% y regular en 50%; se concluye que, el 43.75% de las asociaciones de productores de quinua de la COPAIN Cabana, “cumplen totalmente” con los principios y criterios del biocomercio, mientras que el 56.25% restante “cumplen parcialmente”, lo que nos permite deducir que el biocomercio influye en la “Capacidad económica-financiera” de la oferta exportable de las asociaciones de productores de quinua de la COPAIN Cabana.

Objetivo específico 3: Determinar la relación entre el biocomercio y la capacidad de gestión de la oferta exportable de la quinua, Cooperativa Agroindustrial Cabana – 2018.

Tabla 4. Correlación entre el biocomercio y la capacidad de gestión

		CAPACIDAD DE GESTIÓN		TOTAL	
		REGULAR	ALTO		
BIOCOMERCIO*	Cumplen parcialmente	Recuento	8	1	9
		% del Total	50,0%	6.25%	56,25%
	Cumplen totalmente	Recuento	0	7	7
		% del Total	0,0%	43.75%	43,75%
TOTAL		Recuento	8	8	16
		% del Total	50%	50%	100%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a productores de la COPAIN Cabana

*Principios y criterios del biocomercio, según UNCTAD

En la Tabla 4 se muestra los resultados del grado de asociación de la variable biocomercio (Principios y Criterios) y la oferta exportable (Capacidad de gestión); se observa que cuando las asociaciones de productores de quinua de la COPAIN Cabana “cumplen totalmente” con los principios y criterios del biocomercio, la oferta exportable es alta en 43.75%; asimismo, se observa que cuando los productores de quinua de la COPAIN Cabana “Cumplen parcialmente” con los principios y criterios del biocomercio, la oferta exportable es alta en 6.25% y regular en 50%; se concluye que, el 43.75% de las asociaciones de productores de quinua de la COPAIN Cabana, “cumplen totalmente” con los principios y criterios del biocomercio, mientras que el 56.25% restante “cumplen parcialmente”, lo que nos permite deducir que el biocomercio influye en la “Capacidad de gestión” de la oferta exportable en las asociaciones de productores de quinua de la COPAIN Cabana.

Análisis descriptivo del biocomercio y oferta exportable

Tabla 5. Relación entre el biocomercio y la oferta exportable

		OFERTA EXPORTABLE		TOTAL	
		REGULAR	ALTO		
BIOCOMERCIO*	Cumple parcialmente	Recuento	7	0	7
		% del Total	43.75%	0,0%	43,75%
	Cumple totalmente	Recuento	2	7	9
		% del Total	12,5%	43.75%	56,25%
Total		Recuento	9	7	16
		% del Total	56.25%	43.75%	100,0%

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a productores de la COPAIN Cabana.

*Principios y criterios del biocomercio, según UNCTAD

En la Tabla 5 se muestra los resultados del grado de asociación de la variable biocomercio (Criterios y principios) y la oferta exportable (disponibilidad del producto, capacidad económico-financiera y capacidad de gestión); se observa que cuando las asociaciones de productores de quinua de la COPAIN Cabana “cumplen totalmente” con los principios y criterios del biocomercio, la oferta exportable es alta en 43.75% y regular en 12.5%; asimismo, se observa que cuando las asociaciones de productores de quinua de la COPAIN Cabana “cumplen parcialmente” con los principios y criterios del biocomercio, la oferta exportable es regular en 43.75%; se concluye que, el 56.25% de los productores de quinua de la COPAIN Cabana, “cumplen totalmente” con los principios y criterios del biocomercio, mientras que el 43.7% “cumplen parcialmente”, lo que nos permite deducir que el biocomercio influye en el desarrollo de los componentes de la oferta exportable (Disponibilidad del producto, capacidad económica y financiera y capacidad de gestión) en los productores de quinua de la COPAIN Cabana.

Análisis inferencial

Para realizar el análisis inferencial se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman.

- H0: No existe una relación positiva entre el biocomercio y los componentes de la oferta exportable, en la Cooperativa Agroindustrial Cabana - 2018.
- H1: Existe una relación positiva entre el biocomercio y los componentes de la oferta exportable, en la Cooperativa Agroindustrial Cabana - 2018.

Tabla 6. Correlación Rho de Spearman: Prueba de hipótesis

Correlaciones		Oferta exportable	Biocomercio
Oferta exportable	Coeficiente de correlación	1,000	,778**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	16	16
Biocomercio	Coeficiente de correlación	,778**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	16	16

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta aplicada a productores de la COPAIN Cabana

De acuerdo a los resultados obtenidos en el proceso de la investigación, se determinó que la correlación de Spearman es 0.778, resultado que según Hernández et al., (2014), significa que existe una “correlación positiva muy fuerte” entre las variables; en ese sentido, podemos deducir que el cumplimiento de los principios y criterios del



biocomercio influyen positivamente (correlación positiva muy fuerte) en los componentes de la oferta exportable (Disponibilidad del producto, capacidad económica-financiera y la capacidad de gestión), de las asociaciones de productores de quinua de la COPAIN Cabana; asimismo, se determinó que el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,000 < 0.05$), por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1); es decir, existe una relación positiva entre el biocomercio y los componentes de la oferta exportable, Cooperativa Agroindustrial Cabana - 2018.

DISCUSIÓN

A partir de los resultados obtenidos en la investigación, y sustentado en el coeficiente de correlación Rho de Spearman, se establece que existe una relación positiva (correlación positiva muy fuerte) entre el biocomercio y los componentes de la oferta exportable de la quinua, Cooperativa Agroindustrial Cabana – 2018; resultado concordante con Nina (2018) que, afirma que para ser competitivo en el mercado global no basta manejar grandes extensiones de tierra, sino que se necesita desarrollar un modelo de negocio competitivo, teniendo como estrategia de negocio la diferenciación del producto a través de prácticas tradicionales producción orgánica, regular tecnificación, confianza y asociatividad; asimismo, Ramos (2017) afirma que las limitantes para afrontar una exportación exitosa son los componentes de la oferta exportable tales como: capacidad instalada, capacidad económica-financiera y capacidad de gestión, al no cumplir con los requerimientos y exigencias del mercado internacional. Además, Soria (2017) afirma que, uno de los principales obstáculos que presentan los productores es la insuficiente producción de quinua de calidad que satisfaga la demanda del mercado internacional, principalmente por preferir quinua orgánica o quinua convencional que cumplan con las certificaciones y requisitos mínimos a precios razonables; en esa dirección, Rizzuto & Liliana (2014) afirman que, es necesario formular estrategias en función al enfoque de una economía sostenible, considerando la dimensión económica, social y ambiental; también, supone un compromiso de largo plazo de los actores involucrados en la cadena de valor para alcanzar mayores niveles de eficiencia y competitividad, ingresos más altos y mejorar la calidad de vida en las zonas productoras, lo cual se logra con una transformación del producto con valor agregado, para un segmento de mercado, sin perder de vista la preservación del medio ambiente; a ello agrega Murillo & Arias (2008), que el objetivo de potenciar los recursos naturales y humanos, de una forma sostenible y sustentable implica el desarrollo de capacidades nacionales para el desarrollo de las comunidades locales y la gestión de tecnologías amigables con la naturaleza, esto en un contexto



internacional en el cual los problemas ambientales están aumentando a todas las escalas; finalmente, Perceros (2016) menciona que, la demanda internacional de productos del Biocomercio, tiene tendencia a seguir creciendo a un ritmo entre 15% a 20%, cuya demanda se concentra en su mayoría en productos de la agroindustria, nuestro país cuenta con disponibilidad de insumos en base a especies nativas de la Biodiversidad peruana, lo que permite desarrollar una oferta exportable con valor agregado; sin embargo, para ser competitivos y sostenibles en el mercado internacional los productores o empresarios dedicados a esta actividad, deben tener un alto nivel en sus capacidades físicas (disponibilidad del producto), económicas – financieras y de gestión; por lo que se debe dar prioridad a estos componentes de la oferta exportable.

Podemos manifestar que los productos derivados del biocomercio, como la quinua, han ganado importancia y popularidad entre los consumidores que buscan alimentos cada vez más saludables, lo cual se refleja en la demanda internacional creciente de estos productos; sin embargo, para tener presencia en el mercado internacional, las empresas u organizaciones requieren un alto nivel en sus capacidades físicas (disponibilidad del producto), capacidad económica–financiera y capacidad de gestión, lo que les permitirá ser competitivos y sostenibles en el mercado.

CONCLUSIONES

De los resultados de la investigación, se concluye que existe una correlación positiva (0.778) entre la variable biocomercio y la oferta exportable de la quinua en la Cooperativa Agroindustrial Cabana; con un nivel de significancia menor a 0,05 ($0,000 < 0.05$).

En cuanto al objetivo general, se concluye que, el 56.25% de las asociaciones de productores de quinua de la COPAIN Cabana, “cumplen totalmente” con los principios y criterios del biocomercio, mientras que el 43.75% restante “cumplen parcialmente”, lo que significa que existe una relación positiva entre el biocomercio y la oferta exportable de la Cooperativa Agroindustrial Cabana – 2018.

En cuanto a los objetivos específicos se concluye que:

- Con relación al componente “disponibilidad del producto” de la oferta exportable, el 43.75% de las asociaciones de productores de quinua de la COPAIN Cabana, “cumplen totalmente” con los principios y criterios del biocomercio, mientras que el 56.25% restante “cumplen parcialmente”, lo que significa que existe una relación positiva entre el biocomercio y la oferta exportable (disponibilidad del producto) de la quinua en la Cooperativa Agroindustrial Cabana – 2018.



- Con relación al componente “capacidad económica – financiera” de la oferta exportable, el 43.75% de las asociaciones de productores de quinua de la COPAIN Cabana, “cumplen totalmente” con los principios y criterios del biocomercio, mientras que el 56.25% restante “cumplen parcialmente”, lo que significa que existe una relación positiva entre el biocomercio y la oferta exportable (capacidad económica – financiera) de la quinua en la Cooperativa Agroindustrial Cabana – 2018.
- Con relación al componente “capacidad de gestión” de la oferta exportable, el 43.75% de las asociaciones de productores de quinua de la COPAIN Cabana, “cumplen totalmente” con los principios y criterios del biocomercio, mientras que el 56.25% restante “cumplen parcialmente”, lo que significa que existe una relación positiva entre el biocomercio y la oferta exportable (capacidad de gestión) de la quinua en la Cooperativa Agroindustrial Cabana – 2018.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Buse Thorne, E., Chong Chong, M., & Vilchez Túpac, L. (2017). Biocomercio, comercio justo y asociatividad modelo para los superfoods peruanos. *Industrial Data*, 20(2), 71. <https://doi.org/10.15381/idata.v20i2.13948>
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2014). *Metodología de la investigación* (McGrawHill (ed.); Sexta edic).
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). (2015). *El mercado y la producción de quinua en el Perú*. <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/2652/BVE17038730e.pdf;jsessionid=DCC622F16B1DF1ED528261710181F07E?sequence=1>
- Mendoza, W., & Cárdenas, A. (2018). Productos del biocomercio con mayor tendencia y potencial en el mercado latinoamericano. *Revista Investigación & gestión*, 1(1), 59–67. <https://revistas.ufps.edu.co/index.php/ID/article/view/1519/1422>
- MINAGRI. (2018, junio). *Nota Técnica de granos andinos*. 10. <http://minagri.gob.pe/portal/analisis-economico/analisis-2018?download=13278:nota-tecnica-de-granos-andinos>.
- MINCETUR. (2013). *El ABC del comercio exterior. Guía Práctica del exportador. Volúmen III*. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/lecturas_complementarias/03_GUIA_DEL_EXPORTADOR.pdf



- Ministerio del Ambiente. (2014). *Manual del curso Biocomercio* (Primera Ed).
<https://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/ditc-ted-17052018-BioTrade-SCC-peru2.pdf>
- Murillo, C. R., & Arias, R. R. (2008). Biocomercio: una alternativa para el desarrollo sostenible. *Ciencias Económicas de la Universidad de Costa Rica*, 1, 73–90.
- Naciones Unidas. (2007). *UNCTAD Inicciativa BioTrade Principios y Criterios de Biocomercio*. https://unctad.org/es/Docs/ditcted20074_sp.pdf
- Nina, N. K. L. (2018). *El Biocomercio de la quinua en el mercado global y sus efectos en los agricultores locales en Perú (Tesis para optar el Grado de Académico de Magister)*. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/14250>
- Perceros, G. K. S. (2016). *Biocomercio en el peru: Desarrollo de oferta exportable de productos, con valor agregado, derivados de la biodiversidad nativa (Tesis para optar Título Profesional)*.
https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/4781/Peceros_gk.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Perez, A. (2009). Relacion fuente - recurso de informacion - documento. *Biblios*.
<https://www.redalyc.org/pdf/161/16119333004.pdf>
- Pérez, C. (2010). Dinamismo tecnológico e inclusión social en América Latina: Una estrategia de desarrollo productivo basada en los recursos naturales. *Revista de la CEPAL*, 2010(100), 123–145. <https://doi.org/10.18356/0b1cb6b0-es>
- PROMPERU. (2014). *Biocomercio: Modelo de negocios sostenible*. 108.
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/exportaciones/166661321rad78925.pdf>
- Ramos, F. J. (2017). *Influencia de la oferta exportable, enas exportaciones de cebolla de los productores del Centro Poblado Menor La Yarada, 2017*. 85.
<http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/456/1/Ramos-Valle-Fiorella-Jhoanna.pdf>
- Rizzuto, Q., & Liliana, M. (2014). El mercado mundial del café: Tendencias recientes, estructura y estrategias de competitividad. *Visión Gerencial*, 2, 291–307.
- SIICEX. (2019). *BIOCOMERCIO*.
http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=912.91100
- Soria, P. (2017). Perú como primer exportador de quinua a nivel mundial. *Quipukamayoc*, 25(47), 75. <https://doi.org/10.15381/quipu.v25i47.13805>